Odnos prema knjizi i nakladništvu u zemljama Europske unije

Bunjevac, Blanka

Master's thesis / Diplomski rad

2011

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://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:142:511690

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

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

FILOZOFSKI FAKULTET
SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU

Repository / Repozitorij:

FFOS-repository - Repository of the Faculty of Humanities and Social Sciences Osijek

zir.nsk.hr

SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU

dabar
DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

Sveučilište J. J. Strossmayera u Osijeku

Filozofski fakultet

Diplomski studij informatologije

Blanka Bunjevac

Odnos prema knjizi i nakladništvu u zemljama Europske unije

Diplomski rad

Mentor: izv. prof. dr. sc. Zoran Velagić

Osijek, 2011.

Sadržaj

Sažetak....2
1. Uvod....3
2. Povijest nakladništva u Europi od otkrića tiskarskog stroja do 21. stoljeća....3
3. Nakladnička industrija na tržištu Europske unije....10
3.1. Izvješće o europskom nakladničkom tržištu (Publishing market watch 2004.-Sectoral report 2: Book publishing)....11
3.1.1. Prodaja knjiga na europskom tržištu....12
3.1.2. Distribucijski kanali za prodaju knjiga....13
3.1.3. Broj objavljenih naslova knjiga....13
3.1.4. Broj zaposlenika....14
3.1.5. Troškovi po zaposleniku....14
3.1.6. Ukupni prihodi....14
3.1.7. Dodana vrijednost....15
3.1.8. Radna učinkovitost....15
3.1.9. Rezultati izvješća o europskom nakladničkom tržištu....16
3.2. Programi Europske unije za potporu knjizi i nakladičkoj industriji....18
3.3. Sustavi cijene knjiga u Europi....21
3.3.1. Značajke sustava fiksne cijene knjige u zemljama Europske unije....23
3.4. Porez na dodanu vrijednost na knjige u zemljama Europske unije....25
3.5. Online knjižarstvo u zemaljama Europske unije....26
4. Europske udruge nakladnika i knjižara....29
4.1. Europska udruga nakladnika (Federation of European Publishers)....29
4.2. Europska udruga knjižara (European Booksellers Federation)....31
5. Sajmovi knjiga u Europi....32
5.1. Sajam knjiga u Franfurtu....32
5.2. Sajam knjiga u Londonu....33
5.3. Sajam dječje knjige u Bologni....33
6. Europske nagrade za književnost....34
6.1. Nagrada Man Booker....34
6.2. Nagrada Le Prix Goncourt....35
6.3. Nagrada Der Deutsche Buchpreis....36
6.4. Nagrada Europske unije za literaturu....36
7. Odnos prema knjizi i nakladništvu u Republici Hrvatskoj....37
7.1. Nakladnička industrija u Hrvatskoj od raspada SFR Jugoslavije do početka 21. stoljeća....37
7.2. Hrvatska nakladnička industrija u 21. stoljeću....39
8. Zaključak....44
9. Prilozi....46
10. Literatura....49

Sažetak

Tema ovog diplomskog rada je odnos prema knjizi i nakladništvu u zemljama Europske unije, a cilj rada je prikazati stanje nakladničke industrije u Europi. Istraživanje ove teme zasnovano je na proučavanju relevantne literature koja se bavi tematikom nakladničke industrije u Europi te na strateškim dokumentima Europske unije vezanima uz pravnu regulaciju nakladničkog sektora. Analizom podataka navedenih u Izvješću o europskom nakladničkom tržištu doneseni su zaključci o stanju nakladničke industrije u Europi krajem 20. i početkom 21. stoljeća.

Na početku 21. stoljeća, nakladnička industrija je najveća kulturna industrija u Europi i jedna od najvećih na svijetu, a europski medijski konglomerati osvojili su veliki dio američkog knjižnog tržišta. Najveći izazovi s kojima se industrija suočava jesu nedostatno financiranje nakladničke djelatnosti unutar kulturnih programa, neujednačena provedba stope PDV-a na knjige, uvođenje sustava fiksne cijene knjige unutar država članica, te nerazvijeno tržište e-knjiga. U svrhu rješavanja ovih izazova, Europska unija potiče dijalog između nacionalnih nakladničkih tržišta te provodi istraživanja nakladničkih sektora unutar država članica kako bi stekla uvid u potrebe tržišta. Republika Hrvatska uskoro će postati jedna od novih članica Europske unije, što će utjecati na razvoj nakladničke industrije i knjižnog tržišta. Hrvatska nakladnička industrija oporavila se od tržišnog pada koji se dogodio 1990-ih godina, no i dalje se suočava s problemima nedostatka izgrađene infrastrukture, nedostatkom provedenih istraživanja o stanju knjižnog tržišta te izostankom međusobne suradnje između nakladnika. Unutar Europske unije kulturni programi za promoviranje kulture čitanja nisu jednako financirani kao kulturni programi za promoviranje multimedijalne industrije (ponajprije filmske industrije), a također postoje nepravilnosti u obliku neujednačene provedbe zakonskih propisa Unije u državama članicama. U Republici Hrvatskoj osigurano je subvencioniranje nakladničke djelatnosti i uvedena je jedinstvena cijena knjige, no još uvijek nisu provedene sve norme zadane od strane Europske unije što je nužno kako bi hrvatsko nakladničko tržište ostalo stabilno i nakon pridruživanja europskom tržištu.

Ključne riječi: nakladnička industrija, knjižno tržište, Europska unija, zakonske regulative, hrvatska nakladnička industrija

1. Uvod

Svrha ovog diplomskog rada jest prikazati razvoj nakladničke industrije u Europskoj uniji te opisati ustroj nakladničkog sektora, zakonske regulative i kulturne programe koji se provode unutar Unije. Poseban naglasak u radu staviti će se na hrvatsku nakladničku industriju kako bi se stekao uvid u stanje industrije prije i poslije raspada SFR Jugoslavije. Pregled razvoja i stanja hrvatske nakladničke industrije važan je s obzirom da će Republika Hrvatska u bliskoj budućnosti postati nova članica Europske unije, te da će njena nakladnička industrija postati dio velike europske industrije. Poglavlje nakon uvoda prikazati će povijesni razvoj nakladništva od otkrića tiska u Europi do 21. stoljeća, te nove trendove unutar industrije kao što je pojava medijskih konglomerata na europskom nakladničkom tržištu. U trećem poglavlju dati će se pregled stanja suvremene nakladničke industrije u Europi i prikazati će se rezultati istraživanja o europskom nakladničkom tržištu. Istraživanje će pokazati stanje nakladničkih industrija država članica u razdoblju od 1995. do 2002. godine, kako bi se stekao uvid u nakladništvo u Europskoj uniji na kraju 20. i početku 21. stoljeća, a posebno će se naglasiti razlika između tržišta originalnih država članica i novih država članica. Djelovanje europske udruge nakladnika i knjižara opisati će se u četvrtom poglavlju, a peto i šesto poglavlje donose pregled najvažnijih europskih sajmova knjiga i prestižnih europskih nagrada za književnost. Posljednje poglavlje podijeljeno je na dva dijela, u kojem je u prvom prikazan razvoj hrvatskog nakladničkog tržišta nakon raspada SFR Jugoslavije, dok je u drugom poglavlju opisana suvremena nakladnička industrija u Hrvatskoj, te brojni izazovi s kojima se susreće hrvatsko knjižno tržište.

2. Povijest nakladništva u Europi od otkrića tiskarskog stroja do 21. stoljeća

Prvi nakladnici u Europi pojavili su se u antičkom Rimu, no razvoj modernog nakladništva vezan je uz izum tiskarskog stroja. U Europi se tehnika tiska s pomoćnim slovima pojavljuje oko 1450. godine[1], a tiskanje poznate Biblije u 42 retka počelo je 1452. godine, a završilo je 1455. godine.[2] Unatoč činjenici da Gutenberg nije izumio ništa sasvim novo, prvi je uspio od postojećih ideja i dostupnih uređaja osmisliti stroj koji je bio učinkovitiji od svega što se do tada koristilo za reprodukciju tekstova. Zahvaljujući svojem izumu, Gutenberg se smatra tvorcem informacijske promjene koju je potaknuo tisak.[3]

[1] Usp. A companion to the history of the book / uredili Simon Eliot i Jonathan Rose. Oxford: Wiley-Blackwell, 2009. Str. 13.
[2] Usp. Stipčević, Aleksandar. Povijest knjige. Zagreb: Nakladni zavod Matice hrvatske, 1985. Str. 267.
[3] Usp. Kovač, Miha. Never mind the Web: Here comes the book. Oxford: Chandos Publishing, 2008. Str. 21.

Tisak se brzo proširio diljem Europe, te je u prvih 50 godina osnovano preko 1000 tiskara u 350 europskih gradova; tiskano je oko 30 000 naslova, s ukupnim opticajem od 9 milijuna primjeraka.[4] Prve tiskane knjige bili su gramatički priručnici, udžbenici i kalendari, jer su to bila marketinški isplativa izdanja koja su privlačila veliki broj kupaca.[5] Naklada knjiga bila je skromna; prve tiskane knjige imale su nakladu od 200 do 500 primjeraka i s rijetkim iznimkama, takva se naklada održala do kraja 15. stoljeća. U 16. stoljeću naklada knjiga se zaustavlja na 1000 – 1500 primjeraka i na toj će razini i ostati još dugo.[6] Kako bi povećali prodaju, tiskari su objavljivali kataloge i bavili se ostalim oblicima oglašavanja. Prva ili posljednja stranica oglašavala je druga djela koja je prodavao određeni tiskar ili nakladnik jer je u počecima tiskarstva tiskar djelovao i kao nakladnik.[7] U 15. stoljeću pojavljuju se sajmovi knjiga, od kojih su najpoznatiji sajam knjiga u Frankfurtu i Leipzigu.[8]

Najvažnija središta knjižne industrije u ranoj modernoj Europi bila su: Venecija u 16. stoljeću, Amsterdam u 17. stoljeću i London u 18. stoljeću.[9] Venecijanska knjižna industrija djelovala je kao kapitalistička organizacija koju je kontrolirala mala skupina pojedinaca, a financijsku potporu osiguravali su imućni trgovci.[10] Poznati venecijanski tiskar i nakladnik, Aldo Manuzio, koji je djelovao od sredine 15. do početka 16. stoljeća, stekao je svoju reputaciju objavljujući djela grčkih i latinskih autora, a u tim je izdanjima upotrijebio nova kurzivna slova, što je njegova izdanja izdvajalo od ostalih.[11] Također, Manuzio je uveo novost u pogledu formata knjige, jer je djela klasičnih pisca objavljivao u malom osminskom formatu, što je olakšalo prijenos, čitanje te rukovanje knjigom.[12] Aldo Manuzio bio je jedan od najboljih tiskara i nakladnika u to vrijeme, a njegova izdanja bila su jamstvo najviše kvalitete knjiga u cijeloj Europi.

U 16. stoljeću dolazi do velikih promjena na području proizvodnje i distribucije knjiga. Najvažnija promjena očituje se u procesu odvajanja funkcija knjižara, nakladnika i tiskara, koje je do tada obavljao samo tiskar.[13] Središnju ulogu u prodaji knjiga preuzimaju nakladnici, iako su djelatnosti navedenih profesija i dalje bile povezane. Prvi nakladnik koji nije posjedovao

[4] Usp. Kovač, Miha. Nav.dj., str. 26.
[5] Ibid, str. 27.
[6] Usp. Stipčević, Aleksandar. Nav.dj., str. 293.
[7] Usp. A companion to the history of the book / uredili Simon Eliot i Jonathan Rose. Oxford: Wiley-Blackwell, 2009. Str. 45.
[8] Ibid.
[9] Ibid, str. 46.
[10] Ibid.
[11] Usp. Stipčević, Aleksandar. Nav. dj., str. 278.
[12] Ibid.
[13] Ibid, str. 319.

svoju tiskaru i koji se bavio isključivo nakladničkom djelatnošću bio je Nijemac Johann Rynmann, koji je djelovao početkom 16. stoljeća. Rynmann je rukopise koje je želio objaviti slao tiskarima u Nürnberg, Augsburg, Basel i u druge njemačke gradove, pa čak i u druge države, npr. u Veneciju.[14] Rynmann je do svoje smrti 1522. godine izdao oko 200 knjiga te je na taj način postao prvim nakladnikom u današnjem smislu te riječi u Europi.[15]

U 17. stoljeću, Nizozemska je postala središte europske tiskarske i nakladničke proizvodnje, Amsterdam je bio europsko središte novinarstva,[16] dok je Antwerpen bio središte knjižne proizvodnje.[17] Knjižna proizvodnja je bila u stalnom porastu, pa je tako u razdoblju od 1675. do 1699. godine u Amsterdamu djelovalo više od 270 knjižara i tiskara.[18] Najpoznatije tiskare bile su tiskare obitelji Plantin i obitelji Elzevir. Tiskara obitelji Plantin bila je jedna od najvećih i najpoznatijih u Europi u to doba, a tiskala je izdanja grčkih i rimskih klasika, djela suvremenih pisaca, medicinske, pravne i druge knjige.[19] Knjige tiskane u Plantinovoj tiskari bile su raskošno opremljene, s mnoštvom ilustracija, tiskane savršenom tehnikom, a bile su namijenjene najviše bogatoj klijenteli diljem Nizozemske, ali i drugih zemalja.[20] Tiskara Elzevir slijedila je primjer Alda Manuzia, te je objavljivala jeftina, ali kvalitetna izdanja klasičnih naslova.[21] Obitelj Elzevir postala je tijekom 17. stoljeća najznačajnija tiskarsko-nakladnička tvrtka u Europi, a do svojeg gašenja 1812. godine, u tiskari je objavljeno preko 5 000 knjiga.[22]

Tijekom 18. stoljeća, London je preuzeo vodstvo Amsterdama kao europske prijestolnice tiskarstva, nakladništva i knjižarstva. Sve do 18. stoljeća, Engleska nije imala razvijenu tiskarsku djelatnost zbog cenzure nametnute od strane vlasti, a tiskari su morali biti članovi tiskarskog ceha kako bi se mogli baviti ovom djelatnošću.[23] U 18. stoljeću Engleska hvata korak s razvojem tiskarstva na ostatku kontinenta. Jedan od najpoznatijih engleskih tiskara iz tog vremena je John Baskerville, čija su slova stekla slavu u cijeloj Europi, a zadržala su se u upotrebi do današnjeg dana.[24] Knjižari u Londonu su, kao i u Veneciji i Amsterdamu, bili poznati po međusobnoj krađi

[14] Usp. Stipčević, Aleksandar. Povijest knjige. Zagreb: Nakladni zavod Matice hrvatske, 1985. Str. 322.
[15] Ibid.
[16] Usp. A companion to the history of the book / uredili Simon Eliot i Jonathan Rose. Oxford: Wiley-Blackwell, 2009. Str. 48.
[17] Usp. Stipčević, Aleksandar. Nav. dj., str. 332.
[18] Usp. Simon, Eliot; Jonathan Rose. Nav.dj., str. 48.
[19] Usp. Stipčević, Aleksandar. Nav. dj., str. 332.
[20] Ibid.
[21] Ibid, str. 335.
[22] Ibid, str. 336.
[23] Ibid.
[24] Usp. Stipčević, Aleksandar. Povijest knjige. Zagreb: Nakladni zavod Matice hrvatske, 1985. Str. 337.

literarne imovine, odnosno po piratstvu.[25] Kako bi se zaštitili od piratstva, knjižari su osnivali saveze te dijelili zajedničke troškove. Udruživanje sredstava tiskarima je omogućilo financiranje velikih i skupih izdanja poput atlasa i enciklopedija, koja su zahtijevala značajna ulaganja.[26] Autori rječnika, povijesnih knjiga te prijevoda klasičnih grčkih djela primali su velike predujmove za objavljivanje svojih djela, što im je olakšavalo pisanje i realizaciju djela.

Razvoj nakladništva u 18. stoljeću doveo je do „rođenja konzumerističkog društva“, koje se iz Engleske proširilo na druge dijelove Europe.[27] Razvoj konzumerističkog društva uvelike je bio povezan s razvojem tiskarskih tehnika, koje su ubrzale proces tiskanja knjiga, novina, časopisa, pamfleta, postera i sl. Godine 1814. Friedrich Koenig je patentirao tiskarski stroj na paru, koji je omogućio tiskanje više od 1000 otisaka na sat. U 19. stoljeću u Engleskoj na nakladničkom polju pojavljuje se uloga literarnog agenta.[28] Prvi agenti nisu samo zastupali autore, nego i nakladnike. Agenti su s jedne strane tražili nakladnike koji će objaviti djela autora kojeg zastupaju, a istodobno su pokušavali nakladnicima osigurati pravo objavljivanja određenih knjiga ili serijala knjiga.[29] Međutim, dvojna uloga literarnih agenata postupno se pretvorila u današnju ulogu agenta kao posrednika između nakladnika i autora, čiji je primarni interes dobrobit autora.

