

Nakladništvo u Velikoj Britaniji u viktorijansko doba

Subotičanec, Ema

Undergraduate thesis / Završni rad

2020

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, University of Zagreb, Faculty of Humanities and Social Sciences / Sveučilište u Zagrebu, Filozofski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:131:252734>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-28**



Sveučilište u Zagrebu
Filozofski fakultet
University of Zagreb
Faculty of Humanities
and Social Sciences

Repository / Repozitorij:

[ODRAZ - open repository of the University of Zagreb
Faculty of Humanities and Social Sciences](#)



SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
FILOZOFSKI FAKULTET
ODSJEK ZA INFORMACIJSKE I KOMUNIKACIJSKE ZNANOSTI
Ak. god. 2019./2020.

Ema Subotičanec

Nakladništvo u Velikoj Britaniji u viktorijansko doba

Završni rad

Mentor: doc.dr.sc.Ivana Hebrang Grgić

Zagreb, 2020.

Izjava o akademskoj čestitosti

Izjavljujem i svojim potpisom potvrđujem da je ovaj rad rezultat mog vlastitog rada koji se temelji na istraživanjima te objavljenom i citiranoj literaturi. Izjavljujem da nijedan dio rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz necitiranog rada te da nijedan dio rada ne krši bilo čija autorska prava. Također izjavljujem da nijedan dio rada nije korišten za bilo koji drugi rad u bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili obrazovnoj ustanovi.

(potpis)

Sadržaj

Sadržaj	ii
1. Uvod	1
2. Nakladništvo	2
2.1. Definicija nakladništva.....	2
2.2. Proces razvoja nakladništva do 19. stoljeća	3
3. Viktorijansko doba	4
3.1. Gospodarska i ekonomska promjena	4
3.2. Društvena promjena	5
3.2.1. Obrazovanje stanovništva	5
3.2.2. Ukidanje poreza na znanje i novi zakon o autorskim pravima.....	6
3.2.3. Čitanje i slobodno vrijeme	6
4. Industrijalizacija proizvodnje knjige	8
4.1. Industrijalizacija proizvodnje papira.....	8
4.2. Razvoj slagarskih strojeva.....	9
4.3. Razvoj tiskarskih strojeva	10
4.4. Litografija i ostale ilustracijske tehnike	10
4.5. Uvezivanje knjiga	11
5. Prijevoz i raspačavanje knjiga.....	12
6. Doba romana	14
6.1. Sir Walter Scott: romani u tri sveska	15
6.2. Poslovanje s knjižnicama	15
7. Razvoj serijskih publikacija	18
8. Razvoj jeftinih izdanja.....	21
9. Autorstvo: novo zanimanje	22
10. Braća Macmillan: primjer uspješne nakladničke kuće	23

11. Zaključak	24
12. Literatura.....	25
13. Popis slika	26
Sažetak.....	27
Summary.....	28

1. Uvod

U viktorijanskome dobu, dakle u drugoj polovici 19. stoljeća, nakladništvo zauzima značajan položaj u društvu i postaje jedno od najmoćnijih sila toga doba. Što se točno događa s nakladništvom, možda se najbolje može dočarati citatom iz knjige *New Grub Street*, autora Georgea Gissinga, objavljenom 1891. godine: „Književnost je danas trgovina. Ostavivši po strani genijalce koji mogu uspjeti putem kozmičkih sila, danas uspješan čovjek koji živi od književnosti jest zapravo trgovac“ (Altick, 1999, str. 289, prevela Ema Subotičanec). Glover (2012) objašnjava da je *Grub Street* bilo mjesto, točnije ulica u Londonu gdje su autori pisali i objavljivali svoja djela u suradnji s prodavačima koji su poslovali u toj ulici. U 18. stoljeću taj termin postao je sinonim za djela loše kvalitete koja su pisana za novac. Međutim, George Gissing u svojoj knjizi govori o rastu viktorijanske nakladničke industrije dok je istovremeno kritizira. Smatra da je glavni motiv viktorijanskih nakladnika bio isključivo profit, što se može očitati i u samome naslovu knjige gdje tržište naziva novom verzijom zloglasne ulice. U tom književnom djelu, autor je nastojao prikazati svakodnevnu stvarnost pisaca koji zarađuju mukotrpno pišući fikciju bez prestanka. Ono nije ostvarilo značajnu popularnost u to doba, no danas nam je zanimljivo upravo zbog samoga prikaza književnoga tržišta (Glover, 2012). Iz svega navedenog bez imalo sumnje možemo zaključiti da u viktorijanskome dobu nakladništvo doživljava preobražaj u kapitalističku industriju. Međutim, ono što nas zanima jest što je potaknulo takvu značajnu promjenu? U ovome radu nastojat ćemo proučiti cijeli kontekst takve preobrazbe. Od gospodarskih promjena i same industrijalizacije pa sve do najznačajnijih aspekata društvene promjene. Vidjet ćemo kakvi se novi trendovi javljaju u proizvodnji i objavljivanju novih književnih djela te ćemo na kraju spomenuti najuspješnije primjere iz viktorijanske nakladničke djelatnosti. Iz svega toga nastojat ćemo dokučiti ključne aspekte takvog naglog i značajnog razvoja nakladništva koje se pretvara u modernu industriju kakvu poznajemo danas.

2. Nakladništvo

Prije nego što krenemo proučavati nakladništvo u viktorijanskome dobu, trebamo najprije definirati što pojam nakladništva točno znači i što sve podrazumijevamo pod tom djelatnošću? Isto tako, osvrnut ćemo se na samu povijest razvoja nakladništva kako bismo u usporedbi s prethodnim razdobljima utvrdili značajnost novonastalih promjena.

2.1. Definicija nakladništva

Danas je nakladništvo ili izdavaštvo (eng. *publishing*) postalo složeno područje čije bismo djelovanje najjednostavnije mogli objasniti definicijom koju nam nude Horvat i Živković (2012, str. 150): „Nakladništvo (izdavaštvo) jest djelatnost kojom djelo postaje pristupačno javnosti. Uključuje pribavljanje i odabir rukopisa, uređivanje, grafičko-likovno oblikovanje, organizaciju tiskanja ili drugog oblika proizvodnje, promotivne aktivnosti te raspačavanje (distribuciju)“. S druge strane, kada govorimo o pojmu nakladnika, podrazumijevamo „fizičku osobu ili korporativno tijelo koje se brine o izdavanju jedinice bibliotečne građe, odnosno osobu ili organizaciju odgovornu za proizvodnju i raspačavanje dokumenata“ (Živković, 2001, str. 22). Iz svega navedenog vidimo da se u djelatnosti nakladništva javlja uloga posrednika između autora i čitatelja. Koliko je ta uloga posredništva prisutna, to nam je najbolje dočarao Feather (2006) koji uspoređuje nakladništvo s komunikacijskim modelom Shannona i Weavera. U tom komunikacijskom modelu informacija se šalje od pošiljatelja (izvora) do primatelja (recipijenta) putem komunikacijskog kanala. U njihovom slučaju riječ je o komunikaciji putem tehnološkog pomagala koje se sastoji od predajnika i prijemnika (telekomunikacijskog uređaja). Međutim, nama jest najbitniji komunikacijski kanal, posrednik između pošiljatelja i primatelja koji su vremenski i prostorno odvojeni. Ako dođe do problema u komunikacijskom kanalu (npr. izvora šuma), u tom slučaju poruka neće biti prenesena, odnosno komunikacija neće biti ostvarena. Kao što smo već spomenuli, ovdje nakladnik preuzima ulogu posrednika između autora i čitatelja. Drugim riječima, on bira koju građu će proizvesti, objaviti, reklamirati i prodati. Hoće li neka knjiga postići uspjeh na tržištu, to uvelike ovisi o samome nakladniku. Da bi uspješno obavio svoj posao, nakladnik se mora poslužiti širokim rasponom znanja i vještina iz različitih područja. Od kritičkog pristupa književnom djelu pa sve do marketinških i poduzetničkih vještina. Sve navedeno nakladniku, kao osobi ili korporaciji, donosi veliku moć, ali i odgovornost. Tu se javlja pitanje koja je uloga tog posredništva? Doprinosi li nakladništvo procesu proizvodnje novih kulturnih vrijednosti te širenju znanja ili je to pak samo uobičajena gospodarska djelatnost koja nastoji ostvariti što veću zaradu? Zanimljiva nam je upravo ta dvojnost nakladništva koju Blažević (2016)

uspoređuje s Janusom, rimskim bogom s dva lica. Nakladništvo zaista jest kulturna djelatnost koja ima ključnu ulogu u informiranju, edukaciji te formiranju društvene svijesti, ali je i jedna od komercijalnih djelatnosti u nizu čiji je jedini cilj utrka za novcem.

