

# Prednosti i mane samoizdavaštva

---

**Amidžić, Marko**

**Undergraduate thesis / Završni rad**

**2020**

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

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:142:363148>

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

*Download date / Datum preuzimanja:* **2024-07-11**



**FILOZOFSKI FAKULTET**  
SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU

*Repository / Repozitorij:*

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



Sveučilište J.J. Strossmayera u Osijeku

Filozofski fakultet

Preddiplomski studij Informatologije

Marko Amidžić

## **Prednosti i mane samoizdavaštva**

Završni rad

Mentor: prof. dr. sc. Zoran Velagić  
Ines Hocenski, asistentica

Osijek, 2020.

Sveučilište J.J. Strossmayera u Osijeku  
Filozofski fakultet Osijek  
Informacijske znanosti  
Jednopedmetni preddiplomski studij Informatologije

---

Marko Amidžić

**Prednosti i mane samoizdavaštva**

Završni rad

Društvene znanosti, informacijske znanosti, informatologija

Mentor: prof. dr. sc. Zoran Velagić

Ines Hocenski, asistentica

Osijek, 2020.

## IZJAVA

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

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

U Osijeku, datum

18. rujna 2020.

Manha Anđelić, 0010202340  
ime i prezime studenta, JMBAG

## **Sažetak**

U zadnjih 15 godina broj autora koji su se odlučili na samoizdavaštvo kako bi objavili svoju knjigu eksponencijalno raste. Broj takvih knjiga porastao je s nekoliko tisuća na preko milijun novih naslova godišnje. Najviše je za to odgovorna tvrtka Amazon i njihovi prijenosni čitači e-knjiga Kindle uređaji, te njihova platforma za samoizdavaštvo e-knjige Kindle Direct Publishing. Cilj ovog rada je bolje upoznati čitatelje s najvažnijim podacima o povijesti nastanka nakladništva te njegovog razvoja u djelatnost kakvu danas poznajemo. Nadalje definiramo knjigu i e-knjigu sa stajališta različitih shvaćanja, analiziramo proces samoizdavaštva te detaljno iznosimo prednosti i mane samoizdavaštva kroz pet najvažnijih područja. Te iste prednosti i mane uspoređujemo s tradicionalnim nakladništvom i nakladničkim ugovorom. Definirani i analizirani pojmovi te prednosti i mane samoizdavaštva rađene u ovom radu trebale bi pomoći čitateljima u shvaćanju samoizdavaštva, potencijalnim autorima olakšati odabir između samoizdavaštva i sklapanja ugovora s tradicionalnim nakladnikom te autorima koji se odluče za samoizdavaštvo pomoći u navigaciji i izbjegavanju pogrešaka koje mogu biti vrlo skupe.

**Ključne riječi:** samoizdavaštvo, prednosti, mane, nakladništvo, e-knjiga

## Sadržaj

1. Uvod.....	6
2. Nakladništvo .....	7
3. Knjiga i e-knjiga .....	10
4. Samoizdavaštvo .....	13
5. Prednosti i nedostaci samoizdavaštva.....	15
5.1. Tehnička obrada .....	15
5.2. Marketing.....	16
5.3. Distribucija .....	17
5.4. Profit.....	18
5.5. Autorska prava.....	18
6. Zaključak.....	20
Literatura: .....	21
Prilozi .....	22

## 1. Uvod

Mnogi autori ili budući autori danas imaju puno ideja o potencijalnim knjigama koje bi htjeli pretvoriti u riječi i podijeliti s drugima, a možda i nešto zaraditi na svojim knjigama. Većina tih ideja će završiti izgubljene ili zaboravljene jer njihovi autori znaju tko čuva ulaz u svijet objavljenih autora: nakladnici. Nakladnici će odbiti desetke, ako ne i stotine, rukopisa prije nego što odluče sklopiti ugovor s nekim autorom. Rukopis možda nije dovoljno dobar ili različit od ostalih, možda se ne uklapa u nakladnički plan, može biti previše fokusiran na određenu temu ili područje da bi bio profitabilan... Sama pomisao na konstantno odbijanje dovoljna je da odvraća autore od pokušaja. Srećom nakladnici nisu jedini izbor koji se predstavlja autorima koji sanjaju o statusu objavljenog autora. Alternativa velikim nakladničkim kućama jest samoizdavaštvo. Ovaj završni rad pokušat će pružiti osnovne informacije o povijesti i nastanku nakladništva, definirati knjigu i e-knjigu s različitih stajališta, objasniti pojam i proces samoizdavaštva te analizirati prednosti i mane samoizdavaštva u odnosu na tradicionalno nakladništvo kroz pet područja: tehnička obrada rukopisa, marketing, distribucija, profit i autorska prava.

## 2. Nakladništvo

Nakladništvo, odnosno izdavaštvo, je društveno korisna i profitabilna djelatnost preko koje neko djelo postaje dostupno javnosti. U nakladništvo ubrajamo aktivnosti nabavljanja i odabira rukopisa kojeg želimo izdati, njegovo uređivanje i grafičko-likovno oblikovanje, organizaciju tiskanja ili nekog drugog oblika proizvodnje, odnosno umnožavanja, te promidžbe završnog proizvoda i njegovu distribuciju.<sup>1</sup>

