

Uloga digitalne ekonomije u kreativnim industrijama- primjer elektroničkog izdavaštva

Matišić, Ana

Master's thesis / Diplomski rad

2024

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Academy of Arts and Culture in Osijek / Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Akademija za umjetnost i kulturu u Osijeku**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:251:936593>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-11-26**



Repository / Repozitorij:

[Repository of the Academy of Arts and Culture in Osijek](#)



SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU
AKADEMIJA ZA UMJETNOST I KULTURU
ODSJEK ZA KULTURU, MEDIJE I MENADŽMENT
SVEUČILIŠNI DIPLOMSKI STUDIJ MENADŽMENT U KULTURI I
KREATIVNIM INDUSTRIJAMA

ANA MATIŠIĆ

**ULOGA DIGITALNE EKONOMIJE U
KREATIVNIM INDUSTRIJAMA – PRIMJER
ELEKTRONIČKOG IZDAVAŠTVA**

DIPLOMSKI RAD

MENTOR: doc. dr. sc. Marta Borić Cvenić

Osijek, 2024.

SAŽETAK

Kreativne su industrije one industrije u kojima prevladavaju aktivnosti koje potječu od individualne kreativnosti, vještina i talenta, a koje imaju potencijal za stvaranje bogatstva i radnih mjesta generiranjem i eksploatacijom intelektualnih znanja. One predstavljaju ključan dio europske ekonomije, a pojavom digitalizacije u njima se promijenio proces stvaranja, proizvodnje i distribucije te potrošnje proizvoda i usluga. Digitalna ekonomija predstavlja ekonomiju digitalnog doba, novog poslovanja, novih tehnologija i interneta. Jedan je od sektora kreativnih industrija, zahvaćen digitalnom ekonomijom, i izdavaštvo koje se u području digitalne ekonomije naziva i elektroničko izdavaštvo. Elektroničko izdavaštvo predstavlja digitalizaciju knjiga, tj. nastanak nematerijalnog oblika knjige koji postoji na digitaliziranim uređajima, a razvio se zahvaljujući internetu i digitalnoj tehnologiji. Elektronička knjiga (e-knjiga) smatra se digitaliziranom kopijom tiskane knjige i kao takva ima mnoge prednosti, ali i nedostatke.

Ključne riječi: *digitalizacija, digitalna ekonomija, elektroničko izdavaštvo, elektronička knjiga, kreativne industrije*

ABSTRACT

Creative industries are industries in which activities originating from individual creativity, skills and talents prevail, and which have the potential to create wealth and jobs through the generation and exploitation of intellectual knowledge. Creative industries represent a key part of the European economy, and with the advent of digitization in creative industries, the process of creation, production and distribution and consumption of products and services has changed. The digital economy represents the economy of the digital age, new business, new technologies and the Internet. One of the sectors of creative industries affected by the digital economy is publishing, which in the field of the digital economy is also called electronic publishing. Electronic publishing represents the digitization of books, the emergence of an immaterial form of a book that exists on digitized devices, and has developed by embracing the Internet and digital technology. An electronic book (e-book) is considered a digitized copy of a printed book and as such has many advantages, but also disadvantages.

Keywords: *creative industries, digitization, digital economy, electronic book, electronic publishing*

SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU
AKADEMIJA ZA UMJETNOST I KULTURU U OSIJEKU

IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

kojom ja, Ana Matišić potvrđujem da je moj diplomski rad pod naslovom „Uloga digitalne ekonomije u kreativnim industrijama – primjer elektroničkog izdavaštva“ te mentorstvom doc. dr. sc. Marte Borić Cvenić rezultat isključivo mogega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima i oslanja na objavljenu literaturu kao što to pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da nijedan dio diplomskog rada nije napisan na nedopušten način, odnosno da nije prepisan iz necitiranog rada, pa tako ne krši ničija autorska prava. Također izjavljujem da nijedan dio ovoga završnog/diplomskog rada nije iskorišten za bilo koji drugi rad pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili radnoj ustanovi.

U Osijeku 09. rujna 2024.

Potpis

Matišić Ana

SADRŽAJ

1. UVOD.....	1
2. DEFINIRANJE KREATIVNIH INDUSTRIJA.....	2
2.1 Tehnološki trendovi u kreativnim industrijama.....	3
3. POJAM DIGITALNE EKONOMIJE.....	7
3.1 Karakteristike i komponente digitalne ekonomije	9
3.2 Digitalna ekonomija vs. tradicionalna ekonomija	11
4. ULOGA DIGITALNE EKONOMIJE U KREATIVNIM INDUSTRIJAMA.....	14
4.1 Elektroničko izdavaštvo kao primjer digitalne ekonomije u kreativnim industrijama ...	14
4.2 Definiranje pojma digitalne knjige (e-knjige)	15
4.3 Uloga digitalizacije u razvoju e-knjige	16
4.4 Prednosti i nedostaci digitalizacije knjiga	20
5. METODOLOŠKI OKVIR ISTRAŽIVANJA.....	24
5.1 Predmet i cilj rada	24
5.2 Definiranje hipoteza istraživanja	24
5.3 Anketni upitnik	25
5.4 Rezultati anketnog upitnika	26
5.5 Provjera i utvrđivanje hipoteza rada	33
6. ZAKLJUČAK	35
7. LITERATURA.....	37
8. PRILOZI	40

1. UVOD

Kreativne industrije čine važan dio kako europske tako i svjetske ekonomije, a ono po čemu su prepoznatljive fokusiranje je na kreativnost, simbolička dobra te intelektualno vlasništvo.

Postoje različiti sektori kreativnih industrija koji su, posebno u zadnjih nekoliko godina zbog pojave interneta i digitalizacije, svoje sadržaje uveli u novo doba, u doba digitalne ekonomije koja se počela razvijati još prije nekoliko godina, a sada ipak donosi neke prepoznatljive promjene po pitanju poslovanja. Digitalna ekonomija kao ekonomija novih digitalnih tehnologija i interneta u velikoj je mjeri utjecala i na razvoj te distribuciju kreativnih sadržaja kao što su knjige. Upravo iz tog razloga počelo se razvijati i elektroničko izdavaštvo koje će se više istražiti u ovome radu.

Pojava elektroničkog izdavaštva postavlja mnoge prednosti, ali i izazove za kreativne industrije, izdavače knjige te korisnike (čitatelje). Stoga, u ovom će se radu istražiti koje su se to promjene dogodile pri procesu izdavanja knjiga, koja je njihova distribucija sada te kako se koriste elektronička izdanja knjiga.

Također, glavni je fokus stavljen na proučavanje uloge digitalne ekonomije u kreativnim industrijama na primjeru elektroničkog izdavaštva i kako zapravo ona može omogućiti veću dostupnost te način distribucije knjiga u svijetu. Na temelju toga prikazat će se da se digitalna ekonomija smatra u današnjem vremenu važnim segmentom u području kreativnih industrija upravo zato što mijenjaju način na koji se stvaraju, prenose i u konačnici koriste kreativni proizvodi. Samim time, iz ovog će se rada uvidjeti kako sve ove prednosti, nedostaci i promjene utječu na kreativne industrije i može li se nešto poboljšati po pitanju njihova rada na primjeru elektroničkog izdavaštva.

Cilj je provedenog istraživanja anketnim upitnikom u ovom diplomskom radu ispitati postavljene hipoteze koje uključuju digitalnu ekonomiju te njezin utjecaj i izazove na kreativne industrije s naglaskom na elektroničko izdavaštvo. Isto tako, istražiti čitaju li ljudi više tiskanu knjigu ili e-knjigu.

2. DEFINIRANJE KREATIVNIH INDUSTRIJA

Današnja shvaćanja razvoja kreativnih industrija povezuju se s ekonomijom koja obuhvaća kulturne djelatnosti i industrijske sektore. Na taj način često se može uočiti da se to područje naziva i kreativnom ekonomijom u kojoj su nove ideje i kreativnost ključni za stvaranje razvoja te industrije. Pojam „kreativne industrije“ prvi je put upotrijebljen 1994. godine i to u strateškom dokumentu australske vlade pod nazivom „Kreativna nacija“, ali nije bio odmah prihvaćen. Isto tako, smatra se da se shvaćanja kreativnih industrija povezuju i s francuskom sociološkom školom u kojoj se pojavila i prva definicija tih industrija u dokumentu „Creative industries Mapping Document“. Upravo prema toj definiciji kreativne su industrije sve one „aktivnosti koje potječu od individualne kreativnosti, vještina i talenta, a koje imaju potencijal za stvaranje bogatstva i radnih mjesta kroz generiranje i eksploataciju intelektualnih vrijednosti“. Ta je definicija općeprihvaćena u svijetu, ali je ipak neki i kritiziraju većinom zbog postojanja kategorija djelatnosti koje pripadaju sektoru kreativnih industrija te zbog razloga što se neke djelatnosti ipak ne nalaze u tom sektoru. Uz pojam „kreativne industrije“ često se znaju pronaći i pojmovi poput „ekonomije doživljaja“, „simboličke ekonomije“, „ekonomije dodane vrijednosti i/ili „ekonomije snova“. Samim time, proizvodi u kreativnim industrijama okrenuti su na ekonomiju potrošnje kao i prema simboličkim dobrima i nematerijalnim resursima (Mikić, 2008: 5-6).

Autorica Mikić (2008: 6) u svojoj knjizi navodi da John Howkins predstavlja tri glavne komponente kreativne industrije. Prema tome, to su: kreativnost kao ideja koja se može ekonomski vrednovati, kreativni proizvodi koji su rezultat nekog kreativnog rada i naravno kreativne djelatnosti koje proizlaze iz svega toga. Također, važno je spomenuti i da Howkins definira 15 kreativnih djelatnosti koje ubraja u kreativne industrije, a to su: oglašavanje, arhitektura, likovne umjetnosti, umjetničko tržište, dizajn, moda, diskografija, reproduktivne umjetnosti, izdavaštvo, istraživanje i razvoj, softver, videoigre, igračke i igre, televizija i radio. Sve ove djelatnosti predstavljaju određeni spoj umjetničke, naučne i tehnološke kreativnosti, a na taj način i za proizvode kreativnih industrija vrijede određena simbolička značenja koja se stvaraju tekstom, slikom, zvukom ili nekim drugim sličnim multimedijalnim stilom (Mikić, 2008: 6).

2.1. Tehnološki trendovi u kreativnim industrijama

Kreativne industrije čine ključan dio europske ekonomije. Smatra se da zapošljavaju 7,4 milijuna ljudi diljem Europe što predstavlja 3,7 % ukupne zaposlenosti. Osim što su važne za ekonomiju imaju i ključnu ulogu u predstavljanju europskog kulturnog identiteta i europskih vrijednosti. Digitalizacija je u kreativnim industrijama promijenila proces stvaranja, proizvodnje i distribucije te potrošnje proizvoda i usluga. Općenito se sadržajima sada pristupa posebnim platformama kao što su razne aplikacije i društveni mediji. Također, digitalizacija je promijenila i tradicionalne pristupe vrijednosti kreativnih industrija, što je dovelo do veće složenosti te industrije pa su tako sve aktivnosti ušle u poseban industrijski ekosustav (European Commission, 2021). Stoga, slika 1. u nastavku pomaže lakšem razumijevanju tehnoloških trendova jer ističe da je važno upoznati što se sve ubraja u kulturne i kreativne industrije, a isto tako i razumjeti koji su to novi ekosustavi digitalne transformacije kreativnih industrija.



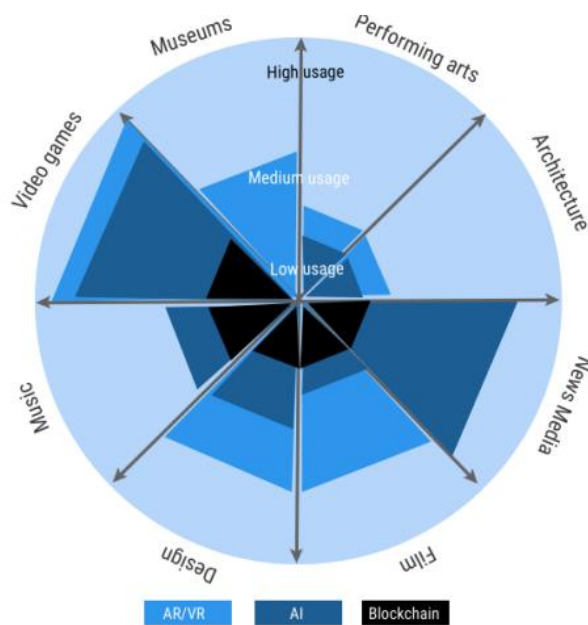
Slika 1. Pregled kreativnih industrija

Izvor: Technopolis group (2021)., navedeno u European Commission (2021)

Slika 1. pod nazivom „Pregled kreativnih industrija“ prikazuje Vennov dijagram s dvama obojanim krug, jednim u plavoj, a drugim u narančastoj boji. Plavi krug prikazuje što sve pripada u osnovne kreativne i kulturne industrije pa tako tom području pripadaju igre, glazba, film, novinski mediji i emitiranje, izdavaštvo/knjige, arhitektura, likovna umjetnost, muzeji, izvedbene umjetnosti i dizajn. S druge strane, narančasti krug prikazuje što sve pripada novim ekosustavima digitalne transformacije kreativnih industrija, a povezano je s digitalnom tehnologijom, startupovima umjetne inteligencije (AI), AR/VR (proširena stvarnost / virtualna stvarnost), tehnologijom za prijenos digitalnog sadržaja putem interneta te digitalnim knjigovodstvom. U te se nove ekosustave digitalne transformacije kreativnih industrija ubrajaju

video streaming, online i mobilne igre, e-knjige, impresivan sadržaj, digitalni mediji, industrija zaslona te glazbena tehnologija. Slika 1. u ovom slučaju omogućuje vizualni prikaz mnoštva digitalnih medija i njegovih različitih sadržaja.