Devetnaesto stoljeće donijelo je promjene u veličini naklade knjiga. Nakladnici u prethodnom stoljeću rijetko su tiskali knjige u nakladi većoj od 2 000 do 3 000 primjeraka, zbog visoke cijene tiskanja knjiga i malog broja kupaca.[30] Međutim, u 19. stoljeću nakladnici su uvidjeli kako su proizvodni troškovi tiskanja najveći za prvih nekoliko tisuća primjeraka, pa su knjige u prvom izdanju tiskali u što većem broju, kako bi ih mogli prodati po nižoj cijeni i pritom ostvariti veću dobit. Tako su se tijekom 19. stoljeća određene knjige tiskale u nakladi od 50 do 100 000 primjerka, a visoke naklade postale su uobičajene za periodičke publikacije, prvenstveno novine i časopise. [31]

Tijekom 19. stoljeća, smanjile su se cijene knjiga, ponajviše zbog velikog pada cijene papira, upotrebe novih tiskarskih strojeva koji su smanjili proizvodne troškove tiska, te

[25] Usp. A companion to the history of the book / uredili Simon Eliot i Jonathan Rose. Oxford: Wiley-Blackwell, 2009. Str. 49.
[26] Ibid.
[27] Ibid, str. 50.
[28] Usp. Thompson, John B. Merchants of Culture: The publishing business in the twenty-first century. Cambridge: Polity Press, 2010. Str. 58.
[29] Ibid, str. 59.
[30] Usp. Stipčević, Aleksandar. Povijest knjige. Zagreb: Nakladni zavod Matice hrvatske, 1985. Str. 481.
[31] Ibid, str. 480.

zahvaljujući napuštanju kožnog i tvrdog uveza i prijelazu na meki uvez knjiga.[32] U 18. stoljeću pojavljuju se i prvi zakoni o autorskom pravu, čiji je cilj bila zaštita autora, nakladnika i tiskara od piratskih izdanja. Prvi takav zakon o autorskom pravu, „Statut kraljice Ane“, donesen je 1709. godine u Engleskoj, a u Francuskoj se sličan zakon donosi 1793. godine.[33] U 19. stoljeću cijena knjige formirala se na osnovi realnih troškova, a ti troškovi su imali tendenciju pada do Prvog svjetskog rata, kada je zbog inflacije došlo do poremećaja cijene knjige.[34]

Tijekom 19. stoljeća osmišljene su nove i usavršene su stare metode za prodaju i oglašavanje knjiga, jer se količina tiskanih knjiga neprestano povećavala, pa je bilo nužno prodati što veći broj knjiga u što bržem roku. Kako bi se olakšala prodaja, ojačana je tradicionalna knjižarska mreža. Svaki veći grad imao je svoju knjižaru, a u velikim gradovima broj knjižara je rastao usporedno s rastom broja stanovnika.[35] Knjižari su izdavali vlastite prodajne kataloge koje su slali svojim potencijalnim kupcima, a reklamirali su se preko novinskih oglasa, ali i putem plakata i letaka. U cilju bolje prodaje, knjige se u to doba počinju prodavati na novinskim kioscima, na željezničkim stanicama i sl. Knjižari su u 19. stoljeću radi očuvanja strukovnih interesa počeli osnivati svoja udruženja diljem Europe.[36]

Dvadeseto stoljeće donosi velike promjene u proizvodnji, oblikovanju i prodaji knjiga. Knjige su u 20. stoljeću imale veliku utjecaj na društvenom i političkom polju, ali su dobile konkurenciju u obliku televizije, kinematografije, radija, računala i Interneta. Međutim, interes čitateljske publike za knjigom stalno je rastao, a razvoj tiskarskih tehnika i smanjene cijene papira omogućile su tiskanje velikog broja jeftinih i popularnih izdanja, posebno nakon Drugog svjetskog rata.[37] Jeftina izdanja mekog uveza napravila su revoluciju u svijetu tiskane riječi, jer su se u tim izdanjima počela tiskati znanstvena i klasična djela, što ih je učinilo dostupnima širokoj čitateljskoj publici.

Pravi primjer uspjeha mekog izdanja predstavljala je serija knjiga Penguin Books koja se pojavila 1935. godine u Engleskoj, a odlikovala se uniformiranim izgledom, pristupačnim cijenama i izvrsnim izborom naslova (beletristika, klasična izdanja, izdanja iz različitih znanstvenih područja).[38] Ova serija postigla je izvanredan uspjeh u svim zemljama engleskog govornog područja, a prodavala se putem novih distribucijskih kanala: na novinskim kioscima, u

[32] Usp. Stipčević, Aleksandar. Povijest knjige. Zagreb: Nakladni zavod Matice hrvatske, 1985. Str. 480.
[33] Ibid, str. 482.
[34] Ibid.
[35] Ibid.
[36] Ibid.
[37] Ibid, str. 505.
[38] Ibid, str. 510.

robnim kućama, putem pošte i sl. Nakladnička kuća Penguin Books je šezdesetih godina 20. stoljeća objavljivala preko 250 naslova godišnje, a knjige su se u prvim izdanjima tiskale u 50 do 65 tisuća primjeraka, a kasnije prema potrebama tržišta.[39] Zanimanje čitatelja za izdanja nakladničke kuće Penguin Books raslo je diljem Europe, ali i drugih kontinenata, te je ona proširila svoju djelatnost i na druge zemlje i s vremenom se pretvorila u multinacionalnu tvrtku s podružnicama u SAD-u (od 1950.), Australiji (1947.) i mnogim drugim zemljama.[40] Ova nakladnička kuća je među prvima u Europi pokrenula trend izdavanja povoljnih, ali kvalitetnih izdanja u mekom uvezu, te su mnoge nakladničke kuće diljem Europe slijedile njen primjer. Tako se 1950-ih godina u Europi izdanja slična Penguin izdanjima pojavljuju u Njemačkoj, Francuskoj i Italiji[41], a tematika naslova bila je raznovrsna: od beletristike, akademskih naslova, izdanja klasika, pa do putopisnih, kriminalističkih, špijunskih, pa čak i pornografskih naslova.[42]

Knjižarstvo u 20. stoljeću razvilo je nove distribucijske kanale, a knjižarska mreža se proširila i razgranala. Nakladnici i knjižari su tiskali svoje kataloge i drugi propagandni materijal koji su zatim slali zainteresiranim organizacijama i pojedincima.[43] U ovom stoljeću pojavljuje se još jedan oblik distribucije knjiga, klub prijatelja knjige (book clubs), koji su se u Europi prvi puta pojavili u Njemačkoj nakon Prvog svjetskog rata.[44] Važnu ulogu u trgovini knjigama imaju i sajmovi knjiga, koji se održavaju svake godine u velikim europskim gradovima. Velika većina europskih zemalja ima svoj sajam knjiga, ali neki od najvažnijih zasigurno su sajmovi knjiga u Frankfurtu, Londonu i Bologni, o čemu će više riječi biti u 5. poglavlju.

Nakladništvo u Europi nakon Drugog svjetskog rata doživjelo je brojne promjene, počevši od pojave brojnih vrsta uveza, novih tehnika tiska i različitih distribucijskih kanala, preko jačanja uloge agenta u poslovanju s nakladnicima, pa do ulaska medijskih konglomerata u polje nakladništva. Najveća promjena dogodila se na polju vlasništva nakladničkih kuća, koje su od privatnih i nezavisnih tvrtki postale dio velikih, transnacionalnih medijskih konglomerata (TMC – Transnational Media Conglomerates).[45] Konglomerati se u Europi pojavljuju 1960-ih godina u Velikoj Britaniji, kada velike korporacije počinju iskazivati zanimanje za nakladničku industriju. Istodobno, to je vrijeme kada su vlasnici mnogih malih nakladničkih kuća odlučili prodati svoje tvrtke jer više nisu bile konkurentne na tržištu, nisu mogle pokriti troškove

[39] Usp. Stipčević, Aleksandar. Povijest knjige. Zagreb: Nakladni zavod Matice hrvatske, 1985. Str. 510.
[40] Ibid.
[41] Ibid, str. 513.
[42] Ibid, str. 510.
[43] Ibid, str. 524.
[44] Ibid.
[45] Usp. Briggs, Asa; Burke, Peter. A Social History of the Media: From Gutenberg to Internet. 3. izd. Cambridge: Polity Press, 2010. Str. 395.

proizvodnje i borile su se za opstanak.[46] Prodaja tvrtki vlasnicima se činila kao logično rješenje financijskih problema s kojima su se suočavali, jer su uvidjeli da sa svojim obiteljskim tvrtkama ne mogu konkurirati velikim nakladničkim kućama na tržištu.

Nakladništvo je krajem 20. stoljeća postala djelatnost kojom su se sve manje bavile male, obiteljske tvrtke, te je postalo dio velikih medijskih konglomerata. Unutar njih, nakladništvo osigurava mali udio u cjelokupnoj zaradi. Tako je primjerice, nakladnička tvrtka Random House 2000. godine ostvarila profit od 2 milijarde dolara, što je predstavljalo samo 12% svih prihoda njenog matičnog konglomerata Bertelsmanna.[47] Najveći europski konglomerati na početku 21. stoljeća, uz njemački Bertelsmann, su: nizozemski konglomerat Wolters Kluwer, nizozemsko-britanski Reed Elsevier, britanski Pearson PLC te francuski Vivendi Universal i Lagardère.[48] Navedene europske tvrtke imaju povijest vezanu uz nakladništvo, od kojih su neke u početku i bile nakladničke tvrtke, što ih razlikuje od američkih konglomerata Time Warnera, Disneya i Viacoma, koji su kroz povijest bili više povezani s filmovima, glazbom i televizijom.[49]

Pojava medijskih konglomerata unijela je promjene u način prodaje i distribucije knjiga, ali i drugih medija. Prodaja knjiga se pojavljuje i na Internetu, a pojedine knjižare u potpunosti djeluju online. Veliki lanci knjižara pojavljuju se u svim većim gradovima u Europi, a interijer i vanjski izgled knjižare su standardizirani, tako da svaka knjižara određenog knjižarskog lanca nalikuje jedna drugoj. Također, knjižare se počinju otvarati u velikim trgovačkim centrima, smještenima na rubovima grada, a kao načine privlačenja što većeg broja kupaca, knjižare organiziraju promocije knjiga s gostujućim autorima, te različite vrste popusta. Suvremene knjižare počele su koristiti marketinške tehnike za prodaju knjiga slične onima u supemarketima za prodaju živežnih namirnica, a sve u cilju privlačenja što većeg broja kupaca i poticanja potrošnje.[50]

Kraj 20. stoljeća u Europi je obilježen stvaranjem Europske unije, ekonomske i političke zajednice europskih zemalja, koja trenutno broji 27 članova.[51] Osnivanje Unije donijelo je mnoge prednosti nakladničkoj industriji u vidu lakše suradnje između nakladničkih kuća i povećanja konkurentnosti na tržištu, a unutar Unije osnovana je posebna udruga europskih

[46] Usp. Thompson, John B. Merchants of Culture: The publishing business in the twenty-first century. Cambridge: Polity Press, 2010. Str. 102.
[47] Usp. Briggs, Asa; Burke, Peter. Nav. dj., str. 397.
[48] Ibid.
[49] Ibid.
[50] Usp. Miller, Laura, J. Reluctant capitalists: bookselling and the culture of consumption. Chicago: The University of Chicago Press, 2007. Str. 88.
[51] Usp. EUROPA: Basing information on the European Union. URL: http://europa.eu/about-eu/basic-information/index_en.htm (2011-08-16)

nakladnika, zadužena za zakonodavstvo, oporezivanje i regulaciju nakladničke industrije o čemu će više riječi biti u 4. poglavlju. Suvremeno europsko nakladništvo više nije orijentirano isključivo na prodaju knjiga i periodičkih publikacija, nego i na licenciranje baza podataka, elektroničko nakladništvo, a odnedavno i na promociju i prodaju e-knjiga, a europski konglomerati počinju osvajati američko tržište.

3. Nakladnička industrija na tržištu Europske unije

Nakladnički sektor od velike je važnosti za Europsku uniju i njene stanovnike, jer ima važnu ekonomsku ulogu i ključan je za razvoj kulture, obrazovanja i informacijskog društva. Nakladnička industrija doživjela je brojne promjene nakon stvaranja Europske unije, ponajprije u vidu određivanja politike djelovanja, financiranja djelatnosti, te određivanja jedinstvene cijene knjige i poreza na dodanu vrijednost na knjige. Nakladnički sektor u Europskoj uniji je pod ingerencijom Glavnog direktorata za informacijsko društvo i medije Europske komisije (DG Information Society and Media).[52] Komisija je nakladničku industriju podijelila u 4 sektora: nakladništvo novina (37% proizvodnje unutar sektora), nakladništvo magazina i znanstvenih časopisa (32%), nakladništvo knjiga (25%) te nakladništvo direktorija i baza podataka (6%).[53] Nakladnička industrija unutar Europe čini 0.5% BDP-a, vrijednost godišnje proizvodnje je 121 milijarda eura, a industrija ima preko 750 000 zaposlenih unutar 64 000 nakladničkih i 50 000 drugih tvrtki, međutim, ove su brojke u stalnom padu zbog konkurencije Interneta.[54]

Europsko tržište knjiga nije homogenizirano, te postoje značajne razlike u načinu na koji se knjige proizvode, distribuiraju i oglašavaju diljem zemalja Europske unije. Pokušaji analiziranja i usporedbe tih razlika su rijetki i većinom su rezultati inicijativa pokrenutih od strane Europske komisije.[55] Statistika o knjižnoj industriji i istraživanja o suvremenom nakladništvu ostala su izvan akademskog djelokruga iz tri razloga: istraživanja o industriji bila su zanimljiva samo povjesničarima; profesori iz područja nakladništva pojavili su se u akademskoj zajednici tek krajem 20. stoljeća te sve donedavno nisu provodili istraživanja o knjižnoj industriji; knjiga je dugo vremena bila smatrana medijem koji nema veliku političku ni

[52] Usp. Media Tasks Force: The EU Publishing Industries. URL: http://ec.europa.eu/information_society/media_taskforce/publishing/index_en.htm (2011-08-17)
[53] Usp. EurActiv: The publishing industry. URL: http://www.euractiv.com/en/infosociety/publishing-industry-archive/article-148754?display=normal (2011-08-17)
[54] Ibid.
[55] Usp. Kovač, Miha. Patterns and trends in European book production and consumption: some inital observations. // The Public 11, 4(2004). URL: http://www.javnost-thepublic.org/media/datoteke/kovac-4-2004-2.pdf (2011-08-17)

ekonomsku vrijednost.[56] U Europi nacionalni statistički biroi nisu redovito prikupljali podatke o nakladničkoj industriji kao što su to činili za druge industrije (tekstilna, drvna itd.), a oni koji su prikupljali podatke, činili su to nasumično, kombinirajući nakladničku i tiskarsku industriju te koristeći neusklađene metodološke pristupe.[57] U sljedećem poglavlju prikazati će se i usporediti najrelevantniji podaci iz izvješća o nakladničkom tržištu knjiga u zemljama Europske unije, čime će se dati uvid u snage i slabosti tržišta, kao i prijedlozi za njegovo jačanje.

3.1. Izvješće o europskom nakladničkom tržištu (Publishing market watch 2004.- Sectoral report 2: Book publishing)

Izvješće o europskom nakladničkom tržištu je 12-mjesečni projekt koji analizira kompetitivnost europske nakladničke industrije. Projekt je nastao pod pokroviteljstvom Direktorata Europske komisije, a proveden je u suradnji konzultantske agencije Rightscom iz Londona i Škole za ekonomiju i administrativno poslovanje iz Turkua, Finska (Turku School of Economics and Business Administration).[58] Ovaj projekt osmišljen je kako bi pomogao Europskoj komisiji prepoznati izazove s kojima se suočava nakladnička industrija u Europi te kako bi pružio nakladnicima vrijedne podatke koji će im pomoći u naporima održavanja i poboljšanja svoje konkurentnosti, koja se odražava u sposobnosti tržišta da održava kontinuirani rast dohotka i životnog standarda.[59]

U istraživanju su korišteni službeni podaci europskih nacionalnih statističkih servisa, baze podataka Eurostat, podaci iz marketinških istraživanja i trgovačkih društava, te podaci Europske unije o stanju nakladničke industrije u državama članicama u razdoblju od 1995. do 2001.[60] Obrađeni su podaci iz 15 zemalja članica Europske unije: Austrije, Belgije, Danske, Finske, Francuske, Grčke, Irske, Italije, Luksemburga, Nizozemske, Njemačke, Portugala, Španjolske, Švedske i Velike Britanije, te novih država članica: Cipra, Češke, Estonije, Latvije, Litve, Mađarske, Malte, Poljske, Slovačke i Slovenije.[61] Ciljevi projekta su: povećati znanje i razumijevanje Europske komisije o nakladničkoj industriji, osvijestiti Europsku komisiju o važnosti osmišljavanja politika vezanih uz nakladništvo te poboljšati znanje i razumijevanje o

[56] Usp. Kovač, Miha. Patterns and trends in European book production and consumption: some inital observations. // The Public 11, 4(2004). URL: http://www.javnost-thepublic.org/media/datoteke/kovac-4-2004-2.pdf (2011-08-17)
[57] Ibid.
[58] Usp. Publishing Market Watch: Sectoral Report 2: Book Publishing, 2004. URL: http://www.rightscom.com/Portals/0/European%20Book%20Publishing%20Report.pdf (2011-08-18)
[59] Ibid.
[60] Ibid.
[61] Ibid.

izazovima kompetitivnosti u europskoj nakladničkoj industriji.[62] Projekt pokriva četiri sektora nakladničke industrije: knjige, novine, magazine i časopise, te direktorije i baze podataka, međutim u sljedećim poglavljima biti će prikazani statistički podaci isključivo iz područja nakladništva knjiga.

Nakladnička industrija knjiga sastoji se od nekoliko sektora: potrošačkog ili tržišnog nakladništva (trade publishing), obrazovnog ili školskog nakladništva, akademskog nakladništva te poslovnog i profesionalnog nakladništva.[63] Statistički podaci prikupljeni su iz 15 originalnih država članica Europske unije, a u pojedinim sektorima dodani su podaci o nakladničkom tržištu novih država članica.

