

Suradnja narodnih knjižnica i nakladnika

Malec, Ana-Marija

Undergraduate thesis / Završni rad

2016

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

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:162:449143>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-02-20**



Sveučilište u Zadru
Universitas Studiorum
Jadertina | 1396 | 2002 |

Repository / Repozitorij:

[University of Zadar Institutional Repository](#)



Sveučilište u Zadru

Odjel za informacijske znanosti
Preddiplomski studij Informacijske znanosti - knjižničarstvo

Ana-Marija Malec

**Suradnja narodnih knjižnica i nakladnika: analiza
aktivnosti knjižnica**

Završni rad

Zadar, 2016.

Sveučilište u Zadru

Odjel za informacijske znanosti

Preddiplomski sveučilišni studij Informacijske znanosti - knjižničarstvo

Suradnja narodnih knjižnica i nakladnika: analiza aktivnosti
knjižnica

Završni rad

Student/ica:

Ana-Marija Malec

Mentor/ica:

Doc. dr. sc. Nives Tomašević

Zadar, 2016.



Izjava o akademskoj čestitosti

Ja, **Ana-Marija Malec**, ovime izjavljujem da je moj **završni** rad pod naslovom **Suradnja narodnih knjižnica i nakladnika: analiza aktivnosti knjižnica** rezultat mojega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima te da se oslanja na izvore i radove navedene u bilješkama i popisu literature. Ni jedan dio mojega rada nije napisan na nedopušten način, odnosno nije prepisan iz necitiranih radova i ne krši bilo čija autorska prava.

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

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

Zadar, 29. kolovoza 2016.

Sadržaj

Sažetak	2
1. Uvod	3
2. Narodne knjižnice.....	4
2.1. Temeljne zadaće narodnih knjižnica	4
2.2. Uloga narodnih knjižnica u lokalnoj zajednici	5
2.3. Aktivnosti u narodnim knjižnicama	5
2.4. Marketing u narodnim knjižnicama.....	6
3. Nakladništvo.....	7
3.1. Nakladništvo kao djelatnost	8
3.2. Kulturna i kreativna industrija.....	8
3.3. Marketing u nakladništvu	9
4. Narodne knjižnice i nakladnici.....	10
4.1. Distribucija knjiga	10
4.2. CIP program	11
4.3. Obvezni primjerak	11
4.4. Hrvatski ured za ISBN	12
4.5. Književne večeri.....	12
4.6. Predstavljanja knjiga	13
5. Primjeri narodnih knjižnica i njihove aktivnosti	13
5.1. Gradska knjižnica Zadar.....	14
5.2. Gradska knjižnica i čitaonica „Metel Ožegović“ Varaždin.....	16
5.3. Gradska i sveučilišna knjižnica Osijek: GISKO.....	17
5.4. Gradska knjižnica Rijeka.....	18
5.5. Usporedno i zaključno o aktivnostima	19
6. Zaključak.....	20
Literatura	23

Sažetak

Svrha ovog rada jest prikazati na koji način narodne knjižnice surađuju s nakladnicima te navesti kakvu ulogu i djelatnost imaju narodne knjižnice i nakladnici pojedinačno. Budući da korisnici knjižnica primarno traže i pretražuju knjige, a nakladnici su ti koji su zaduženi za njihovo postojanje, njihova suradnja veoma je važna. U radu se prikazuje kako nakladnici i knjižnice sudjeluju u kulturnom životu zajednice. Termin kulturni život zajednice odnosi se na sudjelovanje većinskog broja članova zajednice u raznim kulturnim događanjima koje organizira knjižnica i nakladnik, pa tako i predstavljanju knjiga, tribina, radionica, književnih večeri, ali i kazališnih predstava koje mogu biti temeljene na pojedinim knjigama. Suradnja nakladnika i knjižnica obostrano je korisna. Knjižnicama je korisno održavati događaje poput promocija knjiga kako bi se istaknule u zajednici i privukle korisnike, dok je nakladnicima odnosno nakladničkim kućama korisno održavati tribine kako bi promovirali sebe i proizvode koje nude. Osim suradnje kojom se nastoji podići kulturna svijest zajednice, važna je i suradnja kojom se ostvaruju tehnički poslovi važni i za nakladnike i za knjižnice. U radu se daje pregled važnosti knjižnica i nakladnika, te se pojašnjava njihova suradnja oko tehničkih poslova, ali je glavno usmjerenje na sudjelovanje u kulturnom životu zajednice. Takvo sudjelovanje prikazano je na temelju pregleda aktivnosti četiri narodne knjižnice iz različitih regija Republike Hrvatske.

Ključne riječi: narodne knjižnice, nakladništvo, suradnja, aktivnosti

1. Uvod

Narodne knjižnice kulturno su i informacijsko središte svake zajednice. One su namijenjene svim članovima zajednice, te kao takve prilagođavaju svoje djelovanje prema potrebama zajednice. Uloga narodnih knjižnica kao kulturnog i informacijskog centra jest pružati usluge i informacije svim svojim korisnicima, te djelovati na način da zainteresiraju i potencijalne korisnike, a sve to u svrhu unapređenja edukacije i poboljšanja kvalitete življenja. Kako bi narodne knjižnice, ali i sve ostale knjižnice, korisnicima mogle ponuditi i osigurati pristup građi, važno je da surađuju s nakladnicima. Posao je nakladnika pronaći rukopis, oblikovati ga, pripremiti za korištenje, te na posljetku distribuirati, u ovom slučaju, u knjižnice. Njihova suradnja važna je i zbog ostvarenja tehničkih službi, ali i zbog održavanja raznih kulturnih događanja koja idu u prilog knjižnicama kako bi privukle korisnike i ostvarivale svoju misiju, a nakladnicima kako bi promovirali sebe i svoje proizvode.

Na početku rada navodi se što su uopće narodne knjižnice, koje su njihove temeljne zadaće, kakvu imaju ulogu u zajednici u kojoj djeluju, koje aktivnosti provode u svrhu educiranja svojih korisnika i podizanja kulturne svijesti, te na koji se način bave marketingom kao važnim segmentom prepoznavanja korisnika i njihovih potreba.

Sljedeće poglavlje odnosi se na nakladništvo, te opisuje što je nakladništvo, kakva je nakladnička djelatnost, zatim kakvu ulogu marketing ima u području nakladništva, te se objašnjava zašto je nakladnička djelatnost dio kulturne i kreativne industrije.

U sljedećem se poglavlju opisuju segmenti na temelju kojih se ostvaruje suradnja narodnih knjižnica i nakladnika. Dakle, njihova suradnja važna je zbog ostvarenja tehničkih službi poput CIP programa, obveznog primjerka i ISBN-a čija su značenja i funkcije u radu objašnjene. Nakladnici i narodne knjižnice surađuju i zbog organiziranja brojnih kulturnih događanja koja su također navedena u tom poglavlju.

U posljednjem poglavlju navode se primjeri četiri odabrane narodne knjižnice (Gradska knjižnica Zadar, Gradska knjižnica i čitaonica „Metel Ožegović“ Varaždin, Gradska knjižnica Rijeka, Gradska i sveučilišna knjižnica Osijek) i aktivnosti koje su održale u posljednjih 5 godina, te se zaključuje na koji način narodne knjižnice surađuju s nakladnicima na temelju tih aktivnosti i pada li broj aktivnosti ili raste tijekom godina.

2. Narodne knjižnice

Narodne knjižnice sastav su svake zajednice i bez obzira na okolnosti u kojima se pojedina zajednica nalazi, misija narodnih knjižnica nalaže da su one dužne stajati na raspolaganju svojim korisnicima i pružati im usluge bez obzira posjeduju li ti korisnici određene kvalitete, znanja, vještine i informacijsko ponašanje na temelju kojih se mogu izdvajati kao obrazovanijima od drugih korisnika ili pak te značajke nedostaju.

Prema IFLA-inoj definiciji: „Narodna knjižnica je organizacija koju osniva, podržava i financira određena zajednica putem lokalne, regionalne ili nacionalne vlasti ili putem nekog drugog oblika organizacije. Ona osigurava pristup znanju, informacijama, cjeloživotnom učenju i djelima mašte pomoću niza izvora i službi, a na raspolaganju je svim članovima zajednice bez obzira na njihovu rasu, nacionalnost, dob, spol, religiju, jezik, invaliditet, ekonomski i radni status te obrazovanje.“¹

Dvije su glavne djelatnosti narodnih knjižnica, a to su pružanje usluga korisnicima i osiguravanje pristupa građi koju knjižnica posjeduje bez obzira na medij na kojemu se ta građa nalazi. Narodne knjižnice korisnika stavljaju na prvo mjesto i dužnost im je da sve informacijske potrebe tog korisnika budu zadovoljene.²

2.1. Temeljne zadaće narodnih knjižnica

Temeljna zadaća narodnih knjižnica jest stavljanje korisnika na prvo mjesto, odnosno zadovoljavanje njegovih potreba. Te potrebe moguće je zadovoljiti samo ako je narodna knjižnica u potpunosti pristupačna svim članovima zajednice. Dakle, narodne knjižnice moraju analizirati postojeće korisnike, identificirati potencijalne korisnike i potrebe unutar zajednice te na temelju analize svih potreba određuju prioritete s pomoću kojih će se približiti istima. Nakon provedene analize knjižničnih i informacijskih potreba narodna knjižnica osigurava usluge koje odgovaraju potrebama korisnika. Te usluge uključuju posudbu knjiga i druge građe koja se nalazi u knjižnici, korištenje knjiga i te iste građe u prostoru knjižnice, pružanje obavijesti u tiskanom ili elektroničkom obliku, informacijsku službu i usluge rezervacije, informacijske usluge o zajednici, obrazovanje korisnika za korištenje knjižnice, organiziranje raznih programa i događanja, te korištenje suvremenih komunikacijskih alata poput blogova, društvenih mreža i slično. Nadalje, korisnike treba poticati na cjeloživotno učenje, proširiti njihove interese, poticati ih na sudjelovanje u raznim društvenim i kulturnim

