



TEMA • Piše: **NENAD BARTOLIĆ** • 27.12.2022.
 GODINE SLABOG ČITANJA • AGENCIJA ZA ELEKTRONIČKE MEDIJE • ČITANJE • MEDIJI • NAKLADNIŠTVO

Godine (ne)čitanja : Odgovornost medija za popularizaciju knjige i čitanja



Preporuč
članak

Facebook
Twitter
Email

Početak novog milenija obilježila je i **trivijalizacija hrvatskih medija** koja se pokazala pogubnom za tretman knjige ne samo u medijima nego i u široj javnosti, a naročito od 2004. godine i razornog tsunamijske akcije "Knjige uz novine" koji je preplavio hrvatsko tržište stotinama tisuća jeftinih knjiga, kako po dumping cijeni tako i po tehničko-sadržajnoj izvedbi (npr. eksploatacija starih prijevoda). Otrpeli su u isto vrijeme u novinama se već počeo smanjivati prostor za sadržaje iz kulture, nestaju klasične rubrike kulture ili se stapaju s rubrikama spektakla i zabave, novinska književna kritika postaje više izuzetak nego pravilo.

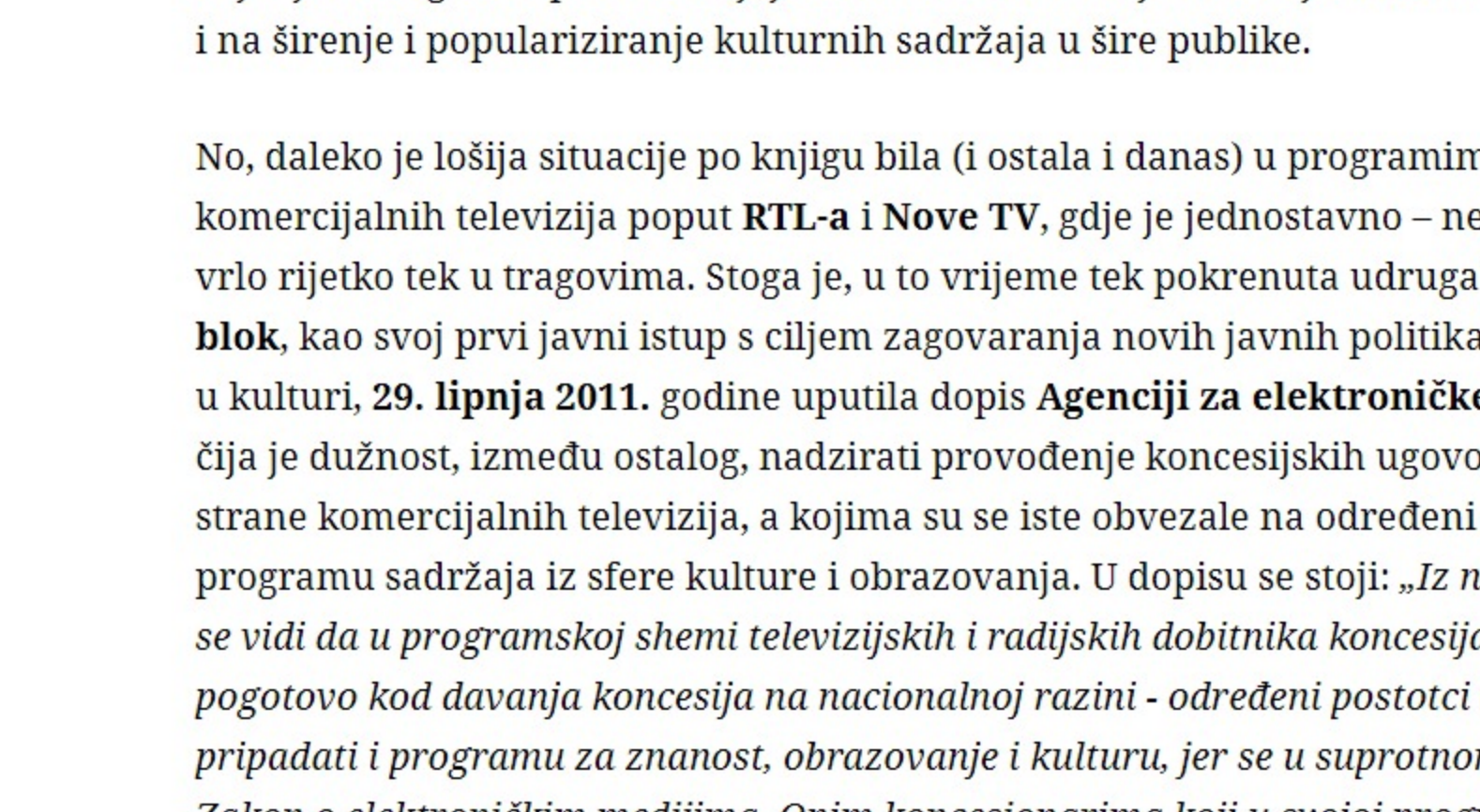
Ipaak, u jeku akcije prodaje knjiga uz novine u sklopu **Jutarnjeg lista** tih godina izlazi poseban tjedni prilog **Bestseller** koji je fokus stavljao u najvećoj mjeri na knjige (jer se nadovezao na u tom trenutku još uvijek profitabilni projekt knjiga uz novine), a u manjoj na glazbu i film. No, nakon nekoliko godina tj. čim se počela drastičnije smanjivati profita margina prodaje knjiga uz novine, novinski izdavači knjiga počeli su gubiti interes za knjigu, pa **EPH** gasi i **Bestseller**. Doduše, i **Večernji list** i **Jutarnji list** zadržavaju svoje tjedne subotnje priloge, **Obzor** odnosno **Magazin**, u kojima je kultura još uvijek zauzimala kakav-takav prostor, i ti se prilozima u konceptijske oscilacije nastavljaju objavljivati i danas. Ali, nakon što se prvotni profinitni entuzijazam oko knjige velikih hrvatskih korporativnih nakladnika poput apomenutih **EPH** ili **Styrie** povukao, iza njega ostalo je **devastirano i u velikoj mjeri uneredeno** tržište knjiga.