3.1.1. Prodaja knjiga na europskom tržištu

Statistike o prodaji knjiga unutar knjižnih tržišta dostupne su u većini zemalja članica Europske unije, no unutar 15 država u kojima je ispitivanje provedeno postoje velike problemi u dostupnosti određenim podacima, a postoje i brojne nedosljednosti unutar postojećih podataka. Jedan od najvećih problema je izvor podataka.[64] Nacionalne udruge nakladnika prikupljaju informacije isključivo od tvrtki koje su u njihovom članstvu, što daje nepotpun broj nakladničkih kuća i samim time nepotpune podatke. U nekoliko zemalja pouzdanije podatke o prodaji knjiga dale su nacionalne udruge knjižara. Određeni nacionalni statistički uredi i vladini kulturni odjeli također pružaju informacije o prodaji knjiga, ali se koncentriraju isključivo na prikupljanje podataka o broju objavljenih naslova.[65]

Ukupna vrijednost od prodaje knjiga na europskom knjižnom tržištu 2001. godine iznosila je 26.6 milijardi eura.[66] Najveće tržište po vrijednosti prodaje imala je Njemačka, gdje je vrijednost knjižne prodaje 2000. i 2001. godine iznosila oko 9.4 milijarde eura, što predstavlja jednu trećinu tržišta 15 europskih zemalja. Tijekom 2002., prihodi na njemačkom tržištu su se počeli smanjivati.[67] Velika Britanija ima drugo najveće knjižno tržište u Europi, koje je 2002. godine ostvarilo prihode od 5.5 milijardi eura, a prema podacima iz istraživanja, Velika Britanija i Njemačka imaju veliki izvoz knjiga u zemljama njihovog govornog područja.[68] Ove dvije

[62] Usp. Publishing Market Watch: Sectoral Report 2: Book Publishing, 2004. URL: http://www.rightscom.com/Portals/0/European%20Book%20Publishing%20Report.pdf (2011-08-21)
[63] Ibid.
[64] Ibid.
[65] Ibid.
[66] Ibid.
[67] Ibid.
[68] Ibid.

države imaju najveće knjižno tržište u Europi, a velikim knjižnim tržištima pripadaju i ona Italije, Francuske, i Španjolske, dok su tržišta Austrije, Belgije, Danske, Finske i Švedske u stalnom porastu.[69] Ostatak država ima znatno manja tržišta.[70]

3.1.2. Distribucijski kanali za prodaju knjiga

Podaci o distribucijskim kanalima prodaje knjiga nisu dostupni za sve europske zemlje u kojima se provodilo istraživanje, ali u većini ispitanih zemalja, maloprodaja je i dalje dominantni distribucijski kanal. U Francuskoj je 50% prodajne vrijednosti ostvareno putem maloprodaje (uključujući knjižare, supermarkete i multimedijske trgovine), 21% putem književnih klubova te 9% putem drugih distribucijskih kanala (uključujući prodaju „vrata do vrata“).[71] Maloprodaja je unutar nakladničkog sektora podijeljena na knjižare (18% ukupne vrijednosti prodaje), hipermarkete (18%) i multimedijske trgovine (20%).[72] U Njemačkoj je vrijednost prodaje putem svih maloprodajnih kanala iznosila 63%, od čega 28% odlazi na knjižne klubove, direktnu prodaju i narudžbe poštom, 58% na maloprodajne trgovine u poslovnim četvrtima („high street retailer“), 5% na supermarkete i 9% na ostale kanale.[73] U Velikoj Britaniji 73% vrijednosti prodaje odlazi na knjižare unutar lanaca, 21% na knjižne klubove i narudžbe poštom te 6% na prodaju putem Interneta.[74]

3.1.3. Broj objavljenih naslova knjiga

Unutar velikih nakladničkih tržišta u 15 originalnih država članica Europske unije, broj objavljenih naslova redovito je rastao u Velikoj Britaniji, Španjolskoj i Francuskoj, dok je u Njemačkoj broj naslova rastao do 2001. godine, no u 2002. godini bio je u padu.[75] Na manjim tržištima proizvodnja novih naslova je stabilna, osim u Portugalu, gdje se povećao broj objavljenih naslova te u Švedskoj, gdje se smanjio broj objavljenih knjiga.[76] Među novim državama članicama, najveći broj novih naslova imala je Poljska, gdje je najveći broj naslova objavljen 2000. godine, nakon čega je broj naslova u opadanju. Nakladništvo je u većini novih zemalja djelatnost malih razmjera, osim u Poljskoj, gdje je nakladnička industrija vrlo

[69] Usp. Publishing Market Watch: Sectoral Report 2: Book Publishing, 2004. URL: http://www.rightscom.com/Portals/0/European%20Book%20Publishing%20Report.pdf (2011-08-21)
[70] Ibid.
[71] Ibid.
[72] Ibid.
[73] Ibid.
[74] Ibid.
[75] Ibid.
[76] Ibid.

razvijena.[77] Podaci o nakladničkom tržištu u novim državama članicama govore kako je nakladništvo u većini novih zemalja članica fragmentirano i sastoji se od nakladničkih kuća koje objavljuju mali broj naslova.

3.1.4. Broj zaposlenika

Ukupan broj zaposlenika u nakladničkoj industriji u 15 zemalja Europske unije 2001. godine bio je 140 000.[78] Iz prikupljenih podataka ne može se izvući uzorak koji se ponavlja u svim zemljama uključenima u istraživanje. Zapošljavanje u industriji povećalo se u Danskoj, Nizozemskoj i Velikoj Britaniji, dok se broj zaposlenika smanjio u Italiji i Francuskoj.[79] Prema dostupnim podacima za nove zemlje članice, najveći broj zaposlenih u nakladničkoj industriji bio je u Poljskoj, gdje je 2001. godine radilo preko 14 000 zaposlenika. Broj zaposlenika u Poljskoj ostvario je veliki porast od gotovo 40% u vremenskom razdoblju od 1995. godine do 2001.[80]

3.1.5. Troškovi po zaposleniku

Prosječni troškovi po zaposleniku u 15 europskih država iznosili su od 35 000 – 45 000 eura. Austrija, Danska, Italija, Nizozemska, Švedska i Velika Britanija su 2000. godine imale najveće troškove po zaposleniku u Europi, međutim, taj broj se smanjio 2001. godine.[81] Troškovi po zaposleniku u novim državama članicama su znatno manji nego u 15 ostalih država. Samo su u Sloveniji troškovi osoblja po zaposleniku dosegli razinu Portugala (u kojem su oni najniži u 15 država), a opći trend pokazuje povećanje troškova po zaposleniku u većini zemalja.[82]

3.1.6. Ukupni prihodi

Ukupni prihodi nakladničke industrije 15 originalnih europskih zemalja 2001. godine iznosili su preko 30 milijardi eura.[83] Tijekom 2000. i 2001. godine, mjereno prema nominalnom tečaju, nakladnička industrija u Velikoj Britaniji postala je najveća u Europi po količini zarade,

[77] Usp. Publishing Market Watch: Sectoral Report 2: Book Publishing, 2004. URL: http://www.rightscom.com/Portals/0/European%20Book%20Publishing%20Report.pdf (2011-08-21)
[78] Ibid.
[79] Ibid.
[80] Ibid.
[81] Ibid.
[82] Ibid.
[83] Ibid.

dok je industrija u Njemačkoj pala na drugo mjesto po veličini.[84] Nominalne vrijednosti dohotka pokazuju da je od novih država članica, nakladnička industrija u Poljskoj gotovo dvostruko povećala svoje prihode od 1995. do 2001. godine.[85] Među novim državama članicama, nakladničke industrije koje imaju stalni rast su: Mađarska, Slovačka i Slovenija.[86] U smislu kupovne moći, njemačka nakladnička industrija i dalje je na prvom mjestu, te je u prednosti nad Velikom Britanijom. Kupovna moć među novim državama članicama najveća je u Poljskoj, te u Mađarskoj.[87]

3.1.7. Dodana vrijednost

Dodana vrijednost označava ukupnu godišnju proizvodnju dobara i usluga koje proizvode tvrtke u određenoj industriji. Ukupni iznos dodane vrijednosti svih industrija unutar države jednak je bruto domaćem proizvodu (BDP).[88] Kada se dodana vrijednost u nakladničkoj industriji usporedi s BDP-om, nakladničke industrije novih država članica pridonose 0.15% BDP-u, što je za trećinu više nego u 15 preostalih zemalja Europske unije, koje pridonose 0.11% BDP-u.[89] Nakladnička industrija Velike Britanije s 0.18% ima najveći doprinos BDP-u, a slijede ju Nizozemska, Španjolska i Danska.[90] Porast dodane vrijednosti tijekom šest godina (1995. – 2001.) pokazuje sličan uzorak kao i ukupni prihodi nakladničke industrije, a to je da je rast vrijednosti različit u većini država. Među novim državama članicama, najveći doprinos nakladničke industrije nacionalnoj ekonomiji je u Poljskoj, gdje ona čini 0.37% BDP-a, nakon čega slijedi Litva, gdje je doprinos nakladničke industrije nacionalnoj ekonomiji 0.21%.[91]

3.1.8. Radna učinkovitost

Najznačajniji pokazatelj kompetitivnosti industrije je dodana vrijednost po zaposleniku, jer prikazuje produktivnost industrije. Dodana vrijednost po zaposleniku u nakladničkoj industriji povećala se između 1995. i 2000. godine u većini zemalja Europske unije.[92] Države s najvećom dodanom vrijednosti po zaposleniku su Belgija, Italija i Velika Britanija, a države s

[84] Usp. Publishing Market Watch: Sectoral Report 2: Book Publishing, 2004. URL: http://www.rightscom.com/Portals/0/European%20Book%20Publishing%20Report.pdf (2011-08-22)
[85] Ibid.
[86] Ibid.
[87] Ibid.
[88] Ibid.
[89] Ibid.
[90] Ibid.
[91] Ibid.
[92] Ibid.

najmanjom vrijednosti su Švedska i Portugal.[93] Najveći rast u području radne učinkovitosti dogodio se u Austriji i Italiji.[94] Dostupna statistika govori kako nove države članice imaju manju radnu učinkovitost u smislu dodane vrijednosti po zaposleniku, ali nije utvrđeno iz kojih razloga, te je potrebna podrobnija analiza tog sektora.

3.1.9. Rezultati izvješća o europskom nakladničkom tržištu

Izvješće o nakladničkoj industriji upotrijebilo je kao mjere za analiziranje industrijskih trendova dvije stavke: ukupan prihod nakladničkih tvrtki i prodaju knjiga.[95] Statistički podaci o nakladničkoj industriji unutar godina u kojima je provedeno istraživanje pokazuju da je ona gotovo statična u sektoru ukupnih prihoda, što dokazuje zrelost industrije.[96] Prodaja knjiga po glavi stanovnika je stabilna diljem država Europske unije jer je knjiga ostala popularna među čitateljima, međutim, veliki izazov za industriju jest pronalazak inovativnih marketinških strategija kako bi se povećao broj čitatelja knjiga i obnovio rast tržišta. Većina knjiga prodana je putem maloprodajnih kanala, međutim, u određenim zemljama sve veću važnost dobivaju knjižni klubovi te prodaja putem Interneta.[97] Najčešći maloprodajni kanali bili su knjižare, supermarketi i multimedijske trgovine. Najveće nakladničke industrije su one Njemačke, Velike Britanije, Francuske i Italije. Broj objavljenih naslova svake godine raste u većini zemalja, a Velika Britanija proizvodi najveći broj naslova po milijunskoj populaciji.[98]

Broj tvrtki je stabilan, a prosječna veličina tvrtki je mala, jer većina objavljuje između 20 i 40 naslova godišnje. Broj zaposlenih osoba u nakladništvu ostao je stabilan ili je u laganom padu u većini zemalja, osim u Nizozemskoj i Poljskoj, gdje je uočen stalni rast, te u Velikoj Britaniji, gdje se taj broj povećao 2001. godine.[99] Troškovi po zaposleniku se razlikuju, jer mnoge države pokazuju uspone i padove u ovome sektoru. Nakladnička industrija Velike Britanije ima najveći doprinos BDP-u, a slijede ju Nizozemska, Španjolska i Danska.[100] U smislu radne učinkovitosti (dodana vrijednost po zaposleniku), Belgija, Italija i Velika Britanija su ostvarile najveću učinkovitost. Uočen je trend porasta radne učinkovitosti u većini zemalja, ali ne u svima.

---

[93] Usp. Publishing Market Watch: Sectoral Report 2: Book Publishing, 2004. URL: http://www.rightscom.com/Portals/0/European%20Book%20Publishing%20Report.pdf (2011-08-21)
[94] Ibid.
[95] Ibid.
[96] Ibid.
[97] Ibid.
[98] Ibid.
[99] Ibid.
[100] Ibid.

U poslovanju kao što je nakladništvo, koje se većinom oslanja na treću stranu pri prodaji svojih proizvoda, obujam prodaje može rasti dok ukupni prihodi nakladnika padaju, jer distribucijski kanali mogu uzeti veći postotak prilikom svake transakcije.[101] Financijska analiza ovog izvješća zasnovana je na ukupnom prihodu nakladničkih kuća, a podaci o prodaji knjiga koji su se koristili u ovom izvješću ne govore o broju ljudi koji kupuju knjige, nego o ukupnom broju prodanih knjiga. Povećana prodaja ili prihodi od prodaje ne znače nužno povećan broj ljudi koji kupuju knjige, nego mogu značiti da je broj kupaca ostao statičan, ali da svaki kupac kupuje više naslova.[102]

Nakladništvo ovisi o različitim vrstama maloprodaje, a u nekim zemljama Europske unije maloprodajni kanali postaju sve više koncentrirani. Knjige se sve više prodaju u lancima knjižara i supermarketima umjesto u tradicionalnim knjižarama, a supermarketi žele prodavati samo bestsellere i traže velike popuste od nakladnika.[103] Ovaj trend izražen je u zemljama koje nemaju fiksnu cijenu knjige, pa supermarketi i veliki knjižarski lanci žele ponuditi knjige kupcima po niskoj cijeni. U nekim državama, poput Italije i Francuske, samo jedan maloprodajni kanal je dominantan na tržištu, a u drugim državama, poput Njemačke, nije izražena dominantnost samo jednog maloprodajnog kanala.[104] Nakladnička industrija ove izazove je riješila uvođenjem inovacija u marketing proizvoda te povećanjem učinkovitosti, ali nije osmislila odgovarajuća tehnološka rješenja. E-knjige još uvijek ne zauzimaju značajan dio tržišta iako je upotreba tiska na zahtjev u porastu, posebno u akademskom nakladništvu.[105] Europski nakladnici upotrebljavaju Internet prvenstveno kao marketinški medij i ne koriste ga često kao kanal za isporuku novih proizvoda, u čemu gube veliki dio tržišta od strane američkih tvrtki. Nakladnička industrija u Europi zbog svoje veličine i broja velikih medijskih konglomerata ima priliku konkurirati ostalim svjetskim tržištima, međutim, potrebno je provesti određene mjere kako bi se osigurao kontinuirani rast i razvoj tržišta.

Neke od mjera koje bi europska nakladnička industrija trebati provesti kako bi zadržala konkurentnost i rast tržišta su: osiguravanje rasta tržišta putem različitih pristupa marketingu (izravni i neizravni marketing), osmišljavanje marketinških strategija za nove kategorije knjiga koje su namijenjene dijelu populacije koji ne kupuje knjige, upotreba Interneta kako bi se stvorio izravan kanal za individualne potrošače i kako bi se pristupilo različitim grupama potrošača,

[101] Usp. Publishing Market Watch: Sectoral Report 2: Book Publishing, 2004. URL: http://www.rightscom.com/Portals/0/European%20Book%20Publishing%20Report.pdf (2011-08-21)
[102] Ibid.
[103] Ibid.
[104] Ibid.
[105] Ibid.

osiguravanje dostupnosti knjiga na različitim mobilnim uređajima (mobitelima, digitalnim glazbenim uređajima, elektroničkim čitačima knjiga i sl.), povećanje broja naslova dostupnih putem Interneta, pogotovo u akademskom i poslovnom sektoru, te osiguravanje bolje povezanosti s drugim medijima u smislu promocije putem televizijskih programa, novinskih oglasa i publiciteta kroz dobivene nagrade.[106] Nakladništvo u Europi još nije doživjelo radikalne promjene, ali kontinuirane inovacije biti će nužne kako bi se odgovorilo na kratkoročne i dugoročne izazove.

3.2. Programi Europske unije za potporu knjizi i nakladničkoj industriji

Europska nakladnička industrija jedna je od vodećih nakladničkih industrija u svijetu, čija godišnja zarada premašuje 40 milijardi eura godišnje.[107] Knjige su temeljni dio europske kulture, međutim, na europskoj razini nema značajnih i trajnih programa za potporu knjižnom sektoru. Unatoč ekonomskoj i kulturnoj važnosti knjižne industrije, potpora koju prima ova industrija neusporedivo je manja u usporedbi s potporama koje prima filmska industrija.[108] U Europskoj uniji poseban naglasak je stavljen na promociju višejezičnosti i informacijskog društva, pa je nužno da Europska komisija osmisli programe koji su usmjereni na promociju knjige kao kulturnog dobra. Programi bi trebali pomoći nakladnicima u prevladavanju izazova koje donosi digitalno doba u vidu marketinga i obučavanja unutar sektora, kao i u postupnom usvajanju digitalnih sustava za pretvorbu sadržaja.[109]

Trenutni programi nisu dovoljno prilagođeni posebnim značajkama kulturnih industrija koje nisu audio-vizualne, a u nedostatku posebnog proračuna za kulturne industrije, jako malo knjižnih projekata može dobiti potporu. Kulturni program, glavni program potpore kulturnim industrijama, ulaže samo 400 milijuna eura u sektore koji nisu audio-vizualni u razdoblju od 2007. do 2013. (0.04% proračuna Europske unije), dok je u Medijski program za kinematografiju i audio-vizualne sektore uloženo 755 milijuna eura u istom razdoblju.[110] Također, kulturni program financira prijevode beletristike s jednog europskog jezika na druge europske jezike s iznosom od 10.2 milijuna eura u razdoblju od 2007. do 2013. (u prosjeku 1.7 milijuna eura

[106] Usp. Publishing Market Watch: Sectoral Report 2: Book Publishing, 2004. URL: http://www.rightscom.com/Portals/0/European%20Book%20Publishing%20Report.pdf (2011-08-21)
[107] Usp. Europe and the book: advocacy report of the Federation of European Publishers in favour of European programes for books, 2008. URL: http://www.fep-fee.be/documents/FEP_EPB_DRAFT_VER2909_EN_002.pdf (2011-08-23)
[108] Ibid.
[109] Ibid.
[110] Ibid.

godišnje), što je mala svota u odnosu na europski cilj promocije višejezičnosti.[111] Tijekom posljednjih godina, kulturni program Europske unije osigurao je potporu prijevoda 300 knjiga godišnje, pa je u razdoblju od 2001. do 2006. godine prevedeno 1860 knjiga godišnje zahvaljujući ovome programu.[112]

Doprinosi kulturnog programa vezani za tradicionalno nakladništvo su vrlo ograničeni, a većina proračuna namijenjena je promociji mobilnosti umjetničkih djela (što uključuje posebne mjere za kulturno naslijeđe) te poticanju kulturnog dijaloga. Na inicijativu francuske vlade 2005. godine, uz potporu Europskog udruženja nakladnika (Federation of European Publishers – FEP), podnesen je amandman Europskom parlamentu u korist knjižne i glazbene industrije unutar Kulturnog programa 2007. godine, no on nije bio usvojen.[113] Nakladnici su podržali odluku Glavnog direktorata za Europsku komisiju, koji je predložio osnivanje književne nagrade Europske unije, koja bi se dodjeljivala svake godine. Ova inicijativa, vrijedna 300 000 eura, prvi je korak u izgradnji politike koja financira projekte koji su izravno povezani s nakladničkom industrijom.[114]