Sam povijesni početak nakladništva teško je utvrditi. Budući da je umnožavanje stečenog rukopisa jedna od osnovnih funkcija nakladništva možemo ju iskoristiti kao polaznu točku u potrazi za prvim izdavačima. Primjere prvih umnožitelja i prepisivača rukopisa tako možemo prepoznati u Aleksandrijskoj knjižnici gdje su se mogli kupiti prijepisi raznih rukopisa. Sličnu uslugu pružali su i knjižari u Rimskom Carstvu koji su rukopise prepisivali po narudžbama. U 13. stoljeću na Europskim sveučilištima iznimno je razvijena proizvodnja udžbenika putem sustava *pecia* što znači da su udžbenici prepisivani posuđivanjem odnosno naručivanjem pojedinačnih poglavlja. U 14. stoljeću u renesansnoj Italiji knjižari shvaćaju koliko je umnožavanje rukopisa unosan posao. Pisari i ilustratori koji su kod njih zaposleni bi prijevremeno prepisivali i ukrašavali odabrane rukopise kako bi njima popunili police. Izdavaštvo se pomaknulo od prepisivanja na zahtjev do predviđanja želja i potreba kupaca i korisnika te stvaranja zaliha prije potražnje. Sve se ovo događalo prije izuma tiskarskog stroja.<sup>2</sup>

U 15. stoljeću Johannes Gutenberg usavršava svoj tiskarski stroj koji će potaknuti „drugu komunikacijsku revoluciju“ te uvelike ubrzati i olakšati nakladništvo i umnožavanje rukopisa. Skriptoriji nestaju i zamjenjuju ih tiskare. Proizvodnja knjige se mijenja. Ona prelazi s prijepisa jednog rukopisa po narudžbi na proizvodnju više identičnih primjeraka nekog rukopisa za buduće kupce. Dolazi do kreacije pojma naklada. Budući da su smanjeni vrijeme i troškovi umnožavanja povećava se veličina naklade, a pada cijena knjige. Posljedica toga je veliki broj knjiga, brošura, letaka, postera i sličnoga, koji se brzo mogu raspačavati te širiti svoje ideje i sadržaj.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> Usp. Nakladništvo. // Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2020. URL: <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=42840> (2020-09-09)

<sup>2</sup> Usp. Velagić, Zoran. Uvod u nakladništvo. Zagreb: Filozofski fakultet Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, 2013. str. 4-5.

<sup>3</sup> Usp. Isto, str. 5.



Početak 16. stoljeća dolazimo do korijena današnjeg nakladništva. Po prvi puta se razdvajaju razni procesi proizvodnje knjige. Do tada je tiskar bio i nakladnik i knjižar, a unutar svoje tiskare je bio zadužen za stjecanje rukopisa, njegovo umnožavanje, izradu slova i tinte, kreaciju optimalnog izgleda stranice i korica, obuku radnika, objavljivanje, promociju i prodaju knjige. U 16. stoljeću dolazi do pojave specijaliziranih profesija poput slovorezača, izdavača, tiskara, korektora, proizvođača papira i tinte, knjižara i dr. Osim što je ustanovljen početak nakladništva kakvog ga danas poznajemo dolazi i do formiranja arhitekture knjige (naslovna stranica, uvod, poglavlja, sadržaj, kazalo, paginacija...) koja se i dandanas koristi. Sama knjiga postaje najvažniji medij za prijenos informacija zbog raznih profesionalaca koje okuplja oko sebe (autori, urednici, tiskari, knjižari, recenzenti, itd.) i velikog broja čitatelja kojima će knjiga s vremenom postati dostupnija nego ikada prije.<sup>4</sup>

Suočeni s eksponencijalnim porastom tržišne potražnje nakladnici kreiraju tiskarske kataloge. U njima su navedeni cijena knjige, osnovni podatci o autoru i fizičkim aspektima iste knjige te njen sadržaj. Budući da su poslovi nakladnika i knjižara sada odvojeni, nakladnici su morali informirati knjižare o novoobjavljenim naslovima kako bi svoj proizvod uspjeli prodati, a knjižari su ovisili o nakladnicima kako bi uspjeli zadovoljiti potrebe svojih kupaca. Taj odnos dovodi do formiranja sajmova knjiga u Frankfurtu i Leipzigu. Knjige će do kraja 18. stoljeća uglavnom ostati namijenjene društvenoj eliti i znanstvenicima zbog latinskog jezika kojim je većina knjiga pisana te njihovog sadržaja koji je uglavnom religiozan.<sup>5</sup>

Nakladništvo će za opću javnost postati zainteresirano tek krajem 18. stoljeća, a pogotovo tijekom 19. stoljeća. Mnogo se čimbenika nalazi iza te zainteresiranosti: evolucija društva, građanska i industrijska revolucija, poboljšanje radnih uvjeta i radnog vremena prosječnog radnika, širenje obaveznog osnovnoškolskog obrazovanja, razvoj posudbenih knjižnica i tehnološki razvoj u samom nakladništvu koji povećava produktivnost i omogućava širenje na nova tržišta. Kako bi se prilagodio novim uvjetima poslovanja i sve većem tržištu nakladnik 19. stoljeća postaje poduzetnik. Sada nakladnik odlučuje o formatu i cijeni, ugovoru s autorom, izdanjima knjige, organizaciji tvrtke,

---

<sup>4</sup> Usp. Velagić, Zoran. Nav. dj., str. 5-6.

<sup>5</sup> Usp. Isto, str. 6.

promociji proizvoda te distribuciji. Bernska konvencija 1886. godine osigurava zaštitu autorskih prava na globalnoj razini i dodatno utvrđuje nakladništvo kao profesionalnu djelatnost.<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup> Usp. Velagić, Zoran. Nav. dj., str. 6-7.