2.2. Proces razvoja nakladništva do 19. stoljeća

Da bismo mogli govoriti o povijesti nakladništva, moramo naprije definirati razliku između nakladništva i izdavaštva. Ovdje se pod pojmom izdavanja misli na „jedan od načina objavljivanja djela, jer je objavljivanje, u jezičnom značenju, svaki postupak kojim djelo postaje pristupačno javnosti. Pravo izdavanja obuhvaća pravo umnožavanja i pravo stavljanja u promet umnoženih primjeraka djela.“ (Živković, 2001, str. 21). Prema toj definiciji začetke izdavaštva možemo pronaći još u 1. stoljeću prije Krista gdje se kao prvi poznati izdavač spominje Tit Pomponije Atik koji je radio na proizvodnji (prepisivanju i uređivanju tekstova) te prodaji knjiga. (Hebrang Grgić, 2018). S pojavom Gutenbergovog tiskarskog stroja 1455. godine javlja se djelatnost tiskarstva. U 16. stoljeću izdavači knjiga ujedno su bili tiskari i prodavači knjiga. Nakon toga dolazi do postepenoga odvajanja tih uloga, posebice odvajanja tiskarstva koje postaje zasebna djelatnost (Feather, 2006). Kako Feather (2006) objašnjava pojam *publisher* prvi put javlja se u 18. stoljeću te se najčešće odnosio na ljude koji su proizvodili i distribuirali razne pamflete, balade i slično. Međutim, ono se, u današnjem smislu te riječi, utvrđuje tek u 19. stoljeću kada su se pojavile i prve nakladničke kuće koje su se bavile proizvodnjom i distribucijom knjiga. Samim početkom viktorijanskog doba trgovina knjigama konačno završava proces evoluiranja u izdavačku industriju kakvu poznajemo danas. Pod time mislimo prvenstveno na razdvajanje, zasebno formiranje i definiranje uloge tiskara, nakladnika te prodavača knjige (Feather, 2006).

3. Viktorijansko doba

Kada govorimo o viktorijanskome dobu, mislimo na razdoblje engleske povijesti obilježeno vladavinom kraljice Viktorije koja je na prijestolje došla 1837. godine i vladala je sve do svoje smrti 1901. godine. Njezina vladavina, koja je sveukupno trajala nepune 64 godine, obilježila je drugu polovinu 19. stoljeća i bila je to jedna od najdužih vladavina britanskog monarha u povijesti, sve dok je prije nekoliko godina nije nadmašila trenutačna kraljica Elizabeta II. Viktorijansko doba smatra se zlatnim dobom Velike Britanije koja u tom razdoblju doživljava vrhunac moći. Pridjev „viktorijanski“ prvi puta se javlja 1851. godine i kako Briggs (2003) objašnjava, izraz je pomoću kojega se najbolje može objasniti kompleksnost i struktura tadašnjega društva. On obuhvaća definiciju velikih gospodarskih promjena uz industrijalizaciju, ali također najbolje opisuje i mentalitet toga društva. Njihov pojam moralnog kodeksa, kao i stavove te ideale. Naposljetku, bilo je to moderno društvo u svakom smislu. S efikasnom strukturom upravljanja državom, pravnih i poslovnih pitanja, pa čak i u poslovanju knjigama (Feather, 2006). Da bismo što bolje razumjeli razvoj nakladništva u kontekstu toga doba, najprije moramo proći kroz pregled cjelokupnih gospodarskih i socijalnih promjena koje se tada javljaju.

3.1. Gospodarska i ekonomska promjena

Gospodarstvo i ekonomija Velike Britanije doživljavaju nagli porast zahvaljujući dvama faktorima: kolonijalizmu i industrijskoj revoluciji (Luketić, 2014). Naime, u drugoj polovini 19. stoljeća Velika Britanija bila je jedna od najvećih kolonijalnih sila, a tome ide u prilog i podatak da je kraljica Viktorija, na samome kraju svoje vladavine, vladala „četvrtinom svjetskog stanovništva i petinom svjetske kopnene površine“ (Luketić, 2014, str. 6). Od svih kolonija najveća, najvažnija i najbogatija bila je Indija, a kraljica Viktorija je, od 1876. godine, bila i prvi britanski monarh koji je uz titulu britanskoga monarha nosio i titulu indijske carice. Uz Indiju kao najbogatiju koloniju treba spomenuti i prevlast nad Sueskim kanalom zbog koje je Velika Britanija imala kontrolu nad svjetskom trgovinom (Luketić, 2014). Paralelno s uspješnom vanjskom politikom, pratimo razvoj industrijalizacije na engleskome tlu. Pojava industrijske revolucije, izum parnoga stroja te velike zalihe ruda značajno su doprinijeli ekonomskome rastu Velike Britanije. To potvrđujemo činjenicom da je tada Engleska bila najbogatija zemlja svijeta. Podatci govore da je 1860. godine dohodak po glavi stanovnika Velike Britanije bio za 50% viši od dohotka u Francuskoj i barem tri puta veći od dohotka u Njemačkoj (Briggs, 2003). Uz razvoj tvornica dolazi i do automatizacije proizvodnje gdje strojevi mijenjaju radnu snagu. Isto tako, razvija se željeznica koja je omogućila jeftiniji i lakši

prijevoz robe. Te značajne promjene u tehnološkom i prometnom planu smanjile su troškove proizvodnje te prijevoza robe čime se omogućila njezina veća dostupnost.

3.2. Društvena promjena

Uz veliki gospodarski i ekonomski rast ne smijemo zanemariti niti društvene promjene. Tu treba spomenuti nagli porast stanovništva i urbanizaciju koji vode do uspona srednjega staleža te građanskoga života, ali i radničke klase. Možemo reći da su se životni standardi znatno poboljšali. Već smo spomenuli da je Engleska u to doba već bila najbogatija zemlja na svijetu, stoga se čini da su svi društveni slojevi od toga imali korist. Radnička klasa je, uz visoki i srednji stalež, također imala na raspolaganju veliku količinu potrošnih dobara po pristupačnoj cijeni. (Briggs, 2003). Posebno su nam važne promjene u državnome uređenju gdje se sve veća pažnja posvećuje obrazovanju čime se povećava pismenost stanovništva. Također, zbog ukidanja poreza i mjera kontrole osnažuje se tisak kao medij pomoću kojega se izražava javno mišljenje. Naposljetku, javlja se vjerovanje da svaki čovjek ima pravo osigurati svoj položaj te razviti svoju individualnost (Briggs, 2003).

3.2.1. Obrazovanje stanovništva

Prema Featheru (2006) su za tržište knjiga bitna dva faktora: broj onih koji znaju čitati te broj onih koji žele čitati. Drugim riječima, što je veći broj čitatelja, to je veća proizvodnja knjige. Kada se osvrnemo na razdoblje prije 19. stoljeća, vidjet ćemo da su pismenost i čitanje imali nešto drugačije značenje. Naime, pismenost se u srednjemu vijeku ponajprije smatrala poslovnom vještinom, a tek onda se koristila i za druge svrhe. Tome ide u prilog da su u kasnome srednjem vijeku, prema dostupnim podacima, pismeniji bili muškarci, većinom trgovci koji su živjeli i poslovali u gradovima. Naprotiv, za višu klasu i svećenstvo pismenost je bila uobičajena (Feather, 2006). Kada je riječ o školovanju, možemo vidjeti da se procvat javlja u srednjemu vijeku, većinom zahvaljujući samostanima i crkvama koji su donekle omogućili uvjete školovanja. U 18. stoljeću taj broj se povećao te je značajan broj djece učio pisati i čitati (Feather, 2006). Nažalost, to nije bilo dovoljno. Usprkos naporima crkve i raznih pojedinaca školovanje još uvijek nije bilo pristupačno velikome broju populacije. Podatci govore da je do 1860. godine u Engleskoj bilo školovano nešto više od 20% djece u dobi između pet i petnaest godina i to većinom u Londonu (Luketić, 2014). Sve se to bitno mijenja 1870. godine kada se uz privatne škole uvode i javne. Kasnije, 1880. godine osnovno školovanje postaje obavezno za sve, a 1891. godine postaje i besplatno (Feather, 2006; Luketić, 2014). Navedene promjene na razvoj nakladništva utjecale su na dva načina. Prvi i očiti način

jest povećanje tržišta. Dakle, javlja se sve veći broj potencijalnih kupaca i potrošača knjiga. Drugi način na koji su te promjene utjecale na nakladništvo jest razvoj zasebne grane proizvodnje različitih udžbenika i knjiga za podučavanje. Mnogi nakladnici su u školama i obrazovanju uočili priliku potencijalno profitabilnog, ali i stabilnog tržišta. Najpoznatije izdavačke kuće, koje su se bavile tom granom nakladništva, bile su Longman i Macmillan. Ono što je zanimljivo jest da su danas najpoznatija britanska sveučilišta Oxford i Cambridge tada isto osnovali svoje nakladničke kuće gdje su tiskali materijale u edukativne i akademske svrhe (Feather, 2006).