¹ IFLA-ine smjernice za narodne knjižnice / uredile Christie Koontz i Barbara Gubbin. Drugo hrvatsko izdanje. Zagreb: Hrvatsko knjižničarsko društvo, 2011. str. 15

² Ibid.

aktivnostima, te na čitanje iz rasonode. S pomoću usluga koje pružaju narodne knjižnice stoje na raspolaganju svojim korisnicima prilikom pretraživanja i pronalaženja željenih informacija, ali isto ih tako educiraju i uče, potiču razvitak pismenosti, pružaju osobnu podršku, a sve to rezultira razvitkom zajednice u kojoj narodna knjižnica djeluje.³

2.2. Uloga narodnih knjižnica u lokalnoj zajednici

Osim pružanja usluga i osiguravanja pristupa informacijama narodne su knjižnice mjesta na kojima se ljudi okupljaju i druže. Korištenjem knjižnice za vlastite potrebe i rasonodu korisnici su u mogućnosti stupiti u neformalne odnose s ostalim članovima zajednice koji također koriste knjižnicu, te na taj način mogu steći nova poznanstva i pruža im se mogućnost dijeljenja usvojenih informacija, a isto tako i prijedloga određene literature koja može pomoći pojedinom korisniku u bilo kojem pogledu. Narodne knjižnice osnovane su u lokalnim zajednicama primarno zbog dobrobiti tih zajednica te su dužne pružati lokalne informacijske službe i usluge. Pružanje takvih službi i usluga postiže se prikupljanjem i očuvanjem zavičajne zbirke, održavanjem izložbi, pričanjem priča, objavljivanjem djela koja su zanimljiva lokalnoj zajednici i razvijanjem programa o lokalnim temama. Narodne knjižnice postigle su visok ugled u društvu i zajednici upravo zbog toga što potiču društvene i kulturne aktivnosti koje su potrebne zajednici.⁴

2.3. Aktivnosti u narodnim knjižnicama

Narodne knjižnice kao kulturni centri, koje posjećuje velika većina zajednice, organiziraju brojna događanja, prilagođavajući se pritom starosti korisnika te njihovim potrebama podijeljenima prema starosnim skupinama. Usluge se prema starosti dijele na usluge za djecu, usluge za mlade i usluge za odrasle korisnike. Takva podjela omogućava pružanje zasebnih usluga svim korisnicima na način da odgovaraju njihovim potrebama, a isto tako da se nalaze u skupini svojih vršnjaka kako bi zajedno ili uz pomoć drugih mogli steći potrebna znanja i vještine. Primjeri aktivnosti koje narodne knjižnice provode sa svojim korisnicima jesu pričanje priča, lutkarske predstave, igre, kreativne igre, razne radionice kojima se potiče čitanje, kreativnost, sudjelovanje, ali i učenje raznih vrsta pismenosti koje su itekako od velike važnosti za svakog pojedinca, nadalje, susreti s autorima, kreativno pisanje, poticanje kreativnosti i stvaranja, razni kvizovi, škola filma, literarne večeri i klubovi, stručne večeri, predstavljanja, predavanja, tribine i slično. Održavanjem različitih vrsta aktivnosti u narodnim knjižnicama omogućuje se sudjelovanje u zajednici. Tako se knjižnica približava društvu ali i

³ Ibid. str. 41-46

⁴ Ibid. str. 21-24

svakom korisniku zasebno, potiče se zajednicu na edukaciju i cjeloživotno učenje, a sve to s ciljem poboljšanja života u zajednici i poticanja zajednice na promišljanje, zaključivanje, potrebu za znanjem i informiranjem. Zahvaljujući takvoj posvećenosti korisnicima, pokazalo se da je narodna knjižnica jedna od rijetkih institucija u kojoj se prema svima postupa ravnopravno.⁵

2.4. Marketing u narodnim knjižnicama

Budući da se okruženje u kojem djeluju institucije iz područja kulture i umjetnosti neprestano mijenja, te institucije podložne su koristiti brojne alate koji im pomažu prikupiti informacije koje su važne za samu organizaciju unutar tih institucija. Najčešće se provode PEST i SWOT analize, od kojih PEST analiza obuhvaća političke, ekonomske, društvene i tehnološke čimbenike iz okruženja, a SWOT analiza odnosi se na snage, slabosti, prilike i prijetnje okruženja. Osim prethodno spomenutih analiza, važna je provedba analize korisnika jer su oni ti kojima se narodne knjižnice prvenstveno obraćaju. Takva analiza provodi se na temelju modela koji uključuje razumijevanje okruženja (društvenog, političkog, ekonomskog); razmatranje sadašnjih i/ili potencijalnih korisnika na temelju segmentacije razmatrane populacije, odnosno uvid u to tko je korisnik, a tko bi tek mogao postati korisnikom, te kome su potrebne usluge koje se nude i kakve usluge se očekuju biti ponuđene; nadalje, utvrđivanje potreba i želja pojedinih skupina korisnika, te analiza ponašanja pojedinih skupina korisnika.⁶ Sam proces marketinga obuhvaća planiranje i provođenje ideja, proizvoda i usluga, te određivanje cijena, promocije i njihove distribucije u svrhu zadovoljavanja ciljeva organizacija, ali i onih koji te proizvode i usluge koriste.⁷ Marketinške aktivnosti planiraju se i provode kroz marketinški miks koji obuhvaća četiri glavne skupine, a to su: proizvod odnosno usluga, cijena, distribucija i promocija. Marketinški miks pomagalo je kojim se koristi svaka organizacija, pa tako i narodne knjižnice kako bi istražile tržište na kojem djeluju, te kako bi njihovi proizvodi, odnosno usluge bili ispravno predstavljeni. Za narodne knjižnice izrazito je važna promocija usluga, odnosno marketinška komunikacija. Budući da su narodne knjižnice

⁵ Bon, Milena. Knjižnice – kulturni, informacijski izobraževalni, socialni in komunikacijski centri. // Knjižnica komunikacijsko i multikulturalno središte lokalne zajednice: zbornik radova. Zagreb: Nacionalna i sveučilišna knjižnica u Zagrebu, 2012. str. 39

⁶ Pavičić, Jurica; Alfirević, Nikša; Aleksić, Ljiljana. Marketing i menadžment u kulturi i umjetnosti. Zagreb: Masmmedia, 2006. str. 22-51

⁷ Leksikografski zavod Miroslav Krleža. Hrvatska enciklopedija. URL: <http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=38988> (29. svibanj 2016.)

neprofitne ustanove, one ne promoviraju svoje usluge s ciljem zarade, već u svrhu postizanja edukacije i podizanja kulturne razine društva, a to ostvaruju promoviranjem svojih aktivnosti.⁸

3. Nakladništvo

Nakladništvo odnosno izdavaštvo jest djelatnost kojom djelo postaje dostupno javnosti. Ono uključuje nabavljanje i odabir rukopisa, njegovo uređivanje, oblikovanje, tiskanje ili neku drugu metodu proizvodnje, promidžbu i raspačavanje. Tu djelatnost u povijesti su obavljali autori, tiskari i knjižari, a tek poslije se javljaju stručnjaci koji se bave isključivo tim područjem, nakladnici. Dakle, nakladnik je osoba ili organizacija koja ima pravo na umnažanje i raspačavanje djela, te snosi njegovu pravnu i financijsku odgovornost. Do prava nakladnik dolazi potpisivanjem nakladničkog ugovora kojim nositelj autorskog prava na autorsko djelo prenosi pravo umnažanja i izdavanja djela na nakladnika koji to čini o svom trošku.⁹ Jedan od glavnih ciljeva nakladnika jest proizvesti što više naslova sa što više prava.¹⁰ U tradicionalnom nakladništvu nakladnički su proizvodi knjige, brošure, serijske publikacije, zemljovid i muzikalije, a pojavom audiovizualne građe koja se koristi uz pomoć elektroničkih pomagala, razvija se elektroničko nakladništvo.¹¹

Za objavljivanje kvalitetne publikacije, nakladnici moraju slijediti nekoliko ključnih koraka koji zajedno pripadaju nakladničkom procesu, a odnose se na:

- identificiranje potrebe za objavljivanjem,
- stjecanje jasne ideje o planiranoj publikaciji,
- odlučivanje o formatu,
- dogovaranje uredničkog odbora,
- analiziranje publike odnosno potencijalnih potrošača,
- stvaranje izdavačkog plana,
- pisanje rukopisa,
- odabiranje rukopisa,
- razgovor s autorom ili autorima i priprema ugovora,
- ugovaranje recenzenata koji će pregledati rukopis,
- ugovaranje stručnjaka koji će se pobrinuti za vizualne elemente odnosno naslovnice,
- zatim odabir grafičkog dizajnera,
- odobravanje naslovnice,
- ugovaranje korekture,

⁸ Pavičić, Jurica; Alfirević, Nikša; Aleksić, Ljiljana. Navedeno djelo. str. 158-197

⁹ Leksikografski zavod Miroslav Krleža. Hrvatska enciklopedija. URL: <http://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=42840> (12. srpanj 2016.)

¹⁰ Jelušić, Srećko; Stričević, Ivanka. A Librarian's Guide on How to Publish. New Delhi: Chandos Publishing, 2011. str. 38

¹¹ Leksikografski zavod Miroslav Krleža. Hrvatska enciklopedija. URL: <http://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=42840> (12. srpanj 2016.)