Kreativne su industrije najveću transformaciju postigle zahvaljujući naprednoj tehnologiji kao što su proširena (AR) i virtualna (VR) stvarnost, umjetna inteligencija, računalstvo u oblaku i tzv. *blockchain* tehnologija (digitalno knjigovodstvo). Sve su ove navedene tehnologije dostupne u različitim sektorima kreativnih industrija pa je tako i glazbena industrija primjer transformiranja sadržaja umjetnom inteligencijom upotrebom *blockchain* tehnologije. Posebno se u 2020. godini mogao vidjeti veliki napredak novih tehnologija u sektorima kreativnih industrija kao što su dizajn, digitalne igre, glazba i medijska tehnologija koja je bila bazirana na online suradnji i raznim digitalnim rješenjima te umjetnoj inteligenciji, što je prikazano i na slici 2. u nastavku (European Commission, 2021).



Slika 2. Prisutnost napredne digitalne tehnologije po sektorima kreativnih industrija

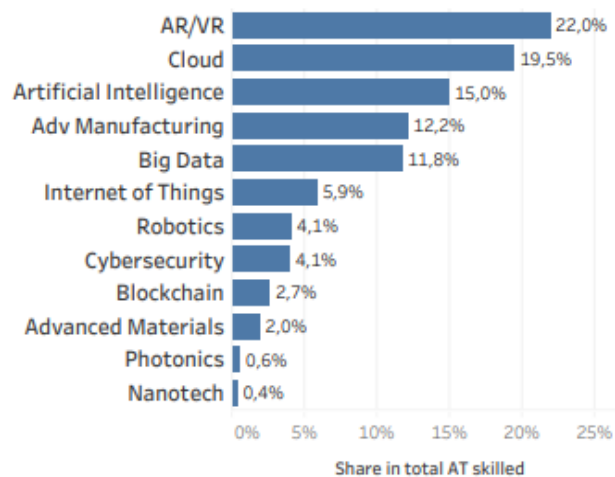
Izvor: Technopolis Group (2020), navedeno u European Commission (2021)

Stoga, kao što i slika 2. pokazuje, proširena i virtualna stvarnost, digitalno knjigovodstvo (*blockchain*) te umjetna inteligencija najčešći su slučajevi korištenja digitalne napredne tehnologije u kreativnim industrijama. Gledajući po sektorima kreativnih industrija, videoigre imaju malu upotrebu digitalnog knjigovodstva (*blockchain*), dok su AR/VR tehnologija i AI

(umjetna inteligencija) najzastupljenije s visokom upotrebom. Sektor muzeja u svome radu ima srednju upotrebu proširene (AR) / virtualne (VR) stvarnosti, a u izvedbenim umjetnostima i arhitekturi prisutna je mala upotreba umjetne inteligencije te AR/VR-a. Mala upotreba *blockchain* tehnologije i velika upotreba umjetne inteligencije prisutna je u sektoru novinskih medija, dok je u području filma prisutna mala upotreba *blockchain* tehnologije i umjetne inteligencije. Najviše se ipak u filmu koristi proširena i virtualna stvarnost.

Za područje dizajna vrijedi slična situacija kao u filmskom sektoru, ali upotreba umjetne inteligencije ipak je nešto veća za sektor dizajna. Glazbeni sektor nema upotrebu proširene i virtualne stvarnosti, ali zato ima malu upotrebu *blockchain* tehnologije i umjetne inteligencije. Stoga, svi ovi sektori zahtijevaju poznavanje njihove upotrebe u radu kako bi sadržaj koji nude bio što kvalitetniji. Na taj način i zaposlenici u kreativnim industrijama posjeduju posebna znanja i vještine u korištenju tih digitalnih tehnologija, a od svih sektora u kreativnim industrijama može se reći da je *gaming* industrija najveći sektor koji zapošljava svoje zaposlenike s tim značajkama (European Commission, 2021).

Kreativnu industriju treba pripremiti kako bi lakše mogla rješavati eventualne probleme i kako bi bila originalna u stvaranju sadržaja koji još dosad nisu viđeni. Pomoću slike 3. u nastavku prikazana je upravo ta dostupnost stručnjaka s naprednim tehnološkim znanjima i vještinama koji su zaposleni u kreativnim industrijama.



Slika 3. Udio kvalificiranih stručnjaka zaposlenih u kreativnim industrijama kao postotak svih naprednih tehnologija vještina u industriji

Izvor: European Commission, 2021.

Na priloženoj slici 3. uočava se raspodjela određenih tehnoloških vještina stručnjaka u kreativnim industrijama i to za 27 zemalja Europske unije. Najveći postotak (22 %) pripada

proširenoj / virtualnoj stvarnosti (AR/VR), na drugom je mjestu računalstvo u oblaku s 19,5 %, dok je na trećem umjetna inteligencija s 15 %. Umjetnu inteligenciju slijedi napredna proizvodnja s 12,2 %, a obrada velike količine podataka zauzima udio od 11,8 %. Ispod 10 % našle su se internet stvari s 5,9 %, a robotika i računalna sigurnost čine 4,1 %. Nadalje, *blockchain* tehnologija ima 2,7 %, dok napredni materijali imaju 2 %. U konačnici, fotonika i nanotehnologija imaju čak manje od 1 %.

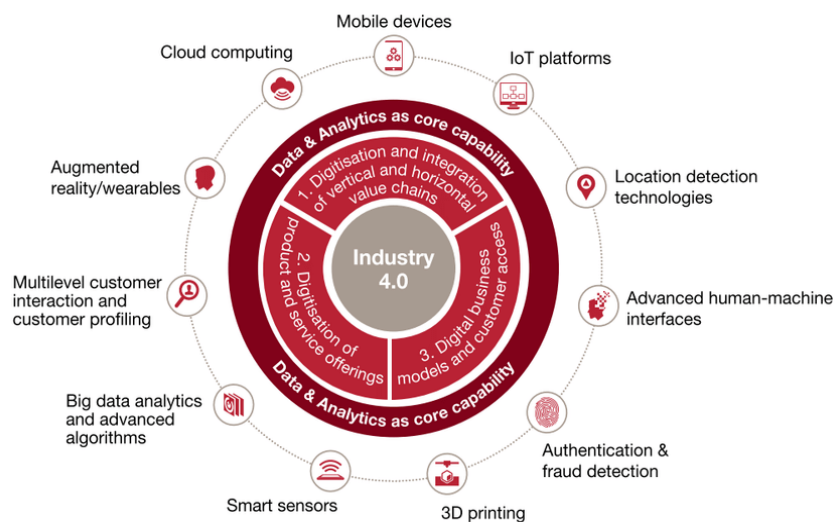
3. POJAM DIGITALNE EKONOMIJE

Digitalno je doba promijenilo svaki dio današnjeg poslovanja. Sve je veća upotreba komunikacije slikom, stvara se napredna robotika, 3D printeri i transport stvari dronovima, proizvodi se plaćaju mobilnim uređajima i raznim aplikacijama za plaćanje i slično. Samim time brzina i tijek informacija te dostupnost neprestano rastu iz dana u dan preko raznih internet stvari i računalstva u oblaku, što omogućuje raznim tvrtkama lakši pristup novim idejama i inovacijama. Upravo u tom brzom svijetu inovacija digitalna tehnologija potiče brojne prednosti koje utječu na gospodarski rast tako što stvara digitalnu ekonomiju. Na taj su se način s velikim gospodarskim rastom digitalne ekonomije u svijetu pojavile i različite definicije koje se odnose na digitalnu ekonomiju (Kruljac, 2021: 472).

Autori Bukht i Heeks (2017: 1-4) u svome radu navode evoluciju definicija digitalne ekonomije te objašnjavaju da digitalna ekonomija ubrzano raste i to posebno u razvijenim zemljama svijeta. Ipak, značenje digitalne ekonomije i dalje je posebno ograničeno. Također, autori navode da su definicije povezane s konkretnim vremenom i trendovima koji su u tom trenutku proučavanja prisutni. Postoje slučajevi gdje se izbjegava specifična definicija ovog pojma pa se digitalna ekonomija ne shvaća kao složena struktura, nego više kao način obavljanja stvari. Međutim, neke specifične definicije jednostavno povezuju digitalnu ekonomiju s ekonomijom koja je temeljena na digitalnim tehnologijama i kao takva vjerojatno je općepoznata i najraširenija među svim ljudima (Bukht i Heeks, 2017: 1-4).

Definicija iz 1996. godine povezuje digitalnu ekonomiju s novom ekonomijom, novim poslovanjem i novim tehnologijama koje omogućuju i povezivanje ljudi kroz tu tehnologiju, a sve pomoću inteligencije, znanja i kreativnosti kroz razne kreativne načine za društveno razvijanje. Nadalje, otad do 2000. godine fokus je stavljen na e-trgovinu i na to kako se digitalna ekonomija bavi pitanjima kao što su privatnost, inovacije, standardi i digitalno dijeljenje. Razdoblje između 2000. i 2010. godine bavi se pitanjem kako mjeriti postojanje novih značajki kao što su e-poslovanje i e-trgovina. Također, gleda se povezanost koja se odnosi na infrastrukturu tehnologije, poslovno, društveno, kulturno i pravno okruženje te viziju vlade koja će pametnu tehnologiju iskoristiti za dobru korist sebi i potrošačima. Početkom 2013. godine glavne značajke odnose se na natjecanje i regulaciju digitalnih tržišta, a i počinju dodatne rasprave o tome kakvi su učinci interneta i mobilnih mreža na digitalnu ekonomiju. U ovom je razdoblju važna pripravnost, okoliš i razne političke mjere koje će pomoći u razvijanju i poboljšanju digitalne ekonomije. S obzirom da se sve više počinje spominjati značenje

interneta, digitalna se ekonomija okreće raznim inovacijama, ali i pravima, sigurnosti te digitalnoj pismenosti. Već 2016. godine počinju se dobivati konkretna značenja digitalne ekonomije zahvaljujući shvaćanju važnosti umreženosti i pametnih komunikacijskih tehnologija koje se povezuju s raznim gospodarskim aktivnostima. Velikim napretkom koji donosi digitalizacija naglašava se veliki potencijal za gospodarstva koja održavaju neprekidan rast zahvaljujući digitalnoj ekonomiji, a u tome najviše pomažu širokopojasne mreže i uređaji (računala, pametni telefoni) te aplikacije pomoću kojih se obavljaju te djelatnosti (npr. Google). Digitalna ekonomija prerasla je u gospodarsku aktivnost koja svakodnevno spaja velik broj ljudi korištenjem interneta, omogućuje tvrtkama brzo izmjenjivanje informacija, a sve pomoću uređaja i interneta koji su u njezinom svakom području jednostavno obvezni u upotrebi. Na taj način može se reći da se počinje stvarati novi naziv digitalne ekonomije, tzv. industrija 4.0 koja se temelji na digitalnim tehnologijama koje „vladaju“ svijetom, a što je prikazano i na slici 4. u nastavku (Bukht i Heeks, 2017: 6-10).



Slika 4. Okvir industrije 4.0 i njezine digitalne tehnologije

Izvor: Geissbaur et al. (2016), navedeno u radu Bukht i Heeks (2017: 3)

Slika 4. pod nazivom „Okvir industrije 4.0 i njezine digitalne tehnologije“ omogućava lakše razumijevanje što sve podrazumijeva taj novi pojam koji je danas sve više prisutan u digitalnom svijetu. Za industriju 4.0 podatci i analitika smatraju se kao temeljne sposobnosti. Uz podatke i analitiku vežu se tri smjernice ove nove industrije, a to su digitalizacija i integracija vertikalnih i horizontalnih lanaca vrijednosti, digitalizacija ponude proizvoda i usluga i poslovni modeli digitalizacije te pristup korisnicima. Nadalje, slika 4. prikazuje i digitalne tehnologije koje se

ubrajaju u industriju 4.0. Te su digitalne tehnologije: računalstvo u oblaku, mobilni uređaji, IoT platforme¹, tehnologije za otkrivanje lokacije, napredna čovjek-stroj sučelja, autentifikacija i otkrivanje prijevara, 3D ispis, pametni senzori, analitika velikih podataka i napredni algoritmi, višerazinska interakcija s korisnicima i profiliranje korisnika te proširena stvarnost / nosivi uređaji.

3.1. Karakteristike i komponente digitalne ekonomije

S obzirom na brojne definicije koje postoje u okviru digitalne ekonomije, ona se može shvaćati kao primjer globalne revolucije koja se još davnih godina počela razvijati. Kao njezinu glavnu prekretnicu može se uzeti pojava tiskarskog stroja i industrijska revolucija koja je svijetu dala novo obilježje globalne povezanosti tzv. hiperpovezanosti. Kao što je već ranije spomenuto, digitalna se ekonomija često zna predstavljati kao digitalizacija gospodarskih aktivnosti, ali ipak ona je mnogo više od toga. Ona je postala toliko sveprisutna u današnjem svijetu tako da se svaki sektor kreativnih industrija može digitalizirati. Stoga, digitalna ekonomija zapravo ima mnoge prednosti (Vaidya, *n.d.*).