3.2.2. Ukidanje poreza na znanje i novi zakon o autorskim pravima

Pojam poreza na znanje (eng. *tax of knowledge*) bio je zajednički naziv za poreze na oglašavanje, porez na novine te porez na papir. Porezi na novine i oglašavanje prvenstveno su nastali pod utjecajem francuske revolucije te kasnijih ratovanja s Napoleonom. Tako se pokušala suzbiti mogućnost širenja radikalnih stavova među radničkom klasom. Ali porez na papir značajno je povisio cijenu papira i knjige (Feather, 2006). Tridesetih godina 19. stoljeća nastala je kampanja protiv takozvanog poreza na znanje. U toj kampanji sudjelovale su razne skupine ljudi, od političara poput socijalnih liberala i radikalista do trgovaca i izdavača, za koje možemo reći da su u tome sudjelovali prije zbog vlastitih interesa nego političkih stavova. Naposljetku, njihova kampanja bila je uspješna te su 1836. godine značajno smanjili porez na novine, a 1855. godine porez je bio i ukinut. Uskoro je bio ukinut i porez na papir, 1861. godine (Feather, 2006; Luketić, 2014). Sve je to omogućilo jeftiniji tisak te je rezultiralo razvojem novina za masovno tržište po pristupačno niskoj cijeni.

Sukladno s ukidanjem poreza na znanje, za razvoj tržišta knjiga također je bilo ključno pitanje autorskih prava, koje se znatno poboljšalo. Naime, 1842. godine javlja se novi Zakon o autorskom pravu koje autoru priznaje zaštitu prava na njegova djela do kraja njegovoga života i četrdeset dvije godine nakon njegove smrti (Feather, 2006).

3.2.3. Čitanje i slobodno vrijeme

Još jedan zanimljiv, ali i ključan fenomen, koji se javlja u tome dobu, jest pojam slobodnog vremena. To je posebno vidljivo u zakonima poput Zakona o prostorima za provođenje slobodnog vremena donesenog 1859. godine, ali i u Zakonu o javnom zdravstvu iz 1875. godine koji predviđa izgradnju radničkih knjižnica i umjetničkih galerija, uređenje parkova te drugih javnih površina budući da su kretanje i svjež zrak važni za čovjekovo zdravlje (Luketić, 2014). Ovdje također možemo spomenuti poboljšano kućno osvjetljenje koje je od svijeta

napredovalo do uljnih svjetiljaka i plinskoga osvjetljenja, što je omogućilo produljeni broj slobodnih sati stvorenih za čitanje (Altick, 1999). U usporedbi s prethodnim razdobljima, gdje se pojam čitanja nije razlikovao od pojma recitiranja kao što je bilo u srednjem vijeku (Feather, 2006), ovdje se stabilizira praksa tihog čitanja radi vlastite okupacije i zabave. Takozvana formula za tržište knjiga od 60-tih do 90-tih godina 19. stoljeća glasila je: *literacy, leisure and a little pocket money* (u slobodnome prijevodu: pismenost, slobodno vrijeme i nešto novaca) (Altick, 1999; Glover, 2012). Dakle, iz svega navedenog čitanje se ovdje javlja kao čin uživanja i zabave koja je dostupna svakome koji ima malo novaca te zna čitati, što se pokazalo kao idealan način kraćenja slobodnoga vremena.

4. Industrijalizacija proizvodnje knjige

Od pojave Gutenbergovog tiskarskog stroja 1455. godine, tehnika tiskanja knjiga nije se značajno promijenila sve do početka 19. stoljeća. Usprkos stroju proces proizvodnje knjige bio je mukotrpan, složen, skup i dugotrajan posao. Drugim riječima, bio je to posao koji je zahtijevao mnogo ručnog rada počevši od proizvodnje papira, slaganja i pripremanja slova, odnosno teksta (eng. *typesetting*) na tiskarskome stroju, samoga tiskanja te završnoga uvezivanja. Takav način proizvodnje opstao je skoro 350 godina zahvaljujući tržištu knjiga koje se isto nije značajno promijenilo, osim u rastu broja tiskanih knjiga. Tek sredinom 18. st. javljaju se promjene koje su polako utjecale na tržište, pa i na proizvodnju knjiga. Prema Featheru (2006) ključna promjena jest razvoj tržišta knjiga u Škotskoj i Irskoj koja su, uz sve veći broj provincijalnih tiskara, ugrozila monopol londonskog tržišta knjiga u Velikoj Britaniji koji je trajao još od 16. stoljeća. Uz to došlo je do razvoja efikasne distribucije i prodaje knjiga u provincijalnim područjima, što je sa sve većim brojem pismenoga stanovništva povećalo potražnju (Feather, 2006). Kao odgovor na novonastale izazove rješenje problema se nastojalo pronaći upravo u potrazi za tehnološkim inovacijama koje bi mogle olakšati te učiniti jeftinijom proizvodnju knjiga, istovremeno potičući njezin rast. Stoga u 19. stoljeću, pogotovo u njegovoj drugoj polovini, razvija se industrijski model proizvodnje knjige kakav poznajemo i danas.

4.1. Industrijalizacija proizvodnje papira

Proizvodnja knjige od samih početaka bila je usko povezana i ovisila je o proizvodnji papira. Feather (2006) nas upućuje kako je distribucija knjige započela upravo nadovezavši se na distribuciju papira. U kasnome 15. i ranome 16. stoljeću knjige su bile zanemareni fenomen u usporedbi s papirom koji je razvijao svoju trgovinu još od ranog 14. stoljeća. Stoga su prvi izdavači knjiga koristili već uspostavljene trgovačke puteve za distribuciju papira kako bi uveli svoj proizvod na tržište. Isto tako, ključno je spomenuti da se u početku papir uvezivao iz stranih tržišta u Veliku Britaniju, a tek krajem 17. stoljeća je započela proizvodnja papira za vlastite potrebe. Međutim, sredinom 18. stoljeća pojavio se veliki problem u proizvodnji papira. Kako Feather (2006) objašnjava, došlo je do velike potražnje papira, ali je ponestalo materijala za njegovu kvalitetnu izradu. Do tada se papir izrađivao od pamuka i lana (Hebrang Grgić, 2018) što je izdavačima i tiskarima bio poseban problem jer nisu mogli tiskati knjige na nekvalitetnom papiru koji nije mogao dobro apsorbirati. Također, izrada papira bila je ručni posao koji je bio spor i skup te istovremeno nije rezultirao dovoljnom količinom proizvoda za potrebe tržišta. Zbog svega toga cijena papira je naglo porasla, a samim time i cijena knjiga. Kako bi se pronašlo novo rješenje, počelo se eksperimentirati s proizvodnjom papira. S jedne

strane su isprobavali različite dostupnije materijale poput slame (Hebrang Grgić, 2018) od kojih su pokušali izraditi papir, dok su s druge strane, krajem 18. stoljeća, započeli eksperimenti u industrijalizaciji, odnosno mehanizaciji proizvodnje papira. Tako je Francuzu Nicholasu Louisu Robertu konačno uspjelo razviti stroj za izgradnju papira 1798. godine (Feather, 2006). On je taj svoj proizvod predstavio dvojici engleskih tiskara, braći Fourdrinier. Sve je to vodilo tome da su 1807. godine izradili komercijalno održiv stroj poznat pod nazivom *The Fourdrinier machines*. Taj stroj pokretao se pomoću snage vode i naposljetku je donio revoluciju u proizvodnji papira. Feather (2006) napominje kako se osnovni dizajn toga stroja u biti nije promijenio do danas. Jedino što se promijenilo jest napajanje. Najprije se pokretao na paru, a zatim se prebacio na električno napajanje što je ujedno i ubrzalo proces proizvodnje i smanjilo troškove. Još jedna prednost toga stroja bila je što je proizvodio papir u obliku trake, a ne listova (Hebrang Grgić, 2018). Međutim, ključna uloga bila je u tome da je preobrazio cjelokupnu trgovinu papirom. Proizvodnja je bila brža, jeftinija te se papir proizvodio u ogromnim količinama. To je također utjecalo na poslovnu infrastrukturu jer su se razvili veliki proizvođači papira koji su proizvodili velike količine papira plasirajući ga putem manjeg broja specijaliziranih trgovaca. Hebrang Grgić (2018) navodi da nakon Velike Britanije te strojeve počinju koristiti i tvornice u Americi, Francuskoj, Njemačkoj, Danskoj, Nizozemskoj i drugim zemljama. Sve je to rezultiralo time da se cijena papira u prva četiri desetljeća 19. stoljeća smanjila za pola, a udio troškova cijene papira u troškovima proizvodnje knjiga pao je s 20% na 7%. Sve u svemu, ova ključna promjena nesumnjivo je utjecala i na proizvodnju knjiga (Feather, 2006).