- prihvaćanje tzv. „print dummy-a“ koji se odnosi na krajnji prototip buduće publikacije,
- slanje materijala tiskaru, elektroničko objavljivanje ili oboje,
- stvaranje marketinškog plana,
- distribuiranje i dostavljanje publikacije te,
- prihvaćanje povratne informacije na koju će se obratiti pažnja u budućem procesu izdavanja.¹²

3.1. Nakladništvo kao djelatnost

Nakladnička djelatnost organizirani je proces objavljivanja djela, te kao takva ima dvije dimenzije: financiranje objavljivanja djela te distribuciju knjiga. Kao i kod ostalih gospodarskih grana, pa tako i kod nakladništva, gospodarski je cilj profit. Ono što nakladništvo čini posebnom djelatnošću jest da ono pripada proizvodnoj, ali i kulturnoj kategoriji čime sudjeluje u kulturnom identitetu zemlje i građana. Budući da onaj koji objavljuje ne može sa sigurnošću znati kolika će biti zainteresiranost čitatelja i koliko će dugo djelo opstati na tržištu, objavljivanje djela uvijek sa sobom nosi određeni rizik. Iz takvih razloga, odnosno kada se govori o knjizi kao proizvodu namijenjenom masovnoj prodaji, veoma je važno istražiti tko su potrošači knjige kako bi se znalo približno odrediti kakvo će biti distribuiranje knjige u javnost. Osim čitateljskih ukusa, na knjigu uvelike utječe i cijena knjige koja mora biti usklađena s vrijednošću proizvoda, a na cijenu utječe količina otisnutih primjeraka knjige koju procjenjuju izdavači na temelju veličine potencijalnog tržišta.¹³

3.2. Kulturna i kreativna industrija

Kulturna industrija obuhvaća proizvodnju kulturnih dobara poput knjiga, filmova, glazbe i ostalih proizvoda izdavačke djelatnosti, novih informacija i znanja distribuiranih korištenjem novih komunikacijskih tehnologija.¹⁴ U Hrvatskoj su se kulturne industrije pojavile početkom 20. stoljeća, a nastale su kao rezultat spajanja umjetnosti i masovne proizvodnje iz čega su se u razvijenijim zemljama izdiferencirala posebna tržišta – od masovne kulture do elitne publike. U Hrvatskoj se rijetko uspostavljala takva podudarnost, i to samo u 80-ima.¹⁵

Nakladništvo kao djelatnost ima utjecaj na kulturu kao resurs na način da svojom produkcijom istodobno konzervira postojeće kulturne vrijednosti, ali ih i nadograđuje. Zbog

¹² Jelušić, Srećko; Stričević, Ivanka. Navedeno djelo. str. 42

¹³ Tomašević, Nives. Kreativna industrija i nakladništvo. Zagreb: Naklada Ljevak, 2015. str. 84

¹⁴ Tomašević, Nives; Horvat, Jasna. Nevidljivo nakladništvo. Zagreb: Sveučilište u Zadru, Naklada Ljevak, 2012. str. 9.

¹⁵ Usp. Strategija kulturnog razvitka. URL: <http://www.culturelink.org/news/publics/2009/strategy.pdf> (12. srpanj 2016.)

tih odlika nakladništvo ima dvostruku ulogu – tržišnu i kulturnu. Uloga nakladničkih odlika od velike je važnosti za kulturnu i kreativnu industriju u kojoj važnu ulogu ima i knjiga koja je proizvod nakladničke djelatnosti.¹⁶

Proizvodi kulturnih/kreativnih industrija nisu poput ostalih proizvoda, već uz svoju materijalnu vrijednost posjeduju i onu nematerijalnu. Korištenjem novih znanja i vještina te razumijevanjem intelektualnih i kulturnih osobitosti društva dolazi do potrošnje proizvoda takvih industrija. One potiču globalnu standardizaciju proizvodnih procesa, vrijednosti te načina života. Kulturna proizvodnja u izravnoj je vezi s kulturnom potrošnjom, a na kulturnu potrošnju utječu osobne percepcije potrošača kulturnih proizvoda odnosno usluga, ali i marketinške aktivnosti centara u kojima se odvija kulturna proizvodnja.¹⁷

3.3. Marketing u nakladništvu

Jedan od vodećih autora u području marketinga, Philip Kotler, dao je najprecizniju i sveopće prihvaćenu definiciju marketinga: „Marketing je društveni proces kojim pojedinci i grupe postižu ono što im je potrebno i što žele, kreiranjem, ponudom i slobodnom razmjenom s drugima, proizvoda i usluga određene vrijednosti.“¹⁸ Sam razvoj marketinga ovisi o dvama čimbenicima: o stupnju gospodarskoga razvoja i shvaćanju i razumijevanju poduzeća o važnosti koncepcije marketinga u njihovu poslovanju. Koncept marketinga oslanja se na ciljno tržište koje poduzeće pažljivo odabire i njemu prilagođava marketinški miks, zatim potrebe potrošača koje je vrlo teško odrediti, integrirani marketing koji nalaže da svi zaposlenici unutar poduzeća zajednički djeluju u interesu potrošača, te profitabilnost koja je krajnji cilj marketinškog poslovanja, a ujedno i posljedica zadovoljavanja potreba potrošača. Četiri su marketinške funkcije: proizvod, cijena, distribucija i promocija, a njihovom optimalnom kombinacijom nastaje marketinški miks.¹⁹ Marketing je veoma važan faktor u djelovanju nakladničke kuće. Nakladnici kao stvaratelji knjiga od samog početka stvaranja moraju brinuti o marketingu stvaranog proizvoda. Kako bi krajnji rezultat bio zadovoljavajući od strane publike kojoj je namijenjen proizvod, ali i od stvaratelja proizvoda, važno je proizvod promovirati te na posljetku i prodati. Promocija se odnosi na zbroj različitih aktivnosti koje provode poduzeća kako bi prezentirala svoje proizvode i probudila zainteresiranost kod potencijalnih potrošača. Za promociju se koriste svi komunikacijski

¹⁶ Tomašević, Nives. Navedeno djelo. str. 78

¹⁷ Tomašević, Nives; Horvat, Jasna. Navedeno djelo. str. 9

¹⁸ Kotler, P. Marketing Management Pearson Education Upper Sadalle River. New York: Prentice Hall, 2003. str. 9. Citirano prema: Renko, Nataša. Strategije marketinga. Drugo izdanje. Zagreb: Naklada Ljevak, 2009. str. 5

¹⁹ Ibid. str. 6-8

kanali s pomoću kojih je moguće prenijeti poruku ciljanoj publici, a najvažnijima se smatraju oglašavanje radijem, televizijom, internetom, novinama, zatim izlaganja odnosno tribine na kojima je moguće predstaviti svoj proizvod, sponzori, izravni marketing, promocija i osobna prodaja.²⁰ Osim promocije koja najavljuje proizvod i potiče interes kod potrošača, važno je proizvod i distribuirati odnosno prenijeti ga do mjesta potrošnje i kupaca. Kod distribucije nerijetko se surađuje s posrednicima distribucijskih kanala koji omogućavaju dostupnost i pristupačnost proizvoda ciljanoj publici te kao takvi nude poduzeću više no što ono samo može postići.²¹ Nakladničke kuće kao poduzetnici moraju biti dobro upoznati sa svim načinima promocije i distribucije ako žele da njihov proizvod dođe do javnosti i da javnost za njega bude zainteresirana. U svrhu distribucije svojih proizvoda nakladničke kuće moraju surađivati s knjižnicama, knjižarama i ostalim prodajnim mjestima kako bi osigurale korištenje i prodaju proizvoda.

4. Narodne knjižnice i nakladnici

Veza između knjižnica i nakladnika očituje se u činjenici da je sve što ulazi u knjižničnu zbirku nakladnički proizvod jer nakladnici objavljuju za čitatelje, a knjižnice su ustanove koje omogućuju da njihovi proizvodi dođu do čitatelja.²² Dakle, prvi su suradnici narodnih knjižnica nakladnici jer dijele korisnike za koje svatko od njih na svoj način osigurava knjige.²³ Oni moraju međusobno surađivati u svrhu distribucije knjige, radi ostvarenja tehničkih službi koje su zadužene za CIP, obvezni primjerak, ISBN, ali isto tako moraju komunicirati i dogovarati književne večeri, promocije knjiga, te organizirati ostale kulturne događaje.