Europski parlament je 2007. godine pozvao države članice i Europsku komisiju na povećanje financijske potpore prijevodima literarnih djela, jer proračun namijenjen europskim kulturnim programima nije bio dovoljan za tu svrhu. Također, Europski parlament izrazio je nezadovoljstvo količinom sredstava koji se dodjeljuju kulturnim i kreativnim industrijama.[115] Prijedlog za rješavanje navedenih nedostataka jest osnivanje programa sličnog MEDIA programu[116] (program potpore Europske unije audiovizualnoj industriji), završetak inicijative implementacije europske digitalne knjižnice, poticanje i potpora glazbene, kazališne i nakladničke industrije kako bi se olakšala međunarodna distribucija djela, te osnivanje posebnog mehanizma unutar kulturnog programa koji bi omogućio navedenim industrijama pristup financijama u svrhu promocije knjiga, glazbe i profesionalnog obučavanja.[117] Kako bi se dobili konkretni rezultati u vidu veće potpore nakladničkoj industriji, razvoju digitalnih knjižnica i

[111] Usp. Europe and the book: advocacy report of the Federation of European Publishers in favour of European programes for books, 2008. URL: http://www.fep-fee.be/documents/FEP_EPB_DRAFT_VER2909_EN_002.pdf (2011-08-23)
[112] Ibid.
[113] Ibid.
[114] Ibid.
[115] Ibid.
[116] Usp. European Commission: MEDIA Programme. URL: http://ec.europa.eu/culture/media/index_en.htm (2011-08-24)
[117] Usp. Europe and the book: Advocacy report of the Federation of European Publishers in favour of European programes for books, 2008. URL: http://www.fep-fee.be/documents/FEP_EPB_DRAFT_VER2909_EN_002.pdf (2011-08-24)

obučavanju nakladnika, Europska udruga nakladnika 2007. godine predložila je 20 mjera koje bi se trebale provesti na europskoj razini. Mjere su podijeljene u 4 polja: kultura, obrazovanje i obučavanje; digitalne knjižnice; programi orijentirani na zemlje i ekonomije u razvoju te europska politika o knjižnoj industriji.[118]

Mjere u području kulture, obrazovanja i obučavanja[119]:

1. Prilagodba kulturnog programa kako bi se uzele u obzir određene značajke nakladničke industrije; postavljanje odbora stručnjaka iz nakladničke industrije te jačanje višegodišnjih operativnih projekata povezanih s ovom industrijom.

2. Povećanje potpora za prijevode, uključujući beletristiku te osiguravanje potpore za obučavanje nakladnika na stranim jezicima i specijaliziranih prevoditelja, kao i stvaranje mreže prevoditelja.

3. Osiguravanje sredstava za sudjelovanje na međunarodnim sajmovima knjiga.

4. Potpora autorima koji sudjeluju u kulturnim događanjima u Europi i drugim zemljama te osnivanje europskih nakladničkih ureda u Europi i drugim zemljama (Kina, SAD).

5. Osnivanje tečajeva za obučavanje i razvijanje određenih kvalifikacija u europskom nakladničkom sektoru.

6. Potpora za daljnje akcije namijenjene poticanju čitateljskih navika među mladim ljudima i ugroženim skupinama diljem Europe.

Mjere na polju digitalnih knjižnica[120]:

7. Osiguravanje financijskih sredstava za razvoj digitalnog i digitaliziranog sadržaja.

8. Osiguravanje financijske potpore za obuku profesionalaca u upotrebi alata za digitalizaciju.

9. Daljnja potpora za usvajanje identifikacijskih standarda i metapodataka za tiskane i elektroničke publikacije koje zadovoljavaju potrebe višejezičnih sektora.

10. Potpora međusobnoj povezanosti i strukturiranju baze podataka.

11. Financiranje obuke i prilagodbe knjižara u pripremi za razvoj elektroničkih knjiga.

[118] Usp. Europe and the book: Advocacy report of the Federation of European Publishers in favour of European programes for books, 2008. URL: http://www.fep-fee.be/documents/FEP_EPB_DRAFT_VER2909_EN_002.pdf (2011-08-24)
[119] Ibid.
[120] Ibid.

Mjere orijentirane na zemlje i ekonomije u razvoju[121]:

12. Razvoj programa za prijevode na ili s neeuropskih jezika.

13. Raspodjela obrazovnog proračuna za pribavljanje knjiga.

14. Osiguravanje financijske potpore za stjecanje osnovnih zbirki za knjižnice.

15. Potpora razvoju lokalnih nakladničkih aktivnosti, zajedničkih izdanja i prijenosa prava između lokalnih i europskih nakladnika.

16. Potpora nakladnicima za smanjene cijene knjiga.

17. Poticanje obučavanja nakladnika i knjižara.

Mjere orijentirane na politiku knjižne industrije[122]:

18. Promišljanje o horizontalnim čimbenicima kulturnih politika.

19. Promoviranje provedbe zakona o autorskom pravu u drugim državama te unutar međunarodnih organizacija.

20. Promoviranje slobodnog opticaja knjiga.

Provedbom navedenih mjera trebalo bi se osigurati značajnije financiranje nakladničke industrije u Europi, kvalitetna obuka nakladnika i knjižara te jačanje tržišta poticanjem suradnje nakladničkih kuća u Europi. Kako je riječ o predloženim mjerama koje Europska unija još nije usvojila, potrebno je pratiti europsko nakladničko tržište kako bi se ustanovilo jesu li neke od navedenih mjera usvojene te kakav su utjecaj imale na razvoj samog tržišta.

3.3. Sustavi cijene knjiga u Europi

Glavni cilj politike većine europskih zemalja jest omogućiti nakladnicima izdavanje ne samo komercijalno uspješnih knjiga, nego i djela koja imaju određenu kulturnu i društvenu vrijednost.[123] Ova odluka utjecala je na politiku određivanja cijene knjige, što je dovelo do inicijative uvođenja sustava za određivanje cijene knjiga. U Europi trenutno postoje tri vrste

[121] Usp. Europe and the book: Advocacy report of the Federation of European Publishers in favour of European programes for books, 2008. URL: http://www.fep-fee.be/documents/FEP_EPB_DRAFT_VER2909_EN_002.pdf (2011-08-24)
[122] Ibid.
[123] Usp. Littoz-Monnet, Annabelle. The European politics of book pricing. // West European Politics 28, 1(2005). EBSCO. URL: http://www.ebsco.com/ (2011-08-24)

sustava određivanja cijene knjiga: sustav zakonski određenih fiksnih cijena knjiga, sustav fiksnih cijena uređenih trgovačkim ugovorom, te sustav slobodnih cijena u skladu s prevladavajućim zakonima tržišta.[124] Između navedena tri sustava u zemljama Europske unije, sustav cijena uređenih trgovačkim zakonom djeluje u najmanjem broju država u Europi.[125] Države sa sustavom fiksnih cijena uređenih trgovačkim zakonom se odlučuju na primjenu fiksnih cijena ili slobodnih cijena knjiga. Prema podacima iz 2004. godine, podjela europskih država prema sustavima cijene knjiga bila je sljedeća: sustave fiksnih cijena imale su Austrija, Francuska, Njemačka, Grčka, Italija, Nizozemska, Portugal, Španjolska, sustave fiksnih cijena uređenih trgovačkim ugovorom imale su Danska, Mađarska, Luksemburg, Norveška (razmatra se mogućnost prelaska na sustav fiksnih cijena) i Slovenija, a sustave slobodnih cijena imale su Belgija (postoji mogućnost prelaska na fiksnu cijenu knjige), Cipar, Češka (razmatra se mogućnost prelaska na fiksne cijene knjiga), Estonija, Finska, Island, Irska, Latvija, Litva, Poljska (razmatra se mogućnost prelaska na fiksni sustav plaćanja), Švedska, Švicarska (razmatra se prelazak na fiksne cijene u njemačkom govornom području) te Velika Britanija.[126]

Knjižna tržišta u državama s fiksnom cijenom knjige zadovoljna su s ovim sustavom, dok je nekoliko država sa sustavom trgovačkih ugovora izrazilo želju za prelazak na sustav fiksnih cijena, prvenstveno jer trgovački zakoni, osim cijene knjiga, uređuju i druge kulturne i društvene stavke. Zakoni o fiksnoj cijeni knjiga razlikuju se u svakoj državi u kojoj su provedeni, iako je većina utemeljena na francuskom zakonu o jedistvenoj cijeli knjige pod nazivom „Loi Lang".[127] Belgija, koja ima uvedeni sustav slobodne cijene knjiga, jedina je od prvih 15 originalnih članica Europske unije koja želi uvesti sustav fiksne cijene knjige, za razliku od Finske, Irske, Švedske i Velike Britanije, koje su zadovoljne slobodnim cijenama knjiga.[128] Međutim, postoji razlika između ovih država u vidu samih cijena navedenih na poleđini knjiga. Naime, u Velikoj Britaniji cijene su otisnute na knjigama, dok u Finskoj i Švedskoj otiskivanje cijena na knjige nije dopušteno.[129] Knjižari u tim državama na taj način mogu spustiti, ali i povećati cijene knjiga, pogotovo onih knjiga koje zahtijevaju više pozornosti kod izlaganja i skladištenja.

[124] Usp. Stockmann, Doris. Free or fixed prices on books : patterns of book pricing in Europe. // The Public 11, 4(2004). URL: http://www.javnost-thepublic.org/media/datoteke/stockmann-4-2004-4.pdf (2011-08-25)
[125] Ibid.
[126] Ibid.
[127] Ibid.
[128] Ibid.
[129] Ibid.

3.3.1. Značajke sustava fiksne cijene knjige u zemljama Europske unije

Knjiga je unutar Europske unije od samoga osnutka bila neraskidivo povezana s kulturnim sektorom, dok se važnost ekonomskog učinka knjige pojavila tek krajem 20. stoljeća. Kako bi zaštitili kulturnu vrijednost knjige, dužnosnici Europske unije poticali su nakladnike na objavljivanje malih naklada djela velike kulturne vrijednosti, što je utjecalo na pojavu sustava fiksne cijene knjige. Ovaj sustav vuče podrijetlo iz njemačkog sustava za fiksnu cijenu knjige pod nazivom „Börseverein des Deutschen Buchhandels“, uvedenog početkom 19. stoljeća.[130] Sustavi fiksne cijene knjige ubrzo su se proširili u europskim zemljama, a države Europske unije uvele su sustav fiksne cijene knjige jer su htjele sačuvati kulturnu raznolikost objavljenih naslova.[131] Unutar država članica Europske unije, sustavi fiksne cijene knjige utemeljeni na trgovačkim ugovorima provode se u Njemačkoj, Danskoj, Nizozemskoj i Luksemburgu, dok se sustavi fiksnih cijena utemeljeni na zakonu provode u Francuskoj, Španjolskoj, Austriji, Grčkoj i Portugalu.[132]

U sustavu fiksne cijene knjige, nakladnik određuje cijenu knjige koju plaća kupac, međutim, ovaj sustav ima određene iznimke u vidu popusta na određene naslove knjiga, koji se najčešće daju institucionalnim kupcima poput škola i knjižnica.[133] Fiksna cijena ne obuhvaća sve naslove knjiga jer postoje iznimke za školske udžbenike i za ponovljena izdanja. Provedba sustava fiksnih cijena knjige dovela je do brojnih prijepora unutar Europske unije jer je određeni broj knjižara i ekonomskih stručnjaka izrazio nezadovoljstvo tim sustavom. Međutim, Europski parlament je u svojoj rezoluciji 1999. godine izrazio zadovoljstvo fiksnim cijenama: „Sustav fiksne cijene knjige, koji primjenjuje veliki dio država članica, čuva postojanost brojnih nezavisnih nakladničkih kuća, pomaže u očuvanju i promociji različite literarne proizvodnje, slobode mišljenja i nezavisnosti istraživanja, znanosti i poučavanja, te promovira europske ideje i osigurava gustu mrežu knjižara, osiguravajući čitatelju opsežnu, kvalitetnu i lako dostupnu dostavu knjiga.“[134]

---

[130] Usp. Ringstad, Vidar. On the cultural blessings of fixed book prices: facts or fiction? // International Jourrnal of Cultural Policy 10, 3(2004). URL: http://www.ebsco.com/ (2011-08-25)
[131] Usp. Littoz-Monnet, Annabelle. The European politics of book pricing. // West European Politics 28, 1(2005). EBSCO. URL: http://www.ebsco.com/ (2011-08-26)
[132] Ibid.
[133] Usp. Stockmann, Doris. Free or fixed prices on books : patterns of book pricing in Europe. // The Public 11, 4(2004). URL: http://www.javnost-thepublic.org/media/datoteke/stockmann-4-2004-4.pdf (2011-08-25)
[134] Report with with recommendations to the Commission on the drawing-up of a directive of the European Parliament and of the Council on the fixing of book prices, 2002. URL: http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?type=REPORT&reference=A5-2002-0039&language=EN (2011-08-26)

Dužnosnici Odjela za kompetitivnost Europske komisije smatraju kako je sustav fiksnih cijena povezan sa smanjenom cijenom knjiga u državama u kojima se sustav provodi, što se pokušalo dokazati istraživanjem knjižnog tržišta Norveške i Švedske, provedenom 2001. godine.[135] Norveško knjižno tržište ima fiksnu cijene knjige i populaciju od 4.5 milijuna stanovnika, dok Švedska ima slobodne cijene knjiga i 8.9 milijuna stanovnika. Cijene knjiga su niže u Švedskoj (uključujući tadašnju stopu poreza na dodanu vrijednost u iznosu od 25%) nego u Norveškoj (koja je tada imala nultu stopu poreza na dodanu vrijednost na knjige). Rezultati ovog istraživanja nisu mogli objasniti točan razlog razlike u cijeni između dva tržišta, iako je donesena pretpostavka da je razlika u cijeni rezultat dvostruko većeg broja stanovnika u Švedskoj nego u Norveškoj (što je veće izdanje određenog naslova, cijena knjige mora biti manja).[136] Također, još jedan važan čimbenik utječe na visoke cijene knjiga u Norveškoj, a to je cijena udžbenika. Naime, školski udžbenici u Norveškoj objavljuju se u oba norveška jezika, a kako je riječ o malom knjižnom tržištu, naklade su male, a cijena knjiga je visoka.[137] Važan detalj koje je ovo istraživanje previdjelo jest činjenica da Norveška nije član Europske unije, što je relevantan podatak na temelju kojeg bi se mogla provesti istraživanja o povezanost cijene knjige s članstvom u Uniji.

Uzevši u obzir manjak relevantnih istraživanja o sustavima cijene knjige u Europi, moguće je zaključiti kako se sustavi fiksnih cijena te sustavi slobodnih cijena knjige ne provode jednako u državama u kojima su uvedeni.[138] U suvremenom europskom nakladništvu ne postoje potpuno slobodne cijene svih knjiga, kao što ne postoje potpuno fiksne cijene. Većina današnjih sustava cijene knjige je hibridna, s elementima fiksnih i slobodnih cijena.[139] U zemljama u kojima se provode sustavi fiksnih cijena one se primjenjuju na klasične knjige, dok školski udžbenici imaju slobodne cijene, a u zemljama u kojima se provodi sustav slobodnih cijena knjiga, školski udžbenici imaju fiksne cijene.[140] Kako bi se stekao bolji uvid u prednosti i nedostatke različitih sustava cijene knjige, potrebno je provesti istraživanja na različitim europskim knjižnim tržištima koja bi pokazala postoji li povezanost između sustava cijene knjige i broja prodanih primjeraka.

[135] Usp. Stockmann, Doris. Free or fixed prices on books : patterns of book pricing in Europe. // The Public 11, 4(2004). URL: http://www.javnost-thepublic.org/media/datoteke/stockmann-4-2004-4.pdf (2011-08-27)
[136] Ibid.
[137] Ibid.
[138] Ibid.
[139] Ibid.
[140] Ibid.