4.2. Razvoj slagarskih strojeva

Uz razne socijalne promjene toga doba javlja se potreba za što bržim i efikasnijim dijeljenjem informacija, a glavni medij za širenje tih informacija bile su novine. Zahvaljujući svemu tome, tiskari dnevnih novina u Velikoj Britaniji ali i u Europi suočili su se s novim izazovom. Zbog sve veće potražnje, morali su pronaći način kako ubrzati tehniku tiskanja. Kako je slaganje slova, odnosno samoga teksta (eng. *typesetting*) jedno od najsporijih procesa u samoj proizvodnji knjige, nastojalo ga se ubrzati mehanizacijom. Međutim, to nije baš bilo tako jednostavno. Kako Feather (2006) tvrdi mehanizacija slaganja slova i teksta bila je jedna od najtežih tehničkih problema u razvoju tiska. Naposljetku je to uspjelo Henryju Bessemeru koji je 1840. g. izumio prvi kvalitetan slagarski stroj koji je mogao složiti oko 6000 znakova u sat vremena (Hebrang Grgić, 2018). 1884. godine izrađen je linotipski stroj (eng. *Linotype*) kojeg je razvio Otomar Mergenthaler, američki inženjer. Prema Hebrang Grgić (2018) stroj je

omogućio slaganje do 17 000 znakova u jednome satu. Linotipski stroj bio je predstavljen britanskomu tržištu 1895. godine i od tada je postao norma za tiskanje novina sve dok ga nisu zamijenili računalni sustavi 70-tih godina 20. stoljeća (Feather, 2006). Slagarski strojevi za proizvodnju knjiga razvili su se nešto kasnije tek kada je Tolbert Lanston proizveo monotipski sustav (eng. *Monotype*) 1887. godine (Feather, 2006). Uza sve to Feather (2006) posebnu pažnju posvećuje postupku znanom kao stereotipizacija (eng. *stereotyping*). To je postupak u kojemu se izrađuje kalup koji jest zapravo reverzna slika stranice. Tako bi se izradila kopija stranice koja se mogla relativno lako pohraniti i ponovno iskoristiti. Ono što je posebno važno kod te tehnike jest da je ona omogućila ponovno tiskanje novih izdanja knjiga za manju cijenu. Tako su nastala druga i ostala jeftinija izdanja koja su zauzela važno mjesto u izdavačkoj industriji 19. stoljeća.

4.3. Razvoj tiskarskih strojeva

Osim problema slaganja teksta postavlja se i pitanje samoga tiskanja teksta na papir. Međutim, u usporedbi sa slagarskim strojevima, to je bio tehnički nešto lakši postupak, stoga su se tiskarski strojevi razvili nešto ranije, preciznije samim početkom 19. stoljeća. Hebrang Grgić (2018) u svojoj knjizi daje kratak pregled razvoja tiskarskih strojeva. Prvi napredak bio je uvođenje željezne preše umjesto drvene koju je izradio Charles Stanhope 1803. godine. Zatim, prva mehanizacija tiskanja, u ovom slučaju korištenje parnog stroja u tiskarstvu koja se dogodila 1812. godine u Engleskoj, a primijenio ju je Friedrich König. Pritom je i gornju ploču preše zamijenio valjkom. Za razliku od ručnog tiskanja, kojim se moglo otisnuti 250 listova u satu, ovaj stroj mogao je otisnuti 1100 listova. Britanske novine *The Times* od 1828. godine tiskale su se na četverocilindričnome stroju koji je mogao otisnuti 4200 listova u jednome satu, a od 1848. godine, nakon unaprjeđenja, i do 8000 listova. Sve u svemu, stroj na paru uveo je revoluciju u sam proces tiskanja, najprije u tiskanju novina, a zatim i u tiskanju knjiga. Ubrzao je postupak, smanjio je cijenu tiskanja te je omogućio veći broj primjeraka što je donosilo veću zaradu. Usprkos tomu do kraja 19. stoljeća bilo je tiskara, većinom manjih obiteljskih tvrtki, koje su nastavile s ručnim tiskanjem knjiga smatrajući da se tako proizvode ljepše i kvalitetnije knjige (Hebrang Grgić, 2018).

4.4. Litografija i ostale ilustracijske tehnike

Uz industrijalizaciju proizvodnje papira te novih tiskarskih i slagarskih strojeva ne smijemo zanemariti važnost litografije i ostalih ilustracijskih tehnika koje su imale veoma važnu ulogu u proizvodnji knjiga u 19. stoljeću. Naposljetku, ilustracije su bile te koje su obogaćivale

sadržaj knjige te samim time ga učinile zanimljivijim i pristupačnijim jedva obrazovanoj publici. Kako Feather (2006) objašnjava, litografija ili kamenotisak jest grafička tehnika koja se sastoji od komada kamena kojeg je umjetnik ili neki drugi izvođač ilustrirao uz voštanu, masnu kredu na poliranome vapnencu. Uz pomoć tretmana vode i drugih kemikalija to se moglo koristiti kao tiskarska površina na koju bi se otisnuo papir. Takvu tehniku ilustracije osmislio je Alois Senefelder 1798. godine u Njemačkoj. U Velikoj Britaniji je litografija kao tehnika bila predstavljena tri godine kasnije, točnije 1801. godine (Feather, 2006; Hebrang Grgić, 2018). Budući da je originalan proces bio dosta nezgrapan i skup, kasnije su bile uvedene neke preinake poput korištenja metala umjesto kamena. Međutim, najdramatičniji događaj je bio razvoj tehnologije koja je omogućila reprodukciju fotografija. Znamo da je fotografija izumljena 1839. godine te je postala zabava za srednju i višu klasu. Međutim, tiskana reprodukcija fotografije lansirala je tu tehniku u posve novu i potpuno komercijalnu sferu gdje se, osim knjiga i novina, u domenu tiskanja uključuju i razglednice te fotografije raznih mjesta i ljudi koje su veoma privlačile kupce (Feather, 2006). Na kraju treba spomenuti kako razvoj fotografije i ilustracijskih tehnika nije samo doprinio razvoju knjiga i novina, već su i olakšali crtanje različitih dijagrama i karata u knjigama, pa su samim time omogućili i procvat specijaliziranih grana izdavača, poput izdavača različitih priručnika i udžbenika ili pak izdavača specijaliziranih samo za jednu vrstu građe, recimo tiskanje notnih zapisa (Feather, 2006).

4.5. Uvezivanje knjiga

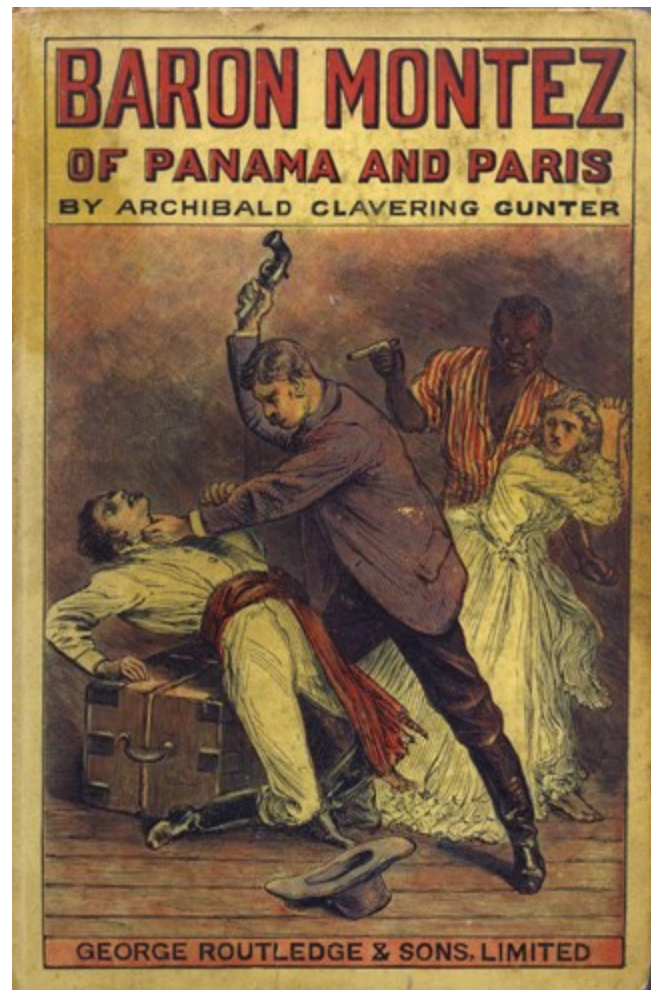
Mehanizacija uvezivanja knjige započela je 20-tih godina, međutim nije bila zadovoljavajuća tijekom cijeloga 19. stoljeća. Bilo je tu previše radnji poput rezanja, sklapanja, šivanja, podrezivanja i lijepljenja koje su se teško mogle mehanizirati (Feather, 2006). Zato su mnoge knjige, pogotovo jeftina izdanja iz toga doba, bile prilično nekvalitetno uvezene (najčešće samo korištenjem ljepila). Ono što je novo u 19. stoljeću jest da ovitak sve češće zaštićuje uvez knjige te dobiva ulogu knjižne reklame (Hebrang Grgić, 2018).