Kasnije je prestankom izlaženja **Vjesnika 20. travnja 2012.** izgubljen još jedan značajan prostor namijenjen knjizi, iako je u godinama prije konačnog gašenja **Vjesnik** rapidno gubio publiku a njegov je doseg pao vrlo nisko, pogotovo tiskanog izdanja, ali je zato internetsko izdanje bilo znatno čitanje. **Riječki Novi list** nedjeljom objavljuje posebni prilog iz kulture **Mediteran** čiji se broj s godinama smanjuje ali izlazi i danas, dok je npr. sličan prilog **Arterija Slobodne Dalmacije** ukinut u jesen 2012. godine. Kultura (pa i knjiga) se donekle prati i u **Glasu Slavonije**... no sve je to premalo.

Posljedično se medijsko informiranje o knjižnoj produkciji hrvatskih nakladnika mahom sve više svelo na praćenje komercijalnih izdanja, i to većinom onih knjiga koje objavljuju najveći hrvatski nakladnici koji su u međuvremenu uspjeli ekpirati i osnažiti svoje PR odjele, i na taj se način izborili za kakav-takav prostor u kojem će reklamirati svoje uspješnice.

Posljedica navedenih uređivačkih koncepcija, ali i dugogodišnje nesposobnosti države da se kvalitetnije i bez političko-interesnog kalkuliranja pomogne medijskom sektoru, jest da se za razliku od popularnijih beletrističkih i publicističkih naslova vrlo slabo prati produkcija društveno-humanističkih izdanja, dok znanstvena knjiga sve to vrijeme, pa tako i danas, postaje potpuno nevidljiva, bez i najelementarnijih informacija o njoj.