3.4. Porez na dodanu vrijednost na knjige u zemljama Europske unije

Porezna politika imala je značajan učinak na kulturnu industriju u Europskoj uniji, jer je od samog osnutka Unije jamčila slobodu kretanja dobara, usluga, rada i kapitala. Porezna politika Europske unije u nakladničkoj industriji okrenuta je prema području neizravnih poreza poput poreza na dodatnu vrijednost (PDV).[141] Jedinstveno europsko tržište temelji se na pravilu „fiskalne neutralnosti“, što znači da su domaća i uvozna dobra podvrgnuta istim oporezivanjima.[142] Šesta direktiva PDV-a unutar Europske unije potiče minimalne stope PDV-a na knjige, što je provedeno u većini država članica.[143] Niska stopa PDV-a na knjige važna je potpora koju vlada pruža knjižnoj industriji, te iako smanjenje stope PDV-a ne bi dovelo do značajnog povećanja prodaje knjiga, povećanje stope zasigurno bi makar kratkoročno smanjilo prodaju.[144] Cilj smanjene stope PDV-a na knjige je promoviranje kulture, znanja i inovacija te poticanje poticanje kulture čitanja među što većim brojem ljudi. Prema stajalištu Europske komisije, glavni izazov jest pronaći pravu ravnotežu između ekonomskih i političkih imperativa te prepoznati objektivne i važeće ekonomske argumente za provedbu niže stope PDV-a u određenim sektorima.[145]

Unutar Europske unije, većina država članica ima nisku stopu PDV-a na knjige (manje od 10%). Najveće stope PDV-a na knjige imaju Danska (25%, jednaka stopa kao stopa općeg PDV-a), Mađarska (12%, ali nulta stopa za udžbenike) i Litva (18%, ali nulta stopa za dječje knjige i udžbenike).[146] Najmanje stope PDV-a na knjige imaju Grčka (4%), Italija (4%), Luksemburg (3%) i Španjolska (4%).[147] Smjernice Europske unije za oporezivanje knjiga ne dopuštaju iznimke u vidu nulte stope PDV-a.[148] Međutim, provedba ovih smjernica nije moguća jer su mnogobrojne deklaracije Vijeća Europe o knjižnoj industriji apelirale na države članice ili na države kandidate da obrate pozornost na poseban položaj knjige kao kulturnog dobra, te im je predložena provedba nulte stope poreza na knjige ili ukoliko su knjige već oporezovane,

[141] Usp. Grilc, Uroš. Books, culture and the European challenges they face. // The Public 11, 4(2004). URL: http://www.javnost-thepublic.org/media/datoteke/grilc-4-2004-5.pdf (2011-08-28)
[142] Ibid.
[143] Ibid.
[144] Usp. Smith, Kelvin. Publishers and the public: governental support in Europe. // The Public 11, 4(2004). URL: http://www.javnost-thepublic.org/media/datoteke/smith-4-2004.pdf (2011-08-28)
[145] Usp. FEP (Federation of European Publishers) submission on the Green Paper on the future of VAT – Towards a simpler, more robust and efficient VAT system, 2011. URL: http://www.fep-fee.be/documents/FEPsubmissiontotheEuropeanCommissionGreenPaperontheFutureofVAT.pdf (2011-08-28)
[146] Usp. Smith, Kelvin. Publishers and the public: governental support in Europe. // The Public 11, 4(2004). URL: http://www.javnost-thepublic.org/media/datoteke/smith-4-2004.pdf (2011-08-28)
[147] Ibid.
[148] Ibid.

usvajanje mjera koje će koje će smanjiti trenutnu stopu poreza.[149] Navedeni prijedlozi izravno proturječe smjernicama Europske unije o fiskalnoj regulaciji, no oni su opravdani i zasnovani na snažnim argumentima. Velika Britanija i Irska jedine su države unutar Europske unije koje imaju nultu stopu PDV-a na knjige te još uvijek nisu uspjele dogovoriti konsenzus s Europskom unijom po ovom pitanju.[150] Također postoji razlika između provedbe PDV-a na knjige između starih i novih država članica unutar Europske unije. Španjolska je, kao jedna od originalnih članica, 2002. godine uvela PDV na knjige kako bi bila u suglasnosti sa propisima Europske unije, no Poljska je kao nova članica stekla pravo na sedam godina prijelaznog statusa tijekom kojeg može zadržati nultu stopu PDV-a za knjige, prije nego što odredi stopu PDV-a na knjige.[151]

Europska unija još uvijek nije postigla usuglašenost sa šestom direktivom PDV-a unutar Unije, koja potiče minimalnu stopu PDV-a na knjige. Ova nedosljednost predstavlja problem koji će države članice i države kandidati morati razriješiti u bliskoj budućnosti. Fiskalna politika ima značajan utjecaj na veliki dio kulturnih aktivnosti unutar Europske unije, koje su posebno osjetljivo područje malih kulturnih tržišta.[152] Primjena smanjene stope PDV-a na knjige važan je korak u jačanju knjižnih tržišta svih zemalja članica, te pridonosi razvoju kulturnih aktivnosti i promociji znanja i inovacija. Provedbom fiskalne politike koja podupire smanjene cijene poreza na knjige, Europska unija ima priliku povećati kompetitivnost svojeg ekonomskog i kulturnog sektora.

3.5. Online knjižarstvo u zemljama Europske unije

U zemljama Europske unije većina knjižara djeluje unutar geografskih granica nacionalnih knjižnih tržišta. Osnivanje Europske unije omogućilo je lakšu razmjenu dobara između država članica, ali knjižno tržište je i dalje ostalo segmentirano.[153] U prvom desetljeću 21. stoljeća, u kontinentalnoj Europi nije se dogodila revolucija e-knjige kao u SAD-u, za što postoji nekoliko razloga. Najvažniji razlog jest činjenica da niti jedan europski online knjižarski lanac nije stekao tako veliki udio na bilo kojem domaćem tržištu kao što je to uspjelo Amazonu u

[149] Usp. Smith, Kelvin. Publishers and the public: governental support in Europe. // The Public 11, 4(2004). URL: http://www.javnost-thepublic.org/media/datoteke/smith-4-2004.pdf (2011-08-28)
[150] Ibid.
[151] Ibid.
[152] Ibid.
[153] Lubiana, Lucio; Gammon, Julia A. Bookselling – book buying: the European perspective of the online market. // Library Collections, Acquisitions & Tehnical Services 28, 4(2004). EBSCO. URL: EBSCO. URL: http://www.ebsco.com/index.asp (2011-08-29)

SAD-u.[154] Zahvaljujući jezičnoj raznolikosti, organizacijskim razlikama europskog knjižnog tržišta te neodlučnosti Europljana na kupnju knjiga online, postalo je vrlo teško prodavati i distribuirati sve knjige objavljene na europskim jezicima na isti način na koji su putem Amazona prodane gotovo sve knjige izdane na engleskom jeziku.[155] Europski online knjižari nisu imali velike prihode kao Amazon te nisu imali dovoljno sredstava za kupovinu udjela na tržištu i ulaganje u razvoj infrastrukture e-knjiga.[156]

Europske online knjižare su u većinskom vlasništvu klasičnih knjižara koji ne žele riskirati svoje poslovanje prelaskom na online tržište. Osim što im nedostaju financijska sredstva, nedostaje im i interes za borbu s drugim knjižarama na tržištu na način na koji to radi Amazon u SAD-u. Također, u većini europskih država, porezi na e-knjige su gotovo dvostruko veći od poreza na tiskane knjige zahvaljujući pravilu Europske komisije prema kojem se kupovina knjige u fizičkom formatu smatra kupovinom dobara, dok se preuzimanje e-knjige s Interneta smatra kupovinom usluge, pa se primjenjuju različite stope PDV-a.[157] Prema mišljenju dužnosnika Europske komisije, oporezivanje knjiga treba biti minimalno jer knjige, bez obzira na format u kojem su pohranjene, predstavljaju repozitorij kulture i znanja.[158] U Europi je velika većina objavljenih knjiga zapravo prijevod određenog djela, što znači da za izdanje u e-formatu knjige, nakladnik mora ponovno platiti prava prijevoda za mnoge od njih, što predstavlja izazov koji većina europskih nakladnika izbjegava.[159]

Velika prepreka razvoju europskog knjižnog tržišta jest nedostatak jedinstvene baze podataka objavljenih naslova kao i nedostatak pristupa mreži dobavljača knjiga, kao što je primjerice Pubnet u SAD-u.[160] Američke online knjižare poput Amazona trenutno dominiraju europskim knjižnim tržištem, prvenstveno zbog povoljne cijene i velikog izbora naslova na engleskom jeziku. Amazonov čitač e-knjiga, Kindle, izvrsno funkcionira svugdje u Europi i putem njega korisnici mogu kupiti veliku količinu knjiga na engleskom jeziku po američkim

[154] Usp. Kovač, Miha. The end of codex and the disintegration of the communication circuit of the book. // LOGOS: The Journal of the World Book Community 22, 1(2011). URL: http://www.ingentaconnect.com/content/brill/logo/2011/00000022/00000001/art00003;jsessionid=4qgozmot5cb9.alexandra (2011-08-29)
[155] Ibid.
[156] Ibid.
[157] Usp. European Parliament: parliamentary questions, 2010. URL: http://www.europarl.europa.eu/sides/getAllAnswers.do?reference=E-2010-0673&language=EN (2011-08-29)
[158] Usp. Kovač, Miha. The end of codex and the disintegration of the communication circuit of the book. // LOGOS: The Journal of the World Book Community 22, 1(2011). URL: http://www.ingentaconnect.com/content/brill/logo/2011/00000022/00000001/art00003;jsessionid=4qgozmot5cb9.alexandra (2011-08-29)
[159] Ibid.
[160] Usp. Lubiana, Lucio; Gammon, Julia A. Bookselling – book buying: the European perspective of the online market. // Library Collections, Acquisitions & Tehnical Services 28, 4(2004). EBSCO. URL: EBSCO. URL: http://www.ebsco.com/index.asp (2011-08-29)

cijenama, bez primjene europskih poreza i carine jer unutar Europske unije još nije uveden porez na e-sadržaj koji se šalje elektroničkim putem unutar granica Unije.[161]

Spajanja i stjecanja tvrtki učestalo se događaju na europskom online knjižnom tržištu, te kao i u većini promjenljivih internetskih tržišta, nove tvrtke se osnivaju i nestaju u vrlo kratkom roku. Poslovanje na Internetu u porastu je u zapadnoj Europi, dok se u istočnoj i središnjoj Europi ova promjena odvija sporije te se razlikuje od države do države.[162] Europski potrošači uživaju u pogodnostima online kupovine knjiga, no još nisu razriješeni problemi različitih jezika, granica, valuta, cijena i troškova dostave.[163] Iako je uvođenje eura kao jedinstvene valute pomoglo suradnji europskih knjižnih tržišta, nije riješilo sve navedene izazove u svim državama članicama. Veliki izazov za europsko online knjižno tržište predstavlja pojava e-knjiga, koje na tržištu imaju drugačiji status od tiskanih knjiga.

Zbog visokih cijena e-knjiga, te ograničene ponude naslova na engleskom jeziku, američka online knjižara Amazon trenutno ima dominaciju na europskom knjižnom tržištu. Kako bi se smanjio veliki utjecaj Amazona na europsko tržište, Europska komisija trebala bi promijeniti zakone o statusu e-knjige u Europi, smanjiti PDV na ovu vrstu formata knjiga te povećati broj naslova prevedenih na engleski jezik u dostupnim bazama podataka čime bi europsko online knjižno tržište uspješno konkuriralo američkom tržištu.

[161] Usp. Lubiana, Lucio; Gammon, Julia A. Bookselling – book buying: the European perspective of the online market. // Library Collections, Acquisitions & Tehnical Services 28, 4(2004). EBSCO. URL: EBSCO. URL: http://www.ebsco.com/index.asp (2011-08-29)
[162] Ibid.
[163] Ibid.

4. Europske udruge nakladnika i knjižara

Osnutkom Europske unije, u nakladničkoj i knjižnoj industriji došlo je do velikih promjena unutar svake države članice. Najveće promjene očituju se u povećanju tržišta i boljoj suradnji među državama, ali je tržište i dalje ostalo segmentirano. Premda svaka država članica ima zasebne nacionalne udruge nakladnika i knjižara, u Europskoj uniji su nacionalne udruge država članice okupljene u dvije pokroviteljske udruge: Europsku udrugu nakladnika (Federation of Europan Publishers) i Europsku udrugu knjižara (European Booksellers Federation).

4.1. Europska udruga nakladnika (Federation of European Publishers)

Europska udruga nakladnika (FEP) je neovisna i nekomercijalna udruga osnovana 1967. godine koja predstavlja 27 nacionalnih udruženja nakladnika iz država članica Europske unije, te država koje nisu članice Europske unije, ali pripadaju Europskom ekonomskom području (Island i Norveška).[164] Ova udruga zastupa države članice u pregovorima s institucijama Europske unije vezanima uz zakonodavstvo, propise i oporezivanje unutar nakladničkog sektora.[165] Djelovanje Europske udruge nakladnika i država članica (u daljnjem tekstu FEP) zasnovano je na sljedećim načelima[166]:

- Slobodna razmjena mišljenja i ideja je temeljno ljudsko pravo i FEP se zalaže za slobodu izdavanja unutar i izvan granica Europske unije.

- Poštivanje autorskog prava je temelj svake nakladničke aktivnosti i njegova provedba je nužna zbog utjecaja globalizacije na nakladničku industriju.

- Sloboda izdavanja povezana je sa slobodom stvaranja. FEP podržava i poštuje prava autora i nakladnika putem ugovorne veze, u koju su slobodnom voljom ušle obje strane kako bi se kreativni rad iskoristio na najbolji mogući način i kako bi došao do široke publike.

- FEP se slaže sa stajalištem velikog broja država članica da je fiksna cijena knjige, koju određuje nakladnik, najbolji način da se putem brojnih kanala distribucije što većem broju ljudi omogući pristup velikom broju naslova. S obzirom na jedinstvenu obrazovnu i

[164] Usp. Federation of European Publishers: presentation and mission statement. URL: http://www.fep-fee.be/1.1.html (2011-08-30)
[165] Usp. Federation of European Publishers: policy statement. URL: http://www.fep-fee.be/1.1.html (2011-08-30)
[166] Ibid.

kulturnu ulogu koju knjiga ima u društvu, zakonodavne i fiskalne vlasti trebale bi prepoznati posebnu prirodu knjiga, te im dati privilegirani status, neovisno o tome je li riječ o tiskanim knjigama ili knjigama u digitalnom obliku.

- Nakladništvo javnih ustanova unutar Europske unije treba biti vođeno prema principima pravila slobodnog tržišnog natjecanja.

- Unutar nakladničke industrije Europske unije, nužno je poduprijeti obrazovanje i obučavanje vještina pisanja, prijevoda, uredništva, dizajniranja, proizvodnje, marketinškog oglašavanja knjiga.

Europska udruga nakladnika (FEP) organizira brojne aktivnosti koje su vezane uz međunarodno nakladničko tržište (autorska prava, upravljanje pravima), izgradnju informacijskog društva, oporezivanje, kulturu, istraživanje i korisnička pitanja.[167] Unutar FEP-a djeluje i Ured za službene publikacije, koji građanima omogućava pristup relevantnim informacijama o Europskoj uniji. Među važne djelatnosti FEP-a ubraja se i partnerstvo u europskim projektima kulture, obrazovanja i digitalizacije:

- Projekt ARROW (Accessible Registries of Rights Information and Orphan Works) nastao je u suradnji konzorcija europskih knjižnica, nakladnika (FEP je jedan od partnera) i autora čiji je cilj razjasniti status djela siročadi i djela koja su izašla iz tiska, kako bi se mogli digitalizirati i uključiti u projekt Europske komisije i2010 Digital Library Project.[168]

- Projekt PRO-ACCESS ima cilj omogućiti slijepim i slabovidnim osobama lakši pristup obrazovnim sadržajima unutar programa e-obrazovanja. Ovaj projekt koristiti će prakse i smjernice usvojene u programima ORMEE i EU AIN, financiranima od strane Europske unije.[169]

FEP ima veliku ulogu u nakladničkoj industriji Europske unije, prvenstveno jer je to jedina organizacija koja redovno prikuplja statističke podatke o stanju nakladničke industrije, bez kojih ne bi bilo moguće provesti relevantna istraživanja o stanju knjižnog tržišta u Europi. Ujedno, ova organizacija se brine o svim važnim fiskalnim i pravnim pitanjima vezanima uz europsku nakladničku industriju, te potiče razvoj svakog nakladničkog sektora unutar država članica.

[167] Usp. Federation of European Publishers: the European projects. URL: http://www.fep-fee.be/4.html (2011-08-30)
[168] Ibid.
[169] Ibid.

4.2. Europska udruga knjižara (European Booksellers Federation)

Europska udruga knjižara (u daljnjem tekstu EBF) je nekomercionalna udruga koja predstavlja nacionalna udruženja knjižara Europske unije i Europskog ekonomskog prostora te trenutno broji oko 25 000 pojedinačnih knjižara članica.[170] Ciljevi EPF-a su: predstaviti i promovirati interese knjižara u raznim europskim ustanovama, promovirati ulogu knjižara kao pronositelja ekonomskih i kulturnih interesa te pomoći knjižarskim udrugama u razvoju profesionalnih standarda unutar knjižarske industrije.[171] Jačajući veze između europskih knjižarskih udruga, EBF potiče razmjenu najboljih praksi između svojih članica te djeluje kao forum za raspravu i suradnju predstavničkih tijela knjižara diljem Europe.[172] EBF također sudjeluje u doprinosima europskim kulturnim programima dajući prijedloge za promociju kulturne i jezične raznolikosti, razvoj inovacija u polju online knjižarstva i e-knjiga te borbu protiv piratstva. S obzirom na američku dominaciju europskog online knjižarskog tržišta, uloga EBF-a u jačanju konkurentnosti tržišta će zasigurno biti još veća.

[170] Usp. European Booksellers Federation. URL: http://www.ebf-eu.org/who-we-are-and-what-we-do (2011-08-30)
[171] Usp. European Booksellers Federation: mission statement. URL: http://www.ebf-eu.org/mission-statement-ebf (2011-08-30)
[172] Ibid.

5. Sajmovi knjiga u Europi

Prvi sajmovi knjiga u Europi pojavljuju se u već u 15. stoljeću, ubrzo nakon Gutenbergovog otkrića tiska.[173] Na prvim sajmovima knjiga okupljali su se prodavači i kupci, ali i nakladnici koji su ondje imali priliku uspostaviti kontakt s potencijalnom čitateljskom publikom. Također, nakladnici su na sajmovima imali priliku vidjeti što tiskaju konkurentske kuće, koje knjige su najzanimljivije kupcima, a ujedno su mogli saznati novosti o razvoju tiskarskih tehnika.[174] Sajmovi knjiga u 21. stoljeću imaju važnu ulogu u promociji nakladničke i knjižarske djelatnosti te su pokazatelj inovacija razvijenih unutar tih industrija. Neki od najpoznatijih europskih, ali i svjetskih sajmova knjiga jesu sajam knjiga u Frankfurtu, sajam knjiga u Londonu te dječji sajam knjiga u Bologni.

5.1. Sajam knjiga u Frankfurtu

Jedan od najpoznatijih sajmova knjiga na svijetu, koji se prvi puta pojavio u 15. stoljeću, jest sajam knjiga u Frankfurtu, gradu smještenom nedaleko od kolijevke tiskarstva Mainza.[175] Na frankfurtskom sajmu izlagali su mnogi značajni tiskari iz raznih dijelova Europe (Venecija, Lyon, Ženeva), a ulica u kojoj se sajam održavao dobila je naziv „Buchgasse“ (ulica knjiga) i to je ime sačuvala do danas.[176] Frankfurt je do 18. stoljeća bio najvažniji europski sajam knjiga, a tada je tu ulogu preuzeo sajam knjiga u Leipzigu, nakon čega sajam knjiga u Frankfurtu gubi svoj značaj.[177] Sajam se ponovno otvorio 1949. godine, te je ubrzo ponovno stekao međunarodnu slavu.[178] Danas je frankfurtski sajam najvažniji svjetski sajam za knjige, medije, autorska prava i licence koji godišnje posjeti oko 7 300 izlagača iz više od 100 zemalja, preko 300 000 posjetitelja i 10 000 novinara.[179] Frankfurtski sajam uvelike je pomogao razvoju europskog nakladništva, a ujedno je učvrstio poziciju europskog nakladničkog tržišta u svjetskim okvirima.

