

Muzejsko nakladništvo u Hrvatskoj

Zagrajski, Marina

Master's thesis / Diplomski rad

2011

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Faculty of Humanities and Social Sciences / Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Filozofski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:142:736639>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-08-14**



FILOZOFSKI FAKULTET
SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU

Repository / Repozitorij:

[FFOS-repository - Repository of the Faculty of Humanities and Social Sciences Osijek](#)



Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku

Filozofski fakultet

Diplomski studij Informatologije

Marina Zagrajski

Muzejsko nakladništvo u Hrvatskoj

Diplomski rad

Mentor: doc. dr. sc. Jelena Lakuš

Osijek, 2011.

Sadržaj

Sažetak.....	3
Uvod.....	4
1. Muzej, muzejske ustanove i muzejska publikacija.....	5
1.1. Muzeji i muzejske ustanove.....	5
1.2. Muzejska publikacija.....	7
2. Muzejsko nakladništvo.....	9
2.1. Tradicionalni oblici izdavačke djelatnosti muzeja.....	10
2.2. Elektroničko nakladništvo muzeja	16
3. Povijesni razvoj muzeja i muzejskog nakladništva u Hrvatskoj	21
3.1. Povijesni razvoj muzeja u Hrvatskoj.....	21
3.2. Povijesni razvoj muzejskog nakladništva u Hrvatskoj.....	25
4. Istraživanje: Muzejsko nakladništvo u Hrvatskoj	31
4.1. Prijašnja istraživanja o muzejskom nakladništvu u Hrvatskoj.....	31
4.2. Ciljevi istraživanja i hipoteza.....	32
4.3. Metodologija istraživanja.....	33
4.4. Kriteriji istraživanja.....	34
4.5. Rezultati istraživanja.....	36
4.6. Diskusija.....	62
Zaključak.....	68
Literatura.....	70

Sažetak

Rad je zamišljen da bude podijeljen u dva dijela: prvi dio, teorijski, govori o povijesti muzeja, muzejskim publikacijama koje svaki muzej izdaje, te o najzastupljenijim publikacijama. Također, osvrće se i na važnost muzejske publikacije. Kao što je i tema rada, u teorijskom dijelu dotičemo se povijesnog razvoja muzejskog nakladništva u Hrvatskoj. Kako nakladništvo ide u korak s vremenom, tako i muzejsko uvodi novosti, a to je elektroničko nakladništvo. U drugom dijelu donose se rezultati istraživanja koje je provedeno pomoću kataloga Izložbi izdavačke djelatnosti hrvatskih muzeja i galerija koje je izdao Muzejsko dokumentacijski centar. Cilj je istraživanja bio utvrditi godišnju izdavačku produkciju hrvatskih muzeja i galerija, udio pojedinih muzeja u cjelokupnoj produkciji, kao i narav samog izdavaštva, pri čemu se osobita pozornost pridala elektroničkom nakladništvu kao novom obliku muzejske produkcije. Istraživanje, provedeno za razdoblje od 2002. do 2009. godine, obuhvatilo je sve muzeje i galerije u Republici Hrvatskoj. Provedeno je prema sljedećim kriterijima: tip i vrsta muzeja, vrsta i jezik publikacije kao i medij na kojem je publikacija izdana. Istraživanje je pokazalo da zavičajni muzeji imaju najbogatiju izdavačku djelatnost. Nadalje, najzastupljeniji izdavački muzejski produkt jest katalog izložbe, nakon kojeg slijede plakati. Većina je publikacija tiskana na hrvatskom jeziku. Istraživanje je također pokazalo da muzeji objavljuju pretežno tiskane publikacije, dok izdaju mnogo manje CD-ROM-ova i DVD-ova nego što je bilo očekivano. Zaključuje se da hrvatski muzeji imaju veliki potencijal koji bi trebali iskoristiti na najbolji mogući način, kroz različite vrste promocije muzeja ili, pak, putem izložbi.

Ključne riječi: muzejsko nakladništvo, muzejske publikacije, muzejska nakladnička produkcija, elektroničko nakladništvo, Hrvatska

Uvod

Prvi oblici današnjih muzeja pojavljuju se još u staroj Grčkoj. Poznato je da je prvi muzej osnovan u Aleksandriji još prije nove ere. Muzeji se nastavljaju osnivati i u stoljećima koja slijede. Nakladništvo u muzejima svakako nije toliko staro, ali je prisutno dugi niz godina. U Hrvatskoj se ono pojavljuje krajem 19. stoljeća u cilju ne samo praćenja rada muzeja, već i njegova vlastita promoviranja. Cilj je ovog diplomskog rada ukazati na odlike muzejskog nakladništva u Hrvatskoj u prvom desetljeću 21. stoljeća.

Prvo poglavlje donosi definicije muzeja, muzejske institucije i muzejske publikacije. Ukazuje na važnost muzejskih publikacija, kao i oblike muzejske komunikacije s posjetiteljem. Drugo poglavlje je posvećeno središnjoj temi rada, a to je muzejsko nakladništvo. Vidjet ćemo da ono obuhvaća ne samo tradicionalne oblike izdavačke djelatnosti muzeja, kao što su katalozi stalnog muzejskog postava ili pojedinih zbirki, informativni muzejski leci/brošure i muzejski vodiči, katalozi povremenih izložaba, ostale omeđene publikacije, serijske publikacije i zavičajne bibliografije, već i sve češće elektroničke verzije časopisa kojima se može pristupiti na mreži. Osim što muzejske publikacije imaju veliku ulogu u komunikaciji s posjetiteljima, one imaju još jednu važnu ulogu - koriste se, naime, i kao sredstva oglašavanja, tj. promidžbe. Iduće poglavlje, donosi objašnjenje pojmova elektroničko nakladništvo, elektronički nakladnik i elektronička knjiga. Također, poglavlje donosi i pregled prvih početaka elektroničkog nakladništva u Hrvatskoj općenito. Treće poglavlje donosi povijesni slijed nastanka muzeja u Hrvatskoj iz kojeg možemo vidjeti da osnivanje hrvatskih muzeja nije zaostajalo za sličnim europskim i svjetskim primjerima. Također, poglavlje donosi i povijesni razvoj muzejskog nakladništva u Hrvatskoj. Završno poglavlje donosi pregled prijašnjih istraživanja o muzejskom nakladništvu u Hrvatskoj. Također, u istraživačkom se dijelu opisuju ciljevi istraživanja, zadane hipoteze, te sama metodologija istraživanja i kriteriji, a u konačnici se navode rezultati istraživanja. Istraživanje je provedeno za razdoblje od 2002. do 2009. godine te je obuhvatilo sve muzeje i galerije u Republici Hrvatskoj. Provedeno je na temelju *Kataloga izložaba izdavačke djelatnosti hrvatskih muzeja i galerija* u izdanju Muzejsko-dokumentacijskog centra, dostupnog na njegovim mrežnim stranicama.¹

¹ Katalozi izložaba izdavačke djelatnosti hrvatskih muzeja i galerija. URL: <http://www.mdc.hr/hr/mdc/publikacije/katalozi/izlozbe-muzejske-izdavacke-djelatnosti/> (2010-10-10)

1. Muzej, muzejske ustanove i muzejska publikacija

1.1. Muzeji i muzejske ustanove

Muzeji postoje već stoljećima. Već nekoliko stoljeća prije Krista spominju se riznice koje su bile ponekad otvorene javnosti jer su sadržavale vrijedne skulpture. Prvi poznati muzej spominje se u Aleksandriji u 3. stoljeću pr. Kr. Zadaća je muzeja oduvijek bila očuvanje kulturne baštine čovjeka te njezino prenošenje s generacije na generaciju. Na taj način moguće je sačuvati vrlo rijetke predmete, knjige ili skulpture, koje bi inače bile uništene, te prikazati život kakav je bio prije 100, 200 ili više godina. Dakako, muzeji mogu obrađivati i suvremene teme, kao, primjerice, Muzej suvremene umjetnosti ili, pak, Muzej naivne umjetnosti koji prikazuje razvoj hrvatske naive tijekom 20. stoljeća pa sve do danas.

Muzej se nalazi u službi društva i njegova razvoja pa je stoga i otvoren javnosti. Njegova je zadaća da sabire, čuva, istražuje, komunicira i izlaže materijalna svjedočanstva čovjeka i njegove okoline za potrebe proučavanja, obrazovanja i zabave. Prema Peteru Van Menschu, jednom od najuglednijih i najutjecajnijih svjetskih mislioca na području teorijske muzeologije, muzej je stalna muzeološka institucija koja čuva zbirke predmeta kao dokumenat i generira to znanje.² Dana definicija muzeja donesena je od strane Međunarodnog savjeta za muzeje (ICOM) i usvojena tijekom 21. Generalne konferencije u Beču, 2007. godine. Upravo su zbog toga muzeji i muzejske ustanove iznimno važne u očuvanju kulturna i duhovna nasljeđa.

U Republici Hrvatskoj 1998. godine donesen je prvi *Zakon o muzejima* (u daljnjem tekstu *Zakon*) koji govori da muzejsku djelatnost obavljaju muzeji kao ustanove te muzeji, galerije i zbirke unutar ustanova i drugih pravnih osoba pod uvjetima propisanim Zakonom. Prema istom Zakonu, u članku 5, muzejska djelatnost obuhvaća:

„...skupljanje, čuvanje i istraživanje civilizacijskih, kulturnih i prirodnih dobara te njihovu stručnu i znanstvenu obradu i sistematizaciju u zbirke, trajno zaštićivanje muzejske građe, muzejske dokumentacije, muzejskih lokaliteta i nalazišta, njihovo neposredno i posredno predočavanje javnosti putem stalnih i povremenih izložaba, te

² Maroević, Ivo. Uvod u muzeologiju. Zagreb: Zavod za informacijske studije, 1993. Str. 75.

objavljivanje podataka i spoznaja o muzejskoj građi i muzejskoj dokumentaciji putem stručnih, znanstvenih i drugih obavijesnih sredstava.“³

Temeljna specifičnost same muzejske institucije, a time i svih muzejskih ustanova, leži u njihovoj različitosti. Usporedbom s knjižnicama i arhivima pokazat ćemo njihovu bit. Dok knjižnice kumuliraju znanje sadržano u knjigama, arhivi s druge strane čuvaju, ali i istražuju pisane dokumente koji su nastali tijekom dugog razdoblja određenih područja. Knjige su stoljećima medij koji služi za zaštitu i prijenos oblikovane i tiskane riječi. Izuzetno rijetke i stare knjige mogu preuzeti ulogu muzejskog predmeta.⁴ Velika razlika između muzeja i knjižnica jest što muzeji svoju muzejsku građu ne daju na korištenje svojim posjetiteljima, za razliku od knjižnice kojoj je to jedna od glavnih djelatnosti. Muzejske knjižnice, dakako, pomažu svim korisnicima, a oni su najčešće studenti, znanstveno-nastavno osoblje, istraživači itd., iako im to nije primarna djelatnost te su više orijentirani prema osoblju u muzejima. Muzej je različit od knjižnica ili arhiva upravo zbog toga što u muzejima kumulirano blago čini predmet kulturne i prirodne baštine te su oni sami po sebi drugačiji te se međusobno razlikuju. Dakle, svaki predmet koji muzej sadrži je jedinstven. Različite se muzejske ustanove na svoj način približavaju ili udaljavaju od institucije muzeja, ili se, pak, bave tek nekom od muzeoloških funkcija koje su u muzeju kao instituciji objedinjene u zatvoreni sustav.⁵

Muzejska ustanova konkretan je oblik institucije muzeja. Razvoj same muzejske profesije ne bi bio moguć bez muzejske ustanove, a samim time ne bi ni postojao najvjerojatnije ni muzej. Između ostaloga, muzejska ustanova razvijala je i unapređivala muzejsku tehnologiju, te je diktrala načine izgradnje i organizacije muzejskih zgrada kako bi se muzejske zbirke na najbolji način organizirale te došle do izražaja. Tijekom godina muzejske su ustanove svjedokom različitih promjena koje se događaju u muzejskom svijetu. Prema Maroeviću, „muzejska je ustanova s vremenom poprimila karakter staretnarnice, mjesta za odlaganje istrošenih i odbačenih stvari, a istovremeno i mjesta afirmacije vrijednosti prošlih vremena, pa je ta dvojnost značenja neprestani pratitelj muzeja i njegov društveni usud“.⁶ Donošenjem Zakona kojima se utvrđuje prema kojim se kriterijima mogu muzeji osnivati, tko ga može osnovati, koji su to posebni minimalni uvjeti koji se moraju zadovoljiti kako bi neka ustanova bila proglašena muzejem, te koju građu muzej može

³ Usp. Zakon o muzejima. // Narodne novine 142 (1998.). URL: <http://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/269487.html> 30-3-2010 (2010-05-15)

⁴ Maroević, Ivo. Nav. dj., str. 73.

⁵ Isto.

⁶ Isto, str. 76.-77.

sadržavati, države, a samim time i društvo, pokazuju interes za očuvanjem baštine, a time i za muzejskim ustanovama. Potvrđujući to, Zakon o muzejima navodi kako je upravo muzejska djelatnost od interesa za Republiku Hrvatsku.

1.2. Muzejska publikacija

Muzeji s posjeteljima komuniciraju na različite načine. Uz izložbu, jedan od najčešćih načina komunikacije muzeja s njegovim posjetiteljima jest muzejska publikacija. Muzejska je publikacija publikacija koju izdaje muzej ili neko od muzejskih udruženja, ili pak, publikacija koja sadržajno pokriva muzejsku djelatnost. Pojavom i razvitkom neknjižnih publikacija, ovaj se pojam proširio na publiciranje video i audio materijala, a u novije vrijeme i na elektroničke publikacije koje su pohranjene na novim nositeljima i koje koriste nove tehnologije za bilježenje zapisa.⁷ Publikacija s medija tiskanog djela se proširila na digitalne zapise i CD-ROM-ove. S novom tehnologijom, publiciranje dobiva sasvim novo značenje.

Koja je zadaća muzejske publikacije? Muzejske publikacije prate rad muzeja i obavještavaju javnost o njemu. Muzejska publikacija omogućuje različito vrijeme i mjesto komuniciranja s korisnikom, odnosno posjetiteljem. Odabir materijala koji će ući u muzejsku publikaciju odvija se u krugu muzejskih stručnjaka koji moraju definirati vrstu, oblik i sadržaj muzejske publikacije. Postoje vrlo stroga pravila koja se tiču strukture i sadržaja tekstova, kao i odabira i interpretacije samih ilustracija, ali i povezivanja riječi sa slikama i tonom ukoliko je riječ o filmu ili videu.⁸ Glavni dugoročni utjecaj muzejskih publikacija je kombinacija tiskane riječi i tiskanih slika, a tako će vjerojatno ostati u nekoj doglednoj budućnosti. Štoviše, dugoročna odgovornost muzeja prema publikacijama nadilazi okvire tiskanih tekstova njegovih kataloga, knjiga ili časopisa.⁹ Dakle, utjecaj muzejske publikacije je, može se reći, dugoročan jer tiskana riječ ostavlja duboki trag o određenoj izložbi, o bilo kojem događaju.

Možemo zaključiti da je zadaća muzejske publikacije širiti vijest o muzeju, o izložbi koja je bila prije nekoliko mjeseci, godina. Publikacija, preko pisane riječi, zauvijek ostavlja trag o nekom događaju. Najbolji način da se određena izložba predstavi u publikaciji je s puno fotografija, jer kao

⁷ Maroević, Ivo. Muzejska publikacija kao oblik muzejske komunikacije. // *Informatica Muzeologica* 32, 3/4 (2001), str. 11.

⁸ Isto.

⁹ Cannon-Brookes, Peter. Dugoročna odgovornost muzejskih publikacija. // *Informatica Museologica* 32, 3/4 (2001), str. 7.

što je već poznato, fotografija je najbolji način da se nešto vizualizira jer je lakše vjerovati onome što se vidi nego onome što se pročita. Međutim, za luksuzne i bogato opremljene publikacije treba imati velika novčana sredstva koja obično muzeji nemaju, iako katkad do financijske pomoći dolaze putem donacija.

Ograničenost vezana uz publikacije ne postoji. Publikaciji se može pristupiti u bilo kojem trenutku nakon što je puštena u opticaj. Jedino ograničenje koje postoji je ono tehnološko koje se odnosi na publikacije kojima je potreban neki uređaj da bi se mogao čitati. Ti uređaji su, primjerice, računala. Drugo ograničenje koje se tiče publikacije je vezano uz materijal na kojem je publikacija. Papir ima svoj „rok trajanja“. Ako se publikacija puno lista, može doći do oštećenja, a ako je ista publikacija vrlo stara, potrebno ju je zaštititi.

Muzejska publikacija otvara niz mogućnosti koje se pojavljuju kao prateći elementi temeljnog muzejskog rada, a istodobno i kao elementi jakog utjecaja muzejskog rada na opći razvitak znanosti i društva. Stoga je prateći element muzejskog rada upravo sama muzejska publikacija koja sadrži objavljeno znanstveno znanje čime se komunikacija između muzeologije i temeljne znanstvene discipline unapređuje.¹⁰ Razumljivo je da muzejska komunikacija nije zamisliva bez raznolikih vrsta muzejskih publikacija. Muzejske publikacije stvaraju interes javnosti i znanje koje se veže uz poslanje određenog muzeja.

¹⁰ Maroević, Ivo. Muzejska publikacija kao oblik muzejske komunikacije. Str. 12.

2. Muzejsko nakladništvo

Muzeji već desetljećima objavljuju svoje publikacije, bilo da su to časopisi, zbornici ili katalozi koji su vezani uz određenu izložbu. Danas muzeji, kao što smo već spomenuli, uz već dobro poznate tiskane publikacije, objavljuju i publikacije na CD-ROM-u, kao i razne audio – vizualne sadržaje kao što su film, dijapozitivi, video, CD-ROM. Sve više su prisutni i virtualni muzeji čime se slijede trendovi u svjetskom nakladništvu.¹¹ Može se reći da se muzeji razvijaju usporedno s razvojem čovječanstva.

Muzeji su prepoznali važnost izdavanja publikacija jer se na taj način približavaju svojoj publici, bilo stalnoj ili budućoj. Primjerice, pomoću plakata obavještavaju javnost o zbivanjima u muzeju, a preko drugih vidova muzejskih publikacija o postavljenim izložbama ili pak o novostima u svijetu muzeja. Pomoću publikacija otvara se jedan novi svijet o muzejima koji posjetitelji/čitatelji moraju sami otkriti.