U području digitalne ekonomije važno je iskoristiti njezine potencijale na ispravan način. Ukoliko se digitalna ekonomija sa svojim obilježjem digitalizacije koristi u opasne svrhe, tada će ti postupci ozbiljno ugroziti poslovanje kreativnih industrija. Najjednostavniji su primjeri gubitak posla ili loše posljedice na mentalno zdravlje i zato digitalna ekonomija kao takva treba biti pomoć čovjeku, a ne zamjena za njegove aktivnosti. Kao što je već navedeno u prošlom poglavlju, važna je i politika koju provodi vlada u okviru digitalne ekonomije koja će imati konkretne strategije digitalne ekonomije kako bi se održavala ravnoteža u takvom gospodarstvu (Vaidya, *n.d.*).

Digitalna ekonomija ima svoje određene karakteristike, a autor Vaidya (*n.d.*) navodi da su najopćenitije od njih:

1. Povezanost: mogućnost povezivanja dobiva se putem interneta i ostalih komunikacijskih alata. Povezivanje uključuje ljude, tvrtke i vladu.

¹ IoT - Internet of Things (internet stvari): mreža međusobno povezanih uređaja koji razmjenjuju podatke s drugim IoT uređajima i oblakom. IoT uređaji većinom imaju ugrađenu tehnologiju poput senzora i softvera, a mogu imati mehaničke i digitalne strojeve te potrošačke objekte (Gillis, 2023).

2. Mobilnost: digitalni uređaji omogućuju fluidnost u radu tako da se zbog te značajke razne aktivnosti mogu koristiti s bilo kojeg mjesta, što čini digitalnu ekonomiju fleksibilnom, ali i osjetljivom s obzirom da treba obraćati pažnju na dostupnost digitalizacije.
3. Personalizacija: pažnja se usmjerava na personalizirana iskustva te želje i potrebe svakog pojedinca kao i pristupačnost proizvoda za njega.
4. Mrežni učinak: Digitalna je ekonomija u velikom području dijeljenja. Dijele se sadržaj i aktivnost koji su dostupni u digitalnom obliku kao što su npr. videozapisi ili vijesti.
5. Besplatan sadržaj: Razmjena informacija na mreži omogućuje svima da besplatno vide i dijele sadržaj.
6. Sveprisutnost: Digitalna ekonomija ima značajku koja može biti prisutna u svakom dijelu svijeta zahvaljujući internetu koji čak prelazi svake granice dijeljenja i viđenja sadržaja. Na taj način osoba iz npr. SAD-a može pogledati bilo koji sadržaj objavljen na potpuno drugom kraju svijeta kao što je Australija.

Autor Narmanov (2022: 123) objašnjava digitalnu ekonomiju kao takvu ekonomiju u velikom globalnom razvoju pomoću digitalnih uređaja i tehnologija koja nastoji postići iduće ciljeve:

- Jeftinije i pouzdanije prikupljanje te sistematizacija, prijenos i obrada podataka.
- Smanjenje troškova i jednostavnu komunikaciju u gospodarstvu i društvu kroz digitalizaciju sadržaja na komunikacijskim mrežama.
- Stvaranje sustava koji omogućuje višestruku interakciju ljudi i svih poslovnih procesa koji se odnose na njihove aktivnosti.

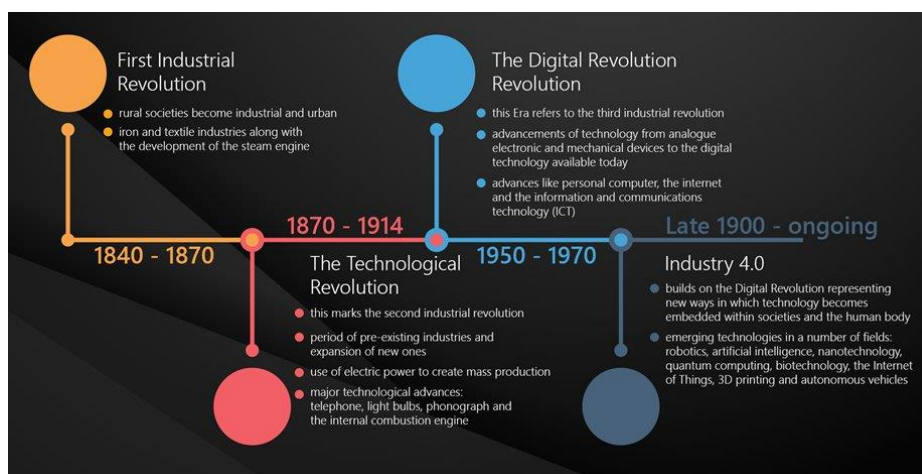
Također, autor Narmanov (2022: 123) u svome radu navodi da osim informacijskih sustava u pojedinom sektoru važno je odabrati i pravu „digitalnu“ kulturu koja će zapravo određeni sektor s razlogom činiti digitalnim i tako omogućiti njegovu učinkovitost, produktivnost i razlog zbog kojeg će se moći širiti i postati čak određena konkurencija za pojedini sektor kreativnih industrija. Povezano s time, postoje i tri komponente digitalne ekonomije:

- Infrastruktura e-poslovanja: tehnička sredstva, softveri, telekomunikacije, mreže i sl.
- E-poslovanje: način obavljanja poslovanja, proces obavljanja usluga pomoću informacija i komunikacijskih mreža.
- E-trgovina: prijenos dobara (proizvoda i usluga) kao što je online prodaja, online knjige i sl.

Digitalna se tehnologija širi cijelom ekonomijom kao podrška za proizvodnju i uslužne djelatnosti, a i u današnje se vrijeme primarni sektor sve više bazira na informacijskim i komunikacijskih tehnologijama. Međutim, digitalna se tehnologija ne odnosi samo na tehnološko i ekonomsko pitanje, nego u svoje značenje uključuje i društvene te političke segmente. U digitalnoj ekonomiji konkurencija je velika, globalna umreženost i digitalizirane informacije za poslovanje moraju se oprezno koristiti jer neke stare društvene norme, zakoni, propisi i običaji drugačije djeluju u digitalnom okruženju (Đukić, Đukić i Kozina, 2018: 163).

3.2. Digitalna ekonomija vs. tradicionalna ekonomija

Autor Radoš (*n.d.*) u svome radu pod nazivom „Digitalna transformacija“ govori o pojavi četvrte industrijske revolucije koja znači postojanje nove ekonomije poslovanja pod nazivom „digitalna ekonomija“. Kao što je već i ranije spomenuto, u današnjem je svijetu ključna odrednica hiperpovezivost. Digitalizacijom se dogodila posebna revolucija koja je promijenila ekonomiju po pitanju proizvoda, proizvodnje, radne snage, upravljanja, tržišta i sl. Ona će prema autorovu mišljenju imati deset puta veći značaj od interneta upravo zato jer se počinju transformirati prostor i vrijeme. Što se tiče prostora, ono sada ima neograničene mogućnosti u radu, komunikaciji, proizvodnji, prodaji i poslovanju, a vrijeme, tj. interaktivnost i pažnja prema potrošačima smatra se kao glavno mjesto konkurentnosti. Ipak, za razumijevanje trenutne digitalne ekonomije važno je upoznati se s njezinom poviješću kako je i prikazano na slici 5. u nastavku.



Slika 5. Povijest digitalne transformacije

Izvor: <https://www.progora.co.uk/Technology/Digital-Transformation/History-of-Digital-Transformation>

Na prikazanoj slici 5. nalaze se četiri razdoblja koja predstavljaju kako su se industrija i tehnologija mijenjale kroz određena vremenska razdoblja. Stoga, prvu industrijsku revoluciju u razdoblju od 1840. do 1870. godine čine ruralna društva koja postaju industrijska i urbana, a pojavljuje se i željezna te tekstilna industrija zajedno s razvojem pare. Nadalje, razdoblje od 1870. do 1914. godine predstavlja drugu industrijsku revoluciju poznatiju kao tehnološku revoluciju. Upravo u tom razdoblju postoje već neke industrije, a dolazi i do širenja novih. Električna energija koristi se za stvaranje masovne proizvodnje, što dovodi do velikih tehnoloških postignuća: telefon, žarulje, fonograf i motor s unutarnjim izgaranjem. U razdoblju digitalne revolucije koja je treća po redu (1950. - 1970. godine) događa se napredak tehnologije od analognih elektroničkih uređaja pa sve do danas dostupne digitalne tehnologije te napretka poput osobnog računala, interneta, informacijske i komunikacijske tehnologije (ICT). U konačnici, industrija 4.0 pojavila se od kasnih 1990-ih i još je uvijek u tijeku. Ona se nadovezuje na prethodnu digitalnu revoluciju tako što predstavlja nove načine kojima je tehnologija uključena u društva i ljudsko tijelo. U ovom razdoblju nastaju nove tehnologije u različitim područjima: robotika, umjetna inteligencija, nanotehnologija, kvantna komunikacija, biotehnologija, Internet stvari, 3D ispis te autonomna vozila.

Bitno je spomenuti da sada kreativnost, znanje, inovacije i komunikacija među ljudima preuzimaju vodstvo i postaju primarni pokazatelji ekonomskog rasta i konkurencije, dok rad i kapital postaju sekundarni. Vrednuju se informacije, inovacije i ideje kao glavni pokretači stvaranja novih vrijednosti, a sve s ciljem što veće umreženosti pojedinaca. Proučavajući odnos digitalne i tradicionalne ekonomije, može se primijetiti da postoje četiri kategorije koje predstavljaju kombinaciju ekonomskih aktivnosti, a to su: poboljšanje produktivnog rada u tradicionalnim industrijama, restrukturiranje na razini industrije, stvaranje efikasnijih tržišta kao i novih kombinacija s kojima nastaju novi proizvodi, ali i nove industrije. Stoga, mnogi su ekonomski razlozi utjecali na prelazak iz stare ekonomije u digitalnu, a to su troškovi poslovanja, unaprjeđenje efikasnosti upravljanja, povećanje konkurentnosti te želja i mogućnosti otkrivanja novih i većih tržišta. U tom kontekstu postoje i dvije podjele područja digitalne ekonomije. Prvo je područje ono potpuno novo s online proizvodima koji su sami po sebi već u sustavu digitalizacije te drugo područje koje predstavlja optimizaciju i korištenje informacija u digitalnom formatu u procesu upravljanja tradicionalnim tržišno-robnim pravcima (Radoš, *n.d.*).

Također, digitalna ekonomija utječe na tradicionalno poslovanje vidljivo u idućim značajkama. Digitalna ekonomija stvara nove virtualne proizvode i usluge s novim sadržajima te je potpuno

ukinula ili zamijenila odrednice tradicionalne ekonomije. Međutim, autor Radoš (*n.d.*) navodi i da digitalna ekonomija može pomoći u nadogradnji tradicionalne ekonomije i njezina poslovanja. Ponovno se spominju važni segmenti, a to su hiperpovezanost i hiperkomunikacije koje djeluju na globalnoj razini, a ono u čemu digitalna ekonomija posebno pomaže doprinos je nacionalnom kapitalu u sektoru informacija.

Kao moguće probleme digitalne ekonomije autor Pettinger (2020: *n.p.*) navodi monopolsku moć tvrtke (npr. Amazon u odnosu na druge slične tvrtke), nedostatak osjećaja zajednice (zbog digitalne tehnologije), ovisnost o tehnologiji, pitanje privatnosti, nepoštivanje zakona o radu, štetan sadržaj društvenih medija te promjene obrazaca aktivnosti (Pettinger, 2020: *n.p.*). Tradicionalna i digitalna ekonomija razlikuju se po mnogo pokazatelja, što je prikazano i na slici 6. u nastavku.

Traditional economy	Digital economy
Factories	Data Centres / Cloud computing
High street shops	Internet website
Newspaper ads/word of mouth	Social media reviews
Transportation	E-sales – digital downloads
Banks and cash points	E-Banking
Schools/textbooks	E-learning, e-books
9-5 commute	Working from home
Physical assets	Google rankings / brand image
Construction	Website development
Real estate	Domain ownership
Cash – cheque payment	e-payment, cashless society
Labour and capital	Automation and AI.
www.economicshelp.org	

Slika 6. Značajke tradicionalne i digitalne ekonomije

Izvor: <https://www.economicshelp.org/blog/164275/economics/the-digital-economy-pros-and-cons/>

Značajke tradicionalne i digitalne ekonomije prikazane su slikom 6. Pod tradicionalnu ekonomiju smatraju se tvornice, ulične trgovine, novinski oglasi / usmena predaja, prijevoz, banke i blagajne, škole/udžbenici, posao u smjeni od 9 do 17, fizička imovina, izgradnja, nekretnine, plaćanje gotovinom – čekom te rad i kapital. Nasuprot tome, digitalnu ekonomiju čine podatkovni centri / računalstvo u oblaku, mrežne stranice, recenzije na društvenim mrežama, e-prodaja (digitalno preuzimanje), e-bankarstvo, e-učenje, e-knjige, rad od kuće, ocjenjivanje na Googleu/percepcija robne marke, razvoj web-stranice, vlasništvo nad domenom, e-platni promet, bezgotovinsko društvo, automatizacija te AI (umjetna inteligencija).