### 3. Knjiga i e-knjiga

Kada definiramo knjigu najčešće spominjemo UNESCO-ovu definiciju fizičke knjige u obliku kodeksa (uvezeni listovi koje štite korice). Po toj je definiciji knjiga svaka tiskana, omeđena publikacija koja je ukoričena i sadrži najmanje 49 stranica. Broj listova u UNESCO-ovoj definiciji je proizvoljno odabran. Za sve publikacije koje imaju manje od 49 stranica kažemo da su brošure, ali što se tiče nakladnika i proizvodnje knjiga ta razlika i nije previše važna. Ova definicija obuhvaća samo otisnute publikacije.<sup>7</sup>

S druge strane elektronička ili e-knjiga je bilo koja knjiga koja često ima interaktivna digitalna obilježja, a koju je moguće čitati u elektroničkom formatu. Budući da fizički format i nije toliko važan, autori Bill Cope i Angus Phillips pokušali su definirati knjigu bez da se fokusiraju na fizički oblik ili platformu preko koje se knjiga isporučuje i koristi. Po njihovoj definiciji knjiga je struktura koja olakšava čitanje. Knjiga je knjiga zato što čitatelj zna što ga očekuje kada ju uzima u ruke i kreće čitati. U predgovoru će naći zahvale te uvod u sadržaj knjige, u navigaciji će mu pomoći sadržaj i kazala koja pojmove ili dijelove knjige označavaju brojevima stranica koji se nalaze u donjem kutu svake stranice. Na isti način definiraju i e-knjigu, ali umjesto paginacije i kazala u osnovnu strukturu ubrajaju poveznice i jednostavnije pretraživanje koje je tipično za elektroničke sadržaje.<sup>8</sup>

Povjesničar Robert Darnton odlučio je iskoristiti društvenu funkciju knjige kako bi oformio vlastitu definiciju na koju ne utječe način isporuke. Po njemu je knjiga jednostavno definirana kao sredstvo komunikacije. Ova definicija se stoga može primijeniti i na fizičke i na elektroničke knjige, ali s druge strane nije dovoljno precizna da isključi ostale komunikacijske medije poput interneta, televizije, novina itd.<sup>9</sup>

Iz priloženih definicija vidljivo je da je knjigu teško u potpunosti definirati kratkom i jasnom definicijom koja bi zadovoljila sve aspekte knjige, a pritom ju razdvojila od ostalih izvora informacija. Unatoč tome iznimno je teško pronaći osobu koja ne zna što je knjiga iako možda ne zna točnu definiciju. Pri definiciji elektroničke knjige, uz „bilo koja knjiga koja se može čitati u elektroničkom formatu“, moramo dodati da je e-knjiga ujedno i prijenosni uređaj za čitanje koji tekst prikazuje u

---

<sup>7</sup> Usp. Velagić, Zoran. Nav. dj., str. 77.

<sup>8</sup> Usp. Isto, str. 77-78.

<sup>9</sup> Usp. Isto, str. 78.

visokoj rezoluciji. Slično kao i s arhitekturom tiskane knjige važno je da su korisnici upoznati s čitačem e-knjige pa je zato e-knjiga u isto vrijeme i sadržaj i sam uređaj preko kojeg isti sadržaj korisnik konzumira.<sup>10</sup>

Budući da se elektronička knjiga može pojaviti u više različitih formata, na različitim uređajima te mjestima važno je da korisnik razumije kako čitati e-knjigu. Zbog toga su prve elektroničke knjige imitirale tiskanu knjigu. Definirano je nekoliko kriterija koje publikacija mora zadovoljiti kako bi postala e-knjiga. Dokument mora sadržavati elektronički tekst koji će čitatelj vizualno moći konzumirati, softver mora imitirati knjigu i mora biti fokusiran na organizacijski aspekt, dok svi popratni materijali i interaktivni sadržaji moraju primarno pojašnjavati tekst i od njega ne odvlačiti pozornost. Ali kako se tehnologija razvijala, a na tržištu se pojavljivali novi uređaji i programi za korištenje elektroničkih knjiga, ovakav je pristup postao neodrživ. Pri čitanju e-knjige korisnici danas na raspolaganju imaju razne uređaje. Neki su specijalizirani za čitanje elektroničkih knjiga, poput Amazonovog Kindlea ili Sony Readera, dok su ostali jednostavno uređaji s instaliranom aplikacijom za otvaranje formata datoteke e-knjige (stolna računala, tableti, laptopi, pametni telefoni).<sup>11</sup>

Prvi općeprihvaćeni format elektroničke knjige bio je Portable Document Format (PDF) dokument. Dok god se koristio na stolnim i prijenosnim računalima PDF dokument vjerno je mogao prikazati sve elemente tiskane knjige, ali s pojavom prijenosnih uređaja pojavljuje se i problem prikaza stranice na zaslonu uređaja. Ako bi htjeli očuvati sve elemente stranice knjige tekst bi se vrlo teško čitao. Kada se stranica približi tako da tekst bude čitljiv na zaslonu prikazat će se samo trećina stranice. Zbog tog razloga se odustaje od vjernog prikaza tiskane stranice i nastaje novi format, Open eBook, kojeg kasnije mijenja Electronic Publication (EPUB). EPUB omogućuje prikaz čitkog teksta e-knjige bez obzira na veličinu ekrana ili tip uređaja na koji se sadržaj isporučuje.<sup>12</sup>

Nažalost, veliki izbor tehnologije za sobom povlači i veliku količinu znanja koja je korisnicima potrebna kako bi se istom tehnologijom uspješno koristili. Ovaj problem je dodatno naglašen kod velikih komercijalnih tvrtki koje svoj sadržaj distribuiraju u formatu koji se može koristiti samo preko

---

<sup>10</sup> Usp. Velagić, Zoran. Nav. dj., str. 77-79.

<sup>11</sup> Usp. Isto, str. 85-86.