Shvaćajući važnost muzejskih publikacija, muzeji shvaćaju i važnost samog muzejskog nakladništva. Shodno tome, treba definirati sam pojam nakladništva. Dakle, nakladništvom se smatra sve što je prije svega tiskani, ali danas sve češće i audio, vizualni ili multimedijski produkt, odnosno sve što je kao proizvod muzeja namijenjeno javnosti. Muzejsko nakladništvo možemo razdvojiti u dvije kategorije. Jedna je nakladništvo kao dio složenog muzejskog proizvoda, a druga je nakladništvo kojem je cilj da proizvod muzeja obznani, popularizira, učini atraktivnim ili poprati radi razumijevanja ili prihoda. Dakle, shodno tome, jedno je, primjerice, katalog stalnog postava bez kojeg je teško pratiti izložbu, a drugo je publikacija kojoj je cilj da, na javnome mjestu upozori na postojanje te izložbe.¹² Te publikacije mogu biti različiti plakati ili letci koji obavještavaju javnost o spomenutoj izložbi.

Postoje dva oblika izdavačke djelatnosti muzeja - tradicionalni i elektronički, o kojima će se govoriti više u poglavljima koja slijede.

¹¹ Virtualni muzeji su novost među muzejima. Oni nude sve što i klasični muzeji, ali putem Interneta ili na CD-ROM-u. Pomoću virtualnih muzeja posjetitelji mogu vidjeti sve postave muzeja, šetati se muzejem kao da su tamo.

¹² Šola, Tomislav. Marketing i muzejsko izdavaštvo. // *Informatica Muzeologica* 33, 1/2 (2002), str. 63.

2.1. Tradicionalni oblici izdavačke djelatnosti muzeja

Posljednih trideset godina knjige se ne objavljuju samo na papiru nego i na ostalim medijima. Razvojem nove tehnologije promijenili su se i oblici tiskanja i izdavanja knjiga. Međutim, usprkos tome, tiskana je knjiga zadržala svoj status, pa je još uvijek u velikoj mjeri koriste i muzeji i muzejske ustanove. Postoje različite vrste tiskanih publikacija u muzejima. Philip Kotler, vodeći svjetski marketinški mislioc, razlikuje sedam tiskanih publikacija, pri čemu vrlo široko gleda na pojam publikacij, klasificirajući ih na:

1. “coffee table” knjige o muzeju koje objašnjavaju povijest muzeja i njegove zbirke,
2. knjige, pamfleti i katalozi o specijalnim, povremenim izložbama,
3. igre kartama i različite igre na tablama koncipirane na osnovi muzejske zbirke,
4. bilten za članove muzeja,
5. magazin ili novine koje izdaje neki muzej,
6. dječji vodiči po muzeju i
7. godišnji izvještaji muzeja.¹³

Konzultirajući ponajprije različitu klasifikaciju muzejskih publikacija koje se navode u muzeološkoj literaturi, Snježana Radovanlija Mileusnić, koja dugi niz godina prati muzejsko nakladništvo u Hrvatskoj, muzejske publikacije klasificira na sljedeći način, vrlo sličan Kotlerovom. No, njezina je podjela nešto drukčija, pa muzejskim publikacijama smatra:

1. Kataloge stalnog muzejskog postava ili pojedinih zbirki
2. Informativne letke/brošure i muzejske vodiče
3. Kataloge povremenih izložaba
4. Ostale omeđene publikacije:
 - a. monografije,
 - b. fotomonografije,
 - c. likovne monografije,
 - d. spomenice,
 - e. kulturno-povijesne i turističke vodiče,
 - f. pretiske,

¹³ Neil; Kotler, Philip. *Museum Strategy and marketing: Designing Missions, Building Audiences, Generating Revenue and Resources*. San Francisco: Jossey – Bass Publishers, 1998. Str. 210. Citirano prema: Šola, Tomislav. // Marketing i muzejsko izdavaštvo. // *Informatica Muzeologica* 33, 1/2 (2002), str. 63.

- g. zbornike,
- h. serijske publikacije,
- i. zavičajne publikacije.¹⁴

Muzejska izdavačka djelatnost, bilo da se radi o općim ili specijaliziranim muzejima, može se sagledati na najzastupljenijim, najspecifičnijim vrstama publikacija. Najzastupljenije vrste publikacija su katalozi stalnog muzejskog postava ili pojedinih zbirki, informativni muzejski leci/brošure i muzejski vodiči, katalozi povremenih izložaba, ostale omeđene publikacije, serijske publikacije i bibliografije.¹⁵

Katalozi stalnog muzejskog postava ili pojedinih zbirki sadrže popis svih muzejskih predmeta koji su izloženi u stalnom postavu ili u pojedinim muzejskim odjelima i zbirkama. Katalozi su rezultat kako stručnog tako i znanstveno - istraživačkoga rada muzejskih stručnjaka na skupljanju i dokumentiranju baštine te su oni zbog toga katalozi muzejske baštine.¹⁶ Također, muzejski katalozi su neizostavan izvor informacija o muzejskim predmetima. Muzeji znaju često izrađivati kataloge zbog nedostatka izložbenog mjesta u muzeju i na taj način predstavljaju zbirke publici koja na drugi način ne bi bila upoznata s tim vrijednim blagom. Neizostavna muzejska publikacija su svakako i katalozi povremenih izložaba, koji mogu također biti objavljeni i u elektroničkom obliku, što je danas sve češći primjer. Katalog izložbe publicira rezultate rada na izložbenom projektu. U njima su često reproducirane i jedinice popratnih vizualnih dokumentacijskih fondova kao što su fotografije, crteži ili pak videozapisi, koje ovise o mediju publikacije, a navode se i bibliografski podaci o pojedinim muzejskim predmetima. Možemo reći da katalog izložbe nije samo pomagalo pri razgledavanju izložbe, već i trajni dokument jednoga muzejskog događanja koji je vremenski ograničen te koji ostaje posjetitelju.¹⁷

Osim kataloga, muzeji publiciraju također i informativne letke, brošure i različite muzejske vodiče te knjige kojima nastoje pružiti pomoć publici u upoznavanju s muzejskim sadržajima i aktivnostima. Najjednostavniji oblici su tzv. deplijani, odnosno leci, višestruki presavici ili brošure. Najčešće su publici dostupni besplatno na samom ulazu u muzej, odnosno, kao promidžbena

14 Radovanlija Mileusnić, Snježana. Muzejsko izdavaštvo – čuvar zavičajnog identiteta. // Hrvatsko knjižničarsko društvo 51, 1/4 (2008), str. 111. URL:

http://www.hkdrustvo.hr/vbh/broj/98?session_id=2b247bc21f0c9e570a471afe8da63e47 (2010-05-29)

¹⁵ Isto.

¹⁶ Isto, str. 112.

¹⁷ Isto, str. 114.

muzejska građa nude se u turističkim poslovnicama, gradskim informacijskim točkama i sl.¹⁸ Muzejski vodiči pomažu posjetiteljima da se upoznaju sa zbirkama, ali i orijentiraju u muzeju. Nakon što posjetitelj napusti muzejsku zgradu, vodič mu uvijek ostane i može se podsjetiti na već viđeno. Muzejski vodiči mogu također dati podatke o muzeju, kao što su poslanje muzeja, povijesni razvoj muzeja i pojedinih odjela, radno vrijeme, koje zbirke sadrži itd. Muzejski vodiči, leci i brošure u posljednjih nekoliko godina otisnuti su najčešće na nekoliko jezika zbog sve većeg brojeg stranih turista.

Uz navedene publikacije, muzeji objavljuju i monografije, osobito likovne, koje su najbrojnije, te fotomonografije. Također, tu su i spomenice, pretisci, povijesni vodiči te zbornici koji će se u daljnjem tekstu pobliže objasniti. Najprije, valja reći da muzeji vrlo često izdaju monografije koje obrađuju kulturno - povijesnu, arheološku, etnografsku i ostalu tematiku. U središtu je muzejskih djelatnosti, također i nematerijalna baština. Sabiranje i evidentiranje nematerijalne baštine jedna je od primarnih zadataka posebice u suvremeno doba kada se iz memorije gube stari obrti i umijeća, narječja, zvukovi, plesovi.¹⁹ Oživljavanje povijesti jedna je od najsuvremenijih i sve češće korištenih metoda muzejske interpretacije povijesti. Na taj način se prikazuju povijesne aktivnosti, vještine i obrti, muzealci ili volonteri predodjeveni u povijesne kostime te posjetioци mogu aktivno sudjelovati u rekonstrukciji aktivnosti ili događaja. Muzejske monografije predstavljaju osobe, razdoblja ili pojave, temeljeći ih na vlastitom materijalu i njegovoj interpretaciji ili pak na temama koje su komplementarne temeljnom muzejskom poslanju.²⁰

Nadalje, muzeji često samostalno ili u suradnji s turističkim društvima/zajednicama, gradom kao sponzorom ili nekim drugim suizdavačem, priređuju i izdaju reprezentativne fotomonografije čija se slikovna građa temelji na likovnim zbirkama, zbirkama razglednica, grafika, zemljovida, fotografija i drugim muzejskim fundusima.²¹ Monografski prikazi pojedinih umjetnika donose životopise, likovne eseje, povijesno umjetničke i kritičke tekstove o umjetničkom razvoju i stvaralaštvu, dokumentarnu građu, popis samostalnih i skupnih izložaba, primljenih nagrada, bibliografiju kao i kataloški popis i reprodukcije najreprezentativnijih djela ili likovnih ciklusa.²²

Nadalje, spomenice se najčešće izdaju u obilježavanje nekih obljetnica samoga muzeja ili nekog događaja iz zavičaja. Također, muzeji samostalno ili pak u suradnji s drugim izdavačima, kao

¹⁸ Isto.

¹⁹ Isto, str. 116-117.

²⁰ Maroević, Ivo. Muzejska publikacija kao oblik muzejske komunikacije. Str. 12.

²¹ Radovanlija Mileusnić, Snježana. Nav. dj., str. 118.

²² Isto.

što su znanstveni instituti, turističke zajednice i grad, priređuju također i vodiče kojima nastoje popularizirati kulturne, povijesne, graditeljske, prirodne i druge osobitosti svojega kraja. Ti vodiči namijenjeni su široj publici, a sadrže ilustrativnu građu i popise najznačajnijih ustanova i izvora za detaljnije upoznavanje obrađene teme.²³ Također, treba istaknuti i da su pretisci vrlo bitan oblik muzejske publikacije jer pomoću njih su posjetiteljima dostupne stare knjige kojima je pristup bio ograničen upravo zbog svoje vrijednosti koje imaju kao kulturno dobro. Pretisci knjiga iz muzejskih fundusa, ili, pak publikacija koje su sadržajem ili autorom vezane uz zavičaj imaju veliki doprinos u kulturnoj baštini. Pretiscima starih i rijetkih izdanja muzeji žele upozoriti na aktualnost njihova sadržaja u proučavanju određenoga povijesnoga ili kulturnog događaja.²⁴ Pretisci se rade kod vrlo rijetkih i starih knjiga koje se na taj način zaštićuju te kako bi bile dostupne javnosti. U današnjem dobu kada digitalizacija nije strana, većinom se digitaliziraju stare i rijetke knjige te ih se postavlja u elektronički oblik, a najčešće i na mrežu kako bi na taj način bile dostupne.

Zbornici su, pak, često vezani uz jednu temu. Zbornici stručnih i znanstvenih skupova najčešće su tiskani u organizaciji ili suorganizaciji različitih muzeja. Upravo zbog toga su veliki izvor podataka za istraživanje. Tako zbornici donose priloge i izlaganja sudionika stručnih i znanstvenih skupova ili su pak vezani uz aktualnu muzeološku problematiku, muzejsku povijest i praksu.²⁵

Za prijenos i izmjenu novih spoznaja o različitim kulturološkim temama i znanstvenim područjima, posebno su značajni časopisi muzeja. Većinom su to godišnjaci s više ili manje redovnim intervalom publiciranja. Publiciraju se najčešće u izdanju muzeja ili u suradnji s udrugama kao što su gradski ogranci Matice hrvatske ili Društva prijatelja starina i slično.²⁶ Serijske publikacije muzeja donose tekstove različitih muzejskih stručnjaka, ali i vrlo često vanjskih suradnika s različitih područja kao što su arheologija, etnologija i ostalih područja.

Mnogi hrvatski muzeji prikupljaju, osim materijalnih predmeta, i knjižničnu građu. Na taj se način ta građa često koristi i za izradu bibliografija jer je skupljanje knjižnične građe i izrada bibliografija, jedna od obveza knjižnica muzeja kao muzejskih odjela sa samostalnim zadacima i ciljevima.²⁷

²³ Isto.

²⁴ Isto, str. 119.

²⁵ Isto.

²⁶ Isto, str. 120.

²⁷ Isto, str. 121.

Primjećujemo da muzeji imaju vrlo veliku i šaroliku ponudu tiskanih publikacija. Međutim, neke od tih publikacija imaju dvostruku ulogu. Prvotna im je uloga pratiti rad muzeja te o tome obavještavati javnost, a mogu također biti korištene i kao sredstvo oglašavanja, odnosno promidžbe muzeja.

Što čini marketinški materijal muzeja? Marketinški materijal je zbirno ime za većinu publiciranog materijala namijenjenog promidžbi muzeja. Osnovnim informacijama koje sadržava, taj materijal će biti dostatan da poprati posjet muzeju, te na osnovnoj razini zamijeni katalog izložbe. Posebice se to tiče deplijana i informacijskih listova.²⁸ Marketinški materijali su slijedeći:

1. Deplian
2. Letak
3. Informacijski listovi
4. Pozivnice
5. Izravna pisma
6. Brošura
7. Poster
8. Plakat

Deplijan je osmišljen kao dio informacija koja se dijeli posjetiteljima, te kao materijal koji se nudi turistima i stanovnicima na javnim mjestima, po agencijama, hotelima itd. Deplijan, dakle, ne otkriva sve informacije o muzeju, već mu je zadaća zainteresirati posjetitelja kako bi došao u muzej. Treba obratiti pozornost da se izbjegne da tiskana informacija u deplijanu bude samo na jednoj strani, jer to može zbuniti korisnika. Deplijan je besplatna publikacija, ne naplaćuje se. Letak je efemerni materijal, ali ako je efektan i dobro oblikovan, može privući veliku pozornost. Njime se na najširi, iako najmanje opisan način, mogu oglašavati pojedine akcije iz muzejskog programa za koje se pretpostavlja da bi mogle zadovoljiti široki interes javnosti. Upravo iz toga razloga su letci dobar marketinški materijal jer s vrlo malo teksta mogu postići željeni učinak. Letak se dakako može, u dogovoru, ubaciti u časopise, dnevne novine ili direktno u sandučice. Također, letci se mogu dijeliti i izravno posjetiteljima (primjer dijeljenje letaka na ulicama). Kao i deplijan, besplatan je. Nadalje, informacijski listovi, poznati još i kao *info sheets*, tiču se dijela postava ili izložbe, obično su na raspolaganju pri informacijskom punktu ili uz sam dio izložbe kojeg se tiču. Informacijski list može biti smatran i doslovno obrazovnim materijalom. Pozivnice su još jedan način promidžbe muzeja.

²⁸ Šola, Tomislav. Nav. dj., str. 63.

Vrlo se često šalju i medijima kako bi određeni događaj bio medijski popraćen te upravo na taj način doprinose promidžbi muzeja. Nadalje, vrlo rijetko korištena metoda, ali efikasan način promidžbe za posebne okolnosti i s preciznim namjerama, jesu izravna pisma. Cilj im je osigurati nečiju prisutnost na izložbama ili podršku u nekom od programa muzeja koja je od velike važnosti samome muzeju. Na taj način muzej dobiva publicitet te podršku od određene osobe/medija čime doprinosi posjećenosti muzeja. Kao što je već rečeno, brošura je besplatna i dostupna je posjetiteljima, najčešće odmah na ulazu u muzej. Preporučena veličina je A5 ili manji. Nadalje, važan marketinški materijal su i posteri. Posteri se ne naplaćuju, besplatni su i prave se u veličini ne većoj od A5. Obično se izrađuje likovna matrica na koju se dopisuje program muzeja. Naposljetku, plakat je najambiciozniji način promidžbe od svih do sada spomenutih marketinških materijala. Plakat može podrazumijevati i izuzetan autorski trud, pa čak i kvalitetu tiska koji ga čine umnoženim umjetničkim djelom. Plakat je dio promidžbenog materijala koji izrađuju i distribuiraju vanjski partneri muzeja. Zbog svoje likovne zanimljivosti, često se može naći i u ponudi muzejske prodavaonice, najčešće po simboličnim cijenama.

Primjećujemo da muzejske publikacije mogu biti odličan marketinški materijal koji pomaže u promociji muzeja. Što muzej koristi više marketinškog materijala i što je on zanimljiviji, postoji mogućnost da će biti više posjetitelja. Muzejski su katalogi veliki izvor podataka o muzejskim predmetima, dok su muzejski vodiči temeljno sredstvo orijentacije po muzejskim prostorima te zbirkama. Muzejski plakati i reklamni materijali temeljni su u promociji muzeja i o slici koju o njemu javnost ima. Svaki muzej odabire najbolji način promocije muzeja i raznih događaja koje organizira.

Međutim, osim tradicionalnog muzejskog nakladništva, muzeji su počeli koristiti i elektroničko nakladništvo te na taj način kombiniraju različite načine promocije svoga muzeja. Kombinacijom različitih vrsta promidžbenih materijala mogu biti sigurni da će doprijeti do posjetitelja i povećati zanimanje za svoje zbirke.

2.2. Elektroničko nakladništvo muzeja

Prema *Rječniku knjižničarstva i informacijskih znanosti* elektroničko je nakladništvo (engl. *electronic publishing* ili *e-publishing*) definirano kao objavljivanje knjiga, periodike (u obliku e-časopisa), bibliografskih baza podataka i ostalih informacijskih izvora u digitalnom obliku, obično na CD-ROM-u ili online putem Interneta, za kućnu uporabu, pretplatnike ili fizičke osobe sa ili bez tiskane verzije. Sinonim za elektroničko nakladništvo je e-nakladništvo kao i *desktop* nakladništvo.²⁹ Dakle, elektroničko nakladništvo ne podrazumijeva tiskanu verziju knjige ili časopisa te je za njezino korištenje neophodno računalo.