5. Prijevoz i raspačavanje knjiga

Distribucija knjige od samih početaka bila je veliki problem na tržištu knjiga. Feather (2006) tvrdi da bez obzira na to što je u 18. stoljeću distribucija počela iznenađujuće dobro funkcionirati, ona svoju ključnu promjenu doživljava početkom 19. stoljeća, točnije 30-tih godina kada se uvodi transport vlakom. U narednih dvadesetak godina cijela Britanija bila je povezana željezničkim prometom. Pojavu vlaka u našem kontekstu bitno je spomenuti jer je na proizvodnju i distribuciju knjiga utjecala na dva načina (Feather, 2006). Prvi razlog, zbog kojega nam je pojava željeznice ključna, jest taj da je ona olakšala prijevoz i distribuciju knjiga. Naime jedan od velikih problema s kojima se tržište knjiga suočavalo bila je težina knjige, odnosno težina prtljage koja se dosta skupo naplaćivala. Vlakovi naprotiv nisu puno naplaćivali za prijevoz tereta. Uz jeftini prijevoz razvila se i kvaliteta poštanske usluge koja je upravo zahvaljujući vlakom napredovala. Dakle, kombinacija brzoga prijevoza i efikasne i pouzdane poštanske usluge učinilo je distribuciju knjiga bržom, pouzdanijom i jeftinijom. U usporedbi s prethodnim načinima, to je proizvelo značajan napredak (Feather, 2006).

Drugi razlog zbog kojega je željeznica doprinijela razvoju tržišta knjiga jest taj što je potaknula usvajanje prakse čitanja tijekom putovanja. Knjige su postale izvrstan način za kraćenje vremena te su postale glavna okupacija tijekom dugih putovanja vlakom. Tu se javljaju takozvane „knjige za putovanja“ (eng. *railway books*), knjige jeftinih mekanih korica koje su služile za jednokratnu upotrebu tijekom putovanja te su se nakon toga odbacivale. To su uglavnom bila druga jeftinija izdanja već objavljenih knjiga, najčešće povijesnih i gotičkih romana ili knjiga koje su pripadale žanru romanse (Glover, 2012). Na kraju su te vrste knjiga donijele veliki doprinos razvoju nakladništva. Feather (2006) i Glover (2012) kao primjer navode Georgea Routledgea, izdavača koji je profitirao upravo na takvim serijama knjiga. Zanimljivo je da su njegove knjige bile poznate i pod nazivom *yellowbacks* s obzirom na prepoznatljivu i lako uočljivu žutu boju koja je prevladavala na koricama njegovih knjiga. Primjer takve knjige možemo vidjeti na Slici 1. Naposljetku, to su veličinom bila manja i kompaktna izdanja koja idealno stanu u džep kaputa (Glover, 2012). Kao drugi primjer Feather (2006) navodi izdavačku kuću W. H. Smith. Ta obiteljska tvrtka svoj dramatični rast prati od 1848. godine kada su sklopili ugovor s kompanijom North Western Railway te su na željezničkoj stanici postavili svoj prvi kiosk s knjigama. Krajem 60-tih godina 19. stoljeća ta je tvrtka imala do 500 kioska na stanicama diljem Velike Britanije. Osim toga Smith je ugovorio sa željezničkim kompanijama i prijevoz novina u rane jutarnje sate putem specijalnih

linija kako bi osigurao distribuciju u provincijalna mjesta. Tako je W. H. Smith kompanija postala dominantna u prodaji novina i časopisa na tržištu Velike Britanije (Feather, 2006).



Slika 1: Ilustrirane korice knjige: A. C. Gunter, Baron Montez of Panama and Paris, izdavač George Routledge, London, 1893.

Izvor: Wagner, D.P. (n.d.). Routledge's Railway Library. Preuzeto s:

<https://www.publishinghistory.com/routledges-railway-library.html> (5.6.2020.)

6. Doba romana

Kada govorimo o romanima, koji su ujedno proglašeni klasicima engleske književnosti, primijetiti ćemo da veliki broj tih književnih djela također potječe iz viktorijanskoga doba. Najpoznatiji pisac tog doba bio je Charles Dickens čije ime povežemo s opusom kanonskih naslova poput *Olivera Twista*, *Nicholasa Nickelbyja*, *Božićne priče*, *David Copperfielda*, *Velikih očekivanja* i drugih. Uz Dickensa treba spomenuti sir Waltera Scotta, utemeljitelja povijesnog romana, Georga Eliota, Oscara Wildea, sestre Brontë, Roberta Luisa Stevensona, H. G. Wellsa te mnoge druge autore fikcionalne i narativne proze. Sve to ide u prilog spoznaji da je roman bio dominantna književna vrsta 19. stoljeća. Razlog tome leži u činjenici da se roman pokazao izvrsnim medijem pomoću kojega se moglo lako doprijeti, a samim time i zabavljati jedva pismenu masovnu publiku. Naravno, uz prozu možemo pronaći i traga drugim književnim vrstama poput drame, eseja i poezije. Međutim, one su, za razliku od romana, bile ograničene na manju publiku. Za primjer možemo uzeti poeziju koju je najviše konzumirala visokoobrazovana književna elita. Stoga nas ne čudi da je roman bio značajan za izdavačku industriju jer su se knjižare, ali i knjižnice opskrbljivale popularnim i komercijalno uspješnim romanima.

Kod pojave romana i njegovog utemeljenja kao popularne književne forme, najzanimljivije su dvije stvari. Prva jest pojava žanra kao odrednice stila i tematike romana u njegovoj pripovjednoj formi. Tu se dolazi do određene norme, takozvane formule pisanja koju publika ali i izdavači prepoznaju te zahtijevaju od autora. Za primjer možemo uzeti gotičke romane (s pričama mističnog i nadnaravnog sadržaja) koji se javljaju krajem 18. stoljeća i koji su bili veoma popularni među srednjom i radničkom klasom 40-tih godina 19. stoljeća (Feather, 2006). Drugim riječima, nakladnici su znali objavljivati romane i pripovijetke tog žanra, najčešće u novinama ili drugim serijskim oblicima, znajući da će publika to kupovati i čitati. Dakle, prepoznaju se ukus i želje publike te im se to nastoji pružiti. Možemo reći da je pojava žanra na neki način stabilizirala te definirala različite ukuse publike što je nakladnicima omogućilo lakšu proizvodnju na temelju potražnje. Druga stvar koja je veoma zanimljiva kod pojave popularnih romana jest način objavljivanja tih romana. Tu je riječ o višestrukim i različitim izdanjima istoga naslova, ali i jačanju serijskih publikacija poput časopisa i novina gdje su se objavljivali romani u dijelovima. Ovdje možemo uočiti veliku promjenu, s obzirom na to da je krajem 18. stoljeća, točnije 90-ih godina bila uobičajena praksa tiskanja knjiga po prosječnom broju od 500 primjeraka gdje su se rijetke knjige ponovno tiskale za manju cijenu (Feather, 2006).

