

KAKO DELUJE (KNJIŽNA) ZALOŽBA

tudi ostale založbe (glasb., slikov.,...)

Odp: Različni tipi založništva:

- za dobitek ... navadno založbe kot gosp. družb.
- samo za izdajo knjig ... ?

Na začetku:

- pri tiskarji so vse založniške funkcije (pridobili besedilo, oblikovali knjige, prodaja,...) v komunikac. krogu knjige (Robert Darnton) opravljali sami
 - na razviteh in velikih knjižnih trgih je ta enotnost založ. procesa začela razpadati v 18. st. in nastali so poljici knjigarnarja, založnika in tiskarja, ki so delovali nedvino drug od drugega (od polihistorstva v specializac.)
 - na manjših in manj razviteh trgih se ostanki te probitne enotnosti ohranijo še danes (knjigarnice v lasti založbe, takojšen dobitek ↔ večji „cash-flow“,...)
 - Zaraj?
 - Kako je v Sloveniji?
- X op. v PPTX

Komunikac. krog knjige

H

Odp: Odpiranje knjigam manjših založb (ker drugače ponudnik povece ~50% vr. knjige ob vsaki prodaji).

... dopoljen, poslovenjen ...

†

Odp: Še vedno velja ta krog - tudi e-knjige (vsaj v Slo.) ne izpolnjujejo t-knjig.

Temeljna založniška opravila

• pridobivanje ali razvoj vsebin in pravic za njihovo trženje, razumež. in distribuiranje
↳ npr. ameriška knjiga o LD77 (pridob. pravic pri nas)
lahko pa bi bilo tudi obratno...

†

Odp: Zanimive so razlike v prevajanjih. Npr. slovenjenje last. imen za otroke, ne pa za odrasle. Hrvaška Harry Potter? → nekaj vmes!

Odp: Ni že v dnu potrošniškega upiranja, da bi začeli npr. slabo prevedene knjige (razstogene oblike pa takoj vmes)

↓

Problem je v tem, da so vse te knjige enako slabo prevedene in zanjejena ne deluje

- Nadzor nad kvaliteto teli procesov!
- Strateška založba je proizvajalka kulturnega blaga
- Trgovci z kulturo - John B. Thompson

Knjiga - naprava za vsebino:

- Michael Bierbäck: Naprava za vsebino (2015)

- Vsebin je dandanes več, kot jih lahko použijemo = več kot jih potrebujemo
- Ali vse te vsebine nast. v založ. procesu? - Ne!
- Precejanje in ojačevanje (Blaskar)
 - ↓
 - ↓
 - † pomemb. tako za knjane, še bolj pa za nesumnje knjige!

Organizacija večje knjižne založbe

†

↳ jasno kaj počne posam. oddelek!

Tako kot druge org. imajo večje založbe:

†

Op: Podobno tovarni - ti oddelki niso tipično založniški

↓

veliko skupnega, a razl. jedro

↓

npr. založ. oddelek, ki odloča kaj se "proizvaja"

Medijski oddelek

- pridobivanje nove vsebine („Založništvo je sprememjanje vsebine v denar.“ - Rugelj, S. ⇒ pomembno!)
- vzdruž. stike z avtorji vsebin
- lokalizira vsebine (prevodi in prevede (npr. enote))
- razvija nove knjiž. projekte
- skrb za vsebinsko in jezikovno neoporeč. izdanih knjig
- sodeluje pri oblikovanju in trženju knjig

Likovno - tehnični oddelek

+

- oblikuje naslovnice → pogosti nesporazumi, saj ne morejo prebrati vseh knjig → menje uvednika ali avtorji!

Odp: Veliko tega se dogaja preko e-maila

Odp: Vedno več razložb tisku v tujini!

Oddelek za trženje in prodajo

+

Odp: Najraje uporab. zastavlj poti oglaševanja

Odp: Marketing je načrtovan! (polozaj na folicah je ločen!)

Znač. sodobne razložb:

- vedno več opravil, ki niso temeljna, opravijo zunanjí vdelavci (outsourcing)
 - ↳ npr. lektorji, grafični oblikovalci,...
- To je bistveno posmilo razlož. procese, kato pa včasih trpi kvaliteta izdanik knjig (zamujejo slovo, slabo lekt.,...)

Odp: Plačljivo trženje (oglaš) so načloma za razložbe predragi!

↳ tudi to načloma počnejo kum. izvajalci

Tipična založ. dela, ki jih lahko opravijo nes. sodelavci:

#

Dela, ki jih praviloma opravljajo samo razpol. v založb.:

#

Pridobivanje in razvoj vsebin

#

Odp: Po Blaskenjevo npr. Twitter ni kujiga - ni precejšnja!

↓

enako za bloge verjetno!

Odp: Založnik do neke mere jamči za točnost objavljenega

Pridobivanje propisa

#

Odp: Različne poti / načini!

Odp: Kujige so lahko močno kult. razkrivane - tako, da jih druge kult. ne razumejo (npr. baseball).

Odp: Pisatelji se lahko daves znajdejo - poštejo. pač neč založ. licenci in taka kdo bo pri.

Kako nastane nova izvorna kujiga?

#

lažje hot zg!!

Kako nastane nova prevodna kujiga?

#

V razvitih založništvoh vednikov delo opravlja:

#

Nato...

... kajiga v skladu s tržajskimi načrti...

#

Dp: Morda sledi že najtežji del - prodaja oz. izkuje kupca!