4.1. Distribucija knjiga

Distribucija je važan dio nakladničkog procesa jer nakladništvo nema smisla ako krajnji rezultat odnosno proizvod nije distribuiran javnosti bez obzira radi li se o prodaji proizvoda ili o njegovu posuđivanju u knjižnici. Sama distribucija ima dva glavna zadatka: marketing i fizičku isporuku. Bez efektivnog marketinga postoji mogućnost da ciljana publika nikad neće saznati da određena publikacija postoji, te u tom slučaju fizička isporuka neće biti potrebna, a sav novac i trud koji su uloženi u stvaranje publikacije bit će uzaludni. Jedan od načina

²⁰ Moffat, L. Ahead of the game: The marketing Guide for Small Business. New York: McGraw-Hill Publishing Company, 20012. str. 10-11. Citirano prema: Renko, Nataša. Strategije marketinga. Drugo izdanje. Zagreb: Naklada Ljevak, 2009. str. 27

²¹ Renko, Nataša. Navedeno djelo. str. 36-37

²² Jelušić, Srećko; Stričević, Ivanka. Navedeno djelo. str. 4

²³ Ibid. str. 22

distribuiranja knjiga jest upravo kroz knjižnicu. Kada se radi o prodaji, većina knjižnica posjeduje dva tipa publikacija: one koje su distribuirane besplatno i one koje su namijenjene prodaji. Publikacije koje su namijenjene prodaji knjižnice mogu izložiti na vidljiva mjesta kako bi ih korisnici mogli lako uočiti i ako su zainteresirani, kupiti, no budući da takav način prodaje nije dovoljan, knjižnice mogu na svojim mrežnim mjestima predstaviti sve publikacije uključujući njihove cijene i informacije o narudžbi. Na taj način može se doprijeti do korisnika knjižnice, ali ne i do čitavog tržišta, stoga se smatra najboljim odrediti nekoga u knjižnici tko će biti glavni distributer, tko ima iskustva u primanju i dostavljanju publikacija, te se može brinuti o njihovoj prodaji.²⁴

4.2. CIP program

CIP (*Cataloguing in publication*, odnosno Katalogizacija u publikaciji) je program izradbe preliminarnih, skraćenih kataložnih zapisa za publikacije u pripremi za tisak. U Hrvatskoj je program utemeljen 1984. godine te od tada ostvaruje višestruku i značajnu ulogu u području nakladništva i knjižničarstva. Program se ostvaruje stalnom suradnjom nakladnika i knjižnica, te se uključivanjem u program nakladnicima pruža mogućnost promidžbe novih izdanja koja su u pripremi za objavljivanje, a knjižnicama se omogućuje brži pristup informacijama o novim izdanjima. Također, na taj način pospješuje se proces nabave i obrade u knjižnicama. Svrha CIP programa jest omogućiti pristup cjelovitim informacijama o publikacijama koje su u pripremi za tisak, pružiti uvid u produkciju hrvatskih nakladnika, promidžbu novih naslova omeđenih publikacija i nakladničkih cjelina, edukaciju novih nakladnika o standardima za izradbu knjiga, standardiziranu i bržu obradbu publikacija u knjižnicama, nabavu publikacija, te kontrolu pristizanja obveznih primjeraka. U Hrvatskoj je CIP program organiziran prema načelu kooperativne katalogizacije, te kao takav omogućuje nakladnicima brzu i jednostavnu suradnju s knjižnicom koja je ovlaštena za regiju u kojoj djeluje nakladnik, a time je knjižnicama omogućeno praćenje produkcije knjiga u matičnoj regiji. Takvim se procesom pospješuje načelo zavičajnosti na prikupljanju i predstavljanju knjižnične građe.²⁵

4.3. Obvezni primjerak

Zakon o obveznom primjerku uključen je kroz Zakon o knjižnicama koji propisuje redovito, besplatno i ažurno dostavljanje devet primjeraka sve knjižne, neknjižne, audiovizualne i elektroničke građe. Takav besplatan primjerak naziva se obvezni primjerak, a moraju ga dostaviti pravne i fizičke osobe koje izdaju ili proizvode građu namijenjenu javnosti, odnosno

²⁴ Jelušić, Srećko; Stričević, Ivanka. Navedeno djelo. str. 71-72

²⁵ Nacionalna i sveučilišna knjižnica u Zagrebu. URL: <http://www.nsk.hr/cip/> (30. svibanj 2016.)

to su nakladnici i proizvođači audiovizualnih i elektroničkih publikacija. Devet obveznih primjeraka dostavlja se Nacionalnoj i sveučilišnoj knjižnici koja zadržava dva primjerka, a po jedan primjerak dostavlja sveučilišnim knjižnicama u Splitu, Rijeci, Puli, Osijeku i Mostaru te općeznanstvenim knjižnicama u Dubrovniku i Zadru. Uz obveznih devet primjeraka, svi nakladnici službenih publikacija dužni su dostaviti Nacionalnoj i sveučilišnoj knjižnici dva dodatna primjerka te jedan primjerak Hrvatskoj informacijsko-dokumentacijskoj referalnoj agenciji (HIDRA-i). Također, nakladnici službenih publikacija dužni su dostaviti jedan primjerak tih publikacija matičnoj knjižnici na području županije u kojoj je njegovo sjedište.²⁶ Obvezni primjerak važno je dostavljati i pohranjivati u nacionalnim knjižnicama i nacionalnim arhivima kako bi se zauvijek sačuvali svi relevantni dokumenti i zabilježeno znanje, a takvim prikupljanjem i čuvanjem bilježi se kultura jedne sredine, njezin identitet i djelovanje.²⁷

4.4. Hrvatski ured za ISBN

Nakladnike i knjižnice povezuje i Hrvatski ured za ISBN jer je to ured u koji su učlanjeni svi hrvatski nakladnici knjiga i drugih omeđenih publikacija. Akronim ISBN dolazi od *International Standard Book Number*, odnosno Međunarodni standardni knjižni broj, a to je jedinstveni identifikator knjiga i drugih omeđenih publikacija bez obzira na medij na kojem se objavljuju. Dakle, ISBN je jedinstveni broj za određeni naslov ili neizmijenjeno izdanje knjige koju je objavio određeni nakladnik. Oznaka se sastoji od akronima ISBN i trinaest znamenaka raspoređenih u pet skupina, međusobno odvojenih crticom.²⁸

4.5. Književne večeri

Mnoge narodne knjižnice u suradnji s nakladnicima priređuju književne večeri na kojima se korisnici odnosno svi zainteresirani susreću s jednim autorom ili više njih. Književne večeri organiziraju se u prostorijama knjižnice ili u javnim dvoranama. Susreti se organiziraju kada je na tržištu objavljena nova knjiga određenog autora, kada je određeni autor popularan među korisnicima odnosno čitateljima ili kada je autorska obljetnica. Osim što ih posjećuju članovi knjižnice, književni susreti zanimljivi su i drugim članovima zajednice, pa oni ponekad mogu utjecati na povećan broj novih korisnika. Književne večeri mogu biti posvećene i određenome

²⁶ Nacionalna i sveučilišna knjižnica u Zagrebu. Služba obveznog primjerka. URL: <http://www.nsk.hr/obvezni-primjerak-2/> (30. svibanj 2016.)

²⁷ Jelušić, Srećko. Oglеди o nakladništvu. Zagreb: Naklada Ljevak, 2012. str. 63.

²⁸ Nacionalna i sveučilišna knjižnica u Zagrebu. Hrvatski ured za ISBN. URL: <http://www.nsk.hr/isbn/> (30. svibanj 2016.)

književnom pravcu ili pak autoru koji više nije živ, pa u takvim slučajevima knjižnice surađuju s raznim umjetnicima koji predstavljaju pravac u književnosti ili autorovo djelo.²⁹

4.6. Predstavljanja knjiga

Predstavljanja publikacija postala su uobičajena tek od nedavnih dana, a uglavnom ih priređuju nakladnici i izdavači. Osim nakladnika i izdavača sve češći organizatori predstavljanja knjiga postale su i knjižnice koje ih ponekad priređuju same, a ponekad s nakladnicima i izdavačima. Predstavljanje knjiga primjereno je svim vrstama knjižnica te se najčešće priređuje u prostorijama knjižnica. Odabir publikacije koja će se predstavljati nameće se sam po sebi, no ako je predstavljanje organizirala knjižnica, važno je odabrati osobu koja će predstaviti odabranu publikaciju. Predstavljanja knjiga jedan su od oblika obavješćivanja o određenoj publikaciji, a isto tako pospješuju suradnju s autorima i nakladnicima što je od velike važnosti za svaku knjižnicu. Koristeći se različitim metodama predstavljanja svoje građe, knjižnica izlazi iz svojih prostora i predstavlja sebe i svoj fond zajednici u kojoj djeluje i zbog koje djeluje.³⁰

5. Primjeri narodnih knjižnica i njihove aktivnosti

Kako bi knjižnica odgovorila na potrebe svoje zajednice, promovirala se i približila svojim korisnicima, ona organizira brojne aktivnosti koje joj omogućuju upoznavanje svojih korisnika i njihovo educiranje kroz razne programe. Cilj ovog rada jest analizirati četiri narodne knjižnice i prikazati pregled njihovih godišnjih aktivnosti pomoću kojih osiguravaju korisnicima aktivno sudjelovanje u edukativnim i zabavnim programima i manifestacijama kako bi se pokazalo u kojem broju narodne knjižnice održavaju aktivnosti općenito i surađuju s nakladnicima. Održavanjem većeg broja aktivnosti očekuje se i veća zainteresiranost korisnika, a time i posjećenost knjižnice što ukazuje na njezino kvalitetno djelovanje i rezultira ispunjavanjem misije narodnih knjižnica. Kao primjeri narodnih knjižnica odabrane su četiri narodne knjižnice iz četiri različite regije, Gradska knjižnica Zadar, Gradska knjižnica i čitaonica „Metel Ožegović“ Varaždin, Gradska i sveučilišna knjižnica Osijek i Gradska knjižnica Rijeka, te su na temelju godišnjih izvješća o radu prikazane aktivnosti pojedine knjižnice u svrhu obavljanja kulturno promotivne djelatnosti za svoje korisnike, a isto tako za cijelu zajednicu u kojoj određena narodna knjižnica djeluje.

²⁹ Tadić, Katica. Rad u knjižnici: priručnik za knjižničare. URL: <http://www.ffzg.unizg.hr/infoz/biblio/nastava/dz/text/pog7.htm#17> (18. srpanj 2016.)

³⁰ Ibid.