6.1. Sir Walter Scott: romani u tri sveska

Sir Walter Scott svojim romanom *Waverly* iz 1814. godine započinje revoluciju u objavljivanju fikcionalne proze. Kako Feather (2006) opisuje, Scottu i njegovom izdavaču Archibaldu Constableu tada je uspjelo poći za rukom da se probiju na šire tržište. Prvo izdanje sastojalo se od 1000 primjeraka i bilo je rasprodano u nekoliko tjedana. Drugo izdanje, koje se pojavilo nekoliko mjeseci kasnije, sastojalo se od 2000 primjeraka i također je bilo rasprodano. Kao šlag na kraju, svemu tome možemo pribrojati i jeftina izdanja koja se tiskaju nakon 1829. godine i koja su bila rasprodana u 40 tisuća primjeraka (Feather, 2006). Iz svega toga možemo zaključiti da je to bio prvi slučaj bestselera, bez obzira na to što se taj pojam nije pojavio sve do 90-tih godina 19. stoljeća (Altick, 1999). Sama ideja, kao i definicija bestselera kao produkta koji je veoma popularan i rasprodan u velikom broju primjeraka, može se uočiti i utvrditi već početkom 19. stoljeća u spomenutom slučaju s romanom Sir Waltera Scotta. Da nakon toga više ništa nije bilo isto u prilog ide i činjenica da su Scott i njegov izdavač u objavljivanju drugog romana *The Antiquary*, 1816. godine, za prvo izdanje odlučili tiskati 6000 primjeraka (Feather, 2006). Tako su Scott i Constable uspijevali ostvariti veliki profit od prvoga izdanja, ali i od jeftinijih izdanja koja su slijedila nakon prvoga. Uspjeh Sir Waltera Scotta ostavio je veliki trag na tržištu knjiga te je njegova knjiga postala primjer i cilj kojemu su svi nakladnici težili. Njegov utjecaj se posebno može vidjeti u objavljivanju knjige u tri sveska (volumena) ili kako se to popularno nazivalo u ono doba *the three decker novel*. Što se tiče podrijetla samoga pojma, Feather (2006) spominje da *three decker* aludira na brodove s tri palube kakve je imala tadašnja Kraljevska mornarica. Scott svoje romane dijeli na tri sveska iz praktičnih razloga zbog njihove duljine, no zanimljivo je da podjela postaje nepisano pravilo u slučaju izdavanja viktorijanskih romana. Koliko se takav način izdavanja stabilizirao, može se očitati u utvrđenim cijenama te vrste romana. Uobičajena cijena za roman u to doba bila je deset šilinga i šest penija, za svaki svezak romana u tri volumena plaćala se jedna i pol gvineja, a za jeftino izdanje normalna cijena bila je oko šest šilinga (Feather, 2006). Na kraju su romani u tri sveska bili su popularniji bez obzira na to što su bili skuplji.

6.2. Poslovanje s knjižnicama

U to doba razvija se poseban oblik knjižnica, poznat kao i *circulating library*. To su bile privatne knjižnice, mogli bismo reći knjižare čija uloga je bila prenamjenjena. One su se opskrbljivale skupim i prvim izdanjima romana te su nudile njihovu posudbu po manjoj cijeni. Bolje rečeno, prema cjenovnom rangu bile su prilagođene dobrostojećem građanskom staležu i tako su građanima omogućile pristup skupim knjigama. Najpoznatiji primjer takve knjižnice

bila je Mudie koju je 1842. godine osnovao Charles Edward Mudie (Feather, 2006; Law i Patten, 2009). Koliko je Mudie bila popularna, to se može vidjeti u ilustraciji na Slici 2 koja nam pokazuje kako je odlazak knjižnici u to doba bio društveni događaj. Kako Glover (2012) opisuje, Mudie se opskrbljivala upravo romanima u tri sveska koje je reklamirala s posebnom pažnjom. Jednostavno rečeno model poslovanja funkcionirao je na način da je najobičniji član knjižnice sa svojim članstvom mogao posuditi i pročitati samo prvi svezak romana. Ako je bio zainteresiran za ostala dva sveska, za njihovu posudbu morao je nadoplatiti više. Nesumnjivo, tako je knjižnica ostvarivala veliki profit. Mudie je vršila znatan utjecaj nad tržištem knjigama. Do 1875. godine je imala 125 poslovnica diljem zemlje i u tom trenutku nabavljala je oko 2500 primjeraka novih knjiga (Feather, 2006). Zanimljivo je kako je u svojem poslovanju Mudie inzistirala na nabavljanju isključivo romana u tri sveska bez obzira na to što su bili skuplji od jednosveščanih romana, pritom zanemarujući promjenu na tržištu na kojemu je rasla popularnost jeftinim izdanjima romana. U tom trenutku, 60-ih godina 19. stoljeća nastupa kompanija W.H. Smith koja je osnovala svoje knjižnice po uzoru na Mudie. W. H. Smith je u to doba već bila veoma uspješna tvrtka zahvaljujući svojem poslovanju sa željeznicom (Feather, 2006). S druge strane, oni nisu nabavljali romane u tri sveska, već su se bolje prilagodili potrebama tržišta koje se posvetilo jednosveščnim romanima u jeftinim izdanjima. Iz već navedenih razloga lošega poslovanja te pojave konkurencije, Mudie se suočila s novčanim poteškoćama. Međutim, grupa nakladnika odlučila je uskočiti u pomoć financijskom potporom te je izbaviti iz dugova. Iz svega navedenog Feather (2006, str. 124) donosi bitan zaključak koliko su zapravo izdavači bili ovisni o poslovanju takvih knjižnica i zbog toga nisu mogli dopustiti njihovu propast. Nažalost, usprkos svim tim naporima, Mudie kompaniji dolazi kraj. U ljeto 1894. godine knjižnice su imale problema sa sve manjim brojem članova, što je zajedno s naglim rastom dostupnih i jeftinih izdanja knjiga, ali i s pojavom drugih popularnih aktivnosti u slobodno vrijeme, jednostavno rezultiralo nestankom takvog knjižničkog poslovanja. S propašću tih knjižnica naglo je pala i popularnost romana u tri sveska, za što su djelomično bile krive same te knjižnice i njihovo loše poslovanje. To se najbolje očituje u brojkama, 1894. godine bilo je izdanih novih 184 primjerka romana u tri sveska, da bi se taj broj u 1895. godini spustio na 52 primjeraka, dok je 1897. naglo pao na samo četiri nova primjerka (Feather, 2006). Cijela ova situacija odlična je lekcija što se događa kompanijama koje su isključivo usmjerene na profit, a da pritom ne osluškuju potrebe tržišta te su nesposobne razvijati se zajedno u skladu s njegovim promjenama. Za kraj bismo mogli opet spomenuti roman Georgea Gissinga *New Grub Street* o kojem smo već govorili u uvodu. U njemu se spominje troglavo čudovište koje usisava krv engleskih pisaca, što je očita aluzija na

oblik romana u tri sveska. Međutim, usprkos pesimističnom pogledu autora na tržište knjiga, nije slučajnost što je i njegov roman bio objavljen u tri sveska. Naprosto u to doba nije postojala financijski isplativa alternativa, čega je i sam Gissing bio svjestan (Glover, 2012).



Slika 2: Ilustracija iz 1869. godine: posjet Maudie knjižnici

Izvor: Barret, C. (n.d.). Victorian Publishing History. Preuzeto s:

<https://www.writersinspire.org/content/victorian-publishing-history> (5.6.2020.)

7. Razvoj serijskih publikacija

U ovome razdoblju, uz dosad navedene, najznačajniju promjenu možemo vidjeti u naglom razvoju serijske publikacije. Zanimljivo je da je takav način objavljivanja knjiga bio prisutan još u 17. stoljeću (Feather, 2006), no pojam serijski (eng. *serial*) javlja se tek 1830. godine (Law i Patten, 2009). Prema Lawu i Pattenu (2009) dva razloga zbog kojih je serijska publikacija bila toliko uspješna su brzina i ekonomičnost. Općenito serijske publikacije poput novina i časopisa bilo je lakše proizvoditi i raspočavati. Isto tako, lako su se mogle prodavati i izvan knjižara, na mjestima poput pošte ili manjih dućana raznolike robe. Jedna od ključnih prednosti serijskih publikacija bila je ta da su se prodavale po znatno manjoj cijeni u usporedbi s knjigama. Na početku su bili popularni mjesečni časopisi po cijeni od jednog šilinga što se kasnije spustilo na pristupačniju cijenu od šest penija. Na kraju su se cijene toliko spustile da su tiskali dnevne novine od jednog penija (Law i Patten, 2009).

Ono što je najzanimljivije pratiti kod razvoja serijskih publikacija jest izmjena trendova u njihovom objavljivanju. Naime, ovdje možemo naići na različite oblike i pristupe serijalizaciji. Osim novina i časopisa, riječ i o objavljivanju knjiga u serijskoj formi. Na samome početku viktorijanskoga doba bilo je učestalije da se serijaliziraju već objavljene priče. Mogli bismo reći da je to bilo drugo jeftino izdanje u dijelovima. Međutim, kasnije se populariziralo da se prva izdanja tiskaju i objavljuju u nastavcima, najčešće u nekim novinama ili časopisu. Takav način objavljivanja uvelike nam govori o promjeni pristupa tržištu. Ovdje je bilo ključno prepoznati i utvrditi način na koji se tiskaju takve publikacije, pogotovo pitanje kompozicije priče i same psihologije čitatelja (Law i Patten, 2009). Glavna ideja koja se krije između takvoga načina objavljivanja možda se najbolje može objasniti putem formule *Make 'em cry, make 'em laugh, make 'em wait* (u slobodnom prijevodu natjeraj ih da plaču, da se smiju i da čekaju) (Altick, 1999).