Iako su tadašnje vodeće novine za kulturu i društvena zbivanja **Zarez (1999. - 2016.)** i **Vijenc** (od 1993.) davale znatniji prostor sadržajima vezanim uz knjigu, njihov je doseg bio i ostao nemjerljivo manji nego li je to doseg dnevnog tiska, iako su se možda te razlike u nakladama smanjile posljednjih godina kada su drastično opale naklade tiskovnih izdanja dnevnih novina koji su jednako tako postale niskonakladne. Na žalost, spomenute specijalizirane novine za kulturu nisu znale npr. kombiniranjem tiskovnog i internetskog izdanja pronaći mogućnosti širenja publike koju bi dodatno zainteresirali za teme iz kulture, pa tako i one o knjigama i čitanju. Treba spomenuti da je nerijetko i svjetonazor uredništva i ideološka "ušančenost" ograničavajući faktor koji onemogućuje da se knjižna produkcija u Hrvatskoj sveobuhvatnije i kvalitetnije prati kroz prikaze knjiga ili razgovore s autorima.



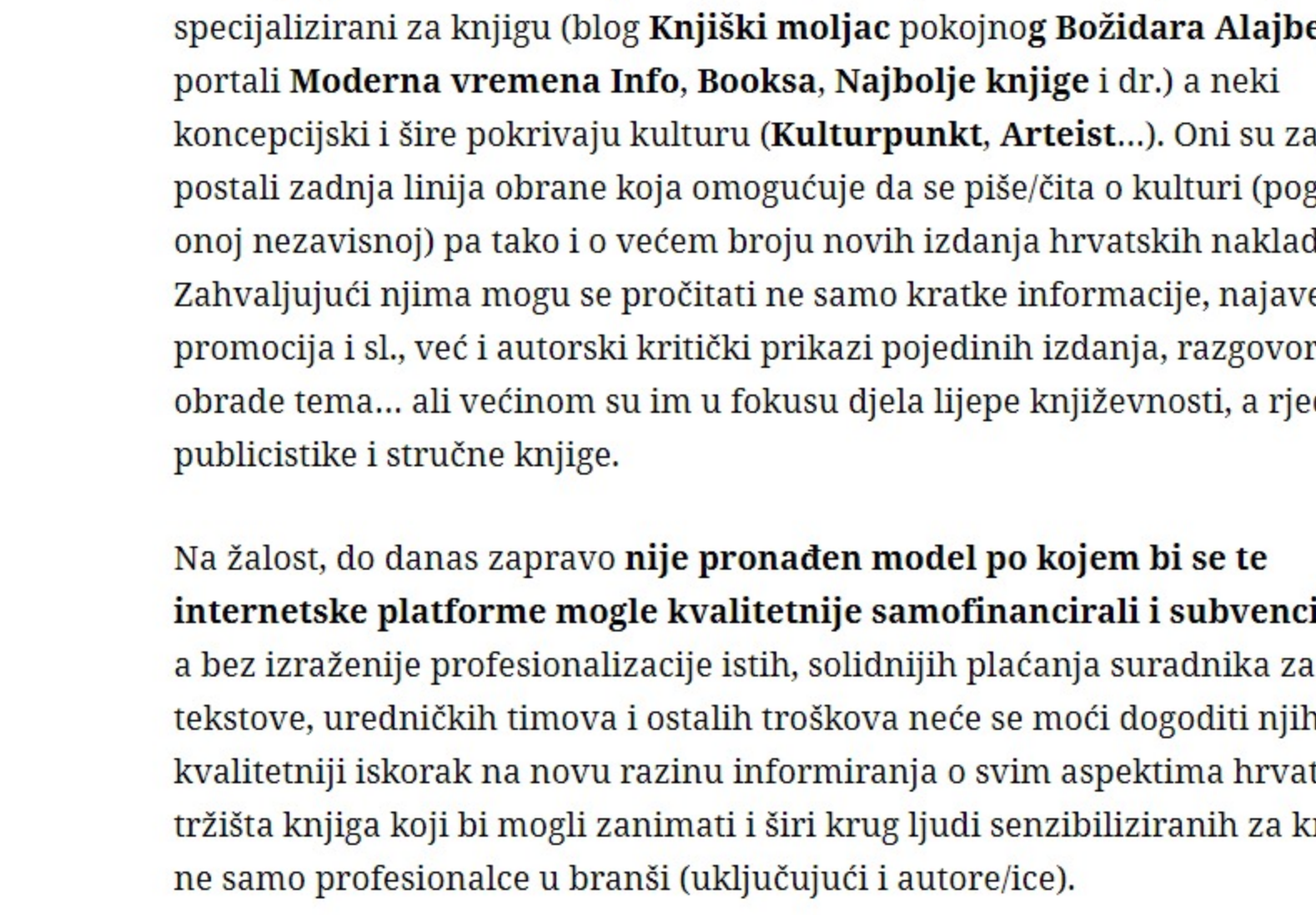
Puno bolja situacija nije bila niti na **Hrvatskoj radio televiziji**, jer u to se vrijeme na **HTV-u** emitirala tek specijalizirana 30-minutna emisija o knjizi **Knjiga ili život**, uz fragmentarne priloge o knjigama i knjižkim temama u emisiji **Pola ure kulture** te uz koliko-toliko redovite povremene izvještaje mahom s promocija knjiga u emisiji **Vijesti iz kulture**. Tretman knjige se na HRT-u počeo popravljati tek 2012. nakon pokretanja novog kanala **HTV3**, no njegov je hendikep, kao u slučaju spomenutih dvotjednika za kulturu **Vijenca** i **Zareza**, manji doseg, tj. ciljanje na segment publike koji je vičan konzumiranjem sadržaja iz kulture, ali ne i na širenje i populariziranje kulturnih sadržaja u šire publike.