5.1. Gradska knjižnica Zadar

„Poslanje (misija) Gradske knjižnice Zadar je približiti informacije, znanje i kulturu žiteljima grada Zadra, Zadarske županije i njihovim gostima, odgovoriti na potrebe i zahtjeve korisnika usluga kojima se potiče čitanje, pridonosi nepristranoj obaviještenosti građana, obrazovanju i bogaćenju kulturnoga života svakog pojedinca u zajednici.“³¹

Gradska Knjižnica Zadar poznata je po svojoj sedmodnevnoj manifestaciji *Zadar čita* koja se održava svake godine, a namijenjena je promicanju hrvatske književnosti te se u sklopu nje održavaju brojne radionice, susreti s autorima, čitanje i pripovijedanje priča, igrokazi, izložbe, književni kvizovi i slične aktivnosti. Budući da je promicanje čitanja jedno od glavnih obilježja narodnih knjižnica, pa tako i Gradske knjižnice Zadar, manifestacija je namijenjena književnosti, knjizi i čitanju. Manifestacija se ne odvija samo u prostoru knjižnice već izlazi iz svojih okvira i surađuje s brojnim kulturnim i odgojno-obrazovnim ustanovama i nakladnicima. *Zadar čita* prva je manifestacija u Hrvatskoj koju organizira i kojom upravlja jedna narodna knjižnica, a koja uključuje mnoštvo drugih suradnika s ciljem promicanja čitanja cijelog grada.³² Na taj način manifestacija predstavlja primjer povezivanja knjižnice s brojnim suradnicima u lokalnoj zajednici. U svrhu odvijanja književnih događaja, česta je suradnja knjižnica i nakladničkih kuća, a primjer takve suradnje jest događaj *Tjedan dobre knjige* koji se održao 2011. godine i u kojem se provela ideja maratonskog sedmodnevnog čitanja u sedam hrvatskih gradova.³³

2011. godine Gradska knjižnica Zadar organizirala je sveukupno 279 raznih događanja, koja uključuju izložbe, predavanja, predstavljanja knjiga, radionice, tribine, okrugli stol, koncerte, projekcije, seminare, kvizove, igre i slično. Najveći broj spomenutih aktivnosti zauzele su radionice (61), a odmah nakon njih predstavljanja knjiga (53), dok je izložbi (52), predavanja (49) i ostalih aktivnosti bilo održano u znatno manjem broju. U sklopu manifestacije *Zadar čita* najviše sadržaja bilo je namijenjeno djeci, no središnji dio manifestacije čine književni

³¹ Pavičić, Jurica; Alfirević, Nikša; Aleksić, Ljiljana. Navedeno djelo. str. 144

³² Novak, Helena. Gradska knjižnica Zadar: promicanje čitanja u lokalnoj sredini – Zadar čita. // Knjižnica komunikacijsko i multikulturalno središte lokalne zajednice: zbornik radova. Zagreb: Nacionalna i sveučilišna knjižnica u Zagrebu, 2012. str. 195-205

³³ Radman, Nada; Masar, Mladen. Perpetuum u Gradskoj knjižnici Zadar – središtu zajednice. // Knjižnica komunikacijsko i multikulturalno središte lokalne zajednice: zbornik radova. Zagreb: Nacionalna i sveučilišna knjižnica u Zagrebu, 2012. str. 106

susreti s uglednim imenima hrvatske scene. Godine 2011. u manifestaciji su sudjelovali Nives Opačić, Olja Savičević Ivančević, Ivana Šojat Kuči i Velimir Visković.³⁴

Godine 2012. broj događanja porastao je na 303, s time da se tu ne ubrajaju redoviti programi poput radionica i sastanaka udruga, već događanja poput *Dana hrvatskih knjižnica*, tribina *Morski utorak*, besplatni koncert povodom Dana knjižnice, posjeti raznih osoba značajnih za knjižničarstvo, predstavljanja knjiga i slično. Na dječjem odjelu odvijalo se mnogo radionica (57), izložbi (52) i posjeta (55), a književnih susreta u malom broju (3). U sklopu manifestacije *Zadar čita* knjižnica je ugostila književnike Jakšu Fiamenga, Igora Zidića, Tonka Maroevića i Dubravku Oraić Tolić.³⁵

Godine 2013. broj događanja smanjio se na 298, no broj programa za djecu koji uključuju književne susrete, radionice i izložbe porastao je na 509 ukupnih programa. Program manifestacije *Zadar čita* obuhvaćao je razne radionice, čitanja, izložbe, a središnja događanja bile su književne večeri u Knjižnici s autorima Milanom Vuković Runjić, Veljkom Barbierijem i Zoranom Ferićem.³⁶

Godine 2014. sveukupni broj događanja iznosio je 2 159, a održani su razni tečajevi, gostujuća predavanja, izložbe, radionice, tribine, *Tjedan Harrya Pottera*, *Mjesec knjige*, koji je obilježen brojnim predstavljanjima knjiga, te manifestacija *Zadar čita* tijekom koje su gostovali mladi hrvatski autori Merita Arslani, Ivo Balenović i Dinko Telečan. Programa za djecu, koji ubrajaju književne susrete, izložbe, radionice i drugo, održano je 659.³⁷

Prošle godine, odnosno 2015., održano je nekoliko programskih aktivnosti, manifestacija *Zadar čita* koja je te godine bila tematski usmjerena na putovanje, a čitanje su promicale odgojno-obrazovne ustanove, te se čitalo u Općoj bolnici i domovima umirovljenika, muzejima i Državnom arhivu. Ostali programi koji su se održavali su program *Kućne dostave knjiga*, tečajevi rada na računalu za umirovljenike, tribina *Morski utorak* (ukupno je bilo održano 13 tribina), *Mjesec hrvatske knjige*, program *STEP*, projekt *Flying Book*, projekt *Papergirl*, klubovi čitatelja. Programa za djecu bilo je organizirano ukupno 216, a to su nacionalna kampanja *Čitaj mi!*, festival dječjih klapa, besplatna pomoć u učenju, radionice,

³⁴ Gradska knjižnica Zadar: godišnje izvješće 2011. Zadar: Gradska knjižnica, 2011. URL: http://www.gkzd.hr/sites/default/files/izvjesce_2011.pdf (18. srpanj 2016.)

³⁵ Gradska knjižnica Zadar 2012.: godišnje izvješće. Zadar: Gradska knjižnica, 2012. URL: http://www.gkzd.hr/sites/default/files/gi_2012_w.pdf (18. srpanj 2016.)

³⁶ Gradska knjižnica Zadar 2013.: godišnje izvješće. Zadar: Gradska knjižnica, 2013. URL: http://www.gkzd.hr/sites/default/files/gi_2013_w_0.pdf (18. srpanj 2016.)

³⁷ Gradska knjižnica Zadar 2014.: godišnje izvješće. Zadar: Gradska knjižnica, 2014. URL: http://www.gkzd.hr/sites/default/files/gi_2014_w.pdf (18. srpanj 2016.)

blogovi za djecu i slično. Prilikom održavanja raznih radionica i događanja uvelike pomažu volonteri koji se dobrovoljno javljaju za sudjelovanje u kulturnim programima.³⁸

5.2. Gradska knjižnica i čitaonica „Metel Ožegović“ Varaždin

Godine 2011. Knjižnica je održala 26 kulturnih programa na Odjelu za odrasle, 95 igraonica za predškolsku djecu, razne društvene igre namijenjene zabavi ali i učenju stranih jezika, susrete s piscima, likovne igraonice, izložbe likovnih radova i knjiga, kvizove i slične programe na Odjelu za djecu. Za djecu je održano ukupno 343 programa, dok je na Odjelu za mlade i stranu literaturu održano 26 različitih programa koji uključuju izložbe, tribine, stručne skupove i sastanke udruga.³⁹

Gradska knjižnica i čitaonica 2012. godine održala je ukupno 24 kulturna programa na Odjelu za odrasle, 98 radionica za djecu, susrete s piscima, 12 likovnih radionica i izložbi likovnih radova i knjiga, kvizova i drugih programa. Na dječjem odjelu održano je ukupno 335 raznih programa za djecu, a na Odjelu za mlade i stranu literaturu održano je 26 različitih programa koji uključuju tribine, izložbe, stručne skupove, sastanke udruga i slično.⁴⁰

Godine 2013. u Knjižnici je održano 28 kulturnih programa za odrasle, 96 igraonica za djecu, 14 likovnih radionica, izložbi i drugih programa. Održana su 362 programa za djecu i 31 program za mlade koji uključuje tribine, književne večeri, predavanja i drugo. Te godine Knjižnica počinje sudjelovati u manifestaciji *Mjesec hrvatske knjige*.⁴¹

Godine 2014. broj kulturnih programa smanjuje se na 22, broj igraonica za djecu ostaje otprilike jednak kao i prije (90), dok je broj likovnih radionica i izložbi porastao na 26. Za djecu je održano ukupno 308 programa, a za mlade 25 programa. Knjižnica sudjeluje u manifestaciji *Mjesec hrvatske knjige*.⁴²

³⁸ Gradska knjižnica Zadar: Izvješće o radu knjižnice i financijsko izvješće za 2015. godinu, Zadar: Gradska knjižnica Zadar, 2016. URL: http://www.gkzd.hr/download/Izvjece_o_radu_GKZD_2016.pdf (18. srpanj 2016.)

³⁹ Izvješće o radu i poslovanju Gradske knjižnice i čitaonice „Metel Ožegović“ Varaždin za 2011. godinu. Varaždin: Gradska knjižnica i čitaonica „Metel Ožegović“ Varaždin, 2011.

⁴⁰ Izvješće o radu i poslovanju Gradske knjižnice i čitaonice „Metel Ožegović“ Varaždin za 2012. godinu. Varaždin: Gradska knjižnica i čitaonica „Metel Ožegović“ Varaždin, 2013. URL: <http://knjiznica-vz.hr/images/stories/izvjesce.grad.pdf> (18. srpanj 2016.)