Koliko je bio značajan razvoj serijskih publikacija, najbolje se može vidjeti u dramatičnom porastu broja novina i časopisa koji su se tiskali u to doba. Prema podacima koje nam daju Law i Patten (2009), u 1846. godini redovno se tiskalo 500 naslova novina, dok za časopise nema podataka. Godine 1860. broj naslova tiskanih novina porastao je na 1039, dok je broj naslova tiskanih časopisa bio 406. Samim krajem viktorijanskog doba, 1901. godine, redovno je bilo tiskano čak 2468 naslova novina i 2446 naslova časopisa.

Značajan preobrat u serijskoj formi dogodio se zahvaljujući Charlesu Dickensu i njegovim suradnicima, nakladnicima Edwardu Chapmanu i Williamu Hallu. Dakle Chapman i Hall su

1836. godine pristupili mladom Dickensu i uvjerali ga da piše i ilustrira seriju priča poznatih pod nazivom Pickwick Papers (Feather, 2006). Primjer ilustrirane naslovnice možemo vidjeti na Slici 3. Nakon loše početne prodaje ta je knjiga kasnije postigla uspjeh koji je postao jedan od najvećih legendi u povijesti književnosti, ali i na književnom tržištu. Naposljetku, to postaje prvi *bestseller* nakon sir Waltera Scotta (Feather, 2006). Za Dickensove romane postalo je uobičajeno da se prvo objave u časopisima. Kao primjer možemo uzeti roman *The Old Curiosity Shop* koji je originalno bio objavljen u *Master Humphrey's Clock* časopisu kojeg je sam Dickens uređivao (Feather, 2006). Međutim, treba napomenuti da, iako je Dickens nesumnjivo bio najpoznatiji i najpopularniji, on nije bio jedini autor koji je objavljivao romane u serijskim oblicima u novinama i časopisima. Velika većina viktorijanskih autora, pogotovo onih koji su stvarali u kasnijem razdoblju toga doba, svoje priče i romane originalno su objavljivali na taj način. Kao primjer navest ćemo Arthura Conana Doylea koji je svoje priče o Sherlocku Holmesu originalno objavljivao u časopisu *The Strand Magazine* osnovanom 1891. godine (Law i Patten, 2009).

JAF7
PICKWICK PAPERS
BY
CHARLES DICKENS.



Frontispice de l'édition des « Pickwick Papers », par Phiz.

Slika 3: Naslovna ilustracija Pickwick Papersa

Izvor: Barret, C. (n.d.). Victorian Publishing History. Preuzeto s:

<https://www.writersinspire.org/content/victorian-publishing-history> (5.6.2020.)

8. Razvoj jeftinih izdanja

Masovna proizvodnja i prodaja postigla se upravo pojavom drugih i jeftinih izdanja. Autori i nakladnici najviše su zapravo zarađivali tim putem. Najpopularnija je bila praksa da se romani originalno objave u tri sveska (*three decker novel*) ili u nastavcima u serijskoj publikaciji, a zatim da se u drugome izdanju objave cjeloviti, dakle u jednom svesku koji se prodavao po pristupačnim cijenama. Već smo spomenuli da je sir Walter Scott puno zarađivao na takvim izdanjima, no ne smijemo niti zanemariti Dickensa. Možemo reći da u njegovom primjeru dolazi do usavršavanja takve prakse. Naime, mnogi njegovi romani prodavali su se upravo na takav način. Za primjer možemo uzeti njegov roman *David Copperfield*. On je originalno bio objavljen u dijelovima u razdoblju od 1849. do 1850. godine, a zatim je u drugome, jeftinome izdanju bio objavljen cjelovit i prodavan po cijeni od pet šilinga (Feather, 2006). Ono što je bitno napomenuti jest da je sve bilo omogućeno zahvaljujući novoj tehnologiji tiskanja i proizvodnje knjige, kao i postupku stereotipizacije pomoću kojega su se lakše i jeftinije reproducirala nova izdanja (Feather, 2006).

Dakle Altick (1999) uspješno poslovanje tržišta knjigama vidi u tome što je ono uspjelo ponuditi čak tri mogućnosti za sve one ljude koji si nisu mogli priuštiti knjigu u originalnome izdanju. Prva opcija, koja je doduše bila najprikladnija za dobrostojeću građansku klasu, jest članstvo u knjižnicama poput Mudie. Druga opcija bila je kupovanje časopisa i novina te čitanje romana u serijama. U slučaju da su prve dvije opcije bile preskupe, preostaje kupovanje drugih, po cijeni znatno pristupačnijih izdanja. Stoga iz svega navedenoga, lako možemo zaključiti da se tržište iznimno prilagodilo, ne samo građanskoj, već i radničkoj klasi koja je tada bila najbrojnija populacija u Velikoj Britaniji.

9. Autorstvo: novo zanimanje

Uz veliku proizvodnju na tržištu knjiga javlja se i značajan broj autora koji na pisanje gledaju kao na profesionalno zanimanje. Naime, mijenjaju se uvjeti njihovog položaja te autori postaju sposobni preživjeti na temelju svojega pisanja. Drugim riječima, uspijevaju zaraditi dovoljno novaca za životne potrebe te ako se bave pisanjem i objavljivanjem u serijskim publikacijama, imaju stabilan izvor prihoda (Leary i Nash, 2009). Razvoj serijskih publikacija pokazao se najprikladnijim mjestom za razvoj uspješne karijere pisanja. Zanimljivo je kako pisanje u to vrijeme, bilo ono umjetničko, političko ili intelektualno, dobiva značajan status u društvu. Naime, u to doba su počeli na karijeru spisatelja gledati kao na karijeru koja je vrijedna poštovanja. Međutim, nerijetko su mnogi autori, koji su objavljivali svoje priče, zadržali svoju anonimnost kako bi mogli neometano živjeti u svojim zajednicama. Samo ponekim sretnicima je ta karijera omogućila trenutačnu slavu i bogatstvo. Za primjer možemo uzeti već spomenutoga Dickensa koji je tipičan primjer uspješnoga, slavnoga, ali i financijski stabilnoga autora (Leary i Nash, 2009). Ono što je ključno jest da se u tome dobu na autorstvo, odnosno na pisanje gleda kao na čin stvaranja za publiku i tržište. Drugim riječima, s obzirom na to da su živjeli od toga, glavna okupacija autora bila je stvoriti nešto što će se svidjeti širokoj publici i na čemu će moći dobro zaraditi. Koliko je masovna proizvodnja bila prisutna, najbolje se može očitati u brojkama (autora, urednika, reportera i sl.) koji sudjeluju u njezinoj djelatnosti. Naime, od 1841. do 1861. godine porast zaposlenih u tom sektoru povećao se sa 626 na 1673. Tek krajem 19. stoljeća, točnije od 1881. do 1911. vidimo eksponencijalan rast zaposlenih koji je porastao sa 6111 na vrtoglavih 13786 (Leary i Nash, 2009). Sve to upućuje da se širio broj zaposlenih ljudi u novinama i književnoj produkciji što nam svjedoči i o značajnom razvoju samoga tržišta knjigama.

10. Braća Macmillan: primjer uspješne nakladničke kuće

U dosadašnjim poglavljima već smo spominjali neke primjere uspješnih nakladnika poput Georgea Routledgea ili kompanije W. H. Smith. Isto tako, rekli smo da je broj zaposlenih u tom sektoru naglo porastao, dakle uz veliki broj autora, pojavio se i značajan broj novih izdavačkih kuća. Ono što je zanimljivo da u 19. stoljeću izdavačke kuće, koje su bile poznate već stoljećima, polako nestaju te se javljaju mnoga nova imena. Iz toga nam je jasno vidljivo da dolazi do preokreta u načinu poslovanja, stoga nakladničke kuće, koje su poslovale po zastarjelom modelu i koje se nisu mogle prilagoditi potražnji tržišta, jednostavno propale. Da bismo shvatili kakve su nakladničke kuće opstale na tržištu, možemo pogledati primjer braće Macmillan koji su prema Featheru (2009) u to doba dominirali tržištem knjiga, no ne smijemo zanemariti niti činjenicu da je to izdavačka kuća koja još uspješno posluje i danas.