[173] Usp. Stipčević, Aleksandar. Povijest knjige. Zagreb: Nakladni zavod Matice hrvatske, 1985. Str. 296.
[174] Ibid.
[175] Ibid.
[176] Ibid.
[177] Frankfurter Buchmesse: history of the book fair. URL: http://www.buchmesse.de/en/fbf/general/history_fbf/ (2011-08-31)
[178] Ibid.
[179] Usp. Frankfurter Buchmesse: general information about the fair. URL: http://www.buchmesse.de/en/fbf/general/ (2011-08-31)

5.2. Sajam knjiga u Londonu

Londonski sajam knjiga jedan je od najvećih sajmova knjige u Europi, koji je 2011. obilježio četrdesetu godišnjicu postojanja.[180] Na sajmu svake godine izlaže veliki broj nakladnika, literarnih agenata, knjižara i distributera iz raznih dijelova svijeta, pa je tako na sajmu 2011. godine izlagalo oko 1600 tvrtki iz 57 zemalja, a sajam je posjetilo preko 24 000 ljudi.[181] Tijekom trajanja sajma, organizirani su brojni seminari i događaji vezani uz ključne izazove nakladničke industrije, kao i dodjele nagrada za posebna dostignuća u polju nakladništva i upoznavanje s autorima. Londonski sajam knjiga u stalnom je porastu i predstavlja neizostavan dio europskog nakladničkog tržišta.

5.3. Sajam dječje knjige u Bologni

Sajam dječje knjige u Bologni jedan je o najvažnijih međunarodnih događaja posvećenih nakladništvu za djecu i multimedijalnoj industriji. Na ovome sajmu sastaju se autori, ilustratori, literarni agenti, vlasnici licenca, distributeri, tiskari, knjižari i knjižničari kako bi kupili autorska prava, vidjeli inovacije ostvarene na polju dječjeg nakladništva i multimedijalne proizvodnje, ostvarili nove kontakte i ojačali profesionalne veze te stvorili nove poslovne mogućnosti.[182] Sajam je 2011. godine obilježio 48. godinu postojanja, a te godine sajam je posjetilo 1200 izlagača iz 65 zemalja.[183] Na sajmu se svake godine dodjeljuje nagrada BolognaRagazzi za najbolje dječje knjige u kategorijama beletristike i publicistike (izdanja iz različitih područja znanja poput povijesti, umjetnosti, glazbe, razne biografije i sl.), New Horizons nagrada (namijenjena nakladničkoj industriji za djecu u arapskim zemljama, Latinskoj Americi, Aziji i Africi) i nagrada Opera Prima (namijenjena talentiranim novim autorima i ilustratorima u polju dječjeg nakladništva). Sajam dječje knjige u Bologni će od 2012. godine dodjeljivati dvije nagrade u kategorijama digitalnog nakladništva (najbolje e-knjige i aplikacije razvijene za tržište mladih čitatelja).[184] Dijeljenje ideja, inovacija i trendova, praćenje razvoja tehnologije i poticanje

[180] Usp. The London Book Fair 2011 celebrates successful 40th anniversary. URL: http://www.londonbookfair.co.uk/en/Media-Centre/Press-Releases/The-London-Book-Fair-2011-celebrates-successful-40th-anniversary/ (2011-08-31)
[181] Ibid.
[182] Usp. Bologna Children's Book Fair. URL: http://www.bolognachildrensbookfair.com/en/info/ (2011-08-31)
[183] Usp. Bologna Children's Book Fair: an enormously successful Children's Book Fair. URL: http://www.bolognachildrensbookfair.com/files/documenti//documenti2011//comunicati_stampa//conclusivo2011_en.pdf (2011-08-31)
[184] Usp. Bologna Children's Book Fair: BolognaRaggazzi Award. URL: http://www.bolognachildrensbookfair.com/en/boragazziaward/ (2011-08-31)

kreativnosti novih autora na području dječjeg nakladništva su glavne značajke Sajma dječje knjige u Bologni, što ga čini najpoznatijim sajmom dječje knjige u svijetu.

Europski sajmovi knjiga su od svojih početaka u 15. stoljeću do danas prešli dugačak razvojni put. Prvi sajmovi služili su prvenstveno nakladnicima i knjižarima kojima je bio cilj prodati što veći broj svojih izdanja, ali ujedno vidjeti konkurentska izdanja. Suvremeni sajmovi knjiga u Europi predstavljaju neizostavan dio nakladničke industrije, jer potiču suradnju nakladničkih tvrtki iz cijelog svijeta, jačaju konkurentnost tržišta i predstavljaju tehnološke inovacije ostvarene u nakladničkom sektoru na svjetskoj razini. Veliki sajmovi knjiga poput bolonjskog, frankfurtskog i londonskog sajma pridonijeli su razvoju europskog nakladništva, te su potaknuli međunarodnu suradnju u nakladničkom sektoru.

6. Europske nagrade za književnost

Književne nagrade doživjele su procvat krajem 20. stoljeća, a njihova uloga bila je priznanje književnih zasluga autora djela. Osvajanje nagrade autoru je priskrbilo ugled u književnim krugovima, veće promotivne mogućnosti te vidljivost u medijskoj sferi.[185] Književne nagrade često su povezane i sa povećanjem prodaje djela nagrađenog autora, što je važan čimbenik u daljnjem autorovom stvaralaštvu, a ujedno je važan pokazatelj nakladnicima o vrijednosti određenog autora i isplativosti izdavanja njegovih djela.

6.1. Nagrada Man Booker

Man Booker jedna je od najprestižnijih nagrada za književnost na svijetu, koja se dodjeljuje jednom godišnje za najbolje djelo iz područja beletristike.[186] Nagrada je 2011. godine napunila 43 godine postojanja, a dodjeljuje se najboljem romanu autora podrijetlom iz država Commonwealtha ili Republike Irske.[187] Žiri sudaca koji odlučuje o dobitniku sastavljen je od uvaženih nacionalnih kritičara, autora i akademika kako bi se sačuvala izvrsnost nagrade. Dobitniku Man Booker nagrade uručuje se i novčana nagrada u iznosu od 50 000 funti, a dobitnik, kao i finalisti, imaju osiguranu čitateljsku publiku diljem svijeta kao i dramatičan porast u broju prodanih naslova.[188] Man Booker je nagrada koja dobitnicima daje veliki utjecaj

[185] Usp. Kovač, Miha; Wischenbart, Rüdiger. literary translation in currrent European Book Markets: an analysis of authors, languages and flows, 2010. URL: http://www.wischenbart.com/diversity/report/Diversity-Report_2010.pdf (2011-08-31)
[186] Usp. The Man Booker Prize. URL: http://www.themanbookerprize.com/prize/about (2011-08-31)
[187] Ibid.
[188] Ibid.

na knjižno tržište u vidu komercijalnog uspjeha i medijske vidljivosti te označava visoku kulturnu vrijednost nagrađenog djela. Na temelju ove nagrade i njenih dobitnika osmišljeni su sveučilišni kolegiji, a ime „Booker“ postalo je istoznačnica za uspjeh dobitnika nagrade, kao i za uspjeh u polju nagrada za književnost.[189] Uz nagradu Man Booker, 2005. godine uvedena je nagrada Man Booker International, koja se dodjeljuje svake dvije godine autoru djela iz područja beletristike koje je objavljeno na engleskom jeziku ili je dostupno u prijevodu na engleski jezik.[190] Dobitnika bira stručni žiri, a vrijednost nagrade iznosi 60 000 funti.[191] Man Booker International nagrada razlikuje se od nagrade Man Booker jer daje naglasak na sveukupan doprinos autora na polju beletristike na svjetskoj razini. Kako bi se osigurala izvrsnost nagrade, žiri razmatra sveukupan opus autorovih djela, a ne samo jedno izdvojeno djelo.[192] Iako se nagrada dodjeljuje tek nekoliko posljednjih godina, postala je sinonim za kvalitetu nagrađenih djela, te je svakom dobitniku osigurala prestižan status na svjetskoj književnoj sceni.

6.2. Nagrada Le Prix Goncourt

Najznačajnija francuska nagrada za književnost dodjeljuje se od 1903. godine, a glavni pokrovitelj nagrade je akademija Goncourt.[193] Nagrada se dodjeljuje svake godine najboljem djelu iz područja beletristike, a poznati autori dobitnici nagrade kroz povijest su: Marcel Proust, Simone de Beauvoir, Alphonse de Châteaubriant i mnogi drugi.[194] Akademija također dodjeljuje sljedeće nagrade: Prix Goncourt de la Biographie (nagrada za najbolju biografiju), Prix Goncourt de la Nouvelle (nagrada za najbolju kratku priču), Prix Goncourt du Premier Roman (nagrada za najbolji debitantski roman) i Prix Goncourt de la Poésie (nagrada za poeziju).[195] Dobitnici nagrade Goncourt s vremenom su postali uspješni na velikim tržištima zapadne Europe, no niti

[189] Usp. Kovač, Miha; Wischenbart, Rüdiger. literary translation in currrent European Book Markets: an analysis of authors, languages and flows, 2010. URL: http://www.wischenbart.com/diversity/report/Diversity-Report_2010.pdf (2011-08-31)
[190] Usp. Man Booker International Prize. URL: http://www.themanbookerprize.com/prize/about-man-booker-international (2011-09-01)
[191] Ibid.
[192] Ibid.
[193] Usp. Académie Goncourt: Le prix Goncourt. URL: http://www.academie-goncourt.fr/?rubrique=1229172131 (2011-09-01)
[194] Ibid.
[195] Usp. Académie Goncourt: Autres prix décernés par l'Académie Goncourt. URL: http://www.academie-goncourt.fr/?article=1229180709 (2011-09-01)

jedan autor nije stekao prestižni status na knjižnom tržištu u kratkom roku nakon osvajanja nagrade kao što je to slučaj s dobitnicima nagrade Man Booker.[196]

6.3. Nagrada Der Deutsche Buchpreis

Njemačka nagrada za književnost, Der Deutsche Buchpreis, osnovana je 2005. godine na primjeru nagrade Man Booker.[197] Glavni pokrovitelj nagrade je „Börsenverein des Deutschen Buchhandels Stiftung“ (njemačka udruga nakladnika i knjižara). Cilj nagrade jest privući pozornost na njemačke autore izvan nacionalnih granica, a nagrada se dodjeljuje autorima iz Austrije, Njemačke i Švicarske.[198] Dobitnik nagrade osvaja novčanu svotu u vrijednosti od 25 000 eura, dok svaki od preostalih pet finalista osvaja 2 500 eura.[199] Dobitnici nagrade Deutsche Buchpreis ostvarili su veliki utjecaj u zemljama njemačkog govornog područja, ali niti jedan dobitnik ove nagrade nije ostvario uspjeh na međunarodnom tržištu.[200] Njemačka nagrada za književnost svojim laureatima nije uspjela osigurati međunarodni uspjeh na knjižnom tržištu, kao što je to uspjelo britanskim i francuskim nacionalnim nagradama.[201]

6.4. Nagrada Europske unije za literaturu (The European Union Prize for Literature – EUPL)

Nagrada Europske unije za literaturu osnovana je 2009. godine pod pokroviteljstvom europske udruge nakladnika (FEP – Federation of European Publishers), europske udruge knjižara (EBF – European Booksellers Federation) i europske udruge pisaca (EWC – European Writers' Council).[202] Cilj nagrade europske unije za literaturu jest naglasiti kreativnost i bogatstvo europske suvremene literature s područja beletristike, promovirati opticaj literature unutar Europe i potaknuti veći interes čitateljstva za međunarodna literarna djela.[203] Nagrada je financirana od strane Programa za kulturu Europske unije i dodjeljuje se svake godine. U izbor za nagradu ulaze sve zemlje Europske unije, zemlje članice Europskog ekonomskog prostora (Norveška, Island i Lichtenstein), te kandidati i potencijalni kandidati za učlanjenje u Europsku

[196] Usp. Kovač, Miha; Wischenbart, Rüdiger. Literary translation in currrent European Book Markets: an analysis of authors, languages and flows, 2010. URL: http://www.wischenbart.com/diversity/report/Diversity-Report_2010.pdf (2011-09-01)
[197] Ibid.
[198] Usp. The German Book Prize. URL: http://www.deutscher-buchpreis.de/en/414362 (2011-09-01)
[199] Ibid.
[200] Usp. Kovač, Miha; Wischenbart, Rüdiger. Literary translation in currrent European Book Markets: an analysis of authors, languages and flows, 2010. URL: http://www.wischenbart.com/diversity/report/Diversity-Report_2010.pdf (2011-09-01)
[201] Ibid.
[202] Usp. European Union Prize for Literature. URL: http://www.euprizeliterature.eu/index.html (2011-09-01)
[203] Ibid.

uniju (Hrvatska, Makedonija, Turska, Bosna i Hercegovina, Srbija, Crna Gora).[204] Svake se godine izabire 12 država koje sudjeluju u natjecanju, a jedan autor iz izabranih država članica prima nagradu. Autore koji se kandidiraju za nagradu bira stručni žiri države iz koje dolazi. Autor mora ispunjavati sljedeće uvjete: mora biti građanin jedne od odabranih 12 država i mora imati objavljena dva do četiri djela iz područja beletristike u razdoblju od pet godina prije nominacije za nagradu.[205] S obzirom da se nagrada dodjeljuje tek od 2009. godine, još nije moguće izvesti zaključke o utjecaju nagrađenih dobitnika na europsko knjižno tržište, međutim, nominirani autori imaju veliki utjecaj na nacionalnom knjižnom tržištu.[206]

7. Odnos prema knjizi i nakladništvu u Republici Hrvatskoj

Nakladnička industrija u Hrvatskoj nakon raspada Jugoslavije dugi je niz godina ostala obilježena posljedicama Domovinskog rata. Nakon raspada velike i jake knjižarske mreže koja je djelovala u Jugoslaviji, tijekom ranih 1990-ih godina nije se uspjela obnoviti nacionalna knjižarska mreža zbog stalnog pada tržišta.[207] Početkom 21. stoljeća hrvatska nakladnička industrija doživjela je brojne promjene u vidu povećanih potpora nakladničkom sektoru Ministarstva kulture i Ministarstva znanosti, obrazovanja i športa, uvođenja jedinstvene cijene knjige te pojave konglomerizacije i smanjenih cijena knjiga što će biti detaljnije opisano u sljedećim poglavljima.

7.1. Nakladnička industrija u Hrvatskoj od raspada SFR Jugoslavije do početka 21. stoljeća

SFR Jugoslavija je bila politički i kulturno heterogena država sa populacijom od 25 milijuna stanovnika, od čega je približno 15 milijuna govorilo „srpsko-hrvatskim jezikom“, što je činilo veliku jezičnu regiju.[208] Hrvatskim nakladnicima su bila zanimljiva tržišta Bosne i Hercegovine te Srbije, a hrvatske knjige na tim tržištima su se izvrsno prodavale zbog jezične

[204] Usp. European Union Prize for Literature. URL: http://www.euprizeliterature.eu/index.html (2011-09-01)
[205] Ibid.
[206] Usp. Kovač, Miha; Wischenbart, Rüdiger. Literary translation in currrent European Book Markets: an analysis of authors, languages and flows, 2010. URL: http://www.wischenbart.com/diversity/report/Diversity-Report_2010.pdf (2011-09-01)
[207] Usp. Jelušić, Srećko. Book publishing in Croatia today. // The Public 11, 4(2004). URL: http://www.javnost-thepublic.org/media/datoteke/jelusic-4-2004-7.pdf (2011-09-01)
[208] Usp. Popović, Nenad.; Wischenbart, Rüdiger. Re-inventing publishing in the war-torn Balkans. URL: http://www.wischenbart.com/de/essays__interviews_rw/wischenbart_popovic_publishing-ex-yugoslavia.htm (2011-09-01)

sličnosti.[209] Knjige su se izdavale u velikim nakladama, a djela autora poput Milorada Pavića, Dubravke Ugrešić i Pavla Pavličića izdavala su se u nakladama većima od 10 000 primjeraka po naslovu.[210] Unatoč izraženom totalitarizmu u Jugoslaviji, autori su imali slobodu putovanja u inozemstvo i slobodu pisanja i objavljivanja, a cenzura nije bila jako izražena, osim za određene autore koji su smatrani nepodobnima.[211] Ekonomska situacija pogoršala se krajem 1980-ih godina s pojavom hiperinflacije i korupcijskih skandala, a ujedno se javljaju politički i nacionalni pokreti unutar jugoslavenskih država. Početkom 1990-ih godina, Hrvatska i Slovenija objavljuju svoju nezavisnost, čime počinje raspad SFR Jugoslavije i Domovinski rat, čije su posljedice obilježile pad gospodarstva i nacionalne ekonomije.[212]

Kako je nakladništvo jedna od rijetkih poduzetničkih aktivnosti koja se mogla pokrenuti bez prethodnog iskustva i profesionalnog obrazovanja, velik broj ljudi odlučio je osnovati nakladničke tvrtke. Devedesetih godina 20. stoljeća u Hrvatskoj je bilo rašireno mišljenje kako je knjiga isključivo marketinški proizvod, a tek krajem desetljeća uvedene su državne subvencije u nakladništvo, čime je knjiga stekla status kulturnog dobra.[213] Početkom 1990-ih godina, u Hrvatskoj je djelovalo oko 1500 nakladnika, od kojih je većina objavila samo nekoliko naslova (prvenstveno ratne tematike) i zatim nestala nakon nekoliko mjeseci, zahvaljujući malom broju prodanih primjeraka i nedostatnom profitu za daljnje djelovanje.[214]

Hrvatsko knjižno tržište nakon završetka Domovinskog rata suočilo se s brojnim problemima od kojih je jedan od najvećih bila provedba poreza na dodanu vrijednost (PDV) na knjige u iznosu od 22%.[215] Visoka cijena PDV-a povisila je ionako visoke cijene knjiga, koje su do tada već imale status luksuznog proizvoda. Također, državne subvencije izravno su se dijelile nakladništvu, ali ne izgradnji infrastrukture, koju bi trebala sačinjavati učinkovita mreža knjižara.[216] Vlada je smatrala da knjižna proizvodnja treba biti djelomično subvencionirana, ali nije ulagala financijska sredstva u marketing (osim u sajmove knjiga) i distribucijsku mrežu, a

[209] Usp. Jelušić, Srećko. Book publishing in Croatia today. // The Public 11, 4(2004). URL: http://www.javnost-thepublic.org/media/datoteke/jelusic-4-2004-7.pdf (2011-09-01)
[210] Usp. Popović, Nenad.; Wischenbart, Rüdiger. Re-inventing publishing in the war-torn Balkans. URL: http://www.wischenbart.com/de/essays__interviews_rw/wischenbart_popovic_publishing-ex-yugoslavia.htm (2011-09-01)
[211] Ibid.
[212] Ibid.
[213] Usp. Jelušić, Srećko. Book publishing in Croatia today. // The Public 11, 4(2004). URL: http://www.javnost-thepublic.org/media/datoteke/jelusic-4-2004-7.pdf (2011-09-01)
[214] Ibid.
[215] Ibid.
[216] Ibid.

nakladnici je sami nisu mogli organizirati.[217] Negativan utjecaj visokih cijena knjiga najviše je pogodio knjižarski sektor, te je većina knjižara bila prisiljena u svoje poslovanje uvesti prodaju rabljenih knjiga, školskog i uredskog pribora te igračaka.[218] Krajem 1990-ih godina, na hrvatskom tržištu pojavljuju se male nakladničke kuće Profil, Jesenski i Turk i Algoritam, koje su trenutno jedne od najuspješnijih nakladničkih kuća u Hrvatskoj.[219] Nakladnički sektor ojačao je u prvom desetljeću 21. stoljeća, na što je uvelike utjecalo uvođenje nulte stope poreza na knjigu 1999. godine [220] i povećane subvencije Ministarstva kulture.