Elektroničke publikacije imaju niz prednosti, pa stoga ne začuđuje činjenica da se i u muzejima počinje razvijati takav vid nakladništva. Naime, jedna od najbitnijih prednosti elektroničke publikacije jest dostupnost jer jednu publikaciju istovremeno može čitati više čitatelja što kod tiskane publikacije nije moguće. Također, elektronička publikacija može se pretraživati što smanjuje vrijeme pretraživanja određenog pojma. Nadalje, u elektroničkim publikacijama moguće je promijeniti greške ili neki određeni tekst nakon što je publikacija puštena u javnost. Za razliku od tiskanih publikacija kod kojih je taj proces skup jer knjiga ponovno ide u tisak, prednost elektroničke publikacije je što izdavanje izmjena/dopuna ne zahtjeva novčana sredstva. Velika prednost u odnosu na tiskanu knjigu je postojanje medija, odnosno elektronička publikacija ne troši se tijekom vremena što nije slučaj s papirom. Usprkos svojim brojnim prednostima, elektronička knjiga ima i svojih nedostataka, a jedna od njih je što čitatelj mora imati osobno računalo da bi mogao pristupiti elektroničkoj publikaciji.

Elektroničko nakladništvo knjige ili časopisa obuhvaća postupke koji su jednaki onima pri izdavanju tiskane knjige, a oni uključuju izbor teksta, lekturu, korekturu i grafičko oblikovanje. U proizvodnji elektroničke knjige prijelom se knjige, posebnim računalnim programima, pretvara u datoteke spremne za objavljivanje na mreži ili u materijalnom obliku.³⁰ Iz priloženoga se vidi da je sam proces nastanka elektroničke knjige skraćen.

Elektroničku publikaciju netko mora i izdati pa se stoga ta osoba naziva elektronički nakladnik koji može biti i fizička ili pravna osoba te se ona brine o izdavanju elektroničke publikacije, ali i snosi troškove njezine proizvodnje i raspačavanja. Kada autor publikacije stekne

²⁹ ODLIS - Online Dictionary for Library and Information Science. By Joan M. Reitz. URL: // <http://lu.com/odlis/> (2010-10-10)

³⁰ Živković, Daniela. Elektronička knjiga. Zagreb: Multigraf, 2001. Str. 49.

autorska prava na određeni naslov, u tom trenutku postaje nakladnik elektroničke knjige i može se uključiti u sustav ISBN.³¹

S obzirom kako je najčešće elektronička knjiga ili publikacija produkt elektroničkog nakladništva, za početak ćemo definirati elektroničku knjigu te nakon toga objasniti načine kupnje elektroničke knjige/publikacije. Dakle, elektronička knjiga (e-knjiga) je jedna ili više računalnih datoteka omeđenog sadržaja, koje su dostupne javnosti na mreži kao mrežna knjiga ili u materijalnom obliku i to na CD-ROM-u, u prošlosti disketi. Uz tekst, elektronička knjiga i druge elektroničke publikacije mogu donositi sliku i zvuk, ali i veze (engl. *hyperlink*) s drugim brojnim srodnim mrežnim stranicama te program za izmjene i dopune. Elektronička knjiga treba biti označena vlastitim međunarodnim standardnim knjižnim brojem ISBN, bilo da je on jedina identifikacijska oznaka ili tek sastavni oblik DOI (Digital Object Identifier) i URN (Uniform Resource Name) specifičnih za elektroničku građu. Preporuka je da se svaki format elektroničke knjige označi vlastitim brojem ISBN.³²

Osim klasične narudžbe putem tiskane narudžbenice, elektroničku publikaciju može se kupiti i na Internetu na dva načina - u elektroničkom obliku i u papirnatom obliku. U elektroničkom obliku čitatelj/kupac može knjigu čitati na zaslonu računala ili ju otisnuti na pisaču ukoliko želi. U papirnatom obliku čitatelj/kupac može knjigu kupiti od nakladnika koji je ranije objavio knjigu u papirnatom obliku, a prava za digitaliziranu verziju prodao elektroničkom nakladniku. Kupac može kupiti i neobjavljenu ili raspodanu verziju knjige koja će biti objavljena na zahtjev (*print-on-demand*), danas sve popularniji način tiskanja, ili može kupiti novi naslov koji je odabrao i objavio elektronički nakladnik.³³ Nakon što kupac kupi određenu knjigu, naplata se vrši putem Interneta, a kupljeno djelo dolazi na e-mail u obliku PDF formata. U slučaju da je naručeno djelo na zahtjev, tekstualna datoteka, također u formatu PDF, poslana je putem Interneta na odgovarajući pisac, a djelo kupcu na kućna vrata.

Nakon kratkog uvoda i upoznavanja s elektroničkom publikacijom, slijedi kratki prikaz početka elektroničkog nakladništva općenito te u muzejima. Naime, elektroničko se nakladništvo počelo razvijati prije nešto više od dvadesetak godina, te se to razdoblje smatralo pokusnim. Očito je da informacijska i telekomunikacijska tehnologija imaju utjecaj na sve dijelove poslovanja, pa tako i na nakladništvo. Vremenom je počela djelovati na cijeli proces nastanka knjige, kao i na

³¹ Isto.

³² Isto.

³³ Isto, str. 109.

proizvodnju, raspačavanje pa sve do uporabe proizvoda. S obzirom na to, elektronički proizvodi danas se raspačavaju kao tiskana građa pa se tako mogu naći i u katalozima knjiga na prodaju. Primjerice, mnogi muzeji osim tiskane građe, imaju i elektroničke publikacije na prodaji. Danas se može reći da su CD-ROM-ovi elektronička publikacija, koja je u početku bila prijelazna faza u procesu preorijentacije na mrežno nakladništvo.³⁴ Potražnja za multimedijским proizvodima je u porastu i neki proizvodi se ne mogu zamisliti bez multimedije.

Povijest elektroničkog nakladništva je vrlo kratka ako se uspoređi s tiskanim nakladništvom. Prvi oblik elektroničke publikacije došao je godine 1980. u obliku običnog teksta e-maila. Oni su bili poslani svim pretplatnicima putem pretplatničke liste. Naravno, tekst je bio jednostavan način bez slika i krajem 1980-ih godina napustio se takav način publiciranja. Šezdesetih i sedamdesetih godina su nastale prve zvučne knjige, a riječ je bilo o tečajevima za učenje stranih jezika te gramofonskim pločama na kojima su se mogli kupiti snimljeni tekstovi. Može se reći da su to bili počeci učenja jezika audio-vizualnom metodom koja je i danas zastupljena. Nakon toga javljaju se zvučne kasete.³⁵

Godine 1971. započinje veliki projekt naziva *Projekt Gutenberg* koji traje i dan danas, a kojemu je cilj postaviti sve knjige na Internet kako bi bile svima dostupne. Taj projekt se smatra početkom elektroničke knjige. Projekt je vrlo uspješan pa je stoga do danas obrađeno 33 000 knjiga koje su dostupne besplatno na Internetu. *Projekt Gutenberg* je najveća zbirka elektroničkih knjiga. Kako projekt ne bi imao problema s autorskim pravima, sve knjige se dodaju tek nakon što su dobile potvrdu da mogu biti korištene, a najčešće su to knjige kojima su autorska prava istekla. Osim knjiga, postoji i zbirka glazbe.³⁶

Početak 1990-ih godina počinje se koristiti CD-ROM koji je i danas u uporabi, dok je, pak, mrežna distribucija časopisa započela sredinom 1990-ih, točnije 1995. godine, postignuvši veliki uspjeh koji traje i danas. Tako se godine 1994.-1995. pojavljuje prvi elektronički časopis i to *Electronics Letters Online by IEE* u izdanju Instituta inženjera elektrotehnike u Velikoj Britaniji. Objavom navedenoga časopisa na Internetu 1995.-1996. godine, započela je elektronička distribucija publikacija na Internetu koja je prisutna u velikom broju i dan danas.³⁷

³⁴ Isto, str. 106.

³⁵ Isto, str. 174.

³⁶ Više o Projektu Gutenberg pogledati na: http://www.gutenberg.org/wiki/Main_Page (2011-02-21)

³⁷ Usp. Pettenati, Corrado. Electronic publishing at the end of 2001. // 7th International Conference on Advanced Technology and Particle Physics. URL: http://villaolmo.mib.infn.it/Manuscripts/10_generalities/pettenati.pdf (2011-02-21)

Sličan *Projektu Gutenberg* je i projekt *Google Books* koji je započeo 2004. godine digitalizacijom sveučilišnih vrijednih knjiga. Digitalizirane knjige koje imaju pristup cjelovitom tekstu su one knjige kojima je autorsko pravo isteklo. Na taj način se sadržaj može postaviti na Internet bez bojazni od tužbe. Tako korisnici imaju pristup cjelovitim tekstovima samo onih knjiga za koje imaju dopuštenje autora ili izdavača. Nadalje, neki izdavači ne daju dopuštenje za cjeloviti tekst pa se stoga mogu pronaći i knjige kojima se određenim (bitnim) stranicama ne može pristupiti. Na taj način izdavači postižu veću prodaju knjiga koje se možda ne bi u tolikom broju prodavale nego bi stajale na policama.³⁸

Slijedeći ovaj trend razvoja elektroničkog nakladništva, i muzeji započinju objavljivati elektroničke publikacije, uviđajući njihovu prednost. Najčešće je riječ o katalogima izložbi na CD-ROM-u koji su bili bogato popraćeni slikom i zvukom, imali relativno nisku proizvodnu cijenu, veliki kapacitet pohrane podataka te se jednostavno koristili. Dakako, muzeji su posjetitelje nastojali privući i drugim oblicima elektroničkog nakladništva. Tako, primjerice, Američko muzejsko društvo (*American Association of Museums*) počinje 1998. godine objavljivati specijalizirani online časopis *Museums* koji se može pogledati na njihovoj mrežnoj stranici. Časopis izlazi kvartalno, te je nedavno predstavljen novi, poboljšani izgled časopisa u digitalnoj verziji.³⁹ Osim spomenutog časopisa, također u izdanju Američkog muzejskog društva, mjesečno izlazi i online časopis *Aviso*, koji sadrži izvješća o muzejima, vijesti o nadolazećim seminarima, radionicama kao i različitim uslužnim djelatnostima samog Američkog muzejskog društva. Nadalje, i Muzej umjetnosti Metropolitan u New Yorku 2000. započinje s projektom izdavanja mrežnih publikacija koje su namijenjene učenicima te studentima za rad i istraživanje. Tako je od 2000. pa do 2010. objavljeno ukupno četrnaest publikacija koje se nalaze u PDF formatu te se mogu preuzeti u cjelosti.⁴⁰ Britanski muzej (*The British Museum*) od 2001. godine objavljuje *online* publikacije koje se bave istraživanjima te čiji je cilj predstaviti djelovanje muzeja te različita otkrića (*Bronze Age Review*). Publikacije također mogu biti i tiskane na zahtjev te se nalaze u suvenirnici muzeja. Prva objavljena publikacija 2001. godine nosi naziv *Cleaning and Controversy: The Parthenon Sculptures 1811-1939*. Od 2001. pa do 2009. godine objavljeno je ukupno osamnaest online publikacija.⁴¹ Općenito

³⁸ Google Books Library Project. URL: <http://books.google.com/googlebooks/library.html> (2011-02-06)

³⁹ American Association of Museums. URL: <http://www.aam-us.org/pubs/mn.cfm> (2011-02-21)

⁴⁰ The Metropolitan Museum of Art. URL: <http://www.metmuseum.org/explore/classroom.asp> (2011-02-21)

⁴¹ The British Museum. URL: http://www.britishmuseum.org/research/research_publications/online_research_publications.aspx (2011-02-21)

gledajući, od 2001. godine sve više muzeja počinje izdavati elektroničke verzije časopisa, pa im tako broj s godinama raste.

Nakon kratkog povijesnog pregleda nastanka elektroničke publikacije primjećujemo da su one prisutne vrlo kratko, tek nešto više od dvadesetak godina. Od kasete pa sve do elektroničkih publikacija koje se mogu pregledavati na najmodernijoj tehnologiji, elektroničko nakladništvo prešlo je dugačak put u vrlo kratkom vremenskom roku. U poglavlju koje slijedi bit će predstavljen povijesni razvoj muzeja i muzejskog nakladništva u Hrvatskoj.

3. Povijesni razvoj muzeja i muzejskog nakladništva u Hrvatskoj

3.1. Povijesni razvoj muzeja u Hrvatskoj

Povijesni slijed muzejskih djelatnosti ukazuje da su promjene koje su se zbivale u prošlosti ljudskog čovječanstva imale veliki utjecaj na muzejsku djelatnost, na sve njezine uzlaze i padove. Povijest postanka muzeja i njegovih pojavnih oblika, od sakupljanja zbirke do utemeljenja institucija, usporedna je s poviješću muzeologije i seže u davnu prošlost. Kako se razvija društvo, ali i tehnologija, tako se i muzeji razvijaju. Zato će se dati kratki prikaz povijesnog razvoja muzeologije i muzeja u Hrvatskoj. Možemo reći da je Hrvatska po pitanju osnivanja muzeja bila uvijek u korak s europskim trendovima. Naime, prve se galerije pojavljuju u 16. st., i one su svojevrsan dvojni muzeja. Najprije su postojali hodnici ili trijemovi koji su bili ukrašeni različitim skulpturama, a nakon toga dugački veliki hal ili luksuzno opremljeni saloni. Za razliku od danas kada se umjetnost gleda kao zbirka u muzejima i galerijama, u 16. se st. s umjetnošću živjelo pa su stoga različite skulpture bile dio dekora kuće. Tek krajem 16. st. galerije se približavaju današnjim oblicima galerija zbog prostorijskih u kojemu se izlaže slike.⁴² Primjećujemo da se galerije pojavljuju vrlo rano, još tijekom 16. stoljeća. Iako prvobitno nisu bile zamišljene kao izložbeni prostor za slike, kipove i ostale umjetnine, s vremenom upravo to postaju te se približavaju današnjim galerijama.

U Hrvatskoj se prvi muzeji osnivaju početkom 19. stoljeća. Bila je to arheološka zbirka, odnosno arheološki muzej. Naime, već se 1802. god. u Puli na inicijativu maršala Marmonta uređuje lapidarij u Augustovu hramu, a 1820., na poticaj cara Franje I., osniva se Arheološki muzej u Splitu. Arheološki muzej se temelji na nalazima arheoloških istraživanja Salone i Dioklecijanove palače. Desetljeće poslije, u Zadru se 1830. godine, na inicijativu austrijskog namjesnika von Lilienberga, osniva arheološka zbirka. Dalmacija je bogata arheološkim nalazima te je stoga vrlo zanimljiva arheolozima zbog stalnog istraživanja i skupljanja arheološke zbirke. Primjećujemo da početkom 19. stoljeća dominiraju arheološke zbirke, koje će se tijekom stoljeća u nekim zemljama razviti u posebnu vrstu arheoloških muzeja. Ljudi su u to doba shvatili značenje arheoloških zbirki te su ih pokušali zaštititi i očuvati na taj način.

Prve galerije, pak, osnivaju se sredinom 19. stoljeća. Jedna od prvih galerija bila je *Strossmayerova galerija starih majstora* u okviru Južnoslavenske akademije znanosti i umjetnosti (JAZU, današnja Hrvatska akademija znanosti i umjetnosti), utemeljena u Zagrebu 1868. god.

⁴² Maroević, Ivo. Uvod u muzeologiju. Str. 26.

Galerija je osnovana nakon što je biskup Josip Juraj Strossmayer svoju zbirku koju je godinama stvarao u Đakovu darovao Akademiji. Nakon što se zgrada dovršila, zbirka je prenesena iz Đakova u Zagreb i otvorena 1884. god.

Muzeji za umjetnost i obrt javljaju se u drugoj polovici stoljeća kao spona između dviju zbirki - umjetničkih i tehničkih muzeja. *Muzej za umjetnost i obrt* otvara se 1880. godine u Zagrebu.⁴³

U Dalmaciji se, 1893. godine, u Kninu osniva *Muzej hrvatskih arheoloških spomenika*, koji je povijesni muzej po svom karakteru, a po metodi i srednjovjekovnom razdoblju koje istražuje arheološki. Muzej je inspiriran nalazom iz Muća s natpisom hrvatskog kneza Branimira iz 9. stoljeća. Zbirke se sustavno razvijaju i proširuju s drugim nalazima te predstavljaju izvor i svjedočanstvo najranije povijesti Hrvata.⁴⁴

S vremenom dolazi i do fenomena prezentiranja povijesne kuće što dovodi do pojave muzeja na otvorenom gdje se prikupljaju pretežno seoske i malograđanske kuće zajedno s inventarom, od pokućstva do oruđa, posuđa i na taj se način može pogledati i predočiti život iz toga vremena. Jedinstveni muzej u Hrvatskoj je svakako *Muzej "Staro selo" Kumrovec*⁴⁵ koji je jedini hrvatski muzej na otvorenome. Posjetiteljima prikazuje zagorsku tradiciju ruralnog prostora na prijelazu iz 19. u 20. stoljeće. Razgledavajući selo, vidimo stare zanate i tradicionalne obrte.

Nacionalni (narodni) muzeji posebna su vrsta muzeja jer se u njima skupljaju predmeti koji određuju nacionalni identitet novostvorenih modernih nacija i dovode u prvi plan njihove povijesne korijene iz daleke prošlosti. *Narodni muzej* u Zadru osnovan je 1832. god. s uzorcima iz prirodnih znanosti, starina, narodne te industrijske djelatnosti. Ubrzo je pokrenut (1836.), a potom i otvoren javnosti i *Narodni muzej* u Zagrebu (1846). Međutim, on se već 1878. godine razdvaja na prirodoslovni i arheološko-starinski dio, koji će zaživjeti kao posebni muzeji.⁴⁶

Narodni muzej u Zagrebu 1874. godine otkupljuje zbirku narodnih umjetnina *Srećka Laya* čime započinje skupljanje etnografske građe u Hrvatskoj. Građa se poslije seli i proširuje u *Muzej za umjetnost i obrt*, *Hrvatski školski muzej* te *Trgovački muzej*. Prvi etnografski muzej u Hrvatskoj

⁴³ Isto, str. 37.

⁴⁴ Isto, str. 39.