Sve je započelo kada su braća Alexander i Daniel Macmillan, podrijetlom iz Škotske, osnovali svoju izdavačku kuću 1843. godine. Prije nego što su započeli s proizvodnjom i objavljivanjem vlastitih knjiga, imali su već prethodnog iskustva s prodajom knjiga. Naime, radili su kao prodavači u Cambridgeu, a zatim i u Londonu (Feather, 2006). Sigurno im je rad u prodaji bilo značajno iskustvo koje im je omogućilo da bolje upoznaju tržište što se pozitivno odrazilo na njihovo poslovanje. S druge strane, Feather (2006) tvrdi da tajna u uspješnosti braće leži u kombinaciji odgovornog, pažljivog i efikasnog poslovanja, dok su si povremeno dopuštali promjene i inovacije u svojem poslovanju. Ono što je zanimljivo u njihovome radu jest da se nikada nisu ograničili na određeni žanr. Dapače, braća Macmillan najbolji su primjer izdavača koji se trudi proširiti na cijelo tržište (eng. *general trade publisher*). Takav način izdavanja bio je karakterističan za Veliku Britaniju u 19. i 20. stoljeću. Dakle, izdavalali su i fikciju, ali i nefikcionalna djela. Nikada se nisu trudili specijalizirati se i ograničiti se na jedno područje, no isto tako nisu se niti u potpunosti posvetili samo izdavanju popularnih romana. Ono što Feather (2006) tvrdi u svojoj konačnoj analizi braće Macmillan jest da su to bili ljudi koji su bili posvećeni objavljivanju ozbiljnih znanstvenih i stručnih publikacija, a to se posebno vidi i danas u njihovom djelovanju. Spomenuli smo da su se proširili i na školsko tržište za koje su tiskali razne udžbenike. Oni su bili ljudi čvrstih političkih i religioznih stavova, međutim, nikad nisu dopustili da ih ti stavovi spriječe u objavljivanju knjiga koje bi im mogle donijeti profit. Njima je profit bio sve i profit je bio ključ uspjeha na tržištu.

11. Zaključak

Iz svega navedenog možemo zaključiti da su na razvoj nakladništva utjecali mnogi čimbenici. Zapravo, riječ je o jednom uspješnom spletu okolnosti od industrijalizacije pa do promjena u društvu koje su na kraju stvorile povoljno tlo za razvoj nakladništva, što nam je Hebrang Grgić (2018) lijepo sažela u nekoliko natuknica:

„Ukratko, padu cijena knjiga i novina u 19. st. pridonijeli su sljedeći čimbenici:

- Društvena revolucija i novo shvaćanje slobode izražavanja
- Industrijska revolucija
- Pad cijene papira zbog novih strojeva za proizvodnju
- Pad cijene tiska zbog novih tiskarskih i slagarskih strojeva
- Rabljenje jeftinijeg uveza (platno, karton)
- Nove tehnike reprodukcije slika
- Reguliranje pitanja intelektualnog vlasništva
- Širenje pismenosti i interesa za knjigu“ (Hebrang Grgić, 2018, str. 130)

Ono što treba nadodati jest da, osim što je pala cijena knjiga i novina, povećala se njihova popularnost. Naime, knjige i novine kao mediji svoj vrhunac doživljavaju upravo u viktorijanskome dobu, kada još nisu postojali mediji koji su uključivali modernu tehnologiju poput radija, televizije i interneta. Naposljetku, knjige i serijske publikacije, kao i priče koje su se pojavljivale u njima, pokazale su se kao izvrstan način zabave te okupacije tijekom slobodnoga vremena koje se pojavilo reguliranjem uvjeta rada. Viktorijanski nakladnici su uspješno prepoznali potencijal novonastaloga tržišta te su se odlično prilagodili tako da su počeli objavljivati i reklamirati knjige upravo za masovnu građansku i radničku publiku. Možemo reći da se ovdje počinje nazirati ono drugo, komercijalno lice nakladništva koje je počelo tragati za profitom. Međutim, nakladništvo u to doba ipak nije bilo isključivo posvećeno tržištu i zaradi. S druge strane ovdje možemo vidjeti i značajnu ulogu nakladništva u edukaciji stanovništva, ali i kulturnom razvoju te formiranju društvene svijesti stanovnika Velike Britanije. Za kraj, iz svega navedenoga možemo zaključiti da se u viktorijanskome dobu formirao model nakladništva, kao istovremene edukacijske i kulturno značajne te profitabilne djelatnosti koji postoji te uspješno funkcionira i u 21. stoljeću.

12. Literatura

1. Altick, R.D. (1999). Publishing. U Herbert F. Tucker *A companion to Victorian literature & culture* (str. 289-304). Oxford : Blackwell Publishing.
2. Barret, C. (n.d.). Victorian Publishing History. Preuzeto s: <https://www.writersinspire.org/content/victorian-publishing-history> (5.6.2020.)
3. Blažević, L. (2016). *Moć marketinga u knjižnom nakladništvu*. Zagreb : Jesenski i Turk.
4. Briggs, A. (2003). Viktorijansko doba : uvod, obilježja, posljedice. U *Socijalna povijest Engleske*. Zagreb : Barbat.
5. Feather, J. (2006). *A history of British Publishing*. London ; New York : Routledge.
6. Glover, D. (2012). Publishing, history, genre. U David Glover i Scott McCracken *A Cambridge companion to popular fiction* (str. 15-32). Cambridge, UK ; New York : Cambridge University Press.
7. Hebrang Grgić, I. (2018). *Kratka povijest knjižnica i nakladnika:s kodovima i aplikacijom*. Zagreb : Naklada Ljevak.
8. Horvat, A. i Živković, D. (2012). *Između javnosti i privatnosti*. Zagreb : Hrvatska sveučilišna naklada.
9. Law, G. i Patten, R.L. (2009) The serial revolution. U David McKitterick. *The Cambridge history of the book in Britain: volume VI : 1830-1914*. Cambridge : Cambridge University press. Preuzeto s <https://doi.org/10.1017/CHOL9780521866248> (12.5.2020.)
10. Leary, P. i Nash, A. (2009) Authorship. U David McKitterick. *The Cambridge history of the book in Britain : volume VI : 1830-1914*. Cambridge : Cambridge University press. Preuzeto s <https://doi.org/10.1017/CHOL9780521866248> (12.5.2020.)
11. Luketić, A. (2014) *Viktorijansko doba u Engleskoj (1837. – 1901.) –društveni život, kultura i umjetnost* (Završni rad). Preuzeto s <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:142:918141> (28.4.2020.)
12. Wagner, D.P. (n.d.). Routledge's Railway Library. Preuzeto s: <https://www.publishinghistory.com/routledges-railway-library.html> (5.6.2020.)
13. Živković, D. (2001). *Elektronička knjiga*. Zagreb : Multigraf.

13. Popis slika

Slika 1: Ilustrirane korice knjige: A.C. Gunter, Baron Montez of Panama and Paris, izdavač George Routledge, London, 1893.....	13
Slika 2: Ilustracija iz 1869. godine: posjet Maudie knjižnici	17
Slika 3: Naslovna ilustracija Pickwick Papersa	20

Nakladništvo u Velikoj Britaniji u viktorijansko doba

Sažetak

U ovome radu nastojat ćemo proučiti cjelokupan pregled razvoja nakladništva u viktorijanskome dobu koje polako poprima značajke moderne industrije te kapitalističke proizvodnje. Započet ćemo s gospodarskim promjenama i industrijalizacijom da bismo se kasnije osvrnuli na aspekte u kojima je napredovala proizvodnja i distribucija knjiga.

Kasnije će biti riječ o bitnim društvenim promjenama. Od poboljšanoga životnog standarda i sve većega broja obrazovanoga stanovništva pa do ukidanja poreza na znanje, čime se ukidaju porezi na novine, papir i oglašavanje. Naposljetku, vidjet ćemo kako se mijenja odnos između knjige i čitatelja.

Spomenut ćemo i razne inovacije te trendove u objavljivanju knjiga, poput romana u tri sveska, serijskih oblika te jeftinih izdanja. Na kraju, vidjet ćemo kako su se viktorijanski nakladnici prilagodili tržištu i njegovoj potražnji i masovno proizvodili za mnogobrojnu građansku i radničku klasu istovremeno ostvarujući veliku zaradu.

Ključne riječi: nakladništvo, viktorijansko doba, proizvodnja knjige, proizvodnja papira, distribucija knjige, porez na znanje, doba romana, serijski oblici, roman u tri sveska, jeftina izdanja, Sir Walter Scott, Charles Dickens, braća Macmillan

Publishing in the Great Britain in Victorian era

Summary

In this paper, we will try to study the whole overview of the development of publishing in the Victorian era, which is slowly taking on the characteristics of modern industry and capitalist production. We will begin with economic change and industrialization and then look back at the aspects in which the production and distribution of books has progressed.

Later, there will be discussed important social changes. From the improved standard of living and the growing number of educated population to the abolition of the knowledge tax, which abolishes taxes on newspapers, taxes on paper and advertising. Finally, we will see how the relationship between the book and the reader changes.

We will also mention various innovations and trends in publishing books such as novels in three volumes, serial forms and cheap editions. Eventually, we will see how Victorian publishers adapted to the market and its demand where they mass-produced for a large middle and working class and making profits.

Key words: publishing, Victorian era, book production, paper production, book distribution, knowledge tax, novel age, serial forms, three-volume novel, cheap editions, Sir Walter Scott, Charles Dickens, Macmillan brothers