7.2. Hrvatska nakladnička industrija u 21. stoljeću

Suvremena nakladnička proizvodnja u Hrvatskoj je vrlo razvijena, ali je infrastruktura nakladničkog tržišta slaba: obrazovanje za obavljanje nakladničke profesije odvija se na Filozofskom fakultetu Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, u vidu nakladničko-knjižarskog modula provedenog na drugoj godini diplomskog studija informatologije.[221] Kolegiji s tematikom nakladništva i knjižarstva zastupljeni su i u programu Odjela za knjižničarstvo Sveučilišta u Zadru i u manjoj mjeri na Odsjeku za informacijske znanosti Filozofskog fakulteta u Zagrebu. Prema anketi provedenoj 2001. godine, većina ispitanih nakladnika izrazila je mišljenje kako je formalno obrazovanje u nakladništvu nužno, iako mali broj nakladnika ima formalno obrazovanje iz nakladničke djelatnosti.[222] Većina nakladnika, urednika i knjižara nije imala temeljno predznanje o svojim djelatnostima, te su ta znanja stjecali obavljajući svoj posao, što je predstavljalo dugotrajan proces.[223]

Veliki izazov za nakladničku industriju je nedostatak istraživanja o knjižnoj proizvodnji, što je rezultat manjka interesa nakladnika za pojavu novog medijskog tržišta u Hrvatskoj.[224] Dio ovoga problema jest činjenica da ne postoje podaci o primljenosti knjiga na tržištu. Premda nakladnici mogu izvući određene zaključke iz svojih prodajnih rezultata, podaci o knjižnoj

[217] Usp. Jelušić, Srećko. Book publishing in Croatia today. // The Public 11, 4(2004). URL: http://www.javnost-thepublic.org/media/datoteke/jelusic-4-2004-7.pdf (2011-09-01)
[218] Usp. Wischenbart, Rüdiger. Publishing in Central and South Eastern Europe: second report of the Krems Circle, 1997. URL: http://www.wischenbart.com/de/essays__interviews_rw/krems_report.htm (2011-09-01)
[219] Usp. Popović, Nenad.; Wischenbart, Rüdiger. Re-inventing publishing in the war-torn Balkans. URL: http://www.wischenbart.com/de/essays__interviews_rw/wischenbart_popovic_publishing-ex-yugoslavia.htm (2011-09-01)
[220] Usp. Institut za javne financije: porez na dodanu vrijednost. URL: http://www.ijf.hr/porezni_vodic/pdv.pdf (2011-09-09)
[221] Usp. Filozofski fakultet Osijek. Odsjek za informacijske znanosti: Studijski programi kao rezultati Bolonjskog procesa, 2005. URL: http://web.ffos.hr/infoznanosti/?id=70 (2011-09-01)
[222] Usp. Jelušić, Srećko. Book publishing in Croatia today. // The Public 11, 4(2004). URL: http://www.javnost-thepublic.org/media/datoteke/jelusic-4-2004-7.pdf (2011-09-01)
[223] Ibid.
[224] Ibid.

proizvodnji na državnoj razini su ograničeni i nepotpuni.[225] Svi pokušaji organizacije nakladničke infrastrukture su propali, pa su tradicionalni sajmovi knjiga jedina prilika kada se nakladnici susreću i razmjenjuju ideje. Dva najuspješnija hrvatska sajma knjiga su Interliber u Zagrebu i Sa(n)jam knjige u Puli. Interliber je najveći hrvatski sajam knjige, koji se održava svake godine pod pokroviteljstvom Ministarstva kulture Republike Hrvatske.[226] Sa(n)jam knjige održava se svake godine u Puli, a posebnu važnost sajmu daje dodjela književne nagrade Kiklop.[227]

Dvije glavne pokretačke sile nakladništva u Hrvatskoj su zahtjevi tržišta i subvencije za nakladništvo.[228] Nakladnici u Hrvatskoj, prema mišljenju Srećka Jelušića, nisu skloni međusobnoj suradnji zbog velikih političkih razlika, koje su se pojavile tijekom ratnog razdoblja i još uvijek traju.[229] S obzirom da problem nedostatka suradnje nije dovoljno ispitan, ne mogu se donijeti konkretni zaključci temeljeni isključivo na mišljenju jednog teoretičara. Također, u nakladničkoj industriji, većina nakladnika ne pokazuje zanimanje za prednosti poslovanja koje je temeljeno na istraživanjima, te smatra tu aktivnost nepotrebnom za njihovu profesiju.[230] Još jedna od poteškoća nakladničke industrije u Hrvatskoj je njena heterogena struktura. Velik broj nakladnika različitih profila otežava međusobnu profesionalnu suradnju, a nedostatak profesionalne suradnje najbolje ilustrira činjenica da u Hrvatskoj ne postoji niti jedan stručni časopis namijenjen isključivo nakladničkoj industriji.[231] Jedini razlog koji potiče nakladnike na međusobnu suradnju isključivo je financijska korist. U cilju poboljšanja suradnje između nakladničkih tvrtki, potrebno je uvesti mjere za suradnju na državnoj razini, što bi bio prvi korak u izgradnji nakladničke infrastrukture.[232] Velika prepreka u izgradnji nakladničke infrastrukture u Hrvatskoj jest centralizacija Zagreba kao glavnog grada, pa je nužna decentralizacija kako bi se potaknuo uravnoteženi razvoj kulturne infrastrukture i omogućio pristup kulturi svim članovima društva.[233]

---

[225] Usp. Jelušić, Srećko. Book publishing in Croatia today. // The Public 11, 4(2004). URL: http://www.javnost-thepublic.org/media/datoteke/jelusic-4-2004-7.pdf (2011-09-01)
[226] Usp. Interliber: međunarodni sajam knjiga i učila, 2011. URL: http://www.zv.hr/?id=506 (2011-09-01)
[227] Usp. Sa(n)jam knjige u Puli, 2010. URL: http://www.sanjamknjige.hr/sanjam2010/index.php?Naslovnica (2011-09-01)
[228] Usp. Jelušić, Srećko. Book publishing in Croatia today. // The Public 11, 4(2004). URL: http://www.javnost-thepublic.org/media/datoteke/jelusic-4-2004-7.pdf (2011-09-01)
[229] Ibid.
[230] Ibid.
[231] Ibid
[232] Ibid.
[233] Ibid.

Knjiga je u hrvatskim medijima slabo zastupljena. Dnevne novine objavljuju informacije o knjigama koje su predstavljene javnosti na književnim izlaganjima ili izvještavaju o susretima s autorima, a najviše prostora u novinama posvećeno je sajmovima knjiga. Međutim, u nekoliko hrvatskih književnih novina (Vijenac, Zarez, Hrvatsko slovo), redovito se objavljuju recenzije knjiga, kao i u književnim časopisima.[234] Hrvatski radio ima nekoliko kvalitetnih emisija koje redovito predstavljaju nove knjige na tržištu.[235] Hrvatska televizija gotovo u potpunosti zanemaruje knjige, s obzirom da prenosi samo jednu kulturnu emisiju tjedno, a knjige se spominju u malom dijelu emisije koji prikazuje listu najprodavanijih knjiga u Hrvatskoj.[236] Kako je Hrvatska radiotelevizija u državnom vlasništvu, trebala bi imati važnu ulogu u promociji knjiga na državnoj razini, međutim, televizijski urednici ne pokazuju zanimanje za promoviranje knjiga i nakladništva.[237]

Hrvatsko knjižno tržište na početku 21. stoljeća obilježeno je popularizacijom novih književnih žanrova, ali i povećanjem dostupnosti knjiga široj publici te počecima konglomerizacije knjižnog tržišta. Čitateljski ukus publike se uvelike promijenio od 1990-ih, te su trenutno najprodavanije knjige na hrvatskom tržištu romani o egzotičnim kulturama, biografije poznatih osoba, priručnici za samopomoć te priručnici iz općeg znanja.[238] Veliki broj hrvatskih čitatelja također privlače naslovi tzv. „chick-lit“ literature i tzv. „trash“ literature čiji su autori pripadnici hrvatske estradne scene. Iako je riječ o djelima upitne kulturne i književne vrijednosti, „trash“ literatura vrlo je popularna i rado čitana među hrvatskom publikom.[239]

Pravi primjer uspjeha „trash literature“ na hrvatskom tržištu je roman prvijenac hrvatske pjevačice Nives Drpić pod nazivom „Gola istina“, u izdanju nakladničke kuće Premier Media. Roman je prvi puta izdan 2008. godine i te je godine ostvario, za hrvatsko tržište, rekordnu prodaju od 40 000 primjeraka, što ga je učinilo najprodavanijom knjigom u Hrvatskoj.[240] Veliki uspjeh knjige zasigurno je vezan uz činjenicu da se prodavala uz jedne od najtiražnijih hrvatskih

[234] Usp. Jelušić, Srećko. Book publishing in Croatia today. // The Public 11, 4(2004). URL: http://www.javnost-thepublic.org/media/datoteke/jelusic-4-2004-7.pdf (2011-09-01)
[235] Ibid.
[236] Ibid.
[237] Ibid.
[238] Usp. Blažević, Leonardo. Novi sadržajni, oblikovni i marketinčki trendovi u komercijalnom nakladništvu. // Libellarium 11, 2(2009). Hrčak: Portal znanstvenih časopisa Republike Hrvatske. URL: http://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=100188 (2011-09-01)
[239] Ožegović, Nina; Sinovčić, Dean. Ispraznost između dviju korica knjige. // Nacional 762, (21.06.2010.). URL: http://www.nacional.hr/clanak/85843/ispraznost-izmedu-dviju-korica-knjige (2011-09-01)
[240] Sinovčić, Dean. Jad i bijeda projekta Celzijus. // Nacional 679, (18.11.2008.). URL: http://www.nacional.hr/clanak/49897/jad-i-bijeda-projekta-celzijus (2011-09-01)

dnevnih novina po niskoj cijeni, a knjiga je imala izvrsnu medijsku popraćenost.[241] Od tada se slična literatura na hrvatskom tržištu objavljuje redovito, autori knjiga nisu pravi pisci, nego se iza njih kriju „pisci iz sjene“ – najčešće je riječ o novinarima, cijena knjiga je vrlo povoljna a knjige ove tematike najčešće se prodaju na kioscima.[242]

Svjetski trend konglomerizacije nakladničke industrije pojavio se u Hrvatskoj kada je jedna od najpoznatijih nakladničkih tvrtki u Hrvatskoj, nakladnička kuća Znanje, 2008. godine postala sastavni dio koncerna Agrokor, najveće privatne tvrtke u Hrvatskoj i jedne od najvećih tvrtki u jugoistočnoj Europi.[243] Nakladnička kuća Znanje je sredinom 2010. godine pokrenula biblioteku džepnih knjiga mekog uveza pod nazivom „Knjiga dostupna svima“, u kojoj su zastupljeni svjetski bestseleri po vrlo povoljnim cijenama.[244] Od pokretanja ove biblioteke, prodano je više od 500.000 knjiga, a uspjehu biblioteke pridonijela je niska cijena knjiga, kao i velika distributivna mreža Znanja, odnosno prodaja u trgovačkom lancu Konzum, drogerijama Kozmo i kioscima Tiska.[245] Ostale nakladničke kuće u Hrvatskoj izrazile su bojazan od gubitka svojih pozicija na tržištu, jer niti jedna nakladnička kuća na hrvatskom tržištu nema tako razgranatu distributivnu mrežu, niske cijene i popis bestseler naslova kao što to ima Znanje. Hrvatski nakladnici smatraju kako su izdanja nakladničke kuće Znanje nekvalitetna, u vidu jeftinog papira, lošeg uveza i nemarne uredničke obrade te kako će takve knjige nakon nekog vremena natjerati kupce na kupnju kvalitetnijih izdanja, kakva se mogu naći u knjižarama.[246] S obzirom na stanje hrvatskog gospodarstva i niski životni standard građana, može se očekivati kako će se knjige nakladničke kuće Znanje prodavati bolje od izdanja drugih nakladničkih kuća upravo zbog niske cijene. Kako bi povećale svoju prodaju, ali i vidljivost u medijima, nakladničke kuće u Hrvatskoj morati će osmisliti nove načine promocije i distribucije knjiga, kao i mogućnosti izdavanja novih biblioteka svojih naslova, koje će cijenom i izgledom biti pristupačnije i atraktivnije od sadašnjih izdanja.

---

[241] Sinovčić, Dean. Jad i bijeda projekta Celzijus. // Nacional 679, (18.11.2008.). URL: http://www.nacional.hr/clanak/49897/jad-i-bijeda-projekta-celzijus (2011-09-01)
[242] Ožegović, Nina; Sinovčić, Dean. Ispraznost između dviju korica knjige. // Nacional 762, (21.06.2010.). URL: http://www.nacional.hr/clanak/85843/ispraznost-izmedu-dviju-korica-knjige (2011-09-01)
[243] Usp. Nakladnička kuća Znanje. URL: http://www.znanje.hr/onama (2011-09-01)
[244] Usp. Lučin, Ana. Izdavači strepe zbog Todorićevih jeftinih knjiga, 2011. URL: http://www.poslovni.hr/vijesti/izdavaci-strepe-zbog-todoricevih-jeftinih-knjiga-168386.aspx (2011-09-01)
[245] Ibid.
[246] Usp. Lučin, Ana. Izdavači strepe zbog Todorićevih jeftinih knjiga, 2011. URL: http://www.poslovni.hr/vijesti/izdavaci-strepe-zbog-todoricevih-jeftinih-knjiga-168386.aspx (2011-09-01)

Republika Hrvatska zaključila je pristupne pregovore za ulazak u Europsku uniju, te će, prema sadašnjim predviđanjima, 2013. godine postati punopravna država članica.[247] Ulaskom u uniju, Hrvatska će morati revidirati svoju kulturnu politiku kako bi bila u skladu s politikama država članica. Jedan od najvećih izazova biti će uvođenje poreza na dodanu vrijednost na knjige, jer Smjernice Europske unije za oporezivanje knjiga ne dopuštaju iznimke u vidu nulte stope PDV-a. Kako je u Hrvatskoj trenutno na snazi nulta stopa PDV-a na knjige, hrvatska vlada i predstavnici nakladničke industrije morat će osmisliti provedbu minimalne stope PDV-a koja neće ugroziti stabilnost knjižnog tržišta. Većina država članica Europske unije ima uveden sustav fiksne cijene knjige, a kako bi se Hrvatska približila tom standardu, 2007. godine uspostavljen je Sporazum o jedinstvenoj cijeni knjige, pri čemu nakladnici određuju jedinstvenu cijenu knjige.[248]

Suvremeno hrvatsko nakladništvo početkom 21. stoljeća uspjelo je oživjeti knjižnu proizvodnju nakon raspada SFR Jugoslavije i Domovinskog rata. Porez na dodanu vrijednost na knjige je ukinut i uvedene su brojne državne potpore knjizi i nakladništvu (potpore Ministarstva kulture te Ministarstva obrazovanja, znanosti i športa). Međutim, nakladnička industrija suočava se s brojnim izazovima, počevši od slabo izgrađene nakladničke infrastrukture, manjka relevantnih istraživanja o knjižnom tržištu, nedovoljnoj zastupljenosti nakladničke industrije u medijima te pojavom konglomerizacije knjižnog tržišta. Nakladničke kuće nisu spremne na međusobnu suradnju, a ne pokazuju zanimanje za provedbu istraživanja o hrvatskom knjižnom tržištu, kao i o čitateljskim navikama i ukusu građana. Naime, u posljednjih nekoliko godina, hrvatski građani uvelike su promijenili svoj čitateljski ukus, čega većina nakladničkih kuća nije bila svjesna. Nakladničke kuće pratile su uspjeh konkurentskih kuća i tek su tada počele mijenjati izbor svojih naslova i cijene knjiga, što pokazuje posljedice nedostatka suradnje i relevantnih istraživanja o potrebama tržišta. Unatoč rastu proizvodnje na knjižnom tržištu, nakladnička industrija i dalje se suočava s velikim izazovima, za koje još nije pronašla odgovarajuća rješenja.