4. ULOGA DIGITALNE EKONOMIJE U KREATIVNIM INDUSTRIJAMA

S obzirom da se pojam „digitalna ekonomija“ odnosi na ekonomiju koja koristi digitalne tehnologije, vrlo je jednostavno shvatiti koja je uloga postojanja digitalne ekonomije u kreativnim industrijama. Aktivnosti u kreativnim industrijama provode se putem mobilnih digitaliziranih uređenja, a sve putem interneta koji omogućuje dijeljenje tog sadržaja. Samim time povećava se i svaka gospodarska aktivnost te industrije pa i proizvodi kreativnih ljudi postaju glavni dio digitalne ekonomije dostupni za globalno okruženje. Upravo je tako i za vrijeme pandemije COVID-19 digitalna tehnologija imala ulogu prezentiranja i dijeljenja sadržaja kreativnih ljudi i njihovih izvedbi (UNCTAD, 2021: 1).

4.1. Elektroničko izdavaštvo kao primjer digitalne ekonomije u kreativnim industrijama

Mnogi su sektori doživjeli ogromne promjene sve većom upotrebom digitalizacije u njihovu korištenju, a upravo se za elektroničko izdavaštvo kaže da predstavlja jedan od najbrže rastućih trendova u svijetu digitalizacije (Puzhevich, 2023: *n.p.*). Mijenjanjem tradicionalnih izdavačkih kanala došlo je do promjene i uloge autora, izdavača, ocjenjivača i čitatelja jer su nove digitalne značajke stvorile novi oblik sadržaja, pregled, objavljivanja, širenja i distribucije izdavaštva pa tako i knjige te časopisi nemaju onaj klasični papirnati oblik izdavanja (Tappeiner i Lyons, 2013: *n.p.*).

Tako i autorica Keča (2012: 14) navodi da se najveća i najvažnija promjena u području izdavaštva dogodila zahvaljujući tzv. elektroničkoj revoluciji koja je pomoću digitalne tehnologije knjigu u fizičkom (papirnatom) obliku „prebacila“ na digitalizirane ekrane te je tako i nastao nematerijalni oblik knjige, nazvan elektronička knjiga. Također, autorica objašnjava i da se knjige objavljuju na CD-u ili DVD-u te sličnim uređajima, što samo dokazuje koliku je promjenu digitalna ekonomija uvela u sektor izdavaštva u području kreativnih industrija. Kao glavni razlog elektroničkog izdavaštva, tj. digitalizacije knjige autorica Šapro-Ficović (2011: 219) navodi omogućivanje i poboljšanje pristupa građi i informacijama te da digitalizacija zapravo daje mogućnost da jedan primjerak knjige u isto vrijeme može koristiti velik broj korisnika. Isto tako, za elektroničko izdavaštvo kaže da je važno dobro razvijanje digitalnog sustava kako bi dostupni bili i oni sadržaji koje nije moguće nabaviti na neki drugi način.

Digitalizirani dokumenti jednostavni su i za održavanje. Pomoću raznih digitalnih značajki slike i zvučni zapisi koji imaju slabu kvalitetu mogu se popraviti, neki dijelovi teksta mogu se također uvećati ili smanjiti, a i dokumenti se međusobno mogu spajati te uređivati što nije moguće s knjigom u fizičkom obliku (Šapro-Ficović, 2011: 219).

I autori Miljković i Valdec u svome radu (2016: 173) kažu da „e-knjiga kao najbrži rastući segment u izdavaštvu svoju funkcionalnost iskazuje u dostupnosti, osobnoj prilagodbi, jednostavnosti uporabe i interaktivnosti.“ Oni smatraju da će se grafička industrija i elektroničko izdavaštvo razvijati onako kako se budu razvijale tehnologija i razne platforme koje omogućuju nova digitalna rješenja.

4.2. Definiranje pojma digitalne knjige (e-knjige)

Knjiga se od svojih prvih tiskanih početaka smatrala simbolom intelektualnog i kulturnog razvoja zapadne civilizacije te je predstavljala oblik informacijskog znanja. U svom dugovremenskom postojanju prošla je kroz razne načine pohrane, dijeljenja i pristupa informacija, a najpoznatija je upravo pojava tiska i naravno interneta u 80-im godinama 20. stoljeća (Keča, 2012: 14). S obzirom da je s vremenom dobivala sve veću pažnju u društvu, i UNESCO je 1972. godine predstavio njezinu prvu službenu definiciju koja se odnosila na „neperiodičnu publikaciju koja bez korica ima najmanje 49 stranica, a objavljena je u određenoj zemlji i dostupna javnosti“. Međutim, ubrzo nakon što su se javile nove mogućnosti stvaranja sadržaja knjige pojavile su se brojne rasprave oko toga što je zapravo knjiga jer to nije više bio fizički objekt (Keča, 2012: 14-15). Upravo se ta promjena odnosi na pojavu digitalne knjige (e-knjige) koja se postupno razvijala zahvaljujući digitalnoj tehnologiji i digitalnoj ekonomiji. Ona je prepoznala njezinu novu mogućnost proizvodnje, distribucije i potrošnje u kreativnim industrijama. Njezino nastajanje i upotreba doveli su do toga da u stručnoj literaturi postoje različite definicije digitalne knjige, tj. elektroničke knjige (Keča, 2012: 15).

E-knjige obilježavaju značajke mobilnosti i protoka informacija. One predstavljaju digitalni objekt koji je osmišljen za čitanje na ručnom uređaju za čitanje ili slušanje. Kao takav digitalizirani objekt nastao iz tiskane knjige predstavlja elektroničku prezentaciju knjige i svih njezinih pratećih elemenata kao što su digitalne slike i ilustracije. Ukoliko se gleda šira slika same definicije e-knjige, onda se može reći i da je to digitalni objekt formiran za čitanje putem softvera za čitanje e-knjiga koji se mogu pronaći na osobnim računalima. U tu skupinu

ubrajamo MS Reader i Adobe Acrobat E-book Reader koji se zato i nazivaju čitači e-knjiga (Hillesund, 2001: *n.p.*)

Također, autorica Keča (2012: 16) još navodi da i Hrvatski enciklopedijski rječnik postavlja svoju definiciju e-knjige. U njemu se spominje da je e-knjiga zapravo digitalizirana kopija tiskane knjige.

Za razliku od toga, autorica Živković (2001: 49), kako je navedeno u radu autorice Keče (2012: 16), pojašnjava da postoji i definicija koja obuhvaća svaki segment koji se odnosi na elektroničku knjigu. Ta definicija govori da je „elektronička knjiga jedna ili više datoteka omeđenog sadržaja, koje su dostupne javnosti na mreži (kao mrežna knjiga) ili u materijalnom obliku, na CD-ROMU i disketi.“ Već je i ranije spomenuto da elektronička knjiga doprinosi mogućnosti korištenja slika, ilustracija i zvuka, što omogućuju razne mrežne stranice i digitalni programi. Isto tako, osim čitanja na zaslonu računala, mobilnog uređaja ili bilo kojeg drugog digitalnog uređaja, elektronička knjiga može se ispisati na pisac ili pretvoriti u digitalni tisak (Keča, 2012: 16).

4.3. Uloga digitalizacije u razvoju e-knjige

Razvoj i veliku upotrebu e-knjige omogućila je pojava interneta, a posebno pojava World Wide Weba (WWW) kao najpoznatije internetske mreže koja dokumente povezuje zahvaljujući hiperlinkovima koji imaju mogućnost sadržavanja teksta, slike i sličnih elemenata. S obzirom da se zahvaljujući pojavi interneta mogu pronaći korisne informacije za zabavu, ali i za učenje, smatra se da su se elektroničke knjige najviše zbog toga i uspjele „probiti“ na tržište digitalne ekonomije. Knjiga je odavno predstavljala primjer kako se medij može pretvoriti u elektronički oblik, ali su ipak glazbena i filmska industrija činile veći iskorak prema elektroničkom obliku i internetu (Keča, 2012: 16-17).

Digitalizacijom sadržaja postavlja se i niz pitanja na koja se treba obratiti pažnja pri postavljanju sadržaja u elektroničkom obliku. Autorica Šapro-Ficović (2011: 222) objašnjava da su ta pitanja vezana uz *osnovna i strateška pitanja* (kako se mijenja prvobitni oblik knjige koji se koristi u elektroničkom obliku), zatim *pitanja upravljanja zbirnama* (na koji način se odabire što će se digitalizirati), *pitanje licence i financiranja* (kako licencirati digitalnu zbirku u odnosu na kupovinu tiskanih knjiga i časopisa), *korisnička pitanja* vezana uz to hoće li korisnici uopće koristiti digitalne sadržaje i kako će to promijeniti njihove živote, *tehnička pitanja* koja se

odnose na različite programe potrebne za digitalizaciju te naravno *pravna pitanja* koja se u najvećoj mjeri bave pitanjima zaštićenim autorskim pravom koje može biti povezano s knjigom, glazbom, slikom i sl.

Cijeli se proces digitalizacije knjige zapravo počeo događati još 1971. godine i to projektom Gutenberg kojim se nastojalo digitalizirati ona djela koja nisu zaštićena autorskim pravima. Stoga, smatra se da je projekt Gutenberg prva prava elektronička knjižnica u kojoj se danas može pronaći više od 30 000 elektroničkih knjiga koje su napisane većinom na engleskom jeziku. Također, u toj se tzv. elektroničkoj knjižnici mogu pronaći i djela zapisana na CD-ROM-u i DVD-u (Keča. 2012: 17).

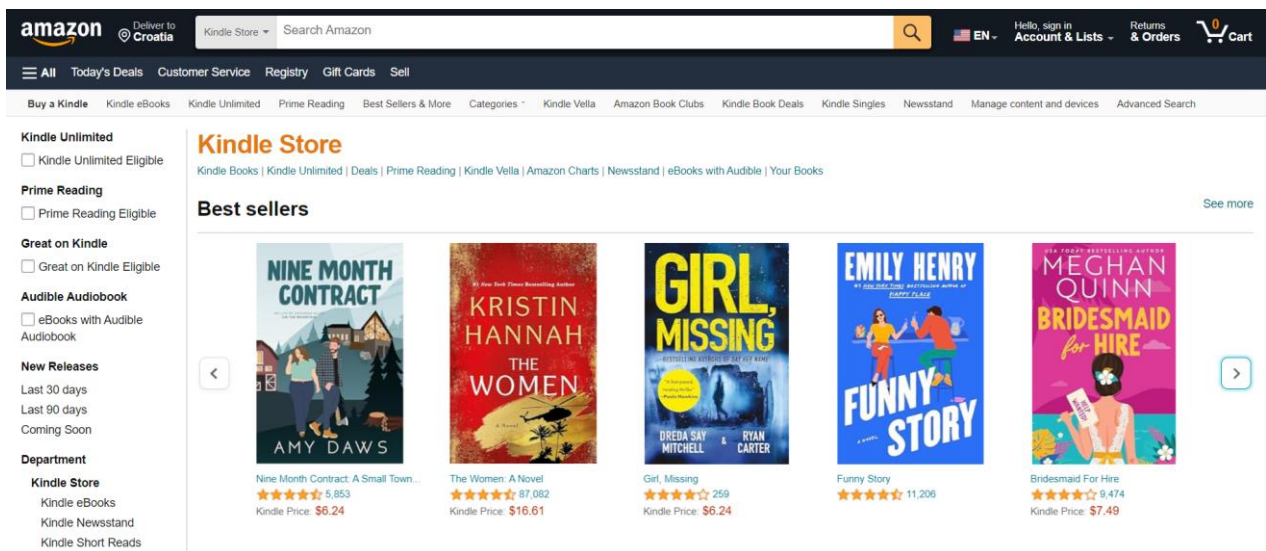
Autori Miljković i Valdec (2016: 174) spominju još u tom procesu digitalizacije knjiga i projekte Million Book i Google Book koji nastoje omogućiti pretraživanje i korištenje knjiga pomoću interneta. Također, i ovi autori navode da tiskana knjiga kada se pretvori u digitalni oblik, dobiva dodatnu vrijednost, a može je se čitati na elektroničkim preglednicima kao što su Kindle, Kobo i Nook (Miljković i Valdec, 2016: 174).

Bitno je u procesu digitalizacije to da ona ne bude samo proizvodnja materijalnih oblika e-knjige jer bi na taj način rad knjižnica i knjižara bio zanemariv. Iznova je i u tom slučaju internet pomogao jer se riješilo pitanje logistike e-knjiga. Više nije problem u prijenosu podataka između udaljenih računala jer se događa velika umreženost ljudi po čitavom svijetu. U današnje je vrijeme najjednostavnije na svom osobnom računalu ili mobilnom uređaju preuzeti knjigu s interneta pomoću digitalne tehnologije. Internet je takvom tehnologijom knjigu učinio zanimljivom po pitanju slika, zvuka, animacija, videa što je u današnje vrijeme komunikacije slikama postalo sasvim uobičajeno i praktično. Također, postoji i dodatna interakcija između autora, korisnika i različitog medija. Elektronički tekst može se mijenjati i stalno nadograđivati, što postaje interaktivni proces pogotovo ukoliko u tekstu postoje hiperveze koje će zainteresirati čitatelje da ih dodatno prouče na internetu. Ovakva upotreba elektroničkih knjiga pomaže u obrazovanju djece, mladih i odraslih, a e-knjižnice na taj su način svakodnevno dostupne čitatelju, u bilo koje doba te nude velik izbor knjiga. Upravo je takva e-knjižnica i tvrtka Amazon.com koja je najpoznatija u svijetu, a osnovana je 1995. godine (Keča, 2012: 17-18).