<sup>12</sup> Usp. Isto, str. 86-87.

njihovih čitača i programa. Te tvrtke koriste DRM tehnologiju koja onemogućava neovlašteno kopiranje, promjenu ili ispis sadržaja. Korisnik tekst može samo čitati.<sup>13</sup>

Digital rights management (DRM) tehnologija je oblik kontrole nad digitalnim sadržajem koji je zaštićen autorskim pravima. Ona onemogućuje umnožavanje digitalnog sadržaja ili dijeljenje digitalnih kopija nekog sadržaja preko računalnih ili telekomunikacijskih mreža. Ovakav je oblik kontrole uveden kao odgovor na jednostavnost kombiniranja digitalnih sadržaja pri čemu nastaje potpuno novo autorsko djelo. DRM tehnologija obuhvaća i fizički medij na kojemu je sadržaj pohranjen.<sup>14</sup>

S gledišta isporuke sadržaja korisnicima, smatra se da je glavni pokretač elektroničkog nakladništva i knjižarstva razvoj i dostupnost brzog i jeftinog podatkovnog internetskog pristupa. Takav oblik bežičnog interneta omogućava korisnicima da imaju pristup sadržaju bez obzira kada to odluče ili gdje se nalazili u tom trenutku. Takva vrsta isporuke sadržaja je jedna od temeljnih prednosti koju e-knjiga ima u odnosu na tiskanu knjigu budući da velika većina uređaja koje korisnici upotrebljavaju svaki dan ima i mogućnost prikaza e-knjige i pristup internetu.<sup>15</sup>

---

<sup>13</sup> Usp. Velagić, Zoran. Nav. dj., str. 87.

<sup>14</sup> Digital rights management. // Encyclopaedia Britannica. Encyclopedia Britannica, 2020. URL: <https://www.britannica.com/topic/digital-rights-management> (2020-09-15)

<sup>15</sup> Usp. Velagić, Zoran. Nav. dj., str. 85.

## 4. Samoizdavaštvo

Tradicionalno je nakladništvo od svog začetka bilo u određenom simbiotskom odnosu s autorima. Nakladnici su uvijek u potrazi za novim rukopisima koje bi mogli uklopiti u svoj nakladnički plan. S druge strane, autori trebaju nakladnike da im pomognu od njihovih rukopisa stvoriti knjigu kako bi konačno za svoju ideju mogli pronaći publiku te kako bi imali proizvod koji će moći prodati. No je li to jedini način na koji autor može objaviti knjigu?

Samoizdavaštvo nije novonastali koncept. Ono postoji od kada postoje i autori pisane riječi. Začetnikom samoizdavaštva u današnjem smislu riječi smatra se Benjamin Franklin. Od 1732. pa nadalje napisao je i objavio brojne knjige raznih žanrova. Osim Benjamina Franklina, kada istražujemo samoizdavaštvo, nailazimo na brojne druge opće poznate autore koji su barem neka od svojih djela sami objavili. Neki od njih su Edgar Allan Poe, Charles Dickens, Mark Twain, Marcel Proust, James Joyce, Virginia Woolf i drugi.

Za samoizdavaštvo, novo doba počinje 2007. godine kada Amazon pokreće svoju novu uslugu „Kindle Direct Publishing“. Preko ove platforme autori i izdavači mogu samostalno i jednostavno objaviti svoju knjigu koju korisnici mogu čitati na Kindle e-čitačima.<sup>16</sup> Od tada je broj samoizdanih knjiga počeo eksponencijalno rasti. Kada je 2007. godine Kindle plasiran na tržište u njegovoj se bazi podataka nalazilo više od 88 tisuća knjiga. Amazonova baza podataka je 2018. godine sadržavala više od šest milijuna e-knjiga. Iako je Amazon uklonio opciju prikaza točnog broja e-knjiga i ograničio ovakvo praćenje podataka, današnja je procjena da se u bazi podataka svaki dan objavi oko 7500 novih naslova.<sup>17</sup> Nisu svi ovi naslovi proizvod samoizdavaštva, ali većina je. Procjenjuje se da je oko 80 posto svih knjiga danas nastalo na taj način. Veliki razlog popularnosti samoizdavaštva jest to što nema strogih uvjeta koje autori moraju ispuniti kako bi im rukopis bio objavljen.<sup>18</sup>

---

<sup>16</sup> Usp. Gudinaičius, Arūnas. Is self-publishing a salvation for authors? The case of Lithuanian printed bestseller in the digital environment. // *Libellarium* 8, 1(2015) str. 47-48. URL: <http://web.a.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=0&sid=9890755f-f1f7-4118-943e-c285adc488ae%40sdcv-sessmgr01> (2020-09-09)

<sup>17</sup> Usp. There Are Now Well Over 6 Million Amazon Kindle Ebooks. URL: <https://justpublishingadvice.com/there-are-now-over-5-million-kindle-ebooks/> (2020-09-09)

<sup>18</sup> Usp. Simon, Carolan; Evain, Christine. Self-Publishing: Opportunities and Threats in a New Age of Mass Culture. // *Publishing Research Quarterly* 29, (2013) str. 286. URL: <http://web.a.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=3&sid=c95b525c-c709-4af8-8810-18d118fe2eb2%40sdcv-sessmgr03> (2020-09-09)

Velika većina ovih samostalnih autora neće uspjeti i njihove knjige će se izgubiti u mnoštvu. Rijetki se autori uspiju probiti do vrha najprodavanijih knjiga. Obično su to iznimno vješti i talentirani pojedinci koji poznaju svoju publiku i pišu o specifičnim temama ili već poznati autori koji su odlučili probati nešto novo ili zaobići nakladnike radi većeg profita. Po ovome autore koji se odluče za samoizdavaštvo možemo svrstati u jednu od tri kategorije: „velika riba u velikoj bari“, „velika riba u maloj bari“ i „mala riba u velikoj bari“. Prvi slučaj se odnosi na dva tipa autora. Jedan tip su uspješni autori koji su vrlo aktivni u marketinškom aspektu i raspačavanju svoje knjige, ali su još uvijek autorskim ugovorom vezani za tradicionalnog izdavača. Drugi tip su uspješni autori koji se odluče osnovati vlastiti prostor za objavljivanje kako bi imali više kontrole nad objavljivanjem njihovih knjiga. Drugi tip zahtjeva od autora da postanu i poduzetnici. Autori „velike ribe“ su u mnogo povoljnijoj poziciji za pregovaranje o vlastitim autorskim pravima i naknadama nego ostali autori te zbog toga još uvijek surađuju s nakladnicima.<sup>19</sup>