⁴⁵ Više informacija o Muzeju „Staro selo“ Kumrovec na: URL: <http://www.tz-zagorje.hr/muzeji/muzej-staro-selo.html> (2010-10-20)

⁴⁶ Maroević, Ivo. Nav. dj., str. 41.

osnovan je 1910. godine u Splitu, i to nakon izložbe narodne umjetnosti, a 1919. god. osnovan je i 1922. godine i otvoren *Etnografski muzej* u Zagrebu.⁴⁷

Prirodoslovni muzeji se kao i kao ostali muzeji također razvijaju i osnivaju u 19. stoljeću. Unutar njih stvaraju se specijalizirane zbirke, koje se, kako im i sam naziv govori, bave određenim dijelovima prirodnog svijeta. Prirodoslovna zbirka u Hrvatskoj skuplja se u okviru *Narodnog muzeja* u Zagrebu, a jezgra mu je bila zbirka *Mijata Sabljara* iz 1843. godine. Tri desetljeća poslije osnovani su posebni odjeli – Mineraloško-petrografski, Geološko-palontološki i Zoološki. U *Narodnom muzeju* u Zadru 1838. godine osniva se prirodoslovna zbirka, dok se u Dubrovniku osniva 1867. godine.⁴⁸ Hrvatski muzeji se razvijaju polako tijekom cijelog 19. stoljeća te se razvijaju i posebni odjeli. Vidi se iz priloženoga da u 19. stoljeću raste svijest o važnosti galerija i muzeja. Tako možemo zaključiti da je 19. stoljeće bilo vrlo plodno što se tiče osnivanja muzeja, jednako kao što će biti plodno i 20. stoljeće.

U 20. stoljeću svoj vrhunac doživljavaju galerije pa se tako 1905. godine u Zagrebu osniva *Moderna galerija* hrvatske likovne umjetnosti, što je vrlo rano i za razvoj europskih galerija. *Modernu* je galeriju na poticaj I. Kršnjakovoga osnovalo Hrvatsko društvo umjetnika. *Galerija umjetnina* u Splitu osnovana je 1931., te 1937. godine *Gipsoteka* u Zagrebu. Najznačajnije je osnivanje *Galerije suvremene umjetnosti* u Zagrebu, koje će se udružiti s nekoliko drugih umjetničkih muzeja, te postati Galerijama grada Zagreba, a 1990. godine i prerasti u *Muzej suvremene umjetnosti* što je ostalo do dan danas. Nadalje, tu su i *Galerija Meštrović* u Splitu, *Umjetnička galerija* u Dubrovniku, *Moderna galerija* u Rijeci, *Galerija likovnih umjetnosti* u Osijeku i *Galerija naivnih umjetnika Hlebinske slikarske škole* u Hlebinama koje su osnivane u rasponu od nekoliko godina.⁴⁹ Može se zaključiti kako galerije početkom 20. stoljeća doživljavaju procvat pa se stoga osnivaju diljem zemlje u vrlo kratkim vremenskim periodima. Otvarajući vrata građanima, galerije pokazuju sve svoje vrijednosti koji nisu bile dostupne prijašnjih stoljeća.

Sadržaji povijesnih muzeja razvijaju se prvobitno u gradskim muzejima jer su brojni gradovi u Hrvatskoj čuvari kulturne povijesti. Od kraja prošlog stoljeća osnivaju se i otvaraju po Hrvatskoj velikom brzinom (Dubrovnik 1872, Osijek 1877, Rijeka 1889, Zagreb 1907, Požega 1924, Varaždin i Šibenik 1925 i Slavonski brod 1934) koji na taj način omogućuju bogaćenje hrvatske kulturne

⁴⁷ Isto, str. 40.

⁴⁸ Isto, str. 41.

⁴⁹ Isto, str. 45-46.

baštine.⁵⁰ Primjećujemo da nakon II. svjetskog rata počinje razvoj povijesnih muzeja u Hrvatskoj. U Zagrebu se osniva 1952. god. današnji *Hrvatski povijesni muzej*.

U 20. st. arheološki muzeji u Hrvatskoj dobivaju velik značaj. Tako se 1930. godine osniva *Arheološki muzej Istre* u Puli koji će kasnijih godina postati jednom od najdinamičnijih ustanova te vrste u Hrvatskoj. *Tehnički muzej* se osniva u Zagrebu 1954. god. i pokriva područje cijele Hrvatske kao i *Školski muzej* koji je osnovan 1901. godine u Zagrebu te je do sada jedini takav muzej u Hrvatskoj. Tehnički muzeji publiku privlače svojom različitom građom jer prate razvoj tehnologije i tehnike. Tako se u tehničkim muzejima mogu pronaći razvoj automobilske industije, brodske, zrakoplovne itd.

Najnoviji oblici muzeja su virtualni muzeji koje smo ranije spomenuli. Virtualni muzeji nude sve što i stvarni muzeji, ali u virtualnoj verziji i na Internetu. Vrlo često virtualni muzeji posjetiteljima nude neometano kretanje po muzeju i njezinoj zbirci. U Hrvatskoj su virtualni muzeji još u nastanku. Jedan od poznatijih svakako je *Virtualni muzej avangarde*. Spomenuti muzej od 2009. posjeduje virtualnu *Kolekciju Marinko Sudac*.⁵¹ Kolekcija sadrži preko 10 000 umjetnina i dokumenata u rasponu od osobnih pisama do video i filmske dokumentacije. Ovaj će muzej postati portal za informacije o avangardnoj umjetnosti, mreža koja će u budućnosti objedinjavati sve umjetnike, teoretičare, kritičare, kao i kustose te povjesničare umjetnosti zainteresirane za povijesnu problematiku avangarde.⁵² Također, još jedan primjer fantastičnog virtualnog muzeja je svakako virtualni *Muzej krapinskih neandertalaca* koji je dostupan na DVD-u od kolovoza 2010. Može se obići svaki kutak muzeja, vidjeti cijelu zbirku.⁵³ Za razgledavanje na DVD-u može se koristiti audio vodič koji iznosi sve zanimljivosti o muzeju kao i o izloženim predmetima. Audio vodič se može pozvati da automatski provede gledatelja cijelom postavom što traje 70 minuta. Pogledati se može stvarna postava ili se može samostalno virtualno šetati muzejom te pozivati audio vodiča kad god se

⁵⁰ Isto, str. 46.

⁵¹ Virtualni muzej avangarde. URL: <http://www.avantgarde-museum.com/> (2010-08-26)

⁵² Isto. URL: <http://www.avantgarde-museum.com/info.php?lang=hr> (2010-08-26)

⁵³ DVD Muzeja krapinskih neandertalaca dostupan je u suvenirnici muzeja u Krapini. Predstavljanje DVD-a bilo je 13.9.2010. u Muzeju krapinskih neandertalaca. Također, istoimeni DVD dobio je nagradu CBTour – inovacija u poslovnom turizmu, u kategoriji Najbolja tehnologija Hrvatskog poslovnog turizma za 2010. godinu. Nagradu su raspisali Društvo inovatora Sigma iz Zagreba. Vijest o nagrađenom DVD-u prenijeli su mnogi hrvatski mediji kao što su Večernji list, Vjesnik, ali i Hrvatska radio televizija koja je imala prilog u Vijestima iz kulture. Više o osvojenim nagradama pogledati na: Muzej Hrvatskog zagorja. URL: <http://www.mhz.hr/krapina.html> (2010-08-26); Virtualna šetnja muzejom. URL: [http://www.hrt.hr/index.php?id=275&tx_ttnews\[tt_news\]=86821&tx_ttnews\[backPid\]=38&cHash=4ebf71c6bb](http://www.hrt.hr/index.php?id=275&tx_ttnews[tt_news]=86821&tx_ttnews[backPid]=38&cHash=4ebf71c6bb) (2010-08-26); Multimedijalni DVD o krapinskom pračovjeku dobio nagradu CBTour. URL: <http://www.vecernji.hr/kultura/multimedijalni-dvd-krapinskom-pracovjeku-dobio-nagradu-cbtour-clanak-196812> (2010-08-26).

na zidu pokaže oznaka u obliku malih slušalica. Sadržaj cijelog DVD-a napravljen je na četiri jezika (hrvatski, engleski, njemački i slovenski).⁵⁴ Izdavač ističe da se osim virtualne šetnje prostorom *Muzeja krapinskog neandertalca* može vidjeti i nalazište koje se nalazi oko 200 metara od samog muzeja. Jedan od novijih virtualnih muzeja u Hrvatskoj svakako je *Dubrovački muzej (Visia Dubrovnik 5D Museum)* koji je otvoren u lipnju 2010. godine.⁵⁵ Muzej je smješten u samostanu Svete Klare na samom ulazu u staru gradsku jezgru. Program je zamišljen u tri dijela: Mreža svijeta, Himna slobodi i Vremeplov. U Mreži svijeta na dvadesetak računala s ekranom na dodir svaki posjetitelj može kreirati svoju razglednicu s porukom mira te je putem elektroničke pošte poslati sebi ili svojim prijateljima. Drugi dio prikazuje najvažnije znamenitosti grada, dok je treći dio zamišljen kao putovanje kroz povijest, od dolaska Hrvata na Jadran do samoga nastanka Dubrovnika. Cijeli virtualni muzej napravljen je u najsuvremenijoj 5D tehnologiji što pojačava dojam stvarnosti.

Primjećujemo da se usporedo s razvojem društva i informacijske tehnologije razvijaju i muzeji. Od prvotnih muzeja pa do muzeja na otvorenom i virtualnih muzeja prošlo je nekoliko stoljeća. U tom razdoblju muzeji su se koristili raznim sredstvima, pa tako i najnovijom tehnologijom, kako bi išli u korak s vremenom, te kako bi privukli što više posjetitelja.

3.2. Povijesni razvoj muzejskog nakladništva u Hrvatskoj

Muzejsko nakladništvo, kao i muzejska glasila, stari su koliko i sami muzeji. Međutim, o povijesnom razvoju muzejskog nakladništva u Hrvatskoj vrlo malo se zna jer ne postoji literatura koja govori o tome. Također, do sada nije provedeno niti istraživanje na tu temu, pa su podaci za potrebe diplomskoga rada dobiveni pretraživanjem mrežnih stranica najstarijih hrvatskih muzeja. Međutim, s obzirom na oskudnost informacija, u tekstu koji slijedi nisu uključeni plakati, informacijski letci te brošure, već samo katalozi izložaba kao i monografije.

Kao jedan od najstarijih muzeja u Hrvatskoj, *Arheološki muzej* u Zagrebu davne 1870. godine započeo je s izlaženjem *Viestnika narodnoga zemaljskoga muzeja u Zagrebu*, današnjeg *Vjesnika Arheološkog muzeja u Zagrebu*. *Vjesnik* kontinuirano izlazi od 1879. godine. Osim

⁵⁴ Virtualni Muzej krapinskih neandertalaca. URL: <http://www.novena.hr/hr/novosti/virtualni-muzej-krapinskih-neandertalaca,118.html> (2010-08-26)

⁵⁵ Visia Dubrovnik 5D Museum. URL: <http://www.visiadubrovnik.com/hr/index.aspx> (2010-10-13)

spomenutog časopisa, među prvim muzejskim publikacijama je i zbornik *Strena Buliciana*, *Bulićev zbornik*, izdan 1924. godine, također u izdanju *Arheološkog muzeja*. Najstariji muzej u Hrvatskoj, *Arheološki muzej* u Splitu, 1878. godine počinje s izdavanjem *Bullettino di archeologia e storia dalmata* *Bullettino di archeologia e storia dalmata*, današnji *Vjesnik za arheologiju i povijest dalmatinsku*, koji je najznačajniji arheološki časopis u Hrvatskoj. *Muzej hrvatskih arheoloških spomenika* 1895. godine počinje s izdavanjem *Starohrvatske prosvjete*, časopisa koji kontinuirano izlazi do danas. Spomenuto glasilo prvo je stručno glasilo u Hrvatskoj koje je posvećeno temama nacionalne arheologije.⁵⁶

Zbornici se počinju izdavati 1924. godine i to u izdanju *Arheološkog muzeja* u Zagrebu, dok 1927. godine *Muzej grada Koprivnice* izdaje *Koprivnički almanah*, današnji *Podravski zbornik*. Godine 1940. *Arheološki muzej* u Zagrebu pokreće *Hoffilerov zbornik*. *Etnografski muzej* u Zagrebu, pak, 1934. godine počinje izdavati svoj godišnjak *Etnološka istraživanja i građa*, koji je kasnije dobio naziv *Etnološka istraživanja*. *Muzej grada Zagreba*, pak, 1957. godine počinje s izdavanjem svojeg zbornika *Iz starog i novog Zagreba*.⁵⁷

Prvu poznatu tiskanu monografiju objavio je *Arheološki muzej* u Splitu, 1930. godine, dok 1945. godine *Arheološki muzej* u Zagrebu izdaje svoju prvu monografiju *Die Burg Vučedol*. Spomenuta monografija može se kupiti u suvenirnici Muzeja, kao i putem njihove mrežne stranice. Nakon puna dva desetljeća, 1966. *Arheološki muzej* u Zadru objavljuje svoju prvu monografiju, *Stariji neolit u Dalmaciji*, nakon čega je prošlo gotovo dvadeset godina do objave njihove druge monografije, *Rimski akvedukti* (1982.). Iako osnovan prije više od stotinu šezdeset godina, točnije 1846. godine, *Povijesni muzej* u Zagrebu tek 1971. godine objavljuje svoju prvu monografiju, *Staro oružje*.⁵⁸

Gradski muzej Varaždin davne 1943. godine objavljuje vodič *Varaždinski muzej* čime započinje izdavanje muzejskih vodiča. Primjećujemo da počinje vrlo rano s objavljivanjem vodiča,

⁵⁶Arheološki muzej u Zagrebu. URL: <http://www.amz.hr/naslovnica/izdavastvo/vjesnik-amz.aspx> (2010-12-29); *Vijesnik za arheologiju i povijest dalmatinsku*. URL: <http://hrcak.srce.hr/vapd> (2010-12-29); *Muzej hrvatskih arheoloških spomenika*. URL: <http://www.mhas-split.hr/izdanja/Starohrvatskaprosvjeta/tabid/79/Default.aspx> (2011-01-12).

⁵⁷Etnografski muzej u Zagrebu. URL: http://www.emz.hr/etnoloska_istrazivanja.html (2011-01-12).

Muzej grada Zagreba. URL: <http://www.mgz.hr/hr/izdanja/> (2011-01-12).

⁵⁸Arheološki muzej u Zadru. URL: http://www.amzd.hr/index.php?option=com_content&task=view&id=63&Itemid=59 (2011-01-12); *Arheološki muzej u Zagrebu*. URL: <http://www.amz.hr/naslovnica/izdavastvo/katalozi-i-monografije.aspx> (2010-12-29); *Hrvatski povijesni muzej*. URL: <http://www.hismus.hr/hrvatski/glavna.htm> (2011-01-13).

nastojeći se očito na taj način približiti potencijalnim posjetiteljima. Osim vodiča, 1935. godine objavljuju i spomenicu naziva *Spomenica varaždinskog muzeja 1925-1935*.⁵⁹

Naši su muzeji također u svoje izdavaštvo uključili i kataloge izložbi. S izdavanjem kataloga izložbi započinje *Gradski muzej Varaždin* 1949. godine. Te je godine tiskan katalog likovne izložbe *4. izložba slikara i kipara Hrvatskog zagorja i Međimurja*. Nakon toga, *Arheološki muzej* u Zagrebu 1950. godine izdaje svoj prvi katalog izložbe, *Gradište u Mrsunjskom Lugu*, nakon čega slijedi 1969. god. *Spomenici zlatarstva od prehistorije do srednjeg vijeka*. Muzej potom svake godine izdaje kataloge izložbe sve do danas. Godine 1954. *Narodni muzej* u Zadru izdaje katalog izložbe *Retrospektiva Emanuela Vidovića*. Iste godine i *Arheološki muzej* u Zadru tiska *Muzeji i zbirke Zadra* s čime se započinje intenzivnije tiskanje kataloga izložbi u Hrvatskoj. Niz objavljivanja kataloga izložbe sredinom prošlog stoljeća nastavlja i *Muzej grada Zagreba*, pa tako 1957. izdaje svoj prvi katalog izložbe, *Slike Zagreba od 16.-19. st.*⁶⁰ Katalozi izložbi počinju se izdavati vrlo kasno ako se uzme u obzir činjenica da su svi navedeni muzeji osnovani u rasponu od 1830. pa do 1870., s izuzetkom *Muzeja grada Zagreba* koji je osnovan 1907. godine i *Gradskog muzeja Varaždina* utemeljenog 1925. god.

Kao što smo mogli vidjeti iz ovog kratkog prikaza razvoja tiskanog muzejskog nakladništva, prve muzejske publikacije se pojavljuju u arheološkim muzejima, koji su ujedno bili i najstariji tipovi muzeja u Hrvatskoj. Osim arheoloških muzeja, etnografski muzej također primjećuju važnost muzejskog nakladništva pa tako početkom 20. stoljeća započinje s izdavanjem svojih godišnjaka. Nakon 1950. godine, točnije nakon II. svjetskog rata, svi muzeji započinju s izdavanjem različitih tipova publikacija koje se nastavilo sve do danas.

Međutim, posljednjih se dvadesetak godina, osim tiskanog nakladništva, u muzejima pojavljuje i novi oblik nakladništva, a to je elektroničko nakladništvo, o kojem je u prijašnjem poglavlju bilo govora. Nakladnici CD-ROM-ova najčešće su muzeji i galerije kojima je CD-ROM zamjena za skupe tiskane kataloge ili vodiče. Međutim, katalozi i vodiči pomoću multimedije mogu oživjeti sadržaj i na taj način privući posjetitelje. Osim muzeja i galerija, turističke zajednice pomoću CD-ROM-a promoviraju gradove ili cijelu Hrvatsku.

⁵⁹ Gradski muzej Varaždin. URL: <http://www.gmv.hr/bibliografija.aspx?pid=8> (2011-01-21).

⁶⁰ Arheološki muzej u Zadru. URL:

http://www.amzd.hr/index.php?option=com_content&task=view&id=63&Itemid=59 (2011-01-12); Arheološki muzej u Zagrebu. URL: <http://www.amz.hr/naslovnica/izdavastvo/katalozi-i-vodici.aspx> (2010-12-29); Gradski muzej Varaždin. URL: <http://www.gmv.hr/bibliografija.aspx?pid=10&kid=12> (2011-01-21); Muzej grada Zagreba. URL: <http://www.mgz.hr/hr/izdanja/> (2011-01-12); Narodni muzej u Zadru. URL: <http://nmz.hr/aktivnosti/izdavastvo/arhiva> (2011-01-13).