Tvrtka Amazon odlučila je krajem 2007. godine pokrenuti e-knjižnicu pod nazivom Amazon Kindle Store koja nudi korisnicima novo iskustvo čitanja online knjiga, bežičnu povezanost i pristup mnogim knjigama koje je Amazon imao na svom popisu. Amazon je po pitanju toga bio izuzetno uspješan primjer dobro odrađenog posla, što mu je omogućilo i pristup velikom broju

kupaca knjiga, a tvrtka je odlučila sve više promovirati svoj e-čitač Kindle i općenito e-knjige. Takvo brzo prihvaćanje e-knjige pokrenulo je mnoge rasprave u industriji knjiga i sve se više počelo ispitivati u kojoj se mjeri e-knjige mogu smatrati zamjenom za tiskane knjige te imaju li fizički prodavači knjiga sada probleme u prodaji po tom pitanju (Gilbert, 2015: 165).

Amazon Kindle Store tako se može pohvaliti podatkom iz 2009. godine kada su za Božić objavili da su uspješni prodati više elektroničkih nego tiskanih knjiga. Već je tada postojao veliki interes za elektroničkim knjigama, a podatci govore da su prodali devet i pol milijuna elektroničkih knjiga, što bi značilo da su prodavali 110 komada knjiga u sekundi (Keča, 2012: 17-18). Izgled upravo spomenute poznate elektroničke knjižnice prikazan je na slici 7. u nastavku.



Slika 7. Elektronička knjižnica Amazon Kindle Store (Amazon.com)

Izvor: <https://www.amazon.com/Kindle-Store/b?ie=UTF8&node=133140011>

Na slici 7. prikazan je izgled elektroničke knjižnice Amazon Kindle Store te se može uočiti da upravo ta elektronička knjižnica nudi mnogo mogućnosti za korisnike. Knjige se mogu pretraživati po različitim kategorijama kao što su najčitanije, najprodavanije, najnovije i sl. Doista, ova elektronička knjižnica korisniku nudi mnoštvo knjiga u samo nekoliko sekundi, ali ono što zahtijeva njihovo čitanje i preuzimanje prije svega je plaćanje.

Ove elektroničke knjižnice kao što su Amazon, iBooks, Google Play, Barnes & Noble, Kobo i sl. svakako utječu na mogućnost korištenja i dostupnost e-knjige, a izdavačev je cilj odrediti koje će elektroničke platforme izabrati (Miljković i Valdec, 2016: 174).

Analizirajući ulogu digitalizacije u razvoju e-knjige, pronađeni su neki primjeri kako digitalna tehnologija mijenja model čitanja. Stoga, kao prvi primjer može se navesti knjižnica grada Zagreba koja je omogućila novi model posudbe e-knjiga te slušanje i čitanje e-knjiga kako bi korisnici dobili novo iskustvo čitanja. Iako je od travnja 2024. godine korisnicima onemogućena tadašnja namijenjena aplikacija ZaKi Book, uvedene su neke modernije i kvalitetnije tehnološke inovacije. Naravno, ukoliko korisnici žele posuditi i/ili koristiti zvučne e-knjige trebaju im aplikacije koje imaju Radium LCP tehnologiju. Za čitanje na svojim mobilnim uređajima tada im treba aplikacija Cantook by Aldiko, a na svojim prijenosnim računalima ili računalima predlaže se korištenje aplikacije Thorium Reader. Sve ove navedene aplikacije imaju određene značajke po čemu su prepoznatljive pa se tako navodi mogućnost čitanja naglas, prilagodbe fonta, promjene boje podloge ili dodavanja straničnika. Također, korisnici mogu stvarati i svoje virtualne police s knjigama koje mogu preuzimati na svoje pametne uređaje (Studentski.hr, 2024: *n.p.*).

Nadalje, još jedan primjer dolazi iz Zagreba, odnosno iz Nacionalne i sveučilišne knjižnice i Ministarstva znanosti, obrazovanja i mladih. Naime, ove su dvije institucije omogućile akademskim znanstvenicima, studentima i profesorima u Hrvatskoj probni pristup bazi e-knjiga poznatog nakladnika Taylor & Francis. Ova je mogućnost bila dostupna do 13. svibnja 2024. godine, a svi koji su joj pristupili imali su mogućnost korištenja više od 120 000 knjiga iz različitih područja znanosti. Na taj su način dobili mogućnost pristupa i čitanja novih spoznaja, metodologija i teorija s obzirom da je taj nakladnik poznat po područjima kao što su društvene znanosti, prirodne znanosti, humanističke discipline, medicina, tehnologija itd. (Jerleković, 2024: *n.p.*).

Što se tiče Gradske i sveučilišne knjižnice u Osijeku izrazito su aktivni u svome radu, a to potvrđuje i činjenica da su putem platforme iBiblos omogućili posuđivanje elektroničkih knjiga aktivnim članovima knjižnice. Svaki član knjižnice ima mogućnost posudbe najviše tri knjige u isto vrijeme na 21 dan, bez mogućnosti rezervacija i vraćanja posuđene knjige prije isteka roka od 24 sata. „E-knjige mogu se posuditi i čitati na svim uređajima koji omogućavaju povezivanje uređaja s Adobe ID-om i podupiru zaštićen knjižni format EPUB DRM. IBiblos trenutno je primarno namijenjen mobilnim uređajima iOS (iPad, iPhone) i mobilnim uređajima s operativnim sustavom Android (mobilnim telefonima, tablet-računalima i čitačima s e-tintom). Knjige je moguće čitati na najviše pet različitih uređaja, no svi moraju biti autorizirani istim korisničkim podacima.“ (Studentski.hr, 2021: *n.p.*).

Digitalna tehnologija omogućila je i lakšu dostupnost audioknjiga slijepim i slabovidnim osobama i to zahvaljujući jednom Erasmus projektu tijekom kojeg je stvorena aplikacija Blinda, digitalna knjižnica. Prije njezina stvaranja slijepe i slabovidne osobe prvo su morale naručiti određenu literaturu pa je onda stavljati u reproduktor, ali s aplikacijom Blinda taj se cijeli postupak ubrzao. Korisnicima je tako omogućen pristup više od 6000 djela na hrvatskom, slovenskom i njemačkom jeziku, a želi se uvesti i oko 100 lektirnih djela, što bi naravno pomoglo onim mlađima (Studentski.hr, 2022: *n.p.*).

4.4. Prednosti i nedostaci digitalizacije knjiga

Autorica Keča (2012: 19) u svome radu iznosi mišljenje da se u korištenju elektroničkih knjiga mogu pronaći brojne prednosti, ali i nedostaci. Za najveću prednost e-knjige navodi dostupnost 24 sata na dan bez obzira gdje se korisnik nalazio u tom trenutku. Tako korisnik putem posebnih mrežnih stranica elektroničkih nakladnika te elektroničkih knjižnica može pristupiti bilo kojoj knjizi koja je u tom trenutku dostupna na toj stranici, a sve zahvaljujući korištenju digitalnih uređaja. Na mnogim mrežnim stranicama koje služe kao elektroničke knjižnice e-knjige mogu se kupiti i odmah čitati, ali neke se mogu i besplatno preuzeti (Keča, 2012: 19).

Također, s obzirom na tu dostupnost e-knjiga će u samo nekoliko minuta biti pohranjena na digitalni uređaj, što samim time znači da nema nikakvih dodatnih troškova. To itekako ide u korist korisniku, ali i nakladniku te elektroničkoj knjižnici, a ako autor slučajno ne može pronaći nakladnika, postoje mnogi besplatni programi kao što je Word RMR (*Read in Microsoft Reader*) gdje svoj vlastiti dokument mogu staviti kao e-knjigu s raznim dodacima kao što su slike. Kod e-knjiga može se dogoditi i dojmliivije okruženje koje omogućuje interaktivnost čitanja pa neke od njih mogu imati i ugrađeni zvuk koji pomaže slabovidnim i slijepim osobama te onima s posebnim potrebama. Posebno zanimljive značajke kao što su kratki filmovi i animacije mogu biti za djecu te im samim time čitanje postaje zanimljivije i pridonose tome više pažnje. Također, e-knjige nude mogućnost vlastite prilagodbe korisnika po pitanju veličine slova, boje ili osvjetljenja pozadine. Za razliku od fizičke knjige, e-knjige mogu se čitati i u mraku, a dijelovi teksta mogu se podcrtavati te kasnije izbrisati ili zapisati novi. S obzirom na velike mogućnosti koje pružaju može se napraviti i virtualna knjižnica s kojom su sve preuzete knjige dostupne na jednom mjestu u samo nekoliko sekundi (Keča, 2012: 19-20).

Međutim, autorica Keča (2012: 21) navodi da elektroničke knjige imaju i neke svoje nedostatke koji se počinju sve više i ozbiljnije shvaćati. Prvi je nedostatak što je za korištenje elektroničke

knjige potrebna informacijska pismenost u smislu korištenja različite digitalne tehnologije kao što je računalo ili mobilni uređaj te mogućnost spajanja na internet.

Također, na uređajima e-čitača potrebno je provjeravati i bateriju kako se čitanje ne bi prekinulo. Isto tako, mora se paziti i na ekran jer ako se ošteti, više nije u funkciji, a tada se moraju izdvojiti novci za popravak, što samo dodatno stvara trošak (Čohan, 2013: *n.p.*). Naravno, zna se dogoditi i nekompatibilnost s novim hardverom ili softverom. Istraživanje koje su proveli autori Boekhorst i Brizz (2004.), kako je navedeno u radu autorice Keče (2012: 21), govori o tome da „uvođenje informacijske tehnologije prije svega školske knjižnice i mrežnih informacija dovodi do pozitivnih promjena u razvoju informacijske pismenosti u školama. Nažalost, zapaženo je da je njihova uloga još uvijek podcijenjena.“

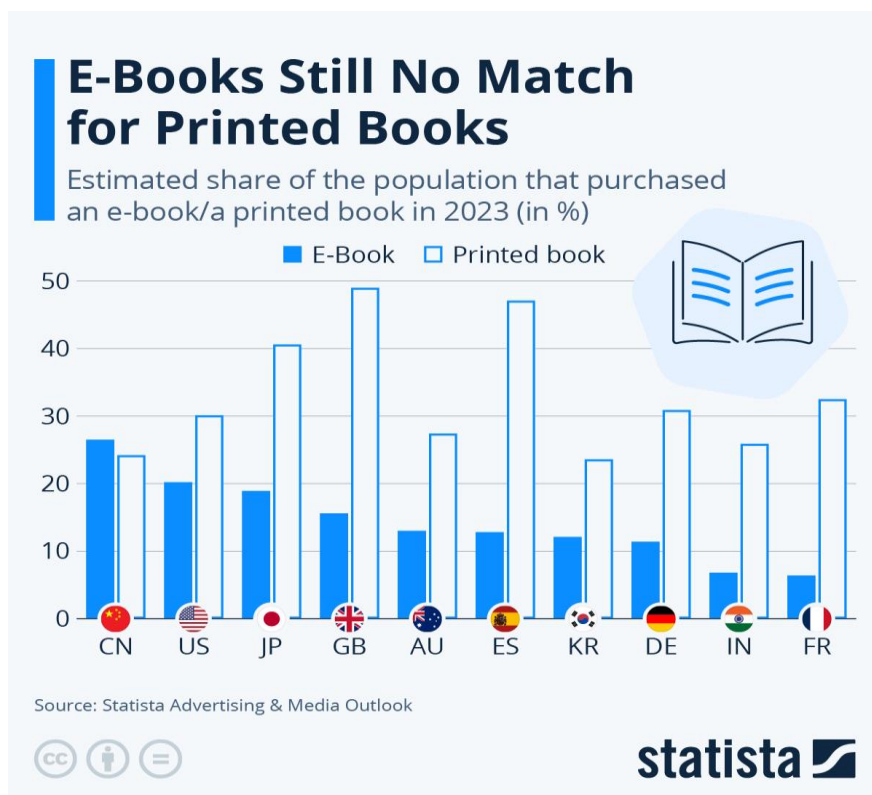
Također, velik broj ljudi ne voli čitati elektroničke knjige jer smatraju da predugo gledanje u zaslon digitalnog uređaja izaziva preopterećenost očiju, glavobolju, zamagljen vid, umor i sl. Određeni broj knjiga ipak je još preskup za prosječnog čitatelja, smatra autorica Keča (2012: 21) i navodi da su cijene e-knjiga čak i jednake cijenama klasičnih knjiga tako da nema prevelike prednosti u tome. Uz ove nedostatke povezuje se i činjenica da se gledajući u ekran digitalnog uređaja, možda neće dobro shvatiti sadržaj jer mozak stvarno pamćenje pročitane stvari s dojmom osjećaja papirnatih stranica koje daju određeni kontekst teme (Wise, 2024: *n.p.*).

Ukoliko se želi postići da e-knjige u potpunosti zamijene tiskane knjige ili da im ljudi pridaju više pažnje trebala bi biti omogućena niska cijena e-knjiga i velika ponuda nakladnika. Često se događa da nekih knjiga nema u online ponudi i to je stvar nakladnika, ali onda u tom slučaju pobjeđuje klasična knjiga. Stoga, digitalna ekonomija pomaže elektroničkom izdavaštvu da se održava njihovo poslovanje, ali ipak za potpunu zamjenu tiskanih knjiga e-knjigama treba vremena, ali i stvaranje uređaja koji će u potpunosti odgovarati korisniku (Keča, 2012: 22).

U Sjedinjenim Američkim Državama procjenjuje se da je 20 % stanovništva u 2022. godini kupilo e-knjigu, dok je onih koji su kupili tiskanu knjigu bilo 30 %. Međutim, nasuprot njima nalaze se podatci iz Kine. Samo 24 % ljudi kupilo je knjigu u 12 mjeseci prije istraživanja, a oko 27 % ljudi kupilo je e-knjigu u istom razdoblju. Ovi podatci zapravo dokazuju da digitalizacija knjiga ne zamjenjuje u potpunosti postojanje tiskane knjige, već da samo dodatno koristi izdavačkoj industriji stvarajući dvije industrije, onu digitalnu i tiskanu (Fleck, 2024: *n.p.*).