No, daleko je lošija situacije po knjigu bila (i ostala i danas) u programima komercijalnih televizija poput **RTI-a** i **Nove TV**, gdje je jednostavno – nema, ili vrlo rijetko tek u tragovima. Stoga je, u to vrijeme tek pokrenuta udruga **Knjižni blok**, kao svoj prvi javni istup s ciljem zagovaranja novih javnih politika i praksi u kulturi, 29. lipnja 2011. godine uputila dopis **Agenciji za elektroničke medije** čija je dužnost, između ostalog, nadzirati provođenje koncesijskih ugovora od strane komercijalnih televizija, a kojima su se iste obvezale na određeni udio u programu sadržaja iz sfere kulture i obrazovanja. U dopisu se stoji: *"Iz navedenog se vidi da u programskoj shemi televizijskih i radijskih dobitnika koncesija - pogotovo kod davanja koncesija na nacionalnoj razini - određeni postotci moraju pripadati i programu za znanost, obrazovanje i kulturu, jer se u suprotnom krši Zakon o elektroničkim medijima. Onim koncesionarima koji u svojoj programskoj shemi, na osnovi koje su se javili na natječaj, nemaju nikakvih kulturnih ili obrazovnih sadržaja koncesija ne bi smjela (odnosno nije smjela) biti odobrena, ili ukoliko je ipak bila odobrena, trenutno stanje u programu takvih koncesionara hitno se mora uskladiti s kriterijima koje propisuje Zakon o elektroničkim medijima."*

Vjerojatno nije potrebno napomenuti da **Knjižni blok** nikada nije dobio odgovor, niti od spomenute agencije, ali niti od resornih ministarstava kojima je dopis jednako tako bio upućen.

Pokretanjem kanala **HTV3** javni servis napokon počinje dobivati željene konture, no koliko god da je **HTV 3** bio novoosvojeni prostor za kulturu, ubrzo počinje i migracija pojedinih kulturnih emisija s 1. i 2. programa na **HTV 3** koji ima slabiju gledanost, čime se postigao i kontraefekt, stanovito zatvaranje kulture u rezervat.

Zapravo je knjiga najveći prostor prostor dobivala (a tako je i danas) u emisijama na **3. programu Hrvatskog radija**, i u pravo je Hrvatski radio onaj medij u čijim se programima (**HR1** i **HR3**), kroz nekoliko profiliranih emisija (**Bibliovizor**, **Katapultura**, **Kutija slova**...) te različite druge informativne emisije o knjizi i dalje češće govori i izvještava nego li u drugim radijskim i televizijskim programima.