Kako je započelo elektroničko nakladništvo u muzejima? Elektroničko se nakladništvo u hrvatskom muzejskom nakladništvu javlja sredinom devedesetih godina. Muzeji nastoje korištenjem novih tehnologija te oblika muzejskih publikacija privući u svoje prostore posjetitelje, koji i sami imaju sve razvijenije tehnološke potrebe i navike.⁶¹ I upravo iz toga razloga pomoću CD-ROM-ova i mrežnih stranica muzeji privlače posjetitelje na puno brži način nego što bi to vjerojatno mogli činiti pomoću tradicionalnih tiskanih muzejskih publikacija. Tako je multimedija sve više prisutna u hrvatskih muzejima.

Jedan od najrasprostranjenijih načina primjene multimedije jest obrazovni ili interpretativni oblik multimedije, poput prezentacija izložbi, stalnih postava ili muzejskih zbirki na interaktivnom kompaktnom disku, CD-ROM-u. Upravo zbog brojnih prednosti tog medija, CD-ROM služi kao elektronički katalog povremenih izložbi, dokumentira izložbu i tim načinom produžuje njezino trajanje u virtualnom obliku, a za vrijeme trajanja izložbe u muzeju prezentiran je na interaktivnom displeju.⁶²

Primjerice, *Fundacija Ivana Meštrovića* priredila je 1999. godine CD-ROM *Ivan Meštrović i Atelijer Meštrović* koji donosi životopis ovog umjetnika, kronologiju njegovog rada te eksponate iz stalnog postava Atelijera Meštrović. Godine 1995. *Muzejsko dokumentacijski centar* pokreće projekt *Muzeji Hrvatske na Internetu*⁶³ čija je realizacija započela 1996. godine u namjeri predstavljanja muzeja širom Hrvatske. Do danas su u sklopu njega predstavljene 33 muzejske ustanove, odnosno ukupno 50 muzeja, njihovih područnih zbirki i lokaliteta. Isti je nakladnik 1999. na CD-ROM-u pod naslovom *Hrvatski muzeji 1* predstavio 20 muzeja. Svi muzeji su predstavljeni općim podacima o aktivnosti, poviješću muzeja te odjelima i zbirkama uz odabir najreprezentativnijih predmeta. Također, *Muzejsko dokumentacijski centar* 2000. godine objavio je *Ratne štete na muzejima i galerijama u Hrvatskoj* u tiskanom obliku i na mreži. Popis sadrži sve galerije, muzeje i zbirke u Hrvatskoj kao i popis pojedinog muzeja i štete u njemu. Postoje kategorije opljačkani predmeti, uništeni i oštećeni predmeti.

Osim *Muzejsko dokumentacijskog centra* koji je među prvima izdao CD-ROM u Hrvatskoj, *splitski Etnografski muzej* 1998. godine, za svoju 90. godišnjicu rada, izdao je dvojezični CD-ROM

⁶¹ Usp. Radovanlija Mileusnić, Snježana. CD-ROM-ovi u hrvatskom muzejskom izdavaštvu. // *Informatica Muzeologica* 31, 1/2 (2000), str. 55.

⁶² Antoš, Zvezdana. Primjena multimedijских tehnologija na muzejskim izložbama. // *Informatica Muzeologica* 35, 1/2 (2004), str. 47.

⁶³ *Muzeji Hrvatske na Internetu*. *Muzejsko dokumentacijski centar*. URL: <http://www.mdc.hr/hr/muzeji-u-hrvatskoj/muzeji-hrvatske-na-internetu/> (2010-07-29)

gdje je predstavio stalni postav pod naslovom *Splitske uspomene = Memories of Split*. Osim što je predstavljen stalni postav, predstavljena je i povijest muzeja kao i njegove zbirke. Iste godine je i Etnografski muzej u Zagrebu priredio izložbu koju je popratio kako tiskanim katalogom, tako i katalogom na CD-ROM-u naziva *Pokućstvo u Hrvatskoj: etnološki pogled na unutrašnje uređenje doma*.⁶⁴

Godinu poslije, 1999. Pomorski i povijesni muzej Hrvatskog primorja u Rijeci u novopokrenutoj muzejskoj biblioteci predstavio je u zasebnim svescima Zbirku portreta i Zbirku satova pod naslovom *Satovi iz fundusa Muzeja* koji je izdan i u elektroničkom obliku na CD-ROM-u.⁶⁵ Katalog sadržava tekst o zbirci satova te njihova obilježja. Iste godine Gradski muzej Karlovac, povodom povodom 95. godišnjice Gradskog muzeja i 160 godina otkrića fotografije, izdaje CD-ROM kataloga izložbe pod nazivom *Iz starih albuma: karlovački fotografi (1850.-1940.): iz fundusa Gradskog muzeja Karlovac povodom 95. godišnjice Gradskog muzeja i 160 godina otkrića fotografije = From the old photo albums: Karlovac local photographers (1850-1840): from the holdings of the Municipal Museum and 160 years since the invention of photography*. Katalog je izdan na dva jezika: hrvatskom i engleskom jeziku.

Kao jedan od zasigurno najvećih projekata u 2000. godini treba spomenuti i *Historicizam u Hrvatskoj* u izdanju Muzeja za umjetnost i obrt u Zagrebu. Vrlo zanimljiv podatak je da je istoimena izložba otvorila vrata posjetiteljima na dan kada je prije stotinu i dvadeset godina sam muzej i osnovan. Izložba je popraćena bogatim katalogima na hrvatskom i engleskom jeziku, ali i izdanjem na CD-ROM-u. Katalog sadrži više od tisuću i petsto fotografija u boji. Na pripremama i realizaciji izložbe radilo je stotinjak stručnjaka, od povjesničara umjetnosti i restauratora do fotografa te brojnih drugih suradnika te se iz toga vidi koliko je izložba bila velika svojim opsegom.⁶⁶ Može se sa sigurnošću reći da je tada *Historicizam u Hrvatskoj* bio veliki poduhvat koji je zahtijevao velike pripreme koje su kulminirale veličanstvenim izdanjem CD-ROM-a.

Godine 2001. nastavlja se i dalje trend izdavanja kataloga izložbi na CD-ROM-u. Tako Muzej grada Splita izdaje *Split Marulićeva doba izložba povodom 500. obljetnice nastanka Judite*. Katalog, uz hrvatski jezik, sadrži i prijevod na engleski i španjolski jezik. Izložba je bila priređena

⁶⁴ Radovanlija Mileusnić, Snježana. CD-ROM-ovi u hrvatskom muzejskom izdavaštvu. Str. 55.

⁶⁵ Isto.

⁶⁶ Lovrić Plantić, Vesna. Valorizacija utemeljiteljskoga doba. // *Vijenac* 155 (2000). URL: <http://www.matica.hr/Vijenac/Vij155.nsf/0/7e565cedcab32f59002568810054f318?OpenDocument> (2010-10-23)

na 550. obljetnicu rođenja pjesnika Marka Marulića te 500. obljetnicu nastanka njegovog prvog književnog djela napisanog na hrvatskom jeziku, „Judite“.

Sve veća pojava različitih izdanja CD-ROM-ova početkom 2001. godine svjedoče o tome da se elektroničko nakladništvo u Hrvatskoj širi. CD-ROM-ovi postaju popularna muzejsko-galerijska izdanja za prezentiranje pojedinih izložaba. Mogućnosti multimedije, dakle kombiniranja tekstualnih i slikovnih podataka uključujući reprodukcije, video i filmske zapise te zvučne segmente, omogućavaju da posredstvom nove tehnologije publikacija oživi i obogati se činjenicama koje ne sadržava tiskani katalog – klasična dokumentacija o izložbi.⁶⁷ Dakako, objavljivanje elektroničke publikacije uglavnom je opsežan projekt koji uključuje dugotrajne pripreme koje obuhvaćaju planiranje, istraživanje korisnika pa sve do vrednovanja multimedijjskih izdanja, te osvrta na praktično iskustvo pri izradi elektroničke publikacije.⁶⁸

Naposlijetku, može se zaključiti kako hrvatski muzeji imaju dugu tradiciju izdavanja muzejskih glasila, već od kraja 19. stoljeća, prepoznavši ih kao važno sredstvo promocije muzeja te potrebe za diskusijom na području stuke. Neke od prvih muzejskih tiskanih publikacija kontinuirano izlaze od svojeg prvoga broja te su stekle veliki ugled u muzejskom svijetu. Muzejski časopisi prvenstveno služe muzealcima koji preko njih prate aktualne teme u muzejskom svijetu. Dakako, muzejski časopisi nisu isključivo rezervirani samo za njih već i za korisnike koje zanimaju teme obrađene u njima. Početke, pak, elektroničkog nakladništva možemo pronaći sredinom devedesetih godina 20. stoljeća. Prve elektroničke muzejske publikacije, i to one na CD-ROM-u, zabilježene su 1998. godine. No, stanje u hrvatskom muzejskom nakladništvu u posljednjih desetak godina pokazat će rezultati istraživanja koji slijede u nastavku.

⁶⁷ Vinterhalter, Jadranka. Suvremena umjetnost u publikacijama i na CD-ROM-ovima. // *Informatica Museologica* 32, 3/4 (2001), str. 27.

⁶⁸ Antoš, Zvezdana. Multimedijjska muzejska izdanja. // *Informatica Museologica* 32, 3/4 (2001), str. 99.

4. Istraživanje: Muzejsko nakladništvo u Hrvatskoj

4.1. Prijašnja istraživanja o muzejskom nakladništvu u Hrvatskoj

Istraživanja o muzejskom nakladništvu u Hrvatskoj vrlo su oskudna. Zabilježeno je samo jedno istraživanje koje je 2001. godine provela Snježana Radovanlija Mileusnić iz Muzejskog dokumentacijskog centra. Rezultati njezina istraživanja objavljeni su u radu *Pregled tipologija formalnih i sadržajnih obilježja muzejskih publikacija – rezultati istraživanja hrvatskog muzejskog izdavaštva*.⁶⁹

U navedenom je istraživanju, koje je bilo provedeno od rujna do studenog 2001. godine, sudjelovalo sto muzeja, galerija i muzejskih zbirki s ukupno 454 najzastupljenijih vrsta publikacija koje su tiskane u periodu od 1. listopada 2000. do 1. listopada 2001. Izostavljeni su plakati, pozivnice, razglednice, kalendari i ostali promidžbeni ili sitni tisak. Navedeno je istraživanje, naime, bilo ograničeno samo na najzastupljenije muzejske publikacije.⁷⁰

Istraživanje se provodilo prema broju publikacija, prema tipu i vrsti muzeja, pri čemu se istraživao udio općih muzeja te udio specijaliziranih muzeja. Također, istraživanje se provodilo i prema raspodjeli ukupnog broja publikacija prema vrstama pri čemu se željelo vidjeti koje su publikacije najzastupljenije u muzejskom izdavaštvu. Jedan od kriterija uključivao je kataloge povremenih izložaba prema njihovoj tematici koji su dali odgovor na pitanje koje su teme najzastupljenije u izložbama, odnosno njihovim popratnim katalogima. Istraživao se i medij na kojem je publikacija izdana i to u tri kategorije: tiskovine, AV građa i elektroničke publikacije (CD-ROM). Osim medija, istraživanje je provedeno i prema jezičnom kriteriju. Naposljetku, posljednji je istraživački kriterij bio publiciranje logotipa muzejske ustanove, što je obavezni element za sve publikacije jer se prema njemu prepoznaje ustanova koja je publikaciju tiskala.

Rezultati su pokazali da je udio općih muzeja tek neznatno veći od specijaliziranih muzeja. Što se tiče vrste publikacija, prema očekivanju su najzastupljeniji katalogi povremenih izložaba i to sa čak 78%. Istraživanje je također pokazalo da hrvatski muzeji najviše pozornosti posvećuju likovnim temama, a najmanje tehničkim (svega 1%). Također, iako su zastupljeni svi mediji - tiskovine, AV-građa i elektroničke publikacije (CD-ROM), daleko najveći broj čine tiskovine, dok

⁶⁹ Rezultate istraživanja vidjeti u: Radovanlija Mileusnić, Snježana. Pregled tipologija formalnih i sadržajnih obilježja muzejskih publikacija – rezultati istraživanja hrvatskog muzejskog izdavaštva. // *Informatica Muzeologica* 32, 3/4 (2001), str. 14-18.

⁷⁰ Isto, str. 14.

je broj elektroničkih publikacija vrlo mali, tek 4%. To je i razumljivo jer se elektroničko izdavaštvo u Hrvatskoj tek tada počelo razvijati. Nadalje, analiza prema jezičnom kriteriju je pokazala da je hrvatski jezik još uvijek vodeći, iako su zastupljene i dvojezične publikacije tiskane usporedno i na hrvatskom i na nekom stranom jeziku. Zadnji kriterij odnosi se na publiciranje logotipa muzejske ustanove. Publiciranje logotipa muzejske ustanove pokazuje koliko je publikacija otisnuto s jasno istaknutim logotipom ustanove koja publicira određenu muzejsku publikaciju.

Međutim, kao što je ranije spomenuto, navedeno istraživanje odnosi se isključivo na 2001. godinu. Stoga, kako bi se dobila cjelovita slika muzejskog nakladništva u Hrvatskoj, potrebno je provesti istraživanje koje uključuje godine prije 2001., ali i godine koje slijede.

4.2. Ciljevi istraživanja i hipoteza

Istraživanje je u ovom radu provedeno za razdoblje od 2002. do 2009. godine. Cilj je istraživanja utvrditi koji su hrvatski muzeji najproduktivniji u izdavačkom smislu, koje su muzejske publikacije najzastupljenije, na kojem mediju i jeziku. Pokušat će se odgovoriti na sljedeća pitanja:

- kolika je godišnja produkcija hrvatskih muzeja i galerija kako bi se ustanovilo zanimanje za izdavanjem muzejskih publikacija;
- koji je udio općih i specijaliziranih muzeja kako bi se ustanovili najaktivniji muzeji te
- koje su najzastupljenije vrste muzejskih publikacija pomoću čega će se vidjeti što muzeji najviše izdaju i prema čemu su orijentirani.

Rad će rezultirati izvješćem u kojemu će biti objedinjeni i prezentirani podaci. Podaci će biti analizirani i kontekstualizirani. Krajnji cilj istraživanja je, dakako, predstaviti konkretne rezultate koji se tiču hrvatskog muzejskog nakladništva u razdoblju od 2002. do 2009. godine.

Kao okosnica istraživanju postavljene su sljedeće hipoteze:

1. zavičajni muzeji najviše izdaju publikacije s obzirom da oni čuvaju zavičajnu baštinu;
2. najzastupljeniji oblik publikacije je katalog izložbe, s obzirom na to da su katalozi izložbe najbolji oblik komunikacije s publikom;
3. broj muzejskih publikacija na stranom jeziku s godinama će rasti jer će muzeji uvidjeti važnost komunikacije s inozemnim posjetiteljima koji ne poznaju hrvatski jezik te važnost promocije određenog muzeja i izložbe u svijetu te

4. broj publikacija koji su objavljeni na CD-ROM-u s godinama će rasti jer se uviđaju brojne prednosti toga medija.

4.3. Metodologija istraživanja

Kako bi se ranije zadani ciljevi mogli ostvariti, zahtjeva se dobro razrađena metodologija koja pomaže ostvarivanju tih ciljeva. U istraživanju se koristila metoda:

- detaljnog pretraživanja i prikupljanja podataka,
- analiza rezultata, pri čemu su se nastojale usporediti sličnosti i razlike kod svih navedenih godina te
- pokušaj usporedbe dobivenih rezultata s prijašnjim istraživanjima.

Istraživački će korpus činiti katalog *Izložbe izdavačke djelatnosti hrvatskih muzeja i galerija* u izdanju Muzejskog dokumentacijskog centra, od 2002. – 2009., dostupnog i na mreži.⁷¹ Naime, Muzejsko dokumentacijski centar već dugi niz godina (od 1982.) organizira *Izložbe izdavačke djelatnosti hrvatskih muzeja i galerija* koje se tradicionalno održavaju na Zagrebačkom Velesajmu u sklopu Interlibera, sajma knjiga. Svake se godine sve više i više hrvatskih muzeja odaziva tom pozivu. Svaka izložba je popraćena katalogom u kojem se nalazi popis svih publikacija koje se izdane u tekućoj godini.⁷²

Muzeji su u katalogu, radi lakšeg snalaženja, poredani abecednim redom. Također, dostupni su i podaci o izdavačkoj djelatnosti svakog navedenog muzeja. Katalog također sadrži i skraćeni bibliografski opis za svu izdanu građu, bilo da je riječ o tiskanoj publikaciji ili publikaciji na CD-ROM-u (Primjer 1.). Kao što je dijelom vidljivo iz priloženog primjera, zapisi su unutar kataloga podijeljeni na publikacije, plakate, razglednice i čestitke i „ostalo“.⁷³ Važno je napomenuti da su publikacije detaljno podijeljene na vrste, dok su plakati, čestitke i razglednice te „ostalo“ samo zapisane i pobrojane. Budući da iz bibliografskih opisa pojedinih publikacija nije bilo moguće

⁷¹ Izložba izdavačke djelatnosti hrvatskih muzeja i galerija. Muzejsko dokumentacijski centar. URL: <http://www.mdc.hr/hr/mdc/izlozbe/izlozba-izdavacke-djelatnosti-hrvatskih-muzeja-i-galerija/> (2010-05-25)

⁷² Muzejsko dokumentacijski centar. URL: <http://www.mdc.hr/hr/mdc/izlozbe/izlozba-izdavacke-djelatnosti-hrvatskih-muzeja-i-galerija/kronologija-izlozaba-izdavacke-djelatnosti-hrvatskih-muzeja-i-galerija/> (2010-05-25)

⁷³ Pod „ostalo“ uvršteni su različiti reklamni materijali kao što su: pisaci blok sa omotnicom, omotnice, različiti blokovi (veliki i mali), kalendari različitih vrsta (zidni, stolni i džepni), suveniri, šalice, različite prigodne omotnice s markom, označivač stranica (bookmark), ukrasni magneti, slagalice, čestitke, prigodne omotnice, olovka, privjesak, traka za šešir, značka- mala, značka- velika, vrećice, mape, zidna tablica (većinom u Prirodoslovnim muzejima), iskaznice, podlošci za miš, kišobrani, majice, dječja igračka, naljepnice, balon, trakice za mobitel i ključeve itd.

odrediti vrstu publikacije, korišten je katalog knjižnice MDC-a iz čijih se predmetnica mogla dobiti informacija o vrsti publikacije. Također, bitno je istaknuti da u istraživanje za 2001. godinu nisu bili uvršteni plakati, čestitke, razglednice te „ostalo“, pa će istraživanje koje je sada provedeno biti dobar pokazatelj njihove produkcije.