Autorica Muller (2024: *n.p.*) u svome radu navodi da će čitatelji tiskanih knjiga, e-knjiga i audioknjiga potrošiti gotovo 174 milijarde dolara (163 milijarde eura) na svoju izabranu omiljenu literaturu do 2030. godine, a činjenica da se svake godine pojavi oko 4 milijuna novih naslova knjiga daje im veliku mogućnost izbora. Također, ona isto tako navodi da je najveći proizvođač na tržištu e-knjiga upravo Amazonov Kindle s više od 487 milijuna prodanih knjiga, dok oko 5 milijuna ljudi diljem svijeta svakog mjeseca na svojim uređajima ili putem Kindle aplikacije čita upravo e-knjigu.

Upravo tako i iduća slika 8. prikazuje taj omjer korištenja e-knjige i tiskane knjige za 2023. godinu, a čiji su podaci iz istraživanja *Statista Advertising & Media Outlook*.



Slika 8. Prikaz omjera korištenja e-knjige i tiskane knjige za 2023. godinu

Izvor: <https://www.statista.com/chart/24709/e-book-and-printed-book-penetration/>

U ovome prikazu omjera korištenja e-knjige i tiskane knjige u 2023. godini sudjelovalo je 10 zemalja svijeta (Kina, Sjedinjene Američke Države, Japan, Velika Britanija, Australija, Španjolska, Južna Koreja, Njemačka, Indija i Francuska). Plavi okomiti stupci prikazuju e-knjige, a bijeli tiskane knjige. Iz slike 8. vidljivo je da se e-knjiga najmanje koristila u Francuskoj i Indiji (manje od 10 % stanovništva), dok su podaci za Njemačku, Južnu Koreju, Španjolsku, Australiju i Veliku Britaniju oko 13 – 15 %. Jedine dvije države koje su se uspjele

približiti Kini su Japan i Sjedinjene Američke Države. Ovi podatci iz istraživanja *Statista Advertising & Media Outlook* za 2023. godinu u kojem je sudjelovalo nekoliko najvećih država svijeta pokazuju da e-knjige i dalje zaostaju za tiskanim knjigama s velikom razlikom diljem svijeta.

5. METODOLOŠKI OKVIR ISTRAŽIVANJA

5.1. Predmet i cilj rada

Glavni je predmet ovog diplomskog rada digitalna transformacija kreativnih industrija i analiza promjena koje je uzrokovala pojava i sve veći razvoj digitalne ekonomije. Istraživanje u ovom radu bazirano je na elektroničkom izdavaštvu kao primjeru digitalne ekonomije te proučavanju na koji su način digitalne tehnologije promijenile proces stvaranja, distribucije i korištenja elektroničkog sadržaja (u ovom slučaju izdavaštva – knjiga).

Ovaj je diplomski rad baziran na sekundarnim referencama, odnosno pretraživanju znanstvene i stručne literature te dokumentu Europske komisije o tehnološkim trendovima u kreativnim industrijama.

Cilj je ovoga rada istražiti ulogu digitalne ekonomije u kreativnim industrijama na primjeru elektroničkog izdavaštva, utvrditi koje su prednosti i nedostaci elektroničkog izdavaštva te utječu li nedostaci na korištenje elektroničkih knjiga. Rad se bazira na proučavanju mogućnosti kao što su pristupačnost, efikasnost, brzina te globalni doseg koji digitalne tehnologije stvaraju izdavaštvu. Također, cilj je anketnog upitnika u ovom diplomskom radu ispitati postavljene hipoteze koje uključuju digitalnu ekonomiju te njezin utjecaj i izazove na kreativne industrije s naglaskom na elektroničko izdavaštvo. Isto tako, anketnim upitnikom nastoje se dobiti rezultati ispitanika je li e-knjiga zamijenila tiskanu knjigu.

5.2. Definiranje hipoteza istraživanja

Temeljem dosadašnjih spoznaja o ulozi digitalne ekonomije u kreativnim industrijama na primjeru elektroničkog izdavaštva postavljene su iduće hipoteze koje se nastoje potvrditi ili opovrgnuti.

H1 - Digitalna ekonomija ima pozitivan utjecaj na kreativne industrije elektroničkog izdavaštva.

H2 - Razvoj digitalne ekonomije stvara izazove za tradicionalne modele poslovanja u elektroničkom izdavaštvu.

H3 - Ljudi više preferiraju tiskanu knjigu nego e-knjigu.

5.3. Anketni upitnik

Istraživanje u ovom diplomskom radu na temu *Uloga digitalne ekonomije u kreativnim industrijama – primjer elektroničkog izdavaštva* izrađeno je kako bi se postavljene istraživačke hipoteze ovoga rada potvrdile ili opovrgnule. Anketni upitnik napravljen je u Google obrascu, bio je u potpunosti anonim i temeljen na ispitivanju stavova, mišljenja, ponašanja i navika ispitanih sudionika.

Anketa u ovome radu na početku sadržava opća sociodemografska pitanja za ispitanike kako bi se postavio ključan okvir ovog istraživanja. Stoga, taj dio obuhvaća pitanja o spolu (muški / ženski) i dobi – gdje su postavljene različite dobne skupine s kojima se htio postići veliki spektar generacija javnosti u ovom istraživanju (15 – 18, 19 – 25, 26 – 30, 31 – 36, 37 – 42, 43 – 48 i 49 ili više). Što se tiče trenutnog statusa ispitanika, bilo je moguće izabrati između: učenik (osnovna / srednja škola), student, zaposlen te nezaposlen.

Nakon općih pitanja uslijedila su pitanja koja su najviše povezana s tematikom ovog rada, a temelje se na pojmovima kao što su knjiga, digitalizacija, elektroničke knjižnice te digitalna ekonomija. Ispitanicima su tako bila omogućena pitanja otvorenog i zatvorenog tipa, a sve s ciljem mogućnosti različitih gledišta na ovo područje teme. Stoga, od ispitanika se tražio odgovor u obliku DA / NE pitanja čitaju li knjige, a zatim u otvorenom tipu pitanja ako ih čitaju, zašto ih čitaju. Nadalje, postavljeno je pitanje kako bi se saznalo koji oblik čitanja ispitanici preferiraju te koliko zapravo često uopće i čitaju knjige. U još jednom otvorenom tipu pitanja ispitanici su mogli odabrati koriste li neke navedene elektroničke knjižnice za čitanje knjiga, a imali su i mogućnost pisanja vlastitog mišljenja/odgovora kako bi odgovori bili raznoliki. Nastavak ovog anketnog upitnika osmišljen je tako da se ispita mišljenje ispitanika o budućnosti knjige, a u zadnja dva pitanja ispitanici su kroz opciju *slažem se / ne slažem se* mogli dati odgovor na to što misle o digitalizaciji za sektor elektroničkog izdavaštva. U te svrhe postavljene su dvije tvrdnje:

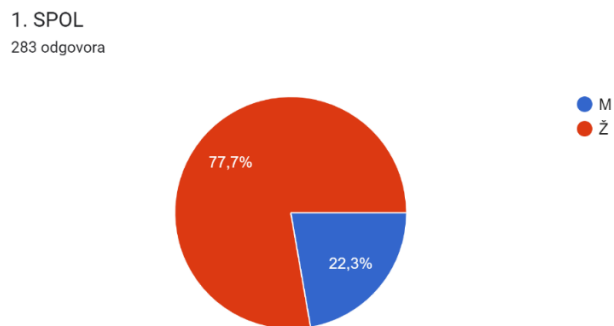
Digitalizacija ima pozitivan utjecaj na sektor elektroničkog izdavaštva.

Razvoj digitalizacije predstavlja izazov za tradicionalne modele poslovanja u elektroničkom izdavaštvu.

Rezultati ovog anketnog upitnika u velikoj će mjeri imati značajan doprinos o razumijevanju korištenja klasične knjige ili prisutnosti digitalne knjige u svakodnevnom životu ljudi.

5.4. Rezultati anketnog upitnika

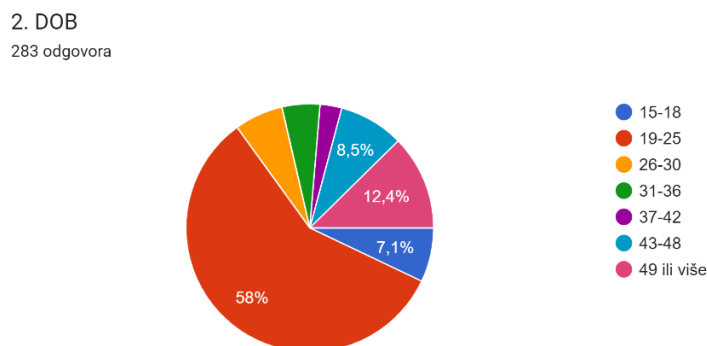
U istraživanju je sudjelovalo ukupno 283 anonimnih ispitanika različitih sociodemografskih obilježja (spol, dob, trenutni status), a anketni upitnik bio je dostupan za rješavanje u razdoblju od 14. svibnja 2024. godine do zatvaranja mogućnosti rješavanja ankete 2. srpnja 2024. godine. Analizom podataka utvrđeno je da je u anketnom upitniku sudjelovalo 77,7 % žena dok je muških ispitanika bilo 22,3%, što je iskazano i u idućem grafikonu.



Grafikon 1. Raspodjela sudionika prema spolu

Izvor: izrada autorice

Nadalje, u istraživanju su sudjelovali ispitanici različitih dobnih kategorija, strukturno podijeljenih u šest dobnih skupina. Najveći je broj ispitanika u dobi od 19 do 25 godina (58 %), a slijedi ih dobna skupina s 49 ili više godina (12,4 %). Od ostalih, manje od 10 % čine dobne skupine od 43 do 48 godina, 15 do 18 godina, 26 do 30 godina, 31 do 36 godina te 37 do 42 godine.



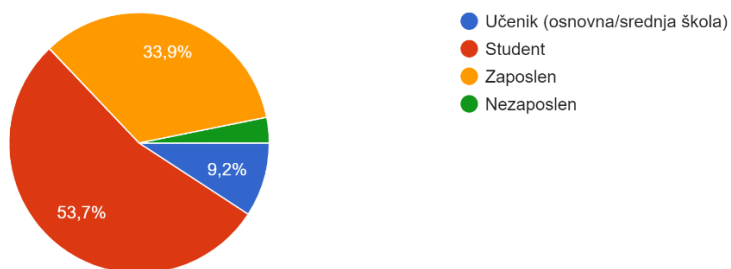
Grafikon 2. Raspodjela sudionika prema dobnj skupini

Izvor: izrada autorice

Gledajući rezultate trenutnog statusa ispitanika iz grafikona 3., najveći broj njih pripada skupini studenata s 53,7 % te zaposlenima (33,9 %), dok je učenika iz osnovne / srednje škole 9,2 %. Najmanji je broj ispitanika u skupini nezaposleni.

3. TRENUTNI STATUS

283 odgovora



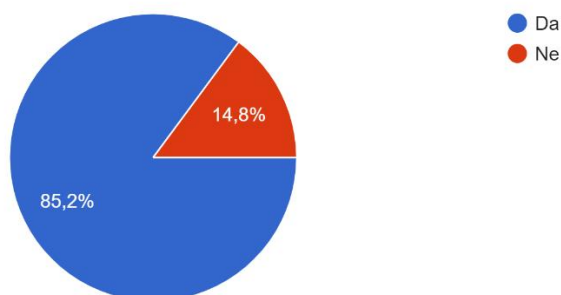
Grafikon 3. Raspodjela sudionika prema trenutnom statusu

Izvor: izrada autorice

Zatim, ispitanici su zatvorenim tipom pitanja imali mogućnost odgovoriti na pitanje čitaju li knjige ili ne, a njih čak 85,2 % odgovorilo je s DA, dok je 14,8 % odgovorilo opcijom NE.

4. ČITATE LI KNJIGE?