Od komercijalnih internetskih medija najviše je prostora kulturi, pa i knjizi, poklanjao **tportal** kojeg kao samostalnu elektroničku publikaciju izdaje istoimeni telekom operater, koji je čak ustanovio i danas vrlo utjecajnu književnu nagradu **roman&tportal**. Književna nagrada portala utemeljena je 2008. godine s ciljem valorizacije domaće književnosti te promidžbe hrvatskih autora i izdavača, a dodjeljuje se autoru ili autorici najboljeg romana napisanog na hrvatskome jeziku i izdanog kod izdavača registriranog u Republici Hrvatskoj. Primjer te nagrade, baš kao i nagrada **Jutarnjeg lista** (u međuvremenu obustavljena) ili **Večernjeg lista** (za kratku priču) pokazao je da je moguća sinergija privatnog biznisa i promoviranje kulturnih sadržaja u jednom korporativnom mediju, pod uvjetom da otkuda o održavanju nagrade nije vodena isključivo profitno-promotivnim motivima.

Početak 2000-ih u smislu promoviranja knjige i kulture čitanja najveći iskorak učinili pojedini internet blogovi i portali, od kojih su neki od njih i najuže specijalizirani za knjigu (blog **Knjiški moljac** pokojnog **Božidara Alajbegovića**, portali **Moderna vremena** **Info. Books**, **Najbolje knjige** i dr.) a neki konceptijski i šire pokrivalju kulturu (**Kulturpunkt**, **Arteist**...). Oni su zapravo postali zadnja linija obrane koja omogućuje da se piše/čita o kulturi (pogotovo onoj nezavisnoj) pa tako i u većem broju novih izdanja hrvatskih nakladnika. Zahvaljujući njima mogu se pročitati ne samo kratke informacije, najave promocija i sl., već i autorski kritički prikazi pojedinih izdanja, razgovori, eseji, obrade tema... ali većinom su im u fokusu djela lijepe književnosti, a rjeđe publicistike i stručne knjige.

Na žalost, do danas zapravo nije pronađen model po kojem bi se te **internetske platforme mogle kvalitetnije samofinancirati i subvencionirati**, a bez izražene profesionalizacije istih, solidnijih plaćanja suradnika za njihove tekstove, uredničkih timova i ostalih troškova neće se moći dogoditi njihov još kvalitetniji iskorak na novu razinu informiranja o svim aspektima hrvatskog tržišta knjiga koji bi mogli zanimati i širi krug ljudi senzibiliziranih za knjigu, a ne samo profesionalce u branši (uključujući i autore/ice).