OSIJEK

ARHEOLOŠKI MUZEJ OSIJEK

Trg Svetog Trojstva 2
31000 Osijek
Tel.: 031/232-132

Faks: 031/232-133
arheoloski.muzej.osijek@gmail.com
<http://www.muih.hr/content/view/18/36/>

Publikacije:

HERMANOV VINOGRAD : arheološko nalazište mladog kamenog doba u Osijeku : katalog izložbe / <autorica izložbe i kataloga> Jasna Šimić.- Osijek : Arheološki muzej Osijek : Muzej Slavonije, 2008. ISBN 978-953-7559-01-4 70 kn

KELTI NA ŠIREM PODRUČJU NOVE GRADIŠKE = The Celts in the greater Nova Gradiška area / <autori tekstova Marija Mihaljević, Marko Dizdar, Damir Doračić ; fotografije Filip Beusan et al. ; crteži Miljenka Galić>.- Osijek : Arheološki muzej Osijek, 2009. ISBN 978-953-7559-03-8 30 kn

Primjer 1. Skraćeni bibliografski opis u katalogu Izložbe izdavačke djelatnosti hrvatskih muzeja i galerija⁷⁴

Naposlijetku, podaci koje nam navedeni katalog nudi analizirani su te uspoređeni godinu po godinu. Rezultati istraživanja nakladničke proizvodnje muzeja i galerija predstavljeni su u poglavlju 4.5. Na kraju još treba pridodati i poteškoće s kojima se susrelo u radu. Naime, budući da se spomenuti katalog izložbe ne izdaje na kraju tekuće godine već u studenom kako bi bio dostupan za vrijeme trajanja Interlibera, one publikacije koje su tiskane na samom kraju kalendarske godine ne pronalaze svoje mjesto u katalogu za tu godinu, već u onom za iduću. Tako, primjerice, katalog izložbe *Hermanov vinograd*, tiskan 2008. godine, zapravo pronalazimo u katalogu Izložbe za 2009. godinu. Sve su te nepravilnosti u tijeku istraživanja ispravljene.

4. 4. Kriteriji istraživanja

Istraživanje se radilo prema tipu i vrsti muzeja, vrsti i jeziku publikacije, kao i mediju na kojem je publikacija izdana. Kriterij prema tipu i vrsti muzeja pobliže određuje koji muzeji najviše

⁷⁴ Podatak preuzet iz: 28. Izložbe izdavačke djelatnosti hrvatskih muzeja i galerija. Muzejsko dokumentacijski centar. URL: <http://www.mdc.hr/UserFiles/file/Interliber/02Ostalo.pdf> (2010-10-15)

izdaju i što. Također, ovaj kriterij određuje i koji muzeji dominiraju u muzejskom izdavaštvu, odnosno postoje li neka odstupanja s godinama. Iako postoje različiti kriteriji za utvrđivanje tipologije muzeja, pri istraživanju je korištena tipologija Muzejskog dokumentacijskog centra *Registra hrvatskih muzeja i galerija*, izrađena na temelju tipologije Petera van Menscha te Ive Maroevića. Prema toj tipologiji, koja se temelji na kriteriju prema vrsti predmeta, muzeji su klasificirani na sljedeći način:

1. multidisciplinarni (opći, enciklopedijski) muzeji,
2. specijalizirani muzeji
 - a. interdisciplinarni muzeji,
 - b. umjetnički muzeji i muzeji primijenjenih umjetnosti,
 - c. arheološki i povijesni muzeji,
 - d. etnografski muzeji i muzeji kulturne antropologije,
 - e. prirodoslovni muzeji i muzeji fizičke antropologije,
 - f. muzeji znanosti i umjetnosti.⁷⁵

Osim muzeja, u istraživanje su bile uključene i galerije, pa stoga sve što se ne nalazi niti u jednoj od gore navedenih kategorija muzeja, svrstano je u kategoriju galerije te u „ostali“.⁷⁶

Nadalje, kriterij podjele prema vrsti publikacije pokazuje preko kojih publikacija muzeji obavještavaju javnost o svom radu, a koje publikacije imaju ulogu marketinškog materijala, odnosno promidžbe muzeja.

Pri istraživanju se koristila sljedeća tipologija:

- katalozi stalnih postava (publikacije koje često sadržavaju popis svih muzejskih predmeta izloženih u stalnom postavu ili pojedinim muzejskim odjelima i zbirkama),

⁷⁵ Maroević, Ivo. Nav. dj., str. 78.

⁷⁶ Pod „ostalim“ se smatraju institucije poput: Društva muzealaca i galerista Istre, Doma Hrvatskog društva likovnih umjetnika, Hrvatskog muzejskog društva te Muzejskog dokumentacijskog centra.

- katalogi povremenih izložaba (publikacije koje sadržavaju popis izložaka povremene muzejske izložbe te preglednu i jasnu kontekstualizaciju određene ličnosti, događaja, pojave, umjetnika i drugih tema izložbe) i
- informativni muzejski leci, brošure i muzejski vodiči (odnosno, publikacije kojima muzeji nastoje pružiti pomoć svojoj publici u prostornoj orijentaciji i upoznavanju s muzejskim sadržajima i aktivnostima).⁷⁷

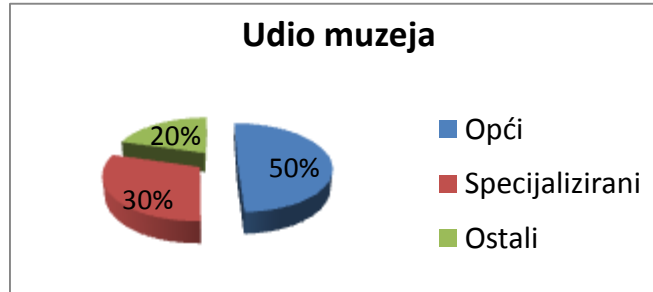
Međutim, tijekom istraživanja se, osim navedenih publikacija, pojavljuju i bibliografije, časopisi, eseji, studije, kritike, monografije, razglednice, plakati, spomenice, vjesnici, zbornici i ostalo koji su razvrstani po kategorijama što će se vidjeti na grafikonima koji slijede. Nadalje, kriterij jezika otkriva zastupljenost publikacija na hrvatskom jeziku, onih dvojezičnih, usporedno na hrvatskom i stranom jeziku, te onih koji su tiskani samo na stranom jeziku. Naposljetku, istraživanje je provedeno i prema mediju na kojem je publikacija izdana. Željelo se ustanoviti koliki je udio publikacija u tiskanom obliku, a koliko onih na CD-ROM-u.

4.5. Rezultati istraživanja

2002. godina

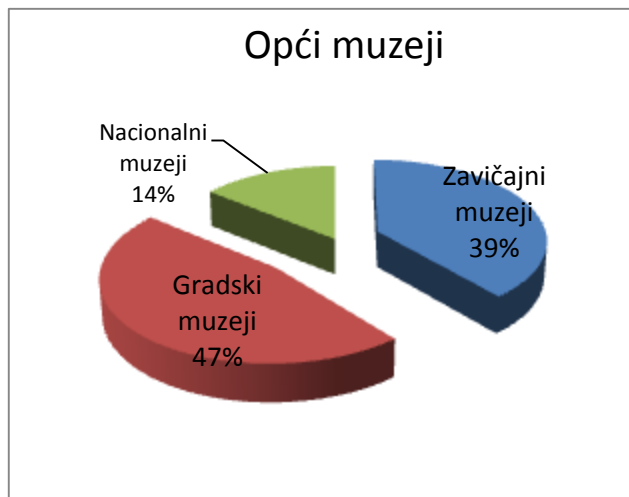
Istraživanje je pokazalo da je 2002. godine 94 muzeja i galerija (46 općih, 29 specijaliziranih, 15 galerija i ostalih 4) bilo izdavački aktivno. Udio je općih muzeja činio točno polovinu svih publikacija objavljenih u 2002. godini, što se vidi i na grafičkom prikazu 1, dok su specijalizirani muzeji u ukupnoj muzejskoj nakladničkoj produkciji bili zastupljeni s 30%. Ostali – institucije poput *Društva muzealaca i galerista Istre*, *Doma Hrvatskog društva likovnih umjetnika*, *Hrvatskog muzejskog društva* te *Muzejskog dokumentacijskog centra* – bili su zastupljeni s 20%. Činjenica da su u ukupnoj muzejskoj nakladničkoj produkciji bili zastupljeni upravo opći muzeji ne čudi imajući u vidu činjenicu da općim muzejima smatramo i gradske, zavičajne te nacionalne muzeje.

⁷⁷ Radovanlija Mileusnić, Snježana. Pregled tipologija formalnih i sadržajnih obilježja muzejskih publikacija – rezultati istraživanja hrvatskog muzejskog izdavaštva. Str. 15.

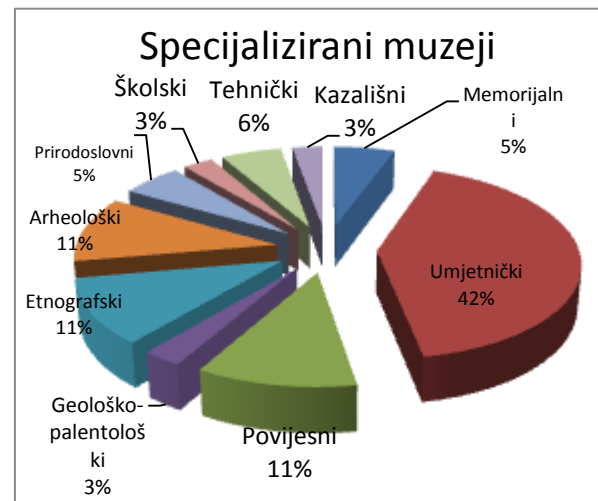


Grafički prikaz 1. Udio muzeja u 2002. godini.

Slijedeći već navedenu tipologiju muzeja, koja vrlo detaljno muzeje klasificira na opće i specijalizirane, zasebno su prikazani rezultati istraživanja za opće i za specijalizirane muzeje. Kao



Grafički prikaz 2. Udio općih muzeja u 2002. godini

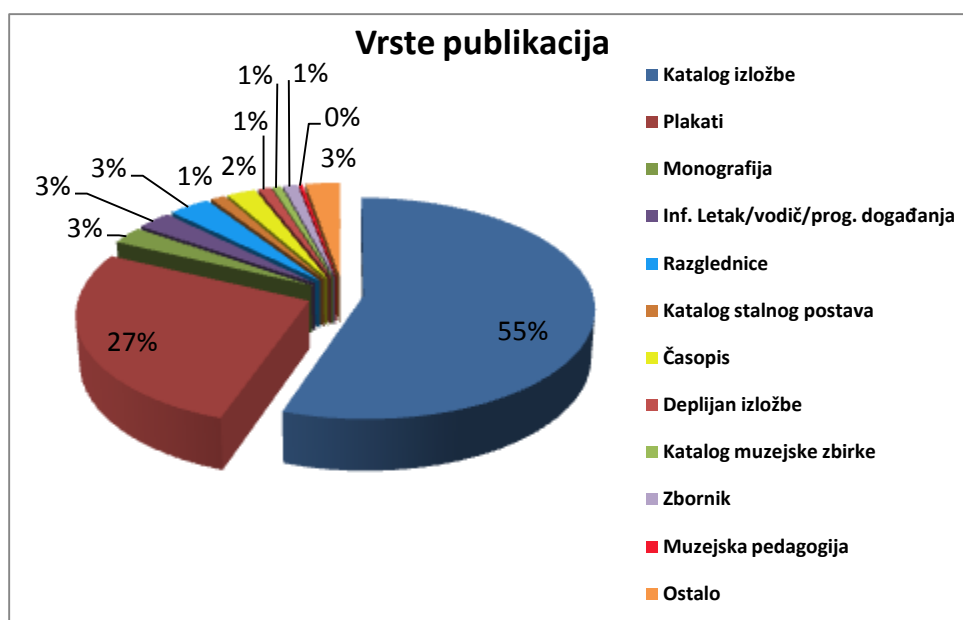


Grafički prikaz 3. Udio specijaliziranih muzeja u 2002. god.

što je vidljivo na grafikonu 2, gradski su muzeji s čak 47% (23 publikacije) najproduktivniji. S druge, pak, strane nacionalni muzeji zastupljeni su sa samo 14% (7). Najbogatiju izdavačku produkciju među specijaliziranim muzejima imaju umjetnički muzeji, čak 42% (15 publikacija), nakon kojih slijede povijesni (4), arheološki (4), etnografski (4) te prirodoslovni (2). Iako je postotak publikacija objavljenih od strane kazališnih i školskih muzeja vrlo mali, tek 3 %, treba imati u vidu činjenicu da u cijeloj Hrvatskoj postoji samo po jedan školski i kazališni muzej - *Školski muzej* u Zagrebu te *Muzejska kazališna zbirka Zavoda za povijest hrvatske književnosti, kazališta i glazbe HAZU* i *Odsjeka za povijest hrvatskog kazališta*, također u Zagrebu.

Kao što je u prethodnim poglavljima već rečeno, istraživanje je provedeno i prema kriteriju tipa publikacija. Utvrđeno je da je tijekom 2002. godine bilo izdano 705 publikacija razne naravi.

Svakako su najzastupljeniji katalogi izložbi koji čine više od polovinu cjelokupne muzejske izdavačke djelatnosti, odnosno 55% (384 publikacije), kao što je vidljivo na grafikonu 4. Slijede plakati, njih čak 186, koji čine čak 27% muzejske izdavačke djelatnosti. Također, objavljeno je 23 razglednica i 18 monografija kao i 19 muzejskih vodiča, letaka i programa događanja. Svaka od navedenih vrsta publikacija zauzima po 3% u ukupnoj muzejskoj izdavačkoj djelatnosti. Udio je časopisa još manji, samo 2% (16 časopisa), dok katalogi stalnog postava zauzimaju samo 1% (8 kataloga), jednako kao i zbornici (6 zbornika). S podjednako neznatnim postotkom zastupljeni su katalogi muzejskih zbirki, vjesnici, priručnici, bibliografije, djela iz područja muzejske pedagogije, kao i izvješća hrvatskih muzeja. Najviše iznenađuje činjenica da su te godine izdane samo 23 razglednice budući da su razglednice uobičajen način muzejskog marketinga. Ostalih publikacija ima također samo 23.



Grafički prikaz 4. Vrste izdanih publikacija u 2002. godini.

Istraživanje prema kriteriju jezika pokazuje, kao što se vidi i na grafičkom prikazu 5, da je tijekom 2002. godine velika većina publikacija, točnije njih 81%, tiskana na hrvatskom jeziku. Ta činjenica ne iznenađuje s obzirom da se sve publikacije, ne samo u muzejskom nakladništvu, izdaju više na matičnom jeziku države nego na stranom. Publikacije tiskane dvojezično – na hrvatskom i nekom stranom jeziku - zauzimaju 18%, dok publikacije isključivo tiskane na stranom jeziku 1%. Iako je najveći broj publikacija objavljeno na hrvatskom jeziku, ohrabrujuća je činjenica da je ipak

18% njih objavljeno usporedno na hrvatskom i stranom jeziku, pa je stoga dostupno i posjetiteljima/čitateljima koji ne poznaju hrvatski jezik. Najzastupljeniji strani jezik svakako je engleski, nakon čega slijede njemački i talijanski. Osim njih, pronalazimo, iako u manjem broju, publikacije tiskane i na španjolskom, katalonskom te mađarskom jeziku.



Grafički prikaz 5. Jezik publikacije

MEDIJ	PUBLIKACIJA
Tiskana građa	689 98%
Elektroničke publikacije	16
CD-ROM	2%
Ukupno	705

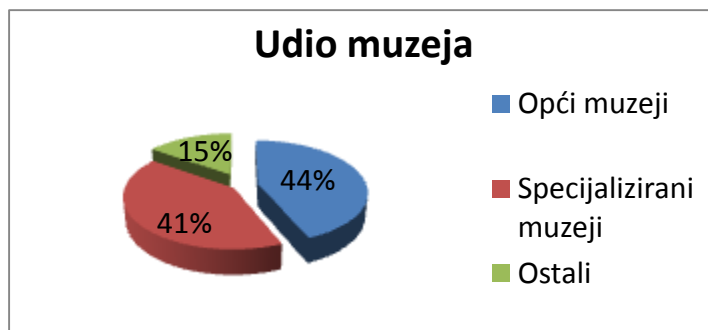
Tablica 1. Medij muzejskih publikacija 2002.

Budući da se muzejsko elektroničko nakladništvo u Hrvatskoj počinje razvijati već potkraj devedesetih godina prošloga stoljeća, za očekivati je bilo da će broj elektroničkih publikacija biti veći. Međutim, 2002. godine u ukupnoj su muzejskoj produkciji elektroničke publikacije (CD-ROM-ovi) zastupljene sa samo 2%, kao što je vidljivo u Tablici 1. Objavljeno je njih 16. Objavljuju se obično usporedno s tiskanom verzijom, a najčešće je riječ o katalozima izložbe. Tako *Prirodoslovni muzej Rijeka* izdaje dvojezične multimedijske CD-ROM-ove (na hrvatskom i

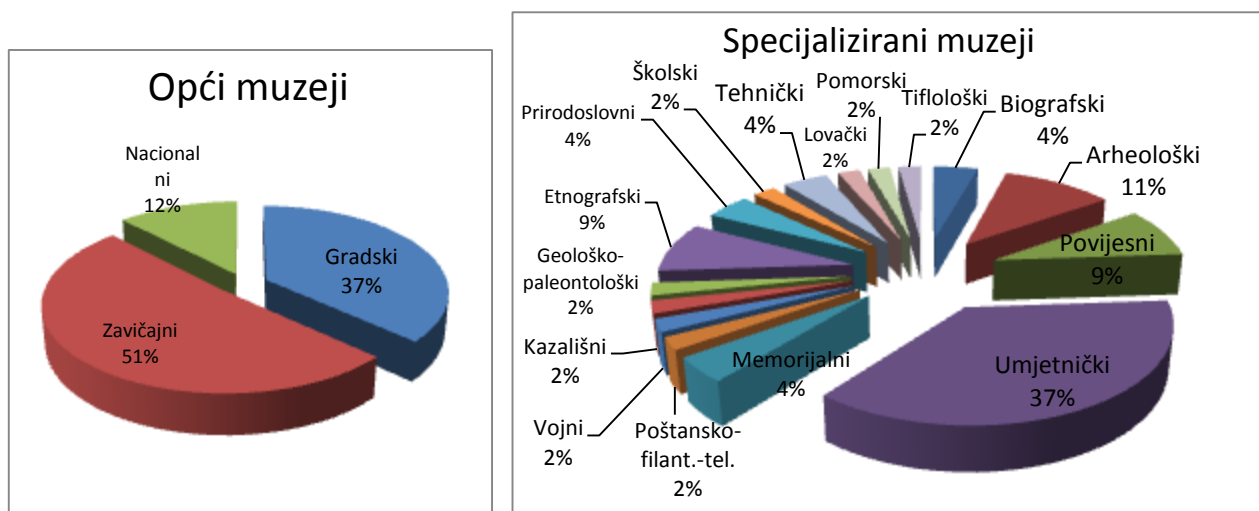
engleskom jeziku) *Sisavci riječkog područja* i *Ptice riječkog područja*. Kabinet grafike HAZU također izdaje CD-ROM naziva *3. Hrvatski trijenale crteža*. Galerija Klovićevi dvori izdaje multimedijски CD-ROM povodom svoje dvadesete godišnjice djelovanja, *Dvadeset godina - od muzejskog prostora do Galerije Klovićevi Dvori: 15.03. 1982. - 15.03. 2002.*, itd.