⁴¹ Izvješće o radu i poslovanju Gradske knjižnice i čitaonice „Metel Ožegović“ Varaždin za 2013. godinu. Varaždin: Gradska knjižnica i čitaonica „Metel Ožegović“ Varaždin, 2014. URL: <http://knjiznica-vz.hr/images/stories/izvjesce2013.pdf> (18. srpanj 2016.)

⁴² Izvješće o radu i poslovanju Gradske knjižnice i čitaonice „Metel Ožegović“ Varaždin za 2014. godinu. Varaždin: Gradska knjižnica i čitaonica „Metel Ožegović“ Varaždin, 2015. URL: <http://knjiznica-vz.hr/images/stories/izvjesce14.pdf> (18. srpanj 2016.)

Godine 2015., kao i prethodne godine, održana su 22 kulturna programa na Odjelu za odrasle. Broj programa za djecu nešto se smanjio te iznosi ukupno 254 održanih programa. Igraonica se održalo 65, dok je likovnih radionica bilo 26. Za mlade je bilo održano 24 programa koji su uključivali održavanje jednakih programa poput tribina, književnih večeri, predavanja i izložbi kao i prethodnih godina. Također, Knjižnica nastavlja sudjelovati u *Mjesecu hrvatske knjige*.⁴³

5.3. Gradska i sveučilišna knjižnica Osijek: GSKO

GSKO je 2011. godine u okviru promotivne djelatnosti knjižnice održala 30 velikih izložbi knjižnične i druge građe te mnoštvo malih izložbi koje su bile prigodne u određenom razdoblju. Održano je 20 književnih susreta te 77 predavljanja knjiga i ostalih aktivnosti koje obuhvaćaju predavanja, tribine, okrugle stolove i radionice. Knjižnica je uvelike posvećena provođenju aktivnosti poput pričaonica, igraonica, edukativnih posjeta, susreti s književnicima, ilustratorima i drugim javnim osobama s djecom i mladima u svrhu edukacije i zabave te je održala ukupno 241 susret u svrhu njihova provođenja. Knjižnica je posebno obilježila *Dan grada Osijeka*, *Dan dječje knjige* i *Mjesec hrvatske knjige*, koji se održavaju svake sljedeće godine, te se u sklopu toga održavaju razne izložbe, književni susreti i predavanja.⁴⁴

Godine 2012. GSKO je održala 26 velikih izložbi, 24 književna susreta i 135 radionica. Te godine edukativnih i zabavnih programa za djecu održano je u 310 susreta, a aktivnosti za mlade ukupno 129 susreta.⁴⁵

Godinu dana poslije, 2013., održano je 29 velikih izložbi i mnoštvo malih, 13 književnih susreta, te 78 ostalih aktivnosti za korisnike. Aktivnosti za djecu provodile su se u 455 susreta.⁴⁶

⁴³ Izvješće o radu i poslovanju Gradske knjižnice i čitaonice „Metel Ožegović“ Varaždin za 2015. godinu. Varaždin: Gradska knjižnica i čitaonica „Metel Ožegović“ Varaždin, 2016. URL: <http://knjiznica-vz.hr/images/stories/izvjesce15.pdf> (18. srpanj 2016.)

⁴⁴ Gradska i sveučilišna knjižnica Osijek: godišnji izvještaj 2011. Osijek: Gradska i sveučilišna knjižnica Osijek, 2012. URL: <http://baza.gskos.hr/izvjestaj2011gotovo.pdf> (18. srpanj 2016.)

⁴⁵ Gradska i sveučilišna knjižnica Osijek: godišnje izvješće 2012. Osijek: Gradska i sveučilišna knjižnica Osijek, 2013. URL: <http://www.gskos.unios.hr/~descaple/files/Godisnje%20izvjesce%202012%20GSKO.pdf> (18. srpanj 2016.)

⁴⁶ Gradska i sveučilišna knjižnica Osijek: godišnje izvješće 2013. URL: <http://www.gskos.unios.hr/~descaple/files/godisnje%20izvjesce%202013%20final.pdf> (18. srpanj 2016.)

Godine 2014. knjižnica je održala 24 velike izložbe, 9 književnih susreta, 14 predavanja i ostalih aktivnosti. Ukupan broj susreta za provođenje aktivnosti s djecom i mladima te je godine naglo porastao te iznosi 565.⁴⁷

Prošle godine, 2015., održane su 23 velike izložbe, 12 književnih susreta, 22 predavanja, 6 radionica i 15 ostalih aktivnosti. Broj susreta za provođenje aktivnosti s djecom i dalje je u porastu te iznosi 596.⁴⁸

5.4. Gradska knjižnica Rijeka

Godine 2011. Gradska knjižnica Rijeka održala je 28 redovnih programa, 73 izvanredna programa, te 34 izložbe. Ukupno je bilo održano 665 programskih aktivnosti. Knjižnica je sudjelovala u 17 manifestacija i projekata, te je predstavljeno ukupno 24 knjiga za odrasle i 12 knjiga za djecu. Dio održanih programa organiziran je od strane Gradske knjižnice Rijeka, a dio u suradnji s partnerima: nakladnicima, dječjim vrtićima, osnovnim i srednjim školama, pojedincima, raznim udrugama i ustanovama. Održano je 17 redovnih programa i 418 redovnih programskih aktivnosti te 448 izvanrednih programskih aktivnosti za djecu i roditelje, za mlade je održano 128 programa redovnih programa, za odrasle ukupno 59 programskih aktivnosti. Održano je 14 predstavljanja knjiga, te 4 susreta na kojima su se predstavljali zavičajni autori i njihova književna ostvarenja. U knjižnici se provodila manifestacija *Mjesec hrvatske knjige*, književna večer *Književna nagrada Drago Gervais*, te akcije *Tražimo najljepšu posvetu!* i *Je li Vaše dijete član knjižnice?*⁴⁹

Godine 2012. Knjižnica je održala 33 redovna programa, 47 izvanredna programa te 17 izložbi. Ukupno je održala 570 programskih aktivnosti te je sudjelovala u 17 manifestacija i projekata. Za djecu su organizirane razne edukativne radionice, vježbe čitanja, male škole i slično, dok je za odrasle bilo organizirano 8 predstavljanja knjiga, gostovanja autora, predavanja i drugo. Knjižnica je organizirala manifestaciju *Tjedan dobre dječje knjige* na kojoj su se održala predstavljanja uspješnica i njihovih autora, čitanja na glas i radionice. Kao i prethodne godine, održana je akcija *Je li Vaše dijete član Knjižnice?*. Nadalje, Knjižnica je sudjelovala i u sklopu većih manifestacija kao što su *Mjesec hrvatske knjige*, *Noć knjige*, *Dječji tjedan* i tako dalje.⁵⁰

⁴⁷ Gradska i sveučilišna knjižnica Osijek: Godišnje izvješće 2014. Osijek: Gradska i sveučilišna knjižnica Osijek, 2015. URL: <http://www.gskos.unios.hr/files/izvjestaj2014.pdf> (18. srpanj 2016.)

⁴⁸ Gradska i sveučilišna knjižnica Osijek: Godišnje izvješće 2015. Osijek: Gradska i sveučilišna knjižnica Osijek, 2016. URL: <http://baza.gskos.hr/Godisnjeizvj2015.pdf> (18. srpanj 2016.)

⁴⁹ Izvješće o radu za 2011. godinu. Rijeka: Gradska knjižnica Rijeka, 2012.

⁵⁰ Izvješće o radu za 2012. godinu. Rijeka: Gradska knjižnica Rijeka, 2013.

Godine 2013. Gradska knjižnica Rijeka održala je 40 redovnih programa, 83 izvanredna programa i 29 izložbi. Ukupno se održalo 563 programskih aktivnosti te je Knjižnica sudjelovala u 25 manifestacija i projekata. Održalo se 15 predstavljanja knjiga koja su uključivala i razgovore s autorima. Kao i prethodnih godina, Knjižnica je sudjelovala u manifestacijama *Noć knjige*, *Tjedan dobre dječje knjige*, *Mjesec hrvatske knjige* i ostalim projektima.⁵¹

Godine 2014. u Knjižnici je održano 36 redovnih programa, 598 redovnih programskih aktivnosti te 134 izvanrednih programskih aktivnosti. Održana je 31 izložba. Ukupan broj održanih programskih aktivnosti iznosi 763, a Knjižnica je sudjelovala u 34 manifestacije, akcije i programa. Za djecu je održano 525 programskih aktivnosti, za mlade 72, a za odrasle 135 aktivnosti, od kojih je 16 čine predstavljanja knjiga i književne večeri. Knjižnica je organizirala manifestacije *Tjedan dobre dječje knjige*, *Mjesec hrvatske knjige* i 10. obljetnicu Županijskog bibliobusa. Uz svoju organizaciju Knjižnica je sudjelovala i na manifestacijama na poziv njezini nositelja, od kojih su neke *Međunarodni dan darivanja knjiga*, *Dani frankofonije*, *Svjetski dan autizma*, *Noć knjige*, *Bookfest* i ostali.⁵²

Prošle godine, odnosno 2015., Gradska knjižnica Rijeka održala je 45 redovnih programa od kojih je 27 bilo za djecu i 18 za mlade i odrasle. Održano je 629 redovnih programskih aktivnosti, od koji je za djecu bilo 468, a za mlade i odrasle 161 te 195 izvanrednih programskih aktivnosti (99 za djecu, 96 za mlade i odrasle). Također, održano je 35 izložbi. Knjižnica je ukupno organizirala 859 programskih aktivnosti, te je sudjelovala u 30 manifestacija, akcija, projekata i kampanja. Predstavljanja knjiga i književnih večeri održalo se 20. Kao i prethodnih godina, tako i sada, Knjižnica je organizirala manifestacije *Tjedan dobre dječje knjige* i *Mjesec hrvatske knjige*.⁵³

5.5. Usporedno i zaključno o aktivnostima

Na temelju godišnjih izvješća o radu odabranih knjižnica (Gradska knjižnica Zadar, Gradska knjižnica i čitaonica „Metel Ožegović“ Varaždin, Gradska i sveučilišna knjižnica Osijek i Gradska knjižnica Rijeka) zaključuje se da svaka narodna i u slučaju Gradske knjižnice Osijek, sveučilišna, knjižnica djeluje u skladu s potrebama svoje zajednice. Kako bi odgovorila na potrebe korisnika, a isto tako i sudjelovala u kulturnom životu zajednice svaka narodna knjižnica nastoji održati što veći broj događanja i programa kojima bi privukla

⁵¹ Izvješće o radu za 2013. godinu. Rijeka: Gradska knjižnica Rijeka, 2014.