283 odgovora



Grafikon 4. Prikaz odgovora ispitanika čitaju li knjige

Izvor: izrada autorice

Iz grafikona 5. vidljivo je kako najveći broj ispitanika čita knjige zato što vole čitati (63,6 %), dok je njih 13,4 % odgovorilo da čitaju jer moraju čitati (zbog škole / fakulteta / posla). Neki su ispitanici izabrali ponuđenu opciju da uopće ne čitaju knjige (9,2 %), a od ostalih ponuđenih opcija mali broj ispitanika odgovorio je još da čitaju u slobodno vrijeme, radi razonode te nenamjerno (nesvjesno) čim ugledaju neki tekst. U ovom otvorenom tipu pitanja nekoliko je ispitanika odlučio dati i vlastiti odgovor:

„Ne čitam dovoljno.“

„Kad nekad nemam što za radit pa uzmem čitat.“

„Volim čitati + moram zbog fakulteta.“

„Ne prečesto, kada mi vrijeme dozvoli.“

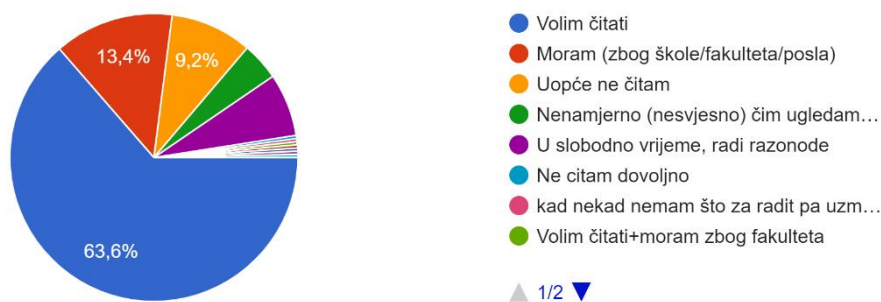
„Ne stignem čitati zbog obaveza.“

„Rijetko kad uzmem neku knjigu, u prijevozu do kuće.“

„Zbog opće kulture.“

5. AKO ČITATE KNJIGE, ZAŠTO IH ČITATE?

283 odgovora

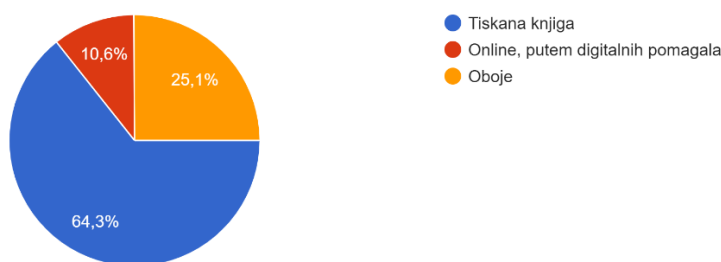


Grafikon 5. Prikaz odgovora ispitanika zašto čitaju knjige

Izvor: izrada autorice

Od ispitanika se u idućem pitanju tražilo da odgovore koji način čitanja knjige preferiraju, a rezultati pokazuju da se najveći broj ispitanika (64,3 %) i dalje opredjeljuje za tiskanu knjigu dok je njih 10,6 % za online čitanje knjiga, putem digitalnih pomagala. Ipak, neki se ispitanici nisu mogli odlučiti između prvih dviju opcija pa je tako njih čak 25,1 % odgovorilo da čitaju tiskanu knjigu, ali i onu online, putem digitalnih pomagala.

6. KOJI JE VAŠ NAČIN ČITANJA KNJIGE?
283 odgovora

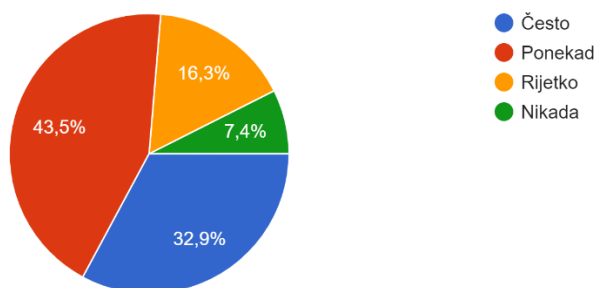


Grafikon 6. Preferencije načina čitanja knjige ispitanika

Izvor: obrada autorice

S obzirom na prethodno pitanje, ispitanici su u nastavku anketnog upitnika odgovorili na pitanje koliko često čitaju knjige, a rezultati su bili raznoliki za svaku ponuđenu opciju. Najveći broj ispitanika odgovorio je da ponekad čita knjige (43,5 %), a za opciju često odlučilo se 32,9 %. Mali broj ispitanika ovog istraživanja (16,3 %) odgovorio je da rijetko čita knjige, dok njih 7,4 % nikada ne čita knjiga.

7. KOLIKO ČESTO ČITATE KNJIGE?
283 odgovora



Grafikon 7. Pregled rezultata ispitanika o učestalosti čitanja knjiga

Izvor: izrada autorice

Na pitanje koju od navedenih elektroničkih knjižnica ispitanici koriste za čitanje knjiga najveći broj njih kao što je vidljivo u grafikonu 8. ipak je odgovorio kako čita knjige samo ako posudi u knjižnici ili kupi na prodajnom mjestu (64,7 %), a za sve ostale ponuđene opcije elektroničkih knjižnica (Amazon Kindle Store, iBooks, Google Play, Barnes & Noble i Kobo) odlučio se izrazito mali broj ispitanika. U ovome pitanju bilo je nekoliko raznolikih odgovora/mišljenja/stavova s obzirom na mogućnost pisanja vlastitog odgovora:

„U pravilu ih skinem s raznih internet stranica kao što su pdf drive i pdf coffee.“

„Piratski skinute.“

„Z-Library.“

„Posudim od prijatelja ili kupim.“

„Internet Archive.“

„Tolino.“

„Ne koristim striktno elektroničke knjižnice, već različite baze i otvorene izvore s kojih mogu preuzimati knjige.“

„Scribd.“

„Epub.“

„Kupljene knjige u papirnatom obliku i besplatne digitalne oblike gdje god.“

„Boox.“

„E-lektire.“

„Google scholar, sve što nađem vezano za faks (u obliku pdf-a).“

„Skidam s neta.“

„Osim tiskanih čitam pdf koji mogu naći besplatno na internetu.“

„Sci hub.“

„Facebook grupe za pdf knjige.“

„Samo ono što profesori skeniraju, ako nema u knjižnici.“

„Razni izvori.“

8. KOJU OD NAVEDENIH ELEKTRONIČKIH KNJIŽNICA KORISTITE ZA ČITANJE KNJIGA?

283 odgovora



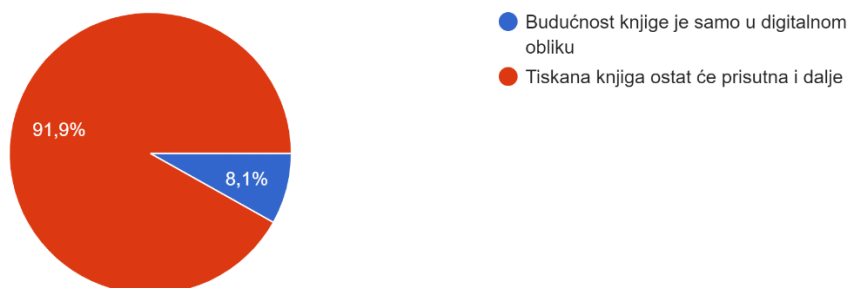
Grafikon 8. Prikaz rezultata ispitanika za korištenje elektroničkih knjižnica za čitanje knjiga

Izvor: obrada autorice

Ispitanicima je zatim bilo postavljeno pitanje u kojem se htjelo saznati misle li da će knjigu u budućnosti u potpunosti zamijeniti digitalni oblik ili će tiskani oblik ostati prisutan pa su tako i u ovom slučaju rezultati bili u korist tiskane knjige. Izrazito je važno napomenuti da visokih 91,9 % ispitanika misli da će tiskana knjiga ostati prisutna i dalje. Nasuprot tome, samo mali broj, odnosno 8,1 % ispitanika smatra da je budućnost knjige samo u digitalnom obliku.

9. KNJIGU ĆE U BUDUĆNOSTI ZAMIJENITI U POTPUNOSTI DIGITALNI OBLIK ILI ĆE TISKANI OBLIK OSTATI PRISUTAN?

283 odgovora

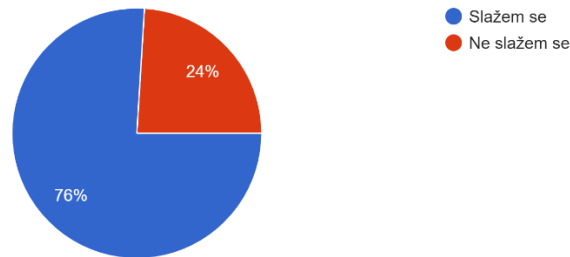


Grafikon 9. Prikaz mišljenja ispitanika o budućnosti knjige

Izvor: izrada autorice

Postavljena je tvrdnja za sudionike ankete koja kaže: „Digitalizacija ima pozitivan utjecaj na sektor elektroničkog izdavaštva.“ S tom se tvrdnjom slaže 76 % ispitanika, dok se 24 % ne slaže, što je vidljivo i u grafikonu 10.

10. DIGITALIZACIJA IMA POZITIVAN UTJECAJ NA SEKTOR ELEKTRONIČKOG IZDAVAŠTVA.
283 odgovora

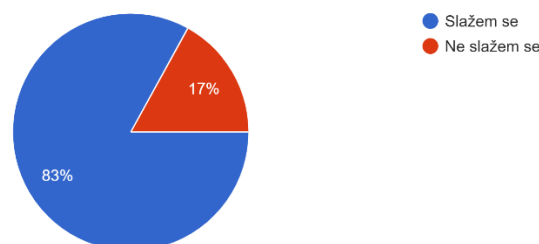


Grafikon 10. Prikaz postotka Slažem se / Ne slažem se odgovora na tvrdnju: „Digitalizacija ima pozitivan utjecaj na sektor elektroničkog izdavaštva.“

Izvor: izrada autorice

U posljednjem pitanju ovog anketnog upitnika bila je postavljena još jedna izjava s kojom su se sudionici ankete mogli složiti ili ne složiti. Ona je glasila: „Razvoj digitalizacije predstavlja izazov za tradicionalne modele poslovanja u elektroničkom izdavaštvu.“ S ovom se izjavom slaže 83 % ispitanika, a samo se 17 % ne slaže.

11. RAZVOJ DIGITALIZACIJE PREDSTAVLJA IZAZOV ZA TRADICIONALNE MODELE POSLOVANJA U ELEKTRONIČKOM IZDAVAŠTVU.
283 odgovora



Grafikon 11. Prikaz postotka Slažem se / Ne slažem se odgovora na izjavu: „Razvoj digitalizacije predstavlja izazov za tradicionalne modele poslovanja u elektroničkom izdavaštvu.“

Izvor: obrada autorice

5.5. Provjera i utvrđivanje hipoteza rada

Anketnim upitnikom potvrđene su sve tri postavljene hipoteze u ovom diplomskom radu, a autoričino istraživanje koje je u velikoj mjeri bilo bazirano na američkoj literaturi dokazalo je da nema razlike u rezultatima hipoteza iako je anketa bila provedena na ispitanicima iz Republike Hrvatske.

H1 - Digitalna ekonomija ima pozitivan utjecaj na kreativne industrije elektroničkog izdavaštva.

Ispitivanjem mišljenja ispitanika u anketi potvrđena je postavljena hipoteza, što ukazuje na to da većina ispitanika smatra da je elektroničko izdavaštvo u kreativnim industrijama dobilo s pojavom digitalizacije pozitivno obilježje. To može biti povezano s činjenicom da se digitalnom ekonomijom povećava dostupnost i distribucija sadržaja. Elektroničke knjige i drugi proizvodi mogu se preuzeti u bilo kojem trenutku te čitati na globalnoj razini, što povećava pristupačnost korištenja za potrebe npr. fakulteta / škole ili posla. Samim time, dolazi i do pojave novih platformi i formata za distribuciju sadržaja kao što su interaktivne e-knjige, audioknjige, razne aplikacije i sl., a sve to može privući znatizelju i angažman čitatelja.

H2 - Razvoj digitalne ekonomije stvara izazove za tradicionalne modele poslovanja u elektroničkom izdavaštvu.

Većina ispitanika potvrdila je hipotezu koja govori o digitalizaciji i izazovima koji su postavljeni pred tradicionalne načine poslovanja zbog nekoliko ključnih razloga. Razvojem digitalne ekonomije, a samim time i digitalne distribucije sadržaja, dolazi do sve veće korištenosti piratstva i neovlaštene distribucije izdavaštva. Knjige se preuzimaju s raznih nelegalnih stranica, što predstavlja problem za izdavače.

Ukoliko se promatra potrošača izdavaštva, događaju se određene promjene ukoliko se koristi elektroničko izdavaštvo s obzirom da ono uključuje određene tehnološke prilagodbe koje nisu možda dostupne svima (internet, mobilni uređaji, određeni softveri/programi i sl.). Isto tako, velike digitalne platforme kao što su Amazon ili Google mogu smanjiti i tržišni udio tradicionalnih izdavača te im postati konkurencija ukoliko je njihova korištenost velika. Upravo zato tradicionalni model poslovanja mora stalno pronalaziti načine i rješenja kako održati svoje poslovanje jer su internet i mobilni uređaji kao predstavnici digitalne ekonomije svuda oko nas.

H3 - Ljudi više preferiraju tiskanu knjigu nego e-knjigu.

Rezultati anketnog upitnika provedenog među ispitanicima u velikoj su mjeri dokazali hipotezu koja sugerira da se tiskana knjiga i dalje čita / koristi više nego e-knjiga. Ovi rezultati mogu se povezati s nekoliko glavnih razloga zašto ljudi misle tako. Naime, tiskane knjige nude čitatelju fizičko iskustvo držanja knjige i okretanje stranice, što stvara osjećaj ugodnijeg čitanja, posebno ako je to u nekom dužem vremenu. Također, ukoliko se razmišlja i o zdravlju, korištenjem tiskane knjige nema naprezanja očiju kao što je kod konstantnog gledanja u ekran digitalnih uređaja pa je zato i čitljivost bolja i lakša kod tiskanih knjiga.

Zatim, s tiskanom knjigom čitatelji mogu stvoriti određenu emocionalnu povezanost poput knjige kao poklon, neke uspomene na djetinjstvo i sl. Ono što svakako može predstavljati činjenicu da ljudi preferiraju više tiskanu knjigu nego e-knjigu bolja je koncentracija i razumijevanje pročitano. Ponovno prevladava ta fizička prisutnost knjige te s druge strane odsutnost pogleda u digitalne uređaje. Također, obilježje trajnosti i dostupnosti isto tako ide u korist tiskanoj knjizi. Ona ne ovisi o tehnologiji kao što je baterija ili softver koji s vremenom može zastarjeti ili se pokvariti. Tiskanu knjigu, kao što su neki ispitanici naveli u anketi, čitaju u prijevozu do kuće, što dovodi do činjenice da se, iako je tehnologija svuda oko nas, ipak odabire taj tradicionalni način čitanja koji će u budućnosti nastaviti djelovati uz prisutnost digitalne ekonomije.