Drugi se slučaj odnosi na uspješne autore koji sami objavljuju svoje knjige na vrlo specifičnom tržištu. Ovakvi autori su uglavnom iznimno stručni u svom području koji kompleksne znanstvene ideje predstavljaju na način jednostavan za shvaćanje. Ovakve knjige iznimno se dobro prodaju jer su ciljano pisane za određenu publiku. Na ovaj način je knjiga hit prije nego što ju itko pročita jer autori znaju da zainteresirani kupci već postoje i da će knjigu kupiti jer ih zanima ta tematika. Tradicionalni nakladnici će ovakve knjige odbiti jer ih je teško prodati općoj populaciji. Za samostalno objavljivanje ovakve knjige autor mora vrlo dobro poznavati temu o kojoj piše i publiku za koju piše, ali je i poželjno da prati najnovija događanja koja se dotiču njegove teme kako bi knjiga bila što uspješnija.<sup>20</sup>

Treći se slučaj odnosi na sve ostale autore koji su se odlučili za samoizdavaštvo. Njihove knjige će se najvjerojatnije izgubiti u mnoštvu prodajući se vrlo slabo, ako uopće. Glavni razlog neuspjeha je uvijek pasivnost nakon objave knjige. Autori „male ribe“ moraju se aktivno posvetiti svojim potencijalnim čitateljima zbog već spomenutog ogromnog broja dostupnih naslova. Knjiga predstavlja vremensku investiciju koju autor mora prikazati kao bolju alternativu drugim vremenskim investicijama poput filmova i video igara.<sup>21</sup>

---

<sup>19</sup> Usp. Simon, Carolan. Nav. dj., str. 286-288.

<sup>20</sup> Usp. Isto, str. 288.

<sup>21</sup> Usp. Isto, str. 288-289.

## 5. Prednosti i nedostaci samoizdavaštva

Kao što je već spomenuto, samoizdavaštvo je proces objavljivanja knjige u kojemu je sam autor odgovoran za sve aspekte objavljivanja. No to ne znači da je proces jednostavan ili da se nakon objave samo treba opustiti i „brojati novce“. Kao i kod svih drugih oblika objavljivanja knjige autor prvo mora imati spreman i završen rukopis koji želi objaviti. Nakon što je knjiga napisana autor mora odlučiti kako i gdje svoju knjigu želi objaviti, tko će obaviti lekturu i korekturu, želi li ju otisnuti, kako će izgledati stranica, a kako će izgledati naslovnica, za koga je knjiga namijenjena te kako do tih čitača doći. Tu se ističu glavne razlike između tradicionalnog nakladništva i samoizdavaštva i možemo odrediti glavne prednosti i mane samoizdavaštva.

### 5.1. Tehnička obrada

Nakon što nakladnik preuzme autorov rukopis i odobri ga za proizvodnju kreće stručno, jezično i likovno-grafičko uređivanje rukopisa.<sup>22</sup> Jedna od najvećih prednosti tradicionalnog izdavaštva je to što nakladnicima na raspolaganju stoji profesionalna potpora u obliku njihovih zaposlenika.<sup>23</sup> Nakladnici zapošljavaju brojne urednike koji su zaduženi za uređivanje stečenog rukopisa.<sup>24</sup> Budući da je autor u samoizdavaštvu sam odgovoran za sve morat će redakturu, lekturu i korekturu sam obaviti ili platiti za stručnu pomoć.

Kod samostalnog uređivanja najvažnije je više puta provjeriti tekst kako bi sve pogreške i nedosljednosti bile ispravljene prije objavljivanja. Ako autor treba pomoć može unajmiti honorarnog urednika za jedan posao ili sklopiti partnerstvo s urednikom radi duže suradnje na više projekata. Nakon toga će autor morati oblikovati izgled stranice i izgled naslovnice. Ponovo će sam biti odgovoran za kvalitetu konačnog proizvoda. Jedna prednost samoizdavaštva, posebice u slučaju e-knjige, jest da autor može komunicirati direktno s čitateljima i lako mijenjati objavljenu knjigu ako je to potrebno. Poslovice nam govori kako knjigu ne smijemo suditi na temelju njenih korica, ali u ovom slučaju to će se dogoditi. Ako dizajn naslovnice nije profesionalan i privlačan knjiga neće privlačiti pozornost kupaca i slabije će se prodavati. Ako format stranice i uređivanje teksta nisu dobro odrađeni

---

<sup>22</sup> Usp. Velagić, Zoran. Nav. dj., str. 66.