⁵² Izvješće o radu Gradske knjižnice Rijeka za 2014. godinu. Rijeka: Gradska knjižnica Rijeka, 2015.

⁵³ Izvješće o radu Gradske knjižnice Rijeka za 2015. godinu. Rijeka: Gradska knjižnica Rijeka, 2016.

korisnike, educirala ih te potakla na sudjelovanje i kulturno uzdizanje. Broj aktivnosti poput igraonica, kvizova, izložbi, seminara, radionica i sličnih koje knjižnice provode ovisi o broju zainteresiranih korisnika, ali i o veličini zajednice. U razdoblju od 2011. do 2015. godine broj održanih događanja i programa varira u svim primjerima knjižnica. Tako se na primjeru Gradske i sveučilišne knjižnice Osijek može vidjeti da broj događanja kontinuirano raste svake godine, dok to kod ostalih primjera knjižnica nije slučaj, već broj događanja malo poraste, pa godinu dana poslije opet padne. Djeci kao najmanjim korisnicima i osobama u razvitku, knjižnice posvećuju više pažnje i vremena te za njih organiziraju najviše edukativnih i zabavnih programa. Broj održavanja programa u porastu je u svakoj odabranoj knjižnici, dok se znatno manje aktivnosti organizira za starije članove zajednice.

Gradska knjižnica Zadar ističe se od ostalih primjera narodnih knjižnica s održavanjem sedmodnevne manifestacije *Zadar čita* te njezinim organiziranjem i provođenjem izravno surađuje s nakladnicima. Osim prethodno spomenute manifestacije, Knjižnica organizira i manifestacije *Tjedan dobre knjige* i *Mjesec knjige* kojima se potiče čitanje, te se u sklopu njih održavaju čitateljske rasprave, književni razgovori, izložbe posvećene knjigama i slično. Gradska knjižnica Rijeka također je knjižnica koja svoje programe organizira u suradnji s brojnim ustanovama i udrugama, pa tako između ostalih i nakladničkim kućama. Knjižnica sudjeluje i organizira brojne manifestacije, od kojih se ističu *Mjesec hrvatske knjige*, *Tjedan dobre dječje knjige*, *Noć knjige* i *Dječji tjedan*. Nadalje, Gradska knjižnica i čitaonica „Metel Ožegović“ Varaždin sudjeluje u manifestaciji *Mjesec hrvatske knjige*, te svake godine organizira dvadesetak kulturnih programa kojima svojoj zajednici osigurava susrete s autorima i predstavljanja knjiga. Gradska i sveučilišna knjižnica Osijek svake godine obilježava *Dan grada Osijeka*, te organizira *Dan dječje knjige* i *Mjesec hrvatske knjige* u sklopu kojih održava književne susrete, predavanja i izložbe. Održavanjem spomenutih manifestacija narodne knjižnice u izravnoj su suradnji sa nakladničkim kućama jer su nakladničke kuće te koje su zaslužne za postojanje knjiga kao nakladničkih proizvoda te ih kao takve distribuiraju i promoviraju javnosti.

6. Zaključak

Narodne knjižnice kao kulturne i informacijske ustanove prisutne u svakoj zajednici imaju zadaću da osiguravaju pristup znanju i informacijama svakom članu zajednice bez obzira na njegovu dob, spol, rasu, nacionalnost, religiju, invaliditet, jezik i ostale raznolikosti. One su dužne korisnika stavljati na prvo mjesto, biti mu otvorene, te ga poticati na cjeloživotno

učenje i kulturnu svijest. Do potrebe za osnutkom narodnih knjižnica došlo je upravo zbog dobrobiti zajednice, stoga one moraju slijediti svoju misiju i djelovati u tom smjeru. Kako bi narodne knjižnice premostile razne stereotipe koji su ih obilježavali tijekom godina, one izlaze iz svojih zidova i djeluju u i sa svojom zajednicom tako da organiziraju brojne aktivnosti i programe. Do organizacije mogućih aktivnosti narodne knjižnice dolaze analizom postojećih korisnika, identifikacijom potencijalnih korisnika i njihovih potreba. Uz pomoć aktivnosti koje knjižnice održavaju one upoznaju svoju zajednicu i njezine potrebe, te osmišljavaju svoje daljnje djelovanje i nove aktivnosti koje bi korisnicima mogle biti zanimljive, a isto tako i edukacijske naravi. Primjeri su takvih aktivnosti kreativne igre i radionice, čitanje priča, kvizovi, predavanja, tribine, literarne večeri, izložbe i slični programi organizirani prema dobi korisnika. Poticanjem društvenih i kulturnih aktivnosti u zajednici narodne knjižnice postigle su visok ugled u društvu jer time postaju mjesta koja ljudi posjećuju iz razonode i zainteresiranosti za određene informacije. Narodne su knjižnice neprofitne ustanove, no svejedno moraju promovirati usluge koje nude kako bi pobudile zainteresiranost potencijalnih korisnika, stoga moraju biti upoznate s marketingom i provoditi ga na svojim aktivnostima, ali ne u svrhu zarade već edukacije i podizanja kulturne razine društva. Od marketinških alata institucije pa tako i narodne knjižnice najčešće provode PEST i SWOT analize koje temeljito pokrivaju čimbenike iz okruženja, a isto tako važna je i analiza korisnika jer su upravo oni najvažniji potrošači svake narodne knjižnice. Osim organiziranja redovnih programa i aktivnosti, narodne su knjižnice organizatori i predstavljanja knjiga i autora i književnih večeri, za koje uglavnom surađuju s nakladničkim kućama. Nakladničke kuće odnosno nakladnici osobe su čiji je posao slijediti nakladnički proces i umnožiti djelo za koje imaju pravnu i financijsku odgovornost, a jedan od glavnih ciljeva im je proizvesti što više publikacija sa što više prava. Dakle, nakladnička je djelatnost organizirani proces objavljivanja djela, a smatra se posebnom djelatnošću jer pripada proizvodnoj i kulturnoj kategoriji te samim time sudjeluje u kulturnom identitetu zemlje. Nakladništvo kao grana pripada kulturnoj i kreativnoj industriji jer proizvodi knjige koje se ubrajaju u kulturna dobra, te ono konzervira i nadograđuje kulturne vrijednosti. Nakladnička kuća i njezina proizvodnja nema svrhu ako krajnji proizvod ne dođe do javnosti, stoga nakladnici moraju vrlo pažljivo koristiti marketing u svojoj proizvodnji. Važna točka marketinga četiri su marketinške funkcije (proizvod, cijena, distribucija i promocija) čijim kombiniranjem nastaje marketinški miks. Dakle, nakladnici stvaraju proizvod, određuju mu cijenu koja mora biti usklađena s vrijednošću proizvoda, distribuiraju ga u knjižnice i na prodajna mjesta te ga na posljetku promoviraju kako bi postigli krajnji cilj marketinškog poslovanja, profit. Činjenica da se

knjižnična zbirka sastoji od nakladničkih proizvoda i da su knjižnice ustanove koje omogućuju pristup knjižničnim zbirkama potvrđuje da su nakladnici prvi suradnici knjižnica. Oni prvenstveno moraju surađivati s nacionalnom i sveučilišnom knjižnicom koja je matična knjižnica svake države, te je kao takva odgovorna za CIP (Katalogizacija u publikaciji) kojim se omogućuje pristup cjelovitim informacijama o publikacijama koje su u pripremi za tisak te se nakladnicima pruža mogućnost promidžbe novih izdanja, zatim Hrvatski ured za ISBN (Međunarodni standardni knjižni broj) u koji su učlanjeni svi hrvatski nakladnici knjiga i prikupljanje obveznog primjerka koji je od velike važnosti kako bi se sačuvalo svo zabilježeno znanje i kultura jedne sredine. Osim suradnje s nacionalnom i sveučilišnom knjižnicom nakladnici su u bliskoj suradnji i s narodnim knjižnicama. Svrha narodnih knjižnica jest prikupljati knjige, čuvati ih i osiguravati pristup javnosti, a da bi posjedovale knjige, moraju imati blisku suradnju s nakladnicima koji te knjige izrađuju. Osim obrade i čuvanja knjiga knjižnice mogu pomoći nakladnicima da te knjige i prodaju tako da same prodaju u prostoru knjižnice ili s pomoću svog mrežnog mjesta. Osim što nakladnici distribuiraju knjige u knjižnice, one su im i pogodna mjesta za promoviranje, predstavljanje knjiga i njihovih autora te održavanje književnih susreta. Takva je suradnja obostrano korisna jer se nakladnici približavaju potencijalnom tržištu, a knjižnice promoviraju sebe u zajednici i izvršavaju jednu u nizu svojih misija, a to je podizanje kulturne svijesti i promicanje čitanja. Na primjerima narodnih knjižnica (Gradska knjižnica Zadar, Gradska knjižnica i čitaonica „Metel Ožegović“, Gradska i sveučilišna knjižnica Osijek i Gradska knjižnica Rijeka) zaključuje se da sve narodne knjižnice sudjeluju u kulturnom životu svojih zajednica te neke od njih u većem, a neke u manjem broju održavaju programe i aktivnosti za svoje korisnike. Najveća suradnja s nakladnicima očituje se prilikom održavanja manifestacija kao što su *Zadar čita*, *Tjedan dobre knjige*, *Mjesec knjige* i *Noć knjige* koje su namijenjene promicanju čitanja u cijeloj Hrvatskoj, te se u sklopu njih održavaju brojna događanja poput radionica, predstavljanja knjiga i književnih susreta. Dakle, nakladnici su prvi suradnici narodnih knjižnica, te kao takvi zajedno djeluju prema knjizi kao kulturnoj vrijednosti važnoj za očuvanje cjelokupnog znanja i kulturne baštine.