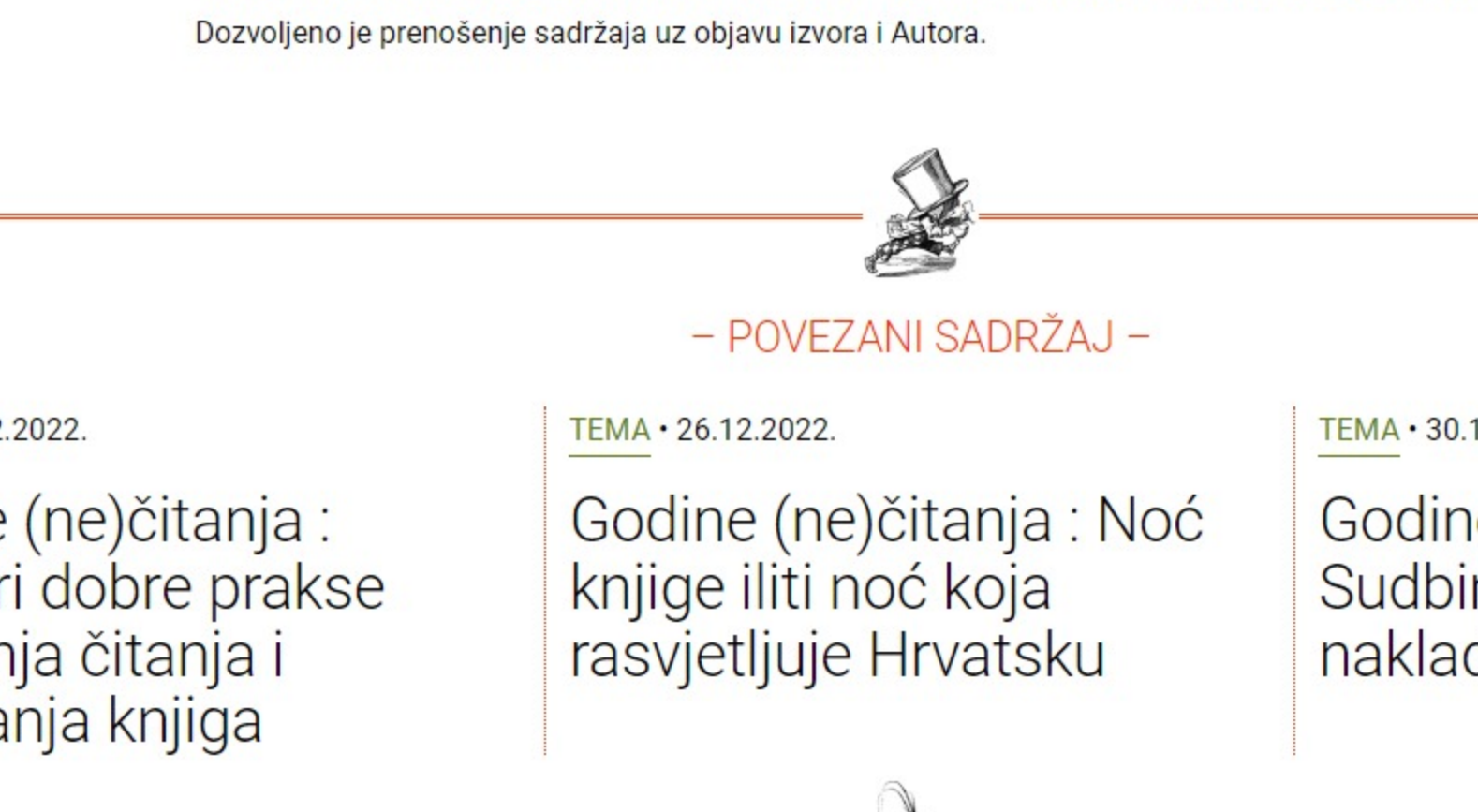


Pomalo neočekivano, u sklopu tjednika **Express** od 2013. godine počinje izlaziti knjižni podlistak **Best Book** (na 16 stranica), i u prvoj fazi je bio dostupan ograničenom broju čitatelja Expressa. Kulturenoj javnosti je bilo neobično da se baš nakladnik vrlo tiražnih ali tabloidnih dnevnih novina **24sata** odlučio za potez od kojeg su već odavno odustali etablirani i "ozbiljniji" nakladnici – **izdavači mjesečni dodatak o knjigama i kulturi čitanja**. Ali i skeptici su morali priznati da su pokretači **Best Booka** prepoznali važnost hrvatske knjige i čitanja, bez obzira što je konceptijski više okrenut komercijalnim beletrističkim i publicističkim izdanjima, bez praćenja znanstvene knjige, ozbiljnije društveno-humanističke literature i sl. S druge strane, čak je i ona zatevjenija publika mogla u sadržaju **BestBooka** u određenoj mjeri pronaći knjige od svoga interesa.

Zahvaljujući i podrsci tada još uvijek vrlo proaktivne udruge **Knjižni blok**, od 2018. godine **BestBook** počinje izlaziti kao **punokrvi mjesecni prilog na 64 stranice**, još uvijek uz tjednik Express, ali sada kao i fizički izdvojeni, samostalni prilog. A kao svojevrsnu nadopunu izdavanju **Best Booka**, Express je 2017. pokrenuo i **književnu nagradu Fric**, za najbolju knjigu fikcijske proze u Hrvatskoj.