2003. godina

Nadalje, istraživanje za 2003. godinu pokazalo je da je broj muzeja, galerija i ostalih institucija koje objavljuju muzejske publikacije nešto veći (ukupno 112 muzeja, galerija te ostalih institucija). Vidljiv je velik porast broja specijaliziranih muzeja, dok je broj općih muzeja (njih 49), gotovo identičan broju iz 2002. godine (46).



Grafički prikaz 6. Udio muzeja u 2003. godini



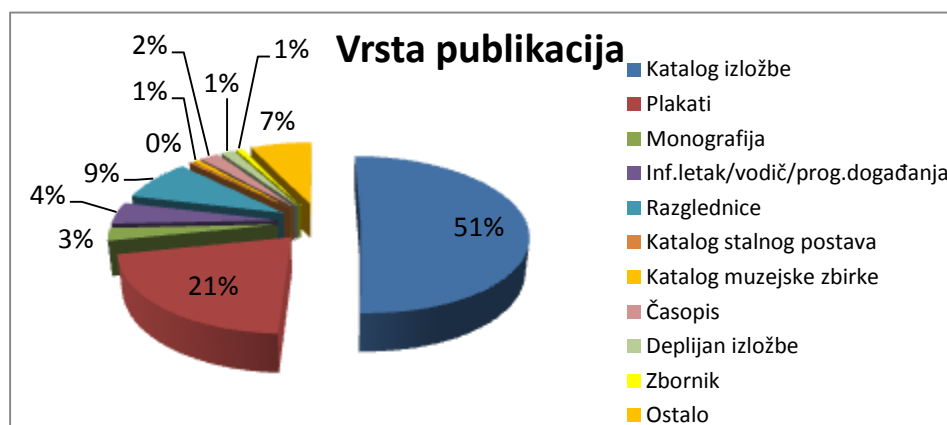
Grafički prikaz 7. Udio općih muzeja u 2003. god.

Grafički prikaz 8. Udio specijaliziranih muzeja u 2003. god.

U odnosu na 2002. godinu, istraživanje pokazuje znatan porast zavičajnih muzeja u ukupnoj muzejskoj nakladničkoj produkciji općih muzeja, od čak 12% (25 muzeja). S druge, pak, strane

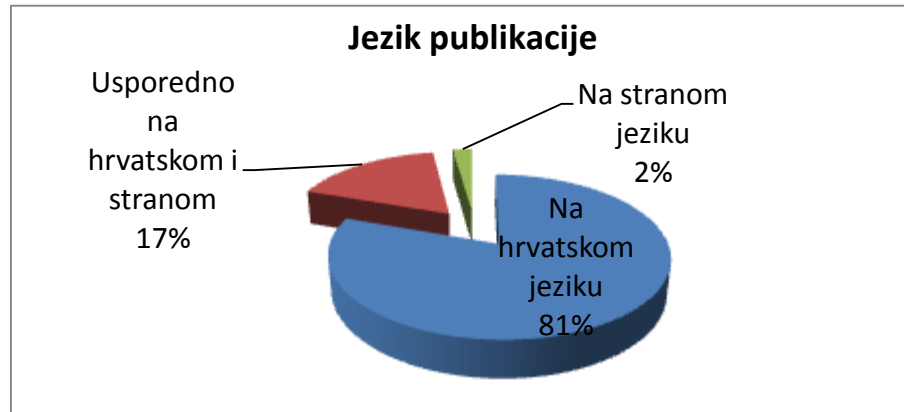
osjetan je pad zastupljenosti nacionalnih, a osobito gradskih muzeja, čiji je udio bio manji za čak 10%, kao što je vidljivo na grafikonu 7. Kao i prethodne godine, od specijaliziranih muzeja najproduktivniji su umjetnički muzeji, koji su zastupljeni s 37% (17 muzeja). Slijede arheološki muzeji s 11% (5), etnografski i povijesni muzeji (9%, odnosno 4 muzeja), itd. (grafikon 8).

Zamjetan je stanoviti rast broja muzejskih publikacija u 2003. godini. Te je godine objavljeno 785 publikacija, što je čak osamdeset publikacija više nego prethodne godine. Kao što se može vidjeti na grafikonu 9, najzastupljeniji su također izložbeni katalozi, njih čak 394, iako se u cjelokupnoj produkciji te godine pojavljuju s nešto manjim postotkom (51%) nego 2002. godine kada bilježimo 55% kataloga u ukupnoj produkciji. Usporedno s prethodnom godinom, zabilježen je pad plakata na 21%. Muzejski vodiči, letci i programi događanja također bilježe rast u odnosu na prethodnu godinu - 2003. god. izdano ih je 35. Broj ostalih publikacija udvostručen je u odnosu na 2002. godinu (55) iz čega se vidi interes muzeja za različitim suvenirima poput kalendara, magneta, označivača stranica, itd. Primjećuje se porast razglednica, kao i informacijskih letaka, muzejskih vodiča i programa događanja, što nam ukazuje na to da muzeji ulažu u marketing i svoju promociju.



Grafički prikaz 9. Vrste publikacija izdanih 2003. godine

Na grafikonu 10 vidljivo je da je i 2003. godine golema većina publikacija bila, kao i prethodne godine, tiskana na hrvatskom jeziku, čak 81 %. Broj publikacija koje su objavljene usporedno na hrvatskom i na nekom stranom jeziku zauzimaju 17%.



Grafički prikaz 10. Jezik publikacije izdane u 2003. godini

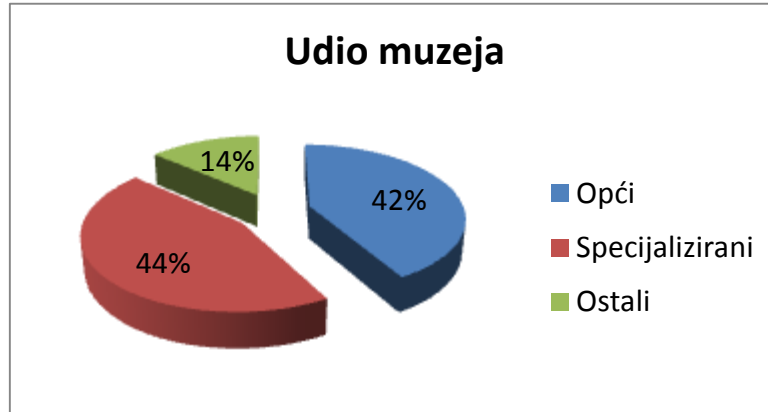
U 2003. godini udio elektroničkih publikacija neznatno opada. Kao što Tablica 2. prikazuje, 2003. godine izdano je 771 tiskanih publikacija, a 14 elektroničkih publikacija, dakle manje nego prethodne godine, kada su bila objavljena dva CD-ROM-a više. Elektroničke publikacije često prate tiskanu verziju, ali imaju puno više sadržaja nego tiskana inačica. Elektronička verzija može biti dvojezična ili višejezična, bogato opremljena s multimedijским sadržajima itd. Primjerice, *Muzej grada Koprivnice* je uz izložbu *Vuzem korizmerno-uskršnji običaji Podravine*, priredio katalog čija je slikovna građa pohranjena na CD-ROM-u, kao i *Zavičajni muzej Našice* koji je izdao CD-ROM pod nazivom *Mala sakralna arhitektura našičkog kraja*. *Arheološki muzej Istre* izdaje u suradnji s *Višom učiteljskom školom* CD-ROM *Histrići u potrazi za blagom Istre 1* kojim je predstavio kreativnu radionicu organiziranu u prostorima muzeja. Povodom 110 godina muzejske djelatnosti u Rijeci, *Pomorski i povijesni muzej Hrvatskog primorja* u Rijeci izdao je multimedijalni CD *Eppur si muove*, dok *Galerija tvornice duhana Rovinj* izdaje CD-ROM *Oton Gliha 1914.-1999*. *Hrvatski školski muzej* publicira CD-ROM istoimenog naziva koji sadrži elektroničku inačicu kataloga stalnog postava. *Kabinet grafike HAZU* također prepoznaje prednosti CD-ROM-a te opsežne kataloge objavljuje na CD-ROM-u naziva *Martin Rota Kolunić i Natale Bonifacio, 3. Hrvatski trijenale grafike* te *Marko Spalatin*. *Muzej grada Zagreba* objavljuje CD-ROM *Zdenko Stržić*.

MEDIJ	PUBLIKACIJA
Tiskana građa	771 98%
Elektroničke publikacije CD-ROM	14 2%
Ukupno	785

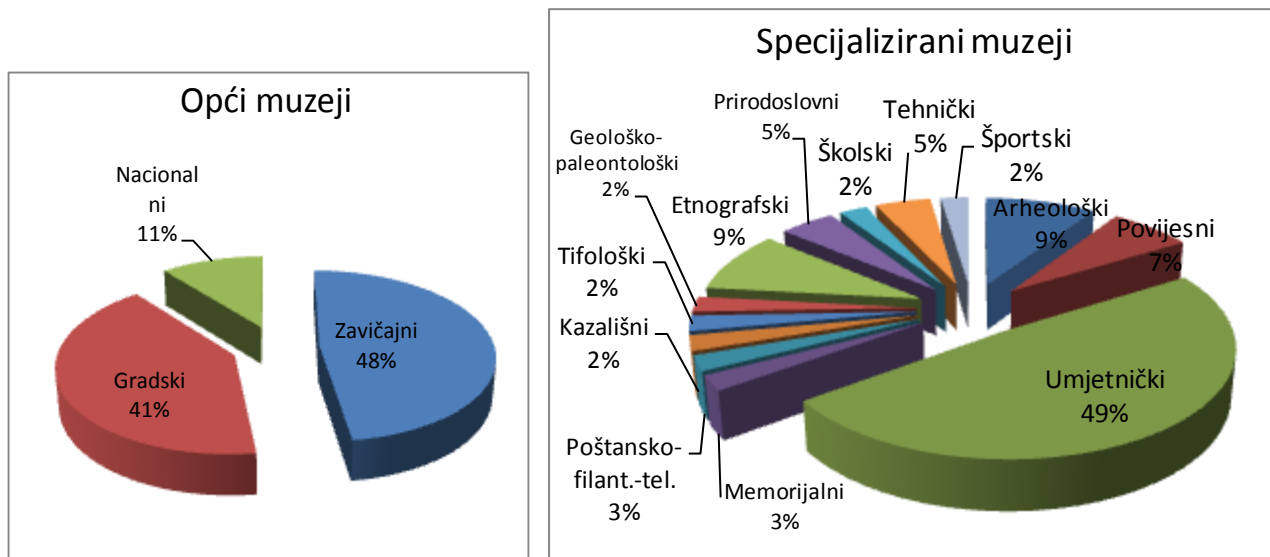
Tablica 2. Medij muzejskih publikacija 2003. godini

2004. godina

U 2004. godini specijalizirani muzeji očito pokazuju sve veći interes prema muzejskom izdavaštvu. Naime, te su godine prvi puta premašili broj općih muzeja u ukupnoj muzejskog nakladničkoj produkciji, kao što možemo vidjeti na grafikonu 11, očito prepoznavši važnost muzejskog izdavaštva u promociji muzeja. Istraživanje je pokazalo da je udio specijaliziranih muzeja iznosio 44% (49 muzeja), što je znatno veći postotak u odnosu na 2002. godinu kada je zabilježeno 30% nakladnički aktivnih specijaliziranih muzeja (28 muzeja). Sukladno tome, zastupljenost općih muzeja je nešto niža nego prethodnih godina, iako možemo zamijetiti nešto intenzivniju izdavačku produkciju u gradskim muzejima. Među specijaliziranim muzejima ponovno povećanje donose, kao i prethodne godine, umjetnički muzeji (49% ili 21 umjetnički muzej). Usporedivši prethodnu godinu vidi se blagi pad povijesnih muzeja (7%, odnosno 4 muzeja, za razliku od 6 muzeja prijašnje godine). Tehnički i prirodoslovni muzeji bilježe blagi rast. Zauzimaju svaki po 5%.



Grafički prikaz 11. Udio muzeja u 2004. godini

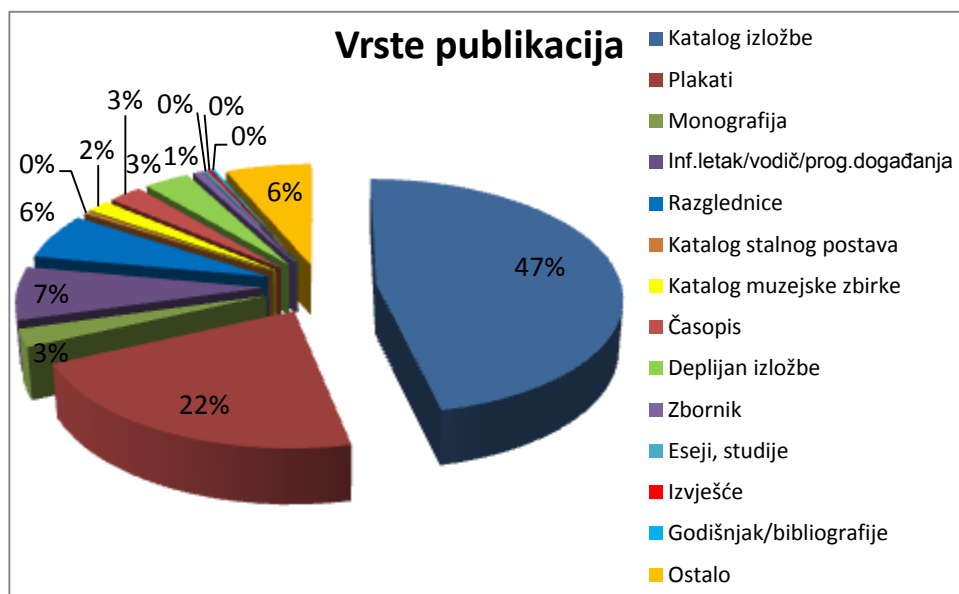


Grafički prikaz 12. Udio općih muzeja u 2004. god

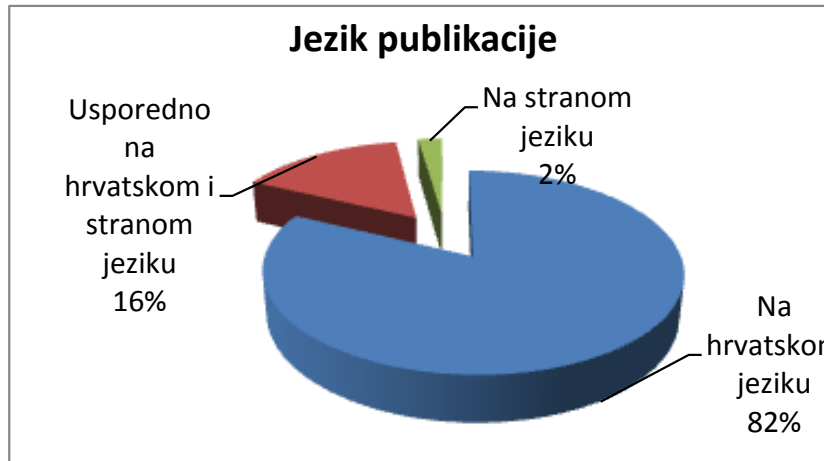
Grafički prikaz 13. Udio specijaliziranih muzeja u 2004. god

Istraživanje također pokazuje da je tijekom 2004. godine objavljeno čak četrdeset i pet publikacija više nego u 2003. godini, njih čak 830. Katalozi izložbi i dalje su najzastupljeniji (385), no manje ih je nego prethodne godine. Nešto je manji i broj razglednica (52). No, te je godine objavljeno više plakata (182) i časopisa (21), a broj je muzejskih vodiča, letaka i progama događanja dvostruko viši nego prethodne godine (60). Ulaganje muzeja u marketing očito jača. Katalog muzejske zbirke doživljava procvat. Objavljeno ih je više nego prethodnih godina, čak 14. Broj je monografija podjednak. Prvi put pojavljuju se eseji/studije i to s 2 komada. *Muzejsko dokumentacijski centar* već tradicionalno izdaje *Izviješća hrvatskih muzeja i izvješća zagrebačkih muzeja*.

Iz grafičkog prikaza 15. primjećujemo da publikacije na hrvatskom jeziku i dalje dominiraju i to sa 82%. Publikacije koje su tiskane usporedno na hrvatskom i stranom jeziku zauzimaju 17% od ukupnog broja publikacija što bilježi slabi pad u usporedbi s prijašnjom godinom. Muzejske su publikacije tako dostupne i muzealcima, odnosno čitateljima/posjetiteljima izvan hrvatskog govornog područja. Pohvalno je što se razni informativni letci, brošure i programi događanja tiskaju većim dijelom usporedno na hrvatskom i stranom jeziku ili isključivo na stranom jeziku kako bi i, primjerice, strani posjetitelji mogli dobiti cjelovitu sliku izložbe koje su posjetili. Zanimljiv je podatak da je *Arheološki muzej* u Splitu tiskao monografiju usporedno na katalonskom i španjolskom jeziku. Riječ je o publikaciji *La descoberta d'un temple roma a Croacia = El descubrimiento de un templo romano en Croacia* (Otkriće rimskog hrama u Hrvatskoj).