<sup>23</sup> Usp. Pros and Cons of Self-Publishing Your Book. URL: <https://www.masterclass.com/articles/pros-and-cons-of-self-publishing-your-book#4-downsides-of-selfpublishing> (2020-09-09)

<sup>24</sup> Usp. Velagić, Zoran. Nav. dj., str. 69.



knjiga će dobiti negativne komentare i kritike koji će negativno utjecati na buduću prodaju.<sup>25</sup> Najveća prednost samoizdavaštva nad tradicionalnim izdavaštvom je kreativna kontrola nad djelom. Autor sam odlučuje kako će mu naslovna stranica izgledati, koji font će koristiti, koji će biti naslov knjige i o čemu će njen sadržaj govoriti. Nitko mu ne može proturječiti ili to zabraniti.<sup>26</sup>

Naposljetku dolazimo do problema jezika. Autorov materinski jezik možda nije prikladan za svjetsko tržište ili ga ograničava na preusko tržište u kojemu njegova knjiga nije u mogućnosti ostvariti potpuni potencijal. Autoru je u takvim situacijama potrebno iznimno poznavanje engleskog jezika ili jezika nekog drugog tržišta na koje planira objaviti svoju knjigu. Alternativno, autor može unajmiti ili surađivati s profesionalnim prevoditeljem. Ovisno o jeziku prijevod može potrajati i do nekoliko mjeseci.<sup>27</sup>

## 5.2. Marketing

Kada je riječ o marketingu knjige u okviru samoizdavaštva glavna mana jest to što će autor sam morati organizirati svaku vrstu promocije za koju se odluči. Taj proces je vremenski vrlo zahtjevan, ali nužan ukoliko je autoru stalo do uspjeha knjige.<sup>28</sup> Odmah u startu tradicionalno nakladništvo ima prednost jer uz partnerstvo s nakladnicima dolaze veliki financijski i reputacijski resursi. Samo ime nakladnika pridonosi popularnosti knjige, a treba spomenuti i da nakladnik vjerojatno već ima dogovorena partnerstva s raznim knjižarama i prostorima koji se mogu iskoristiti za promociju autora i knjige. Još jedna mana samoizdavaštva jest da se njihove knjige ne mogu nominirati za nagrade ili biti na popisima bestsellera.<sup>29</sup>

Najbolji način na koji autor može samostalno promovirati svoju knjigu je da ima ustanovljenu prisutnost na društvenim mrežama poput Twittera i Facebooka, da ima pratitelje i obožavatelje koji će posjećivati autorov blog. Također mora biti aktivan član na spomenutim mrežama, svom blogu i

---

<sup>25</sup> Usp. A Newbie's Guide to Publishing: How To Make Money on Ebooks. URL: <http://jakonrath.blogspot.com/2010/07/how-to-make-money-on-ebooks.html> (2020-09-09)

<sup>26</sup> Usp. Pros and Cons of Self-Publishing Your Book. URL: <https://www.masterclass.com/articles/pros-and-cons-of-self-publishing-your-book#4-downsides-of-selfpublishing> (2020-09-09)

<sup>27</sup> Usp. Gudinaičius, Arūnas. Nav. dj., str. 51.

<sup>28</sup> Usp. Simon, Carolan. Nav. dj., str. 289.

<sup>29</sup> Usp. Pros and Cons of Self-Publishing Your Book. URL: <https://www.masterclass.com/articles/pros-and-cons-of-self-publishing-your-book#4-downsides-of-selfpublishing> (2020-09-09)

internetskim stranicama za preporuku i recenziju knjiga poput stranice Goodreads. Autor na ovaj način može svoju knjigu vrlo brzo promovirati jer će njegova zajednica promovirati knjigu umjesto njega.<sup>30</sup>

Još jedan način na koji autor može povećati pozornost koju njegova knjiga dobiva jest da se udruži s drugim autorima u sličnoj poziciji ili autorima koji pišu o sličnim temama. Ovakva suradnja može biti dijeljenje naslova, citata ili ulomaka knjiga drugih autora pri promociji vlastitih knjiga. Ako autor promovira više e-knjiga dobra je strategija besplatno dijeliti prvu knjigu dok se ostale naplaćuju.<sup>31</sup> Ako je autor već poznat fanovima žanra i zna odakle su mu fanovi može krenuti na promocijsku turneju kako bi zainteresiranost za knjigu duže trajala. U današnjem svijetu vidimo da kreativni sadržaj koji se kreativno promovira pozitivno utječe na uspjeh knjige. Ovo je glavna prednost u marketinškom pogledu samoizdavaštva jer autor sam odlučuje što će i kako raditi.<sup>32</sup>

### 5.3. Distribucija

Kada govorimo o distribuciji knjige, autori koji se odluče za samoizdavaštvo imaju nekoliko opcija na raspolaganju. Mogu ići tradicionalnim putem i naručiti određeni broj knjiga od tiskare. Važno je prvo provjeriti je li tiskara opremljena za tiskanje knjiga i ima li njeno osoblje potrebna znanja i vještine. S tiskarima treba blisko surađivati kako bi svi autorovi zahtjevi bili ispunjeni, a da ne dođe do neželjenih ili neupotrebljivih primjeraka. Kada se knjige naručuju od tiskare u pravilu se naručuje veliki broj primjeraka samo ako tiskara koristi „offset“ tehniku. Tisuću primjeraka bi trebao biti minimum jer se troškovi za manji broj primjeraka neće smanjiti u odnosu na digitalni tisak.

S druge strane, ako tiskara koristi digitalni tisak, narudžbe bi morale biti ispod tisuću primjeraka kako bi troškovi tiska bili što manji. Digitalni tisak bi se trebao koristiti kada je autoru potreban manji broj primjeraka ili ako odluči distribuirati knjigu pomoću „print-on-demand“ opcije.<sup>33</sup> Veliki broj primjeraka se naručuje u slučaju da autor odluči sklopiti ugovor s distribucijskom tvrtkom koja će nakon toga knjigu uvrstiti u svoj katalog i poslati taj katalog knjižarama i trgovinama. Distributer preuzima otisnute knjige i isporučuje ih knjižarama kada one odluče naručiti.<sup>34</sup>

---

<sup>30</sup> Usp. Simon, Carolan. Nav. dj., str. 289.