[247] Usp. Hrvatska u Europskoj uniji 1. srpnja 2013. // Vjesnik, 2011. URL: http://www.vjesnik.hr/Article.aspx?ID=325E9BB6-CA3F-4E04-A713-0C6599EBCF1F (2011-09-02)
[248] Usp. Ministarstvo kulture: sporazum o jedinstvenoj cijeni knjige, 2007. URL: http://www.min-kulture.hr/userdocsimages/novosti/SPORAZUM%20O%20JEDINSTVENOJ%20CIJENI%20KNJIGE.pdf (2011-09-02)

8. Zaključak

„Ujedinjeni u različitosti“ je službeni slogan Europske unije, koji znači da su diljem Unije građani ujedinjeni u zajedničkoj borbi za mir i blagostanje, te da mnoštvo različitih kultura, tradicija i jezika u Europi daje posebnu vrijednost kontinentu.[249] Nakladnička industrija Europske unije sastoji se od 27 različitih nacionalnih književnih tržišta, koje djeluju kao zajednička industrija te predstavljaju pravi primjer ujedinjene različitosti. Kao najveća kulturna industrija, nakladništvo ima zadatak očuvati kulturu, informacijsko društvo i obrazovanje svake države članice, a ujedno podržati slobodan rast i razvoj svakog zasebnog nacionalnog tržišta. Nakladnički sektor unutar Europske unije reguliran je direktivama i propisima, međutim, nakladničko tržište je i dalje fragmentirano. Najveći izazovi unutar tržišta jesu postizanje ujednačene stope poreza na dodanu vrijednost na knjige, provedba sustava fiksne cijene knjige te uvođenje novih politika koje će definirati područje e-knjiga. Kulturni programi namijenjeni nakladništvu slabo se financiraju, za razliku od programa namijenjenih ostalim kulturnim industrijama, što negativno utječe na razvoj nakladničkog tržišta. Europska nakladnička industrija jedna je od najvećih na svijetu, u Europi se održavaju tri najveća međunarodna sajma knjiga, europske nagrade za književnost su međunarodno priznate, a europski konglomerati vlasnici su nekih od najvećih američkih nakladničkih kuća. Kako bi nakladnička industrija ostvarila dugoročnu stabilnost i konkurentnost na tržištu, nužno je redovito provoditi istraživanja o čitateljskim navikama, kao i o trendovima u suvremenom nakladništvu, a poseban naglasak treba biti na jačanju tržišta e-knjiga, jer većinu europskog tržišta drže američke tvrtke.

Hrvatska je jedna od država kandidatkinja koja će uskoro postati država članica Europske unije, što će svakako utjecati na domaću nakladničku industriju. Hrvatsko nakladništvo oporavilo se od negativnih posljedica izazvanih padom tržišta 1990-ih godina ponajviše zahvaljujući redovitom državnom subvencioniranju nakladničke proizvodnje i provedbi nulte stope PDV-a na knjige. Međutim, nakladnička industrija u Hrvatskoj i dalje se suočava s problemima nedostatka izgrađene infrastrukture, malim brojem provedenih istraživanja o potrebama knjižnog tržišta te gotovo potpunim izostankom međusobne suradnje između nakladnika. Nakladnička industrija u Europi regulirana je zakonskim odredbama i propisima, dok je nakladnička industrija u Hrvatskoj regulirana isključivo Sporazumom o jedinstvenoj cijeni knjige i provedbom nulte stope poreza na knjige. Ulaskom u Europsku uniju, u Hrvatskoj će početi vrijediti europske zakonske norme, koje zahtijevaju ujednačavanje nacionalnog nakladničkog tržišta s europskim

[249] EUROPA: The Symbols of EU, 2011. URL: http://europa.eu/abc/symbols/motto/index_en.htm (2011-09-02)

tržištem. Nakladnička industrija u Republici Hrvatskoj još uvijek nije osmislila način rješavanja brojnih izazova s kojima se suočava prije ulaska u Europsku uniju, a tržište nije dovoljno stabilno kako bi se uspješno provele odredbe Unije vezane uz nakladnički sektor. Hrvatska nakladnička industrija, kao i nadležne državne institucije, morati će osmisliti načine provedbe smjernica Unije koji neće destabilizirati hrvatsko nakladničko tržište. Osiguravanje provedbe zadanih smjernica prije učlanjenja Hrvatske kao punopravne države članice olakšati će prijelaz nacionalnog nakladničkog tržišta u sastav europskog nakladničkog tržišta te osigurati daljnji rast i razvoj hrvatske nakladničke industrije.

9. Prilozi

Tablica 1.

Prikaz statističkih podataka o ukupnoj količini prihoda od prodaje knjiga u zemljama članicama Europske udruge nakladnika (Federation of European Publishers) od 2006. do 2009. godine.[250]

Analizom podataka navedenih u tablici, dolazi se do zaključka kako je 2007. godina bila najuspješnija godina za nakladnički sektor u razdoblju od 2006. do 2009. godine. Naime, 2007. godine, nakladnička industrija ostvarila je najveće prihode na području sveukupnih prihoda, prodaje na domaćem tržištu, na području maloprodaje i veleprodaje te broju zaposlenih u nakladničkoj industriji. Najslabije rezultate nakladnička industrija ostvarila je u 2008. i 2009. godini, kada je ostvaren najmanji broj sveukupnih prihoda, te najmanji broj zaposlenih u nakladničkoj industriji. Ove niske brojke su rezultat svjetske gospodarske krize, međutim, ona nije utjecala na nakladništvo u mjeri u kojoj je utjecala na druge sektore.[251] Međutim, 2008. i 2009. godine uvelike se povećao broj aktivnih naslova u tisku, prodaja na domaćem tržištu, prodaja dječjih knjiga i knjiga namijenjenih širokoj potrošnji. Unutar navedenih podjela u tablici, prodaja školskih udžbenika je varirala, te je najveći broj udžbenika prodan u 2007. godini, a najmanji broj 2006. godine. Prodaja akademskih i profesionalnih knjiga padala je kroz godine dok je prodaja knjiga namijenjenih širokoj potrošnji doživljavala stalni rast. Broj novih naslova i broj naslova u tisku, prodaje na domaćem tržištu i prodaje ostvarene u području maloprodaje i veleprodaje također su bile u stalnom porastu u ispitanim godinama.

Podaci o stanju nakladničke industrije u razdoblju od 2006. do 2009. godine jasno pokazuju kako je gospodarska kriza obuhvatila i nakladnički sektor. Unatoč činjenici da industrija nije doživjela znatan pad ukupnog prihoda i broja zaposlenih, podaci ukazuju kako se kriza nije smanjila kroz posljednje dvije godine. S obzirom da u posljednjih nekoliko godina nisu provedena relevantna istraživanja o stanju nacionalnih nakladničkih tržišta u Europskoj uniji, podaci navedeni u tablici nisu dovoljni za donošenje zaključaka o trenutnom stanju nakladničke industrije u Europi.

[250] Usp. European book publishing statistics for the year 2009. URL: http://www.fep-fee.be/documents/EUROPEANBOOKPUBLISHINGSTATISTICS2009_000.pdf (2011-09-02)
[251] Ibid.

	2006.	2007.	2008.	2009.
1. Sveukupni prihodi nakladnika od prodaje knjiga (u milijardama eura)	23.2	24.5	23.75	23
1.1. Školski udžbenici	14.8%	18.9%	15.9%	17.6%
1.2. Akademske/profesionalne knjige	29.4%	22.5%	21.5%	20%
1.3. Knjige namijenjene širokoj potrošnji	47.5%	48.9%	50.6%	50.5%
1.4. Dječje knjige	8.3%	9.7%	12%	11.9%
2. Prodaja po području				
2.1. Prodaja na domaćem tržištu	77.8%	82.7%	83%	84.4%
3. Prodaja po distribucijskim kanalima				
3.1. Trgovina (maloprodaja i veleprodaja)	77.7%	78.3%	77.5%	79.5%
3.2. Knjižni klubovi	7.6%	6.9%	5.9%	5.6%
3.3. Izravna prodaja	14.7%	14.8%	16.6%	14.9%
4. Broj objavljenih naslova				
4.1. Novi naslovi	475,000	490,000	510,000	515,000
4.2. Broj naslova u tisku (aktivni katalog)	5.250,000	5.600,000	6.100,000	6.400,000
5. Broj osoba zaposlenih u nakladništvu	140,000	140,000	135,000	135,000

10. Literatura

1. A companion to the history of the book / uredili Simon Eliot i Jonathan Rose. Oxford: Wiley-Blackwell, 2009.
2. Académie Goncourt: Autres prix décernés par l'Académie Goncourt. URL: http://www.academie-goncourt.fr/?article=1229180709 (2011-09-01)
3. Académie Goncourt: Le prix Goncourt. URL: http://www.academie-goncourt.fr/?rubrique=1229172131 (2011-09-01)
4. Blažević, Leonardo. Novi sadržajni, oblikovni i marketinčki trendovi u komercijalnom nakladništvu. // Libellarium 11, 2(2009). Hrčak: Portal znanstvenih časopisa Republike Hrvatske. URL: http://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=100188 (2011-09-01)
5. Bologna Children's Book Fair. URL: http://www.bolognachildrensbookfair.com/en/info/ (2011-08-31)
6. Bologna Children's Book Fair: an enormously successful Children's Book Fair. URL: http://www.bolognachildrensbookfair.com/files/documenti//documenti2011//comunicati_stampa//conclusivo2011_en.pdf (2011-08-31)
7. Bologna Children's Book Fair: BolognaRaggazzi Award. URL: http://www.bolognachildrensbookfair.com/en/boragazziaward/ (2011-08-31)
8. Briggs, Asa; Burke, Peter. A Social History of the Media: From Gutenberg to Internet. 3. izd. Cambridge: Polity Press, 2010.
9. EurActiv : The publishing industry. URL: http://www.euractiv.com/en/infosociety/publishing-industry-archive/article-148754?display=normal (2011-08-17)
10. EUROPA: Basing information on the European Union. URL: http://europa.eu/about-eu/basic-information/index_en.htm (2011-08-16)
11. EUROPA: The Symbols of EU, 2011. URL: http://europa.eu/abc/symbols/motto/index_en.htm (2011-09-02)
12. European Union Prize for Literature. URL: http://www.euprizeliterature.eu/index.html (2011-09-01)
13. Europe and the book: advocacy report of the Federation of European Publishers in favour of European programes for books, 2008. URL: http://www.fep-fee.be/documents/FEP_EPB_DRAFT_VER2909_EN_002.pdf (2011-08-23)

14. European book publishing statistics for the year 2009. URL: http://www.fep-fee.be/documents/EUROPEANBOOKPUBLISHINGSTATISTICS2009_000.pdf (2011-09-02)
15. European Booksellers Federation. URL: http://www.ebf-eu.org/who-we-are-and-what-we-do (2011-08-30)
16. European Booksellers Federation: mission statement. URL: http://www.ebf-eu.org/mission-statement-ebf (2011-08-30)
17. European Commission: MEDIA Programme. URL: http://ec.europa.eu/culture/media/index_en.htm (2011-08-24)
18. European Parliament: parliamentary questions, 2010. URL: http://www.europarl.europa.eu/sides/getAllAnswers.do?reference=E-2010-0673&language=EN (2011-08-29)
19. Federation of European Publishers: policy statement. URL: http://www.fep-fee.be/1.1.html (2011-08-30)
20. Federation of European Publishers: presentation and mission statement. URL: http://www.fep-fee.be/1.1.html (2011-08-30)
21. Federation of European Publishers: the European projects. URL: http://www.fep-fee.be/4.html (2011-08-30)
22. FEP (Federation of European Publishers) submission on the Green Paper on the future of VAT – Towards a simpler, more robust and efficient VAT system, 2011. URL: http://www.fep-fee.be/documents/FEPsubmissiontotheEuropeanCommissionGreenPaperontheFutureofVAT.pdf (2011-08-28)
23. Filozofski fakultet Osijek. Odsjek za informacijske znanosti: Studijski programi kao rezultati Bolonjskog procesa, 2005. URL: http://web.ffos.hr/infoznanosti/?id=70 (2011-09-01)
24. Frankfurter Buchmesse: general information about the fair. URL: http://www.buchmesse.de/en/fbf/general/ (2011-08-31)
25. Frankfurter Buchmesse: history of the book fair. URL: http://www.buchmesse.de/en/fbf/general/history_fbf/ (2011-08-31)
26. Grilc, Uroš. Books, culture and the European challenges they face. // The Public 11, 4(2004). URL: http://www.javnost-thepublic.org/media/datoteke/grilc-4-2004-5.pdf (2011-08-28)

27. Hrvatska u Europskoj uniji 1. srpnja 2013. // Vjesnik, 2011. URL: http://www.vjesnik.hr/Article.aspx?ID=325E9BB6-CA3F-4E04-A713-0C6599EBCF1F (2011-09-02)
28. Institut za javne financije: porez na dodanu vrijednost. URL: http://www.ijf.hr/porezni_vodic/pdv.pdf (2011-09-09)
29. Interliber: međunarodni sajam knjiga i učila, 2011. URL: http://www.zv.hr/?id=506 (2011-09-01)
30. Jelušić, Srećko. Book publishing in Croatia today. // The Public 11, 4(2004). URL: http://www.javnost-thepublic.org/media/datoteke/jelusic-4-2004-7.pdf (2011-09-01)
31. Kovač, Miha. Never mind the Web: Here comes the book. Oxford: Chandos Publishing, 2008.
32. Kovač, Miha. Patterns and trends in European book production and consumption: some inital observations. // The Public 11, 4(2004). URL: http://www.javnost-thepublic.org/media/datoteke/kovac-4-2004-2.pdf (2011-08-17)
33. Kovač, Miha. The end of codex and the disintegration of the communication circuit of the book. // LOGOS: The Journal of the World Book Community 22, 1(2011). URL: http://www.ingentaconnect.com/content/brill/logo/2011/00000022/00000001/art00003;jsessionid=4qgozmot5cb9.alexandra (2011-08-29)
34. Kovač, Miha; Wischenbart, Rüdiger. literary translation in currrent European Book Markets: an analysis of authors, languages and flows, 2010. URL: http://www.wischenbart.com/diversity/report/Diversity-Report_2010.pdf (2011-08-31)
35. Littoz-Monnet, Annabelle. The European politics of book pricing. // West European Politics 28, 1(2005). EBSCO. URL: http://www.ebsco.com/ (2011-08-24)
36. Lubiana, Lucio; Gammon, Julia A. Bookselling – book buying: the European perspective of the online market. // Library Collections, Acquisitions & Tehnical Services 28, 4(2004). EBSCO. URL: EBSCO. URL: http://www.ebsco.com/index.asp (2011-08-29)
37. Lučin, Ana. Izdavači strepe zbog Todorićevih jeftinih knjiga, 2011. URL: http://www.poslovni.hr/vijesti/izdavaci-strepe-zbog-todoricevih-jeftinih-knjiga-168386.aspx (2011-09-01)
38. Man Booker International Prize. URL: http://www.themanbookerprize.com/prize/about-man-booker-international (2011-09-01)
39. Media Tasks Force: The EU Publishing Industries. URL: http://ec.europa.eu/information_society/media_taskforce/publishing/index_en.htm (2011-08-17)

40. Miller, Laura, J. Reluctant capitalists: bookselling and the culture of consumption. Chicago: The University of Chicago Press, 2007.
41. Ministarstvo kulture: sporazum o jedinstvenoj cijeni knjige, 2007. URL: http://www.min-kulture.hr/userdocsimages/novosti/SPORAZUM%20O%20JEDINSTVENOJ%20CIJENI%20KNJIGE.pdf (2011-09-02)
42. Nakladnička kuća Znanje. URL: http://www.znanje.hr/onama (2011-09-01)
43. Ožegović, Nina; Sinovčić, Dean. Ispraznost između dviju korica knjige. // Nacional 762, (21.06.2010.). URL: http://www.nacional.hr/clanak/85843/ispraznost-izmedu-dviju-korica-knjige (2011-09-01)
44. Popović, Nenad.; Wischenbart, Rüdiger. Re-inventing publishing in the war-torn Balkans. URL: http://www.wischenbart.com/de/essays__interviews_rw/wischenbart_popovic_publishing-ex-yugoslavia.htm (2011-09-01)
45. Publishing Market Watch: Sectoral Report 2: Book Publishing, 2004. URL: http://www.rightscom.com/Portals/0/European%20Book%20Publishing%20Report.pdf (2011-08-18)
46. Report with with recommendations to the Commission on the drawing-up of a directive of the European Parliament and of the Council on the fixing of book prices, 2002. URL: http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?type=REPORT&reference=A5-2002-0039&language=EN (2011-08-26)
47. Ringstad, Vidar. On the cultural blessings of fixed book prices: facts or fiction? // International Jourrnal of Cultural Policy 10, 3(2004). URL: http://www.ebsco.com/ (2011-08-25)
48. Sa(n)jam knjige u Puli, 2010. URL: http://www.sanjamknjige.hr/sanjam2010/index.php?Naslovnica (2011-09-01)
49. Sinovčić, Dean. Jad i bijeda projekta Celzijus. // Nacional 679, (18.11.2008.). URL: http://www.nacional.hr/clanak/49897/jad-i-bijeda-projekta-celzijus (2011-09-01)
50. Smith, Kelvin. Publishers and the public: governental support in Europe. // The Public 11, 4(2004). URL: http://www.javnost-thepublic.org/media/datoteke/smith-4-2004.pdf (2011-08-28)
51. Stipčević, Aleksandar. Povijest knjige. Zagreb: Nakladni zavod Matice hrvatske, 1985.

52. Stockmann, Doris. Free or fixed prices on books : patterns of book pricing in Europe. // The Public 11, 4(2004). URL: http://www.javnost-thepublic.org/media/datoteke/stockmann-4-2004-4.pdf (2011-08-25)
53. The German Book Prize. URL: http://www.deutscher-buchpreis.de/en/414362 (2011-09-01)
54. The London Book Fair 2011 celebrates successful 40th anniversary. URL: http://www.londonbookfair.co.uk/en/Media-Centre/Press-Releases/The-London-Book-Fair-2011-celebrates-successful-40th-anniversary/ (2011-08-31)
55. The Man Booker Prize. URL: http://www.themanbookerprize.com/prize/about (2011-08-31)
56. Thompson, John B. Merchants of Culture: The publishing business in the twenty-first century. Cambridge: Polity Press, 2010
57. Wischenbart, Rüdiger. Publishing in Central and South Eastern Europe: second report of the Krems Circle, 1997. URL: http://www.wischenbart.com/de/essays__interviews_rw/krems_report.htm (2011-09-01)