Literatura

1. Bon, Milena. Knjižnice – kulturni, informacijski izobraževalni, socialni in komunikacijski centri. // Knjižnica komunikacijsko i multikulturalno središte lokalne zajednice: zbornik radova. Zagreb: Nacionalna i sveučilišna knjižnica u Zagrebu, 2012
2. Gradska i sveučilišna knjižnica Osijek: godišnji izvještaj 2011. Osijek: Gradska i sveučilišna knjižnica Osijek, 2012. URL: <http://baza.gskos.hr/izvjestaj2011gotovo.pdf> (18. srpanj 2016.)
3. Gradska i sveučilišna knjižnica Osijek: godišnje izvješće 2012. Osijek: Gradska i sveučilišna knjižnica Osijek, 2013. URL: <http://www.gskos.unios.hr/~descap/files/Godisnje%20izvjesce%202012%20GISKO.pdf> (18. srpanj 2016.)
4. Gradska i sveučilišna knjižnica Osijek: godišnje izvješće 2013. URL: <http://www.gskos.unios.hr/~descap/files/godisnje%20izvjesce%202013%20final.pdf> (18. srpanj 2016.)
5. Gradska i sveučilišna knjižnica Osijek: Godišnje izvješće 2014. Osijek: Gradska i sveučilišna knjižnica Osijek, 2015. URL: <http://www.gskos.unios.hr/files/izvjestaj2014.pdf> (18. srpanj 2016.)
6. Gradska i sveučilišna knjižnica Osijek: Godišnje izvješće 2015. Osijek: Gradska i sveučilišna knjižnica Osijek, 2016. URL: <http://baza.gskos.hr/Godisnjeizvj2015.pdf> (18. srpanj 2016.)
7. Gradska knjižnica Zadar: godišnje izvješće 2011. Zadar: Gradska knjižnica, 2011. URL: http://www.gkzd.hr/sites/default/files/izvjesce_2011.pdf (18. srpanj 2016.)
8. Gradska knjižnica Zadar 2012.: godišnje izvješće. Zadar: Gradska knjižnica, 2012. URL: http://www.gkzd.hr/sites/default/files/gi_2012_w.pdf (18. srpanj 2016.)
9. Gradska knjižnica Zadar 2013.: godišnje izvješće. Zadar: Gradska knjižnica, 2013. URL: http://www.gkzd.hr/sites/default/files/gi_2013_w_0.pdf (18. srpanj 2016.)
10. Gradska knjižnica Zadar 2014.: godišnje izvješće. Zadar: Gradska knjižnica, 2014. URL: http://www.gkzd.hr/sites/default/files/gi_2014_w.pdf (18. srpanj 2016.)
11. Gradska knjižnica Zadar: Izvješće o radu knjižnice i financijsko izvješće za 2015. godinu, Zadar: Gradska knjižnica Zadar, 2016. URL: http://www.gkzd.hr/download/Izvjece_o_radu_GKZD_2016.pdf (18. srpanj 2016.)
12. IFLA-ine smjernice za narodne knjižnice / uredile Christie Koontz i Barbara Gubbin. Drugo hrvatsko izdanje. Zagreb: Hrvatsko knjižničarsko društvo, 2011.
13. Izvješće o radu Gradske knjižnice Rijeka za 2014. godinu. Rijeka: Gradska knjižnica Rijeka, 2015.

14. Izvješće o radu Gradske knjižnice Rijeka za 2015. godinu. Rijeka: Gradska knjižnica Rijeka, 2016.
15. Izvješće o radu i poslovanju Gradske knjižnice i čitaonice „Metel Ožegović“ Varaždin za 2011. godinu. Varaždin: Gradska knjižnica i čitaonica „Metel Ožegović“ Varaždin, 2011.
16. Izvješće o radu i poslovanju Gradske knjižnice i čitaonice „Metel Ožegović“ Varaždin za 2012. godinu. Varaždin: Gradska knjižnica i čitaonica „Metel Ožegović“ Varaždin, 2013.
URL: <http://knjiznica-vz.hr/images/stories/izvjesce.grad.pdf> (18. srpanj 2016.)
17. Izvješće o radu i poslovanju Gradske knjižnice i čitaonice „Metel Ožegović“ Varaždin za 2013. godinu. Varaždin: Gradska knjižnica i čitaonica „Metel Ožegović“ Varaždin, 2014.
URL: <http://knjiznica-vz.hr/images/stories/izvjesce2013.pdf> (18. srpanj 2016.)
18. Izvješće o radu i poslovanju Gradske knjižnice i čitaonice „Metel Ožegović“ Varaždin za 2014. godinu. Varaždin: Gradska knjižnica i čitaonica „Metel Ožegović“ Varaždin, 2015.
URL: <http://knjiznica-vz.hr/images/stories/izvjesce14.pdf> (18. srpanj 2016.)
19. Izvješće o radu i poslovanju Gradske knjižnice i čitaonice „Metel Ožegović“ Varaždin za 2015. godinu. Varaždin: Gradska knjižnica i čitaonica „Metel Ožegović“ Varaždin, 2016.
URL: <http://knjiznica-vz.hr/images/stories/izvjesce15.pdf> (18. srpanj 2016.)
20. Izvješće o radu za 2011. godinu. Rijeka: Gradska knjižnica Rijeka, 2012.
21. Izvješće o radu za 2012. godinu. Rijeka: Gradska knjižnica Rijeka, 2013.
22. Izvješće o radu za 2013. godinu. Rijeka: Gradska knjižnica Rijeka, 2014.
23. Jelušić, Srećko. Ogledi o nakladništvu. Zagreb: Naklada Ljevak, 2012.
24. Jelušić, Srećko; Stričević, Ivanka. A Librarian's Guide on How to Publish. New Delhi: Chandos Publishing, 2011.
25. Leksikografski zavod Miroslav Krleža. Hrvatska enciklopedija. URL: <http://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=42840> (12. srpanj 2016.)
26. Nacionalna i sveučilišna knjižnica. URL: <http://www.nsk.hr/>
27. Novak, Helena. Gradska knjižnica Zadar: promicanje čitanja u lokalnoj sredini – Zadar čita. // Knjižnica komunikacijsko i multikulturalno središte lokalne zajednice: zbornik radova. Zagreb: Nacionalna i sveučilišna knjižnica u Zagrebu, 2012.
28. Pavičić, Jurica; Alfirević, Nikša; Aleksić, Ljiljana. Marketing i menadžment u kulturi i umjetnosti. Zagreb: Masmmedia, 2006.
29. Radman, Nada; Masar, Mladen. Perpetuum u Gradskoj knjižnici Zadar – središtu zajednice. // Knjižnica komunikacijsko i multikulturalno središte lokalne zajednice: zbornik radova. Zagreb: Nacionalna i sveučilišna knjižnica u Zagrebu, 2012
30. Renko, Nataša. Strategije marketinga. Drugo izdanje. Zagreb: Naklada Ljevak, 2009.
31. Strategija kulturnog razvitka. URL: <http://www.culturelink.org/news/publics/2009/strategy.pdf> (12. srpanj 2016.)

32. Tadić, Katica. Rad u knjižnici: priručnik za knjižničare. URL:
<http://www.ffzg.unizg.hr/infoz/biblio/nastava/dz/text/pog7.htm#17> (18. srpanj 2016.)
33. Tomašević, Nives; Horvat, Jasna. Nevidljivo nakladništvo. Zagreb: Sveučilište u Zadru, Naklada Ljevak, 2012.
34. Tomašević, Nives. Kreativna industrija i nakladništvo. Zagreb: Naklada Ljevak, 2015.

Cooperation of public libraries and publishers

Summary

The purpose of this paper is to show how public libraries cooperate with publishers and specify what role and activities public libraries and publishers have individually. Because library users primarily seek and search for books and the publishers are the ones who are in charge of their existence their cooperation is very important. The paper shows how publishers and libraries participate in the cultural life of the community. The term cultural life of the community refers to the participation of majority of members of the community in a variety of cultural events organized by the library and the publisher, including the presentation of the books, discussions, workshops, literary evenings, and theatrical performances that can be based on individual books. The cooperation of publishers and libraries is mutually useful. To the libraries it is useful to hold events such as book presentations to stand out in the community and attract users, while to publishers and publishing houses it is useful to hold forums to promote themselves and the products they offer. In addition to cooperation which aims to raise awareness of the cultural community, cooperation that implements the technical activities is important for both publishers and libraries. This paper provides an overview of the importance of libraries and publishers, and explains their collaboration on technical tasks, but the main focus is on participation in the cultural life of the community. Such participation is presented and based on the review of activities of four public libraries from different Croatian regions.

Key words: public libraries, publishing, collaboration, activities