6. ZAKLJUČAK

Digitalna ekonomija u kreativnim industrijama ima posebnu i veliku ulogu, a to je prikazano i u ovome radu na primjeru elektroničkog izdavaštva. Kreativne industrije odlikuju individualne kreativne vještine i talente te se tako dolazi do kreativnih proizvoda kao važne značajke te industrije. Upravo je pojava digitalne tehnologije, interneta i raznih digitalnih uređaja promijenila proces stvaranja tih kreativnih proizvoda, a samim time to je utjecalo na njihovu distribuciju i korištenje. Razvoj mnogih tehnoloških trendova kao što su proširena i virtualna stvarnost, umjetna inteligencija, računalstvo u oblaku i *blockchain* tehnologija promijenili su tradicionalne pristupe vrijednosti kreativnih industrija, što je dovelo do veće složenosti te industrije čime je stvoren poseban industrijski ekosustav. Digitalizacija je prije svega omogućila autorima i izdavačima veći pogled na tržište te globalnu umreženost ljudi koji će se onda i koristiti elektroničkim izdavaštvom, tj. elektroničkim knjižnicama poput spomenutog primjera u radu, Amazon Kindle Store elektroničke knjižnice. Amazon Kindle Store dobar je primjer elektroničke knjižnice koja je čak od 2007. godina uspjela održati svoju postojanost u svijetu i svake godine nastoji se širiti još više kako bi zadovoljila potrebe potrošača i što bolju preferenciju sadržaja. Pojava takvih elektroničkih knjižnica omogućuje posebnu funkcionalnost u izdavaštvu, što se odražava na globalnu dostupnost, jednostavnost upotrebe i interaktivnost. Međutim, na temelju proučavanih podataka o ovoj temi uviđa se da se postavljaju i mnoga pitanja na koja se treba posebno obratiti pažnja. Ta se pitanja odnose na potpunu zamjenu prvotnog oblika knjige kao i utjecaja digitalnog sadržaja knjiga na živote korisnika, a posebno je važno u digitalnim izdanjima knjiga održati pravilne okvire autorskih prava, licenciranja i financiranja pa zato uz razne prednosti, postoje i nedostaci u digitalizaciji knjiga. Također, potvrđuju se sve tri postavljene hipoteze u ovome radu. Digitalna ekonomija sa svojim značajkama daje pozitivan utjecaj na kreativne industrije elektroničkog izdavaštva jer im daje mogućnost velike dostupnosti i širenja digitalnog sadržaja. Također, omogućila je lakši pristup digitalnim sadržajima putem različitih platformi kao što su online trgovine, a i proširila je tržište kreativnih industrija na globalnu razinu tako da nakladnici imaju mogućnost povezati se s čitateljima iz cijelog svijeta. Isto tako, na temelju prikupljenih informacija potvrđena je druga hipoteza koja kaže da razvoj digitalne ekonomije stvara izazove za tradicionalne modele poslovanja u elektroničkom izdavaštvu, što zahtijeva prilagodbu te industrije i stvaranje novih strategija za distribuciju sadržaja. Digitalna ekonomija donijela je promjene u načinu na koji se sadržaj u kreativnim industrijama stvara, distribuira i konzumira. Koriste se internet, mobilni uređaji i digitalne platforme, što omogućava široku distribuciju sadržaja na globalnoj razini.

Upravo zbog toga došlo je i do promjene u preferencijama potrošača i načinu na koji pristupaju tom sadržaju. Tradicionalni model poslovanja kao što je tiskani medij (u ovom slučaju tiskana knjiga) suočava se s izazovima u održavanju koraka s digitalnom tehnologijom. Potrošačima se sve više nude digitalni sadržaji i to online – putem njihovih digitalnih pomagala (npr. e-knjige, online novine, časopisi i sl.). Međutim, uz sve ovo i dalje se velika važnost daje i tiskanim knjigama, što samo predstavlja činjenicu da su ta dva područja povezana i da se nadopunjuju, baš onako kako bi digitalna ekonomija i trebala djelovati na kreativne industrije. Ta prilagodba počinje se sve više shvaćati, kako olakšati informacijsku pismenost koja će pomoći u distribuciji sadržaja elektroničkog izdavaštva i stvaranju novih strategija za distribuciju sadržaja kako bi ta industrija ostala relevantna, ali ipak bez potpune zamjene tiskanoj knjizi koja je i po rezultatima anketnog upitnika u ovom diplomskom radu ipak prvi izbor čitanja knjiga.

7. LITERATURA

1. Boekhorst, A. K.; Brizz, J. J. (2004) Information literacy at school level: a comparative study between the Netherlands and South Africa. // *SA Jnl Libs & Info Sci.* 70, 2, str. 64.
2. Bukht, R., Heeks, R. (2017) Defining, Conceptualising and Measuring the Digital Economy, *Development Informatics Working Paper*, No. 68, str. 1 – 21
3. Čohan, M. (2013) *Knjiga vs. e-čitač*. Studentski.hr. URL: <https://www.srednja.hr/novosti/knjiga-vs-e-citac/> [pristup: 02.07.2024.]
4. Đukić, D., Đukić, G. i Kozina, G. (2018) "Digital economy and e-government in Croatia". // *Economic and Social Development : Book of Proceedings.*, str. 162-171. URL: https://bib.irb.hr/datoteka/1038586.Book_of_Proceedings_esdLisbon2018_Online.pdf#page=175 [pristup: 06.05.2023.]
5. European Commission. (2021) *Transforming the creative and cultural industries with advanced technologies: Sectoral Watch : Technological Trends in the Creative Industries*. Luksemburg. Publications Office of the European Union. URL: <https://ati.ec.europa.eu/sites/default/files/2021-10/Leaflet%20Technological%20trends%20in%20the%20creative%20industries.pdf> [pristup: 06.05.2023.]
6. Fleck, A. (2024) *E-books Still No Match for Printed Books*. Statista.com. URL: <https://www.statista.com/chart/24709/e-book-and-printed-book-penetration/> [pristup: 06.05.2024.]
7. Gilbert, Richard J. (2015) "E-Books: A Tale of Digital Disruption." *Journal of Economic Perspectives*, 29 (3): 165-84. URL: <https://pubs.aeaweb.org/doi/pdfplus/10.1257/jep.29.3.165> [pristup: 06.05.2023.]
8. Gillis, A. (2023) *DEFINITION internet of things (IoT)*. Techtarger.com. URL: <https://www.techtarger.com/iotagenda/definition/Internet-of-Things-IoT> [pristup: 19.06.2024.]
9. Hillesund, T. (2001) *Will e-books change the world?*. Firstmonday.org. URL: <https://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/download/891/800?inline=1> [pristup: 06.05.2023.]
10. Jerleković, L. (2024) *E-knjige ovog renomiranog nakladnika nadohvat su ruke akademskim istraživačima*. Studentski.hr. URL: <https://studentski.hr/studenti/vijesti/e->

[knjige-ovog-renomiranog-nakladnika-nadohvat-su-ruke-akademskim-istrazivacima](#)

[pristup: 02.07.2024.]

11. Keča, M. (2012) 'E-knjiga — najnoviji oblik knjige', *Knjižničar/Knjižničarka*, 3.(3.), str. 13-24. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/233323> (Datum pristupa: 06.05.2023.)
12. Kruljac, Ž. (2021) Digital economy – a bibliometric addition to understanding an “undefined” domain of the economy, *Ekonomski vjesnik*, Vol. 34, No. 2, str. 471 – 488
13. Lyons, K., Tappeiner E. (2013) *Technology Innovations in Publishing: New Directions in Academic and cultural communication*. USA. Hostos Community College. URL: https://academicworks.cuny.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1003&context=ho_pubs [pristup: 05.05.2023.]
14. Mikić, H. (2008) *Kreativne industrije, dizajn i konkurentnost: proaktivan pristup*. Beograd Centar za Evropske integracije Srbija –CEI.
15. Miljković, P., i Valdec, D. (2016) 'ELEKTRONIČKO IZDAVAŠTVO I DIGITAL RIGHTS MANAGEMENT', *Polytechnic and design*, 4(2), str. 173-180. URL: <https://hrcak.srce.hr/clanak/283296> (Datum pristupa: 07.05.2023.)
16. Narmanov, U. (2022) *The role and importance of the digital economy in the development of innovative*. *Linguistics and Culture Review*, 6(S1), 121-133. URL: <https://lingcure.org/index.php/journal/article/view/1957> [pristup: 05.05.2023.]
17. Pettinger, T. (2020) *The digital economy – Pros and Cons*. *Economicshelp.org*. URL: <https://www.economicshelp.org/blog/164275/economics/the-digital-economy-pros-and-cons/> [pristup: 06.05.2023.]
18. Puzhevich, V. (2023) *E-publishing – The Last Word of Digitalization*. *Scand.com*. URL: <https://scand.com/company/blog/e-publishing-the-last-word-of-digitalization/> [pristup: 06.05.2023.]
19. Radoš, T. (n.d.) *Digitalna transformacija: Akademija za industrijski razvoj*. Hrvatska gospodarska komora. URL: <https://www.hgk.hr/documents/air-digitalna-transformacija-rados-1406202160ca2b20b0325.pdf> [pristup: 04.05.2023.]
20. Studentski.hr. (2024) *Novi model čitanja knjiga u zagrebačkim knjižnicama, uvodi se posudba zvučnih e-knjiga*. URL: <https://studentski.hr/vijesti/kultura/novi-model-citanja-knjiga-u-zagrebackim-knjiznicama-uvodi-se-posudba-zvucnih-e-knjiga> [pristup: 01.07.2024.]
21. Studentski.hr (2021) *Gradska i sveučilišna knjižnica uvela mogućnost posudbe e-knjiga*. URL: <https://studentski.hr/vijesti/hrvatska/gradska-i-sveucilisna-knjiznica-avela-mogucnost-posudbe-e-knjiga> [pristup: 01.07.2024.]

22. Studentski.hr (2022) *Stigla je velika pomoć slijepim i slabovidnim osobama: mobilna knjižnica*. URL: <https://studentski.hr/vijesti/hrvatska/stigla-je-velika-pomoc-slijepim-i-slabovidnim-osobama-mobilna-knjiznica> [pristup: 01.07.2024.]
23. Šapro-Ficović, M. (2011) 'Masovna digitalizacija knjiga : utjecaj na knjižnice', *Vjesnik bibliotekara Hrvatske*, 54(1/2), str. 216-250. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/80483> (Datum pristupa: 06.05.2023.)
24. UNCTAD. (2021) *How the Digital Economy Advances Creative Industries*. Unctad.org. URL: <https://unctad.org/meeting/how-digital-economy-advances-creative-industries> [pristup: 04.05.2023.]
25. Vaidya, D. (n.d.). *Digital Economy*. Wallstreetmojo.com. URL: <https://www.wallstreetmojo.com/digital-economy/#characteristics> [pristup: 04.05.2023.]
26. Živković, D. (2001) *Elektronička knjiga*. Zagreb: Multigraf.
27. Wise, A. (2024) *9 Benefits of Reading Print Books, According to Science*. Realsimple.com. URL: <https://www.realsimple.com/health/preventative-health/benefits-of-reading-real-books> [pristup: 01.07.2024.]

8. PRILOZI

POPIS SLIKA

Slika 1. Pregled kreativnih industrija	3
Slika 2. Prisutnost napredne digitalne tehnologije po sektorima kreativnih industrija	4
Slika 3. Udio kvalificiranih stručnjaka zaposlenih u kreativnim industrijama kao postotak svih naprednih tehnologija vještina u industriji.....	5
Slika 4. Okvir industrije 4.0 i njezine digitalne tehnologije	8
Slika 5. Povijest digitalne transformacije	11
Slika 6. Značajke tradicionalne i digitalne ekonomije	13
Slika 7. Elektronička knjižnica Amazon Kindle Store (Amazon.com).....	18
Slika 8. Prikaz omjera korištenja e-knjige i tiskane knjige za 2023. godinu	22

POPIS GRAFIKONA

Grafikon 1. Raspodjela sudionika prema spolu	26
Grafikon 2. Raspodjela sudionika prema dobnoj skupini.....	26
Grafikon 3. Raspodjela sudionika prema trenutnom statusu	27
Grafikon 4. Prikaz odgovora ispitanika čitaju li knjige	27
Grafikon 5. Prikaz odgovora ispitanika zašto čitaju knjige	28
Grafikon 6. Preferencije načina čitanja knjige ispitanika	29
Grafikon 7. Pregled rezultata ispitanika o učestalosti čitanja knjiga	29
Grafikon 8. Prikaz rezultata ispitanika za korištenje elektroničkih knjižnica za čitanje knjiga	31
Grafikon 9. Prikaz mišljenja ispitanika o budućnosti knjige	31
Grafikon 10. Prikaz postotka Slažem se / Ne slažem se odgovora na tvrdnju: „Digitalizacija ima pozitivan utjecaj na sektor elektroničkog izdavaštva.“	32
Grafikon 11. Prikaz postotka Slažem se / Ne slažem se odgovora na izjavu: „Razvoj digitalizacije predstavlja izazov za tradicionalne modele poslovanja u elektroničkom izdavaštvu.“	32