<sup>31</sup> Usp. A Newbie's Guide to Publishing: 30 Free Ebooks. URL: <http://jakonrath.blogspot.com/2019/06/30-free-ebooks.html> (2020-09-09)

<sup>32</sup> Usp. Simon, Carolan. Nav. dj., str. 289.

<sup>33</sup> Usp. Elicksen, Debbie. Self-Publishing 101. 1. izd. Vancouver: International Self-Counsel Press Ltd., 2005. Str. 91-94.

<sup>34</sup> Usp. Isto, str. 114-115.

Ukoliko autor svoju knjigu odluči prodavati direktno, dobra mjesta za to su sajmovi knjiga, škole, vojna postrojenja, trgovine, tematski prikladne ustanove, a možda čak i uspije dogovoriti narudžbu s knjižarom ako uspije impresionirati vlasnika.<sup>35</sup> Dobro je uz sve navedeno imati posvećenu web stranicu za knjigu i autora. Preko nje autor može oglašavati knjigu i sebe te prodavati svoju knjigu.

#### **5.4. Profit**

Prednost sklapanja tradicionalnog ugovora s nakladnikom je ta da se u ugovoru može definirati novčani iznos koji će autor dobiti kao predujam. Veličina iznosa ovisi o tome koliko nakladnik ima povjerenja u autorov rukopis da ostvari profit na tržištu. Što je poznatiji autor ili naslov to će i novčani iznos biti veći. Ovaj predujam je zapravo predujam na proviziju koju autor mora „otplatiti“ prodajom knjiga. To znači da dok autorov dio zarade od prodaje knjige ne pokrije iznos predujma autor neće dobivati novac. Česta je pojava da se predujam razbije na više dijelova koji se isplaćuju kada autor ispuni određene uvjete kao što su potpisivanje ugovora, isporuka završenog rukopisa i slično. Jedna dobra stvar kod predujma jest to što autor ne mora vratiti predujam ako knjiga nije profitabilna. Osim predujma autoru pripada i određeni postotak cijene svake prodane knjige. Ovaj postotak je isto definiran u autorskom ugovoru.

Prednost objavljivanja preko nakladnika je to što nakladnik snosi sve troškove izdavanja knjige. Isto tako je nakladnik jedni koji riskira jer zarada nikada nije zajamčena. Za to vrijeme autor se može fokusirati na dodatne oblike promocije ili na svoj sljedeći projekt. S druge strane, autor koji se odluči za samoizdavaštvo mora sam plaćati troškove uređivanja, tehničke obrade, tiskanja, marketinga i distribucije. Prednost samoizdavaštva i najčešći razlog zašto se autori okreću prema samoizdavaštvu jest mnogo veći postotak zarade po prodanom primjerku. U nekim slučajevima je moguće i zaraditi punu maloprodajnu cijenu knjige (primjerice ako se autor odlučio za prodaju preko vlastite web stranice). Najvažnija stvar jest dobra marketinška strategija kako bi došli do svih potencijalnih kupaca i maksimizirali zaradu.<sup>36</sup>

#### **5.5. Autorska prava**

---

<sup>35</sup> Usp. Elicksen, Debbie. Nav. dj., str. 120-121.

<sup>36</sup> Usp. Isto, str. 49-54.

Što su autorska prava? Državni zavod za intelektualno vlasništvo autorska prava definira kao „pravo autora u pogledu njegovog autorskog djela. Autori djela iz područja književnosti, znanosti i umjetnosti imaju isključivo pravo korištenja svog djela, a drugima mogu odobriti ili zabraniti korištenje djela. Autor može zabraniti odnosno pod ugovorenim uvjetima odobriti umnožavanje, javnu izvedbu, snimanje, emitiranje, prijevod ili prilagodbu svog djela. Autori često imovinska (ekonomska) prava nad svojim djelima ustupaju pojedincima ili pravnim osobama koje ih mogu najbolje komercijalno iskorištavati, u zamjenu za plaćanje naknade koje ovise o korištenju djela. (...) Autorskim pravom ne štiti se ideja nego autorsko djelo koje je izražaj ideje, bez obzira na vrstu ili kvalitetu izražavanja.”<sup>37</sup>

Kada autor stupa u profesionalni odnos s nakladnikom i potpiše autorski ugovor on prepisuje svoja autorska prava nad tim djelom nakladniku na određeno ili neodređeno vremensko razdoblje. Glavni dio autorskog ugovora bavi se autorskim pravom. U njemu se detaljno opisuje koja sve prava autor prepušta nakladniku, koliko dugo ih nakladnik smije zadržati i koliku će naknadu po prodanom primjerku knjige autor dobiti. Ova tri dijela moraju biti u svakom ugovoru inače će ugovor biti jednostran.<sup>38</sup>

U ugovoru se još definiraju prava i obaveze poput vremenskog razdoblja u kojemu autor mora dostaviti završeni rukopis, na koga će glasiti autorska prava, iznos predujma i provizije na svaki prodani primjerak, tko će biti vlasnik srodnih prava u slučaju da netko postane zainteresiran za objavu knjige u drugom formatu, autorskih prava koja se tiču prijevoda knjige, autorskih prava koja se odnose na prodaju u trgovinama i drugim prodajnim mjestima, autorskih prava koja se odnose na prodaju dodatnih proizvoda i koji su uvjeti raskida ugovora. Najveća prednost samoizdavaštva jest to što autor u svakom trenutku u potpunosti zadržava svoja autorska prava nad djelom koje je napisao.<sup>39</sup>

---

<sup>37</sup> Državni zavod za intelektualno vlasništvo. URL: [https://www.dziv.hr/hr/intelektualno-vlasnistvo/autorsko-pravo/\(2020-09-09\)](https://www.dziv.hr/hr/intelektualno-vlasnistvo/autorsko-pravo/(2020-09-09))

<sup>38</sup> Usp. Elicksen, Debbie. Nav. dj., str. 49-52.