Godine 2021. je **Hanza medija** (bivši **EPH**) nakon duge pauze ponovno pokrenula mjesečni prilog za **kulturu Svijet kulture**, kao svojevrsni "nastavak" na nekadašnji prilog **Bestseller**, no nakon samo godinane dana izlaženja uprava je odlučila obustaviti njegovu izlaženje (ekonomska kriza, povećani troškovi tiska) pa se ukupni prostor pisanja o knjigama u tiskovnim medijima i opet smanjio.

* u ovom tekstu nisu obuhvaćeni pokušaji specijaliziranih revija za knjigu **Moderna vremena (1995.-1999.)** i **Op.a (2001. – 2007.)**, radenih prema inozemnim poslovnim izdanjima kao što su američki **Publisher's Weekly** ili engleski **Bookseller**, kao niti brojni projekti na društvenim mrežama, koji će biti predmet nekog uturećeg priloga.



Rizvidno je da mediji imaju ne malu **odgovornost za percepciju i popularizaciju čitanja u društvu**, no problematika hrvatskog medijskog sektora je gotovo kompleksna, tako da njegova neuređenost direktno utječe i na prisutnost tj. količinu sadržaja o kulturi, knjigama i čitanju u medijima. **Sveopći konzumerizam** koji je na svim razinama zahvatio hrvatsko društvo jednim se dijelom dogodio i **pod utjecajem medija i upliva marketinške industrije na sadržaj medija**, i danas u Hrvatskoj teško da se može reći da imamo ozbiljnije i kvalitetnije dnevne novine, bez obzira iz kojeg ideološke pozicije kritika medija polazi. Iako se ponekad, "na prvu loptu" može učiniti da su mediji zainteresirani za problematiku knjige i čitanja, i to se ponajviše svake godine događa za manifestacije **Noć knjige**, ali to ne traje duže od tog jednog dana/noći.

Sličan primjer mogao bi biti i najpopularniji **Sajam knjige Interliber**, no niti jedna zagrebačka dnevna novina nema u tjednu sajmanu Interlibera neki specijalni separat kojim bi se ne nužno samo iz marketinških već i zbog kulturoloških razloga pozivala publika na sajam, predstavljale nove knjige, događanja... "Odgovornost" medija ne može se događati samo ako je riječ o plaćenom prostoru, ili o kakvom **native članku** koji glumi objektivno novinarsko izvješćavanje, mediji bi morali i bez **računice** proizvoditi kvalitetnije novinarske sadržaje, pa tako i one iz područja kulture, odnosno o knjigama i nakladništvu.

Jer, ukoliko to ne rade država bi trebala imati mogućnost primjene "mrkve i batine" što je najlakše izvestivo putem određivanja visine stope PDV-a, poreznih olakšica medijskim nakladnicima ili čak i subvencijama za posebne projekte (**Ministarstvo kulture i medija** u sklopu potpore časopisima subvencionira izlaženje i **Best Booka** i **Svijeta kulture**).

Jer, ako npr. **Nacionalna strategija poticanja čitanja** napokon i životne neki zamah, ali se stalna strateškog dokumenta intenzivnije iskorači i u životne neki tj. u fazu praktične provedbe, pomoć medija će u tome biti prijeke potrebna.

** Serijal tekstova "Godine (ne)čitanja" objavljen je uz financijsku potporu Agencije za elektroničke medije temeljenoj provedenoj javnog poziva za objavu izvornih i autoriziranih radova u elektroničkim publikacijama. Dozvoljeno je prenošenje sadržaja uz objavu izvora i Novinarstva.

– POVEZANI SADRŽAJ –

- TEMA • 29.12.2022. **Primjeri (ne)čitanja : Godine dobre prakse poticanja čitanja i kupovanja knjiga**
- TEMA • 26.12.2022. **Godine (ne)čitanja : Noć knjige ili noć koja rasvjetljuje Hrvatsku**
- TEMA • 30.12.2022. **Godine (ne)čitanja : Sudbina knjižnog e-nakladništva u Hrvatskoj**

– PRETRAŽI SVE ČLANKE –

Upiši pojam