<sup>39</sup> Usp. Isto.

## 6. Zaključak

Mnogi danas smatraju da svatko može biti uspješan objavljeni autor ako „uzme stvari u svoje ruke“, da je samoizdavaštvo „čas posla“ i da je dosta imati priču koja se lako prenese na računalo. Sve što trebamo napraviti jest napisati knjigu u Wordu i brojati milijune koje smo zaradili od prodaje. Nažalost to nije stvarnost. Kada bi bilo tako jednostavno autor samoizdavač bi bio najunosnije i najčešće zanimanje u svijetu. U stvarnosti samoizdavaštvo je vrlo naporna aktivnost. Osim umijeća pisanja i izražavanja, autori koji se okrenu samoizdavaštvu moraju imati i brojne druge vještine (poput poznavanja drugog jezika, smisla za poduzetništvo, marketing i grafički dizajn, strpljenja itd.), a često je potrebna i poprilična količina financijskih sredstava. Jedna pogrešna odluka može financijski uništiti autora ili upropastiti sav trud koji je do tada uložio u ovaj pothvat. Čak i uz sve navedeno uspjeh nije zagarantiran. Autori moraju dobro paziti kada i gdje će objaviti svoju knjigu kako ne bi propustili zainteresiranu publiku ili objavili knjigu u prezasićenu okolinu. Uz sve ovo autori moraju imati puno slobodnog vremena odnosno biti spremni uložiti više sati dnevno svaki dan na promociju i prodaju vlastite knjige. Povrh svega autor mora ostaviti i dovoljno vremena za pisanje i rad na novim projektima jer životni vijek knjige na današnjem tržištu i nije osobito dugačak. Neki bi čak rekli da je za uspjeh u samoizdavaštvu potrebna i sreća, ali oni koji uspiju jedanput otkrit će da što se duže bave samoizdavaštvom stvari postaju lakše. Zainteresirani kupci su već upoznati s autorovim prijašnjim djelima i vjerojatno očekuju novo, infrastruktura za promociju je već postavljena i lako se koristi i za druge projekte, a i sam autor više nije početnik i posjeduje većinu potrebnog znanja i vještina. Samoizdavaštvo je vrlo realna opcija za sve sadašnje i buduće autore, puna je mogućnosti i ima potencijala za nevjerojatne rezultate, ali samo ako osoba ustraje u svom prvotnom naumu da postane uspješni objavljeni autor.

## Literatura:

1. A Newbie's Guide to Publishing: How To Make Money on Ebooks. URL: <http://jakonrath.blogspot.com/2010/07/how-to-make-money-on-ebooks.html> (2020-09-09)
2. A Newbie's Guide to Publishing: 30 Free Ebooks. URL: <http://jakonrath.blogspot.com/2019/06/30-free-ebooks.html> (2020-09-09)
3. Digital rights management. // Encyclopaedia Britannica. Encyclopedia Britannica, 2020. URL: <https://www.britannica.com/topic/digital-rights-management> (2020-09-15)
4. Državni zavod za intelektualno vlasništvo. URL: <https://www.dziv.hr/hr/intelektualno-vlasnistvo/autorsko-pravo/> (2020-09-09)
5. Elicksen, Debbie. Self-Publishing 101. 1. izd. Vancouver: International Self-Counsel Press Ltd., 2005.
6. Gudinavičius, Arūnas. Is self-publishing a salvation for authors? The case of Lithuanian printed bestseller in the digital environment. // Libellarium 8, 1(2015) str. 47-57. URL: <http://web.a.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=0&sid=9890755f-f1f7-4118-943e-c285adc488ae%40sdc-v-sessmgr01> (2020-09-09)
7. Nakladništvo. // Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2020. URL: <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=42840> (2020-09-09)
8. Pros and Cons of Self-Publishing Your Book. URL: <https://www.masterclass.com/articles/pros-and-cons-of-self-publishing-your-book#4-downsides-of-selfpublishing> (2020-09-09)
9. Simon, Carolan; Evain, Christine. Self-Publishing: Opportunities and Threats in a New Age of Mass Culture. // Publishing Research Quarterly 29, (2013) str. 285-300. URL: <http://web.a.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=3&sid=c95b525c-c709-4af8-8810-18d118fe2eb2%40sdc-v-sessmgr03> (2020-09-09)
10. There Are Now Well Over 6 Million Amazon Kindle Ebooks. URL: <https://justpublishingadvice.com/there-are-now-over-5-million-kindle-ebooks/> (2020-09-09)
11. Velagić, Zoran. Uvod u nakladništvo. Zagreb: Filozofski fakultet Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, 2013.

## Prilozi

Tablica 1. Prednosti i nedostaci samoizdavaštva

Aspekt samoizdavaštva	Prednosti	Nedostaci
Tehnička obrada	Autor zadržava kreativnu kontrolu nad svim aspektima uređivanja rukopisa.	Autor je odgovoran za sve aspekte uređivanja rukopisa, troškove i prijevod.
Marketing	Autor odlučuje gdje će, kako, kada i kome promovirati svoju knjigu.	Autor mora uložiti svoje vrijeme i financijska sredstva u promociju knjige.
Distribucija	Autor odlučuje o veličini naklade i formatu u kojem će se knjiga prodavati.	Autor snosi sve troškove izrade i distribucije primjeraka knjige.
Profit	Mnogo veći ili cjelokupni postotak zarade po prodanom primjerku knjige.	Autor neće dobiti ništa u koliko knjiga nije financijski uspješna.
Autorska prava	Autor zadržava sva autorska prava vezana uz svoju knjigu.	Teže komercijalno iskorištavanje autorskih prava i srodnih autorskih prava.