Grafički prikaz 14. Vrste publikacija izdanih u 2004. godini



Grafički prikaz 15. Jezik muzejske publikacije izdanih u 2004. godini

Broj muzejskih elektroničkih publikacija u blagom je padu. Tijekom 2004. godine objavljeno je 818 publikacija, od čega je samo 12 elektroničkih publikacija. Primjećuje se zanimanje muzeja za elektroničko nakladništvo, ali još i dalje postoji strah od novoga, jer u ukupnoj muzejskoj produkciji te godine elektroničke publikacije čine samo 2%. Iskorak iz tradicionalnog (tiskanog) nakladništva te su godine učinili *Etnografski muzej Istre* iz Pazina, koji je uz izložbu *Tkanje u Istri* izdao i prigodni film, kao i *Arheološki muzej Istre*, koji je u suradnji s *Višom učiteljskom školom* izdao *Histrići u potrazi za blagom Istre 2*, drugi dio istoimenog CD-ROM-a objavljenog godinu dana ranije. Također, *Prirodoslovni muzej Rijeka* izdaje dvojezični multimedijjski CD-ROM (hrvatski i engleski jezik) *Vodozemci i gmazovi riječkog područja*. *Muzej Prigorja* prvi put u posljednjih nekoliko godina izdaje CD-ROM pod nazivom *Kad bi odjeću morao izraditi sam...*, dok *Kabinet grafike HAZU* izdaje CD-ROM *Hrvatski sportski plakat i Ivan Lovrenčić* čime veliku donaciju crteža stavlja na CD-ROM. *Muzej grada Zagreba* objavljuje dvojezični, hrvatsko-engleski CD-ROM *Zvonimir Faist*, *Muzej grada Koprivnice* izdaje na CD-ROM-u zbornik *Podravski zbornik: bibliografija 1975.-2004.*, te *Muzej za umjetnost i obrt* CD-ROM *Secesija u Hrvatskoj*, također u dvojezičnoj hrvatsko-engleskoj varijanti.

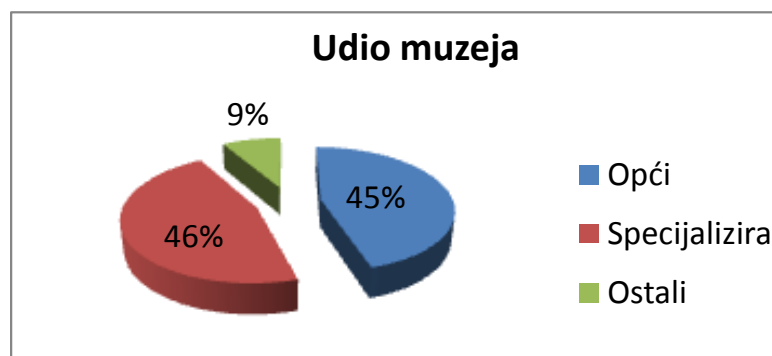
MEDIJ

PUBLIKACIJA

Tiskana građa	818 98%
Elektroničke publikacije CD-ROM	12 2%
Ukupno	830

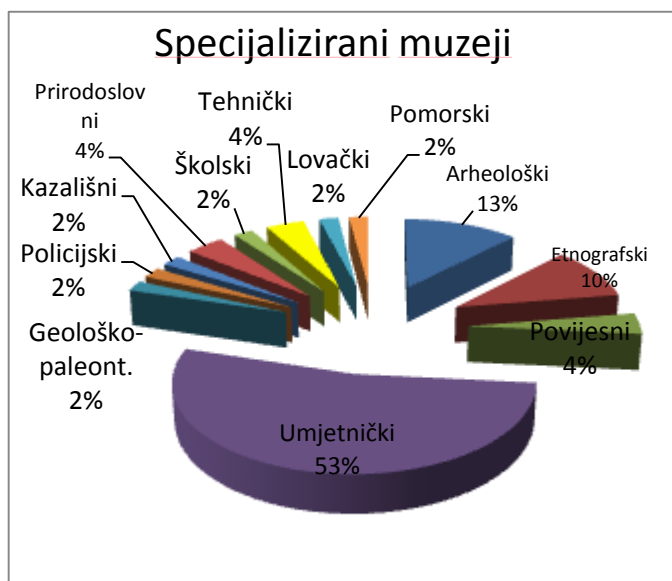
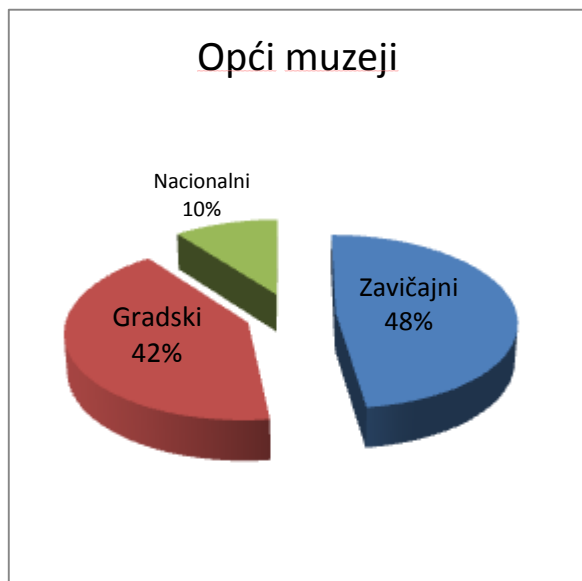
Tablica 3. Medij muzejskih publikacija u 2004. godini

2005. godina



Grafički prikaz 16. Udio muzeja u 2005. godini.

I 2005. godine postotak općih i specijaliziranih muzeja je podjednak, oko 45 %. Broj galerija i ostalih institucija koji također objavljuju muzejske publikacije bitno je manji nego prethodne godine, samo 9%.



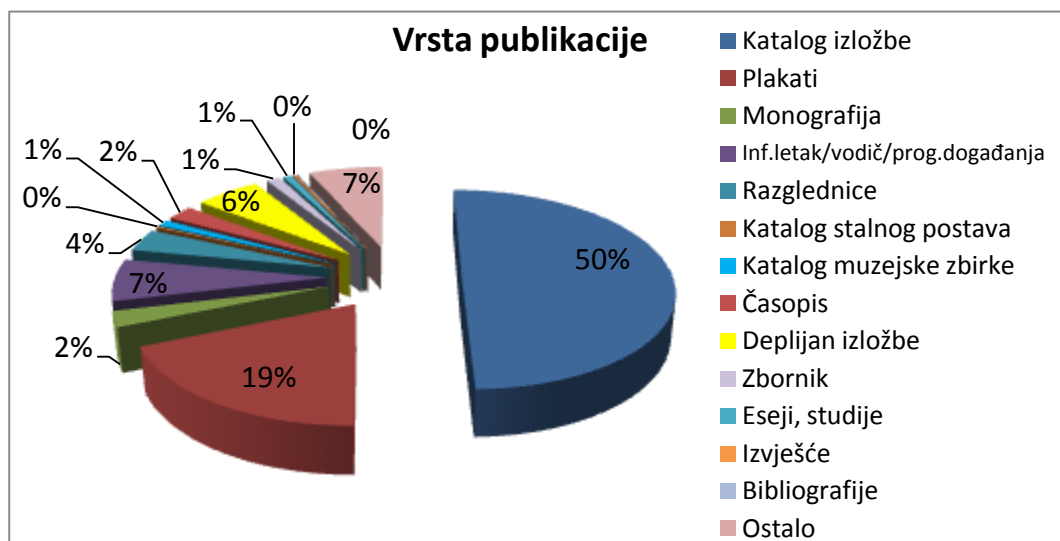
Grafički prikaz 17. Udio općih muzeja u 2005. god

Grafički prikaz 18. Udio specijaliziranih muzeja u 2005. god

Istraživanje pokazuje da se u odnosu na prethodnu godinu nije bitno promijenio poredak udjela općih muzeja. Tako zavičajni muzeji i dalje zauzimaju 48% (23 muzeja), gradski muzeji 42% (20), a nacionalni bilježe 10% (5). Kao što je vidljivo na grafikonu 18, umjetnički muzeji i dalje bilježe rast pa zauzimaju 53% (26) što je za 4% više nego prethodne godine kada su objavili ukupno 21 publikaciju. Rast bilježe također i arheološki muzeji čiji udio, do sada najveći, iznosi 13%. Nakon njih slijede etnografski muzeji s 10% udjela. S druge, pak, strane, povijesni, tehnički i prirodoslovni muzeji zauzimaju samo po 4% udjela u ukupnoj izdavačkoj produkciji specijaliziranih muzeja. Po prvi put u muzejsko se izdavaštvo, i to sa skromnih 2%, uključuje i *Muzej policije u osnutku* u Zagrebu, jedini muzej takvog tipa u Hrvatskoj.

U 2005. godini broj izdanih publikacija bilježi stanoviti pad i smanjuje se na 796, što je za 34 publikacije manje nego u 2004. godini. Kao što pokazuje grafikon 19, broj kataloga izložbi i dalje se povećava - objavljeno je njih 396, što je za 11 više nego prethodne godine - dok se broj plakata smanjuje i iznosi 151, što je za čak 31 manje nego u 2004. godini. Nakon godina ulaganja u promociju, čini se da 2005. godine muzeji ulažu nešto manje u muzejsko izdavaštvo pa se stoga bilježi pad informativnih letaka, muzejskih vodiča, brošura i programa događanja, kao i razglednica (29). Razlog tomu možda možemo pronaći u nedovoljnoj zainteresiranosti posjetitelja prema toj vrsti reklamnog materijala, a sukladno tome i neisplativosti njihove produkcije. Deplijana izložbe je 46, što je dvostruko više nego u 2004. godini. Stanje časopisa, kao i monografija, je nepromijenjeno, kao i ostalih publikacija (52). Kataloga muzejskih zbirki je 8.

Analizirane je godine *Tiflološki muzej* u Zagrebu izdao u suradnji s *Muzejom Louvre* iz Francuske katalog za slijepe i slabovidne osobe na Brailleovom pismu. Također, *Muzej grada Zagreba* objavljuje vodič po muzeju čiji je tekst tiskan usporedno na Brailleovom pismu i na latinici. Vrlo pohvalan podatak na koji bi se i drugi muzeji mogli ugledati i slijediti njihov primjer.



Grafički prikaz 19. Vrste muzejskih publikacija objavljenih u 2005. godini

Godine 2005. zamjetan je nešto veći broj dvojezičnih publikacija. Kao što smo mogli vidjeti, postotak se takvih publikacija kretao od 16 do 18%, no 2005. godine on je porastao na 23%. Istodobno opada broj publikacija na hrvatskom jeziku, pa umjesto 80-83%, koliki je bio postotak proteklih godina, sada iznosi 73%. Također raste i postotak publikacija izdanih isključivo na stranom jeziku (4%, odnosno 30 publikacija). Njihov se broj gotovo udvostručio. Istraživanje je također pokazalo da istarski i riječki muzeji svoje publikacije izdaju usporedno na hrvatskom i talijanskom jeziku što ne začuđuje jer se spomenuti muzeji nalaze u Istri gdje je veliki broj pripadnika talijanske nacionalne manjine.



Grafički prikaz 20. Jezik muzejske publikacije izdanih u 2005. godini

Muzejske publikacije objavljene na CD-ROM-u u 2005. doživljavaju neznatni porast od samo dvije nove elektroničke publikacije. Tako *Muzej Like* u Gospiću izdaje CD-ROM *Davor Vuković*, *Muzej "Staro selo" Kumrovec* u suradnji s *Muzejom Hrvatskog zagorja* izdaje CD-ROM *Pintarski obrt*. Povodom 45 godina *Muzeja Moslavine* u Kutini izdan je dvojezični CD-ROM na hrvatskom i engleskom jeziku, dok *Pomorski i povijesni muzej Hrvatskog primorja* u Rijeci izdaje istoimeni CD-ROM, *Pomorski i povijesni muzej Hrvatskog primorja Rijeka*, također dvojezični, (hrvatski i engleski jezik). *Prirodoslovni muzej Rijeka* objavljuje prekrasan multimedijalni dvojezični CD-ROM (hrvatski i engleski jezik) *Primorski botanički vrt - dio flore riječkog područja*. *Gradski muzej Vinkovci* također izdaje CD-ROM, kao i *Hrvatski muzej naivne umjetnosti* u Zagrebu, *Hrvatski prirodoslovni muzej Zagreb*, *Kabinet grafike HAZU* i *Muzej grada Zagreba* čiji je CD-ROM isključivo na engleskom jeziku, te *Umjetnički paviljon u Zagrebu*.

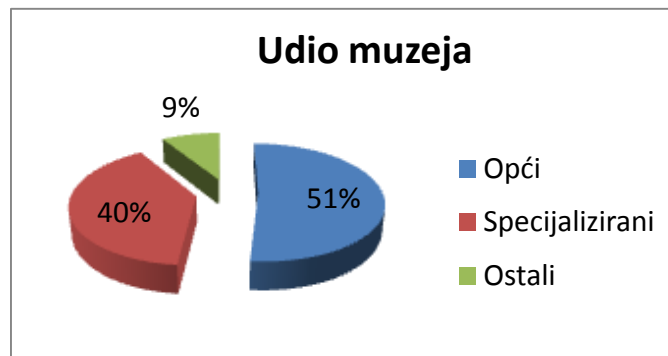
MEDIJ	PUBLIKACIJA
Tiskana građa	781 98%
Elektroničke publikacije CD-ROM	15 2%
Ukupno	796

Tablica 3. Medij muzejskih publikacija u 2005. godini

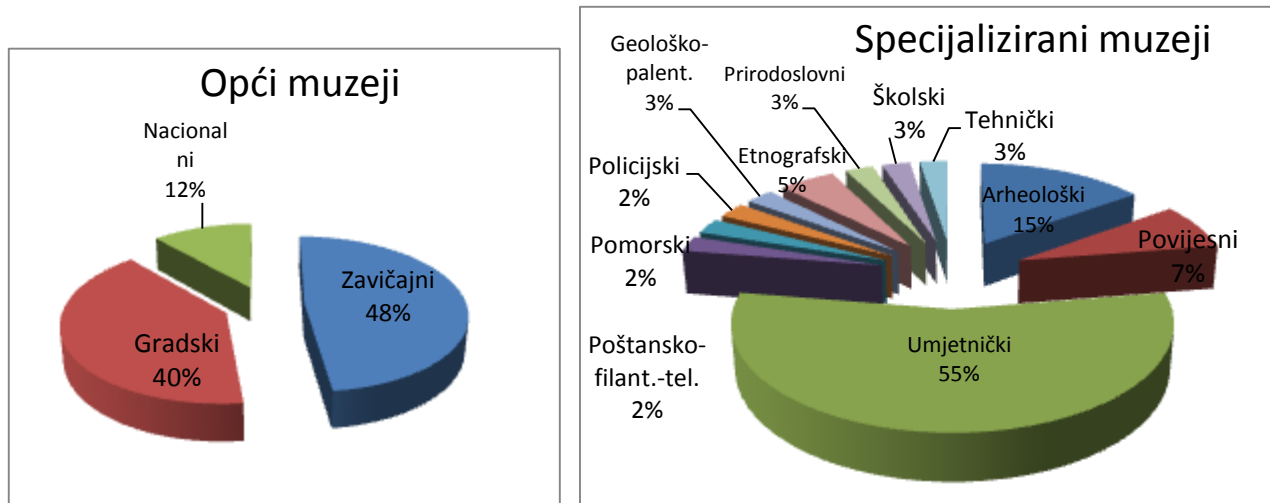
2006. godina

Istraživanje pokazuje da tijekom 2006. godine dolazi do preokreta. S 51%, odnosno s ukupno 52 muzeja, opći muzeji preuzimaju većinski udio u objavljivanju muzejskih publikacija. Specijalizirani muzeji 2006. godine zauzimaju 40% udjela muzeja, dok galerije i ostali zauzimaju

9% u ukupnom udjelu muzejske nakladničke proizvodnje, kao što je vidljivo na grafičkom prikazu 21.



Grafički prikaz 21. Udio muzeja u 2006. godini

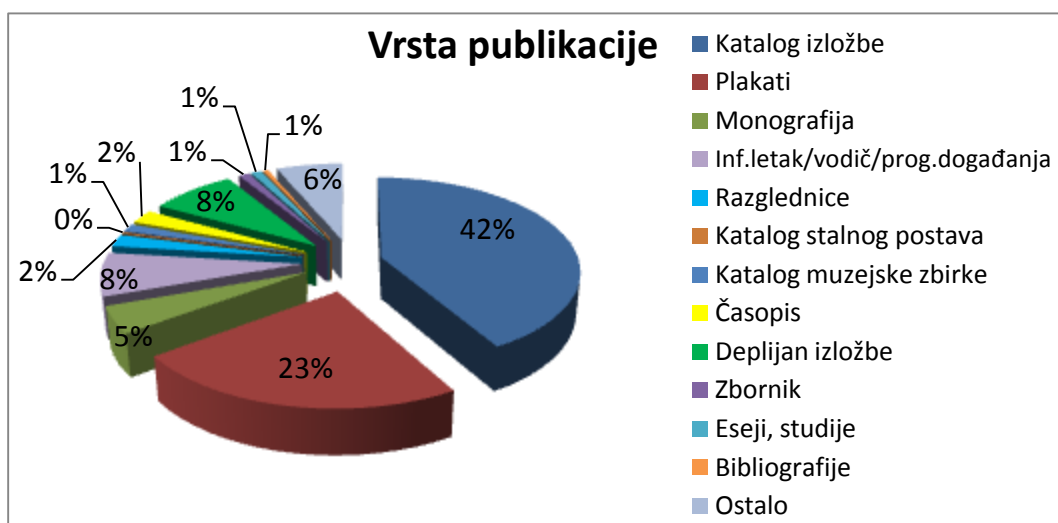


Grafički prikaz 22. Udio općih muzeja u 2006. god

Grafički prikaz 23. Udio specijaliziranih muzeja u 2006. god

U podjeli općih muzeja nema značajnijih promjena, pa tako zavičajni muzeji i dalje imaju udio od 48% (25 muzeja), gradski 40% (21 muzej), a nacionalni 12% (6 muzeja). Od značajnijih promjena spomenut ćemo umjetničke muzeje koji i dalje bilježe rast te sada njihov udio u ukupnoj muzejskoj produkciji specijaliziranih muzeja iznosi 55%. Arheološki su zastupljeni s 15%, što je do sada najveći postotak (6 arheoloških muzeja). Povijesni muzeji također bilježe rast te zauzimaju 7% u ukupnoj nakladničkoj produkciji specijaliziranih muzeja. Etnografski muzeji bilježe znatan pad od 5%, a mogući uzrok tome je činjenica da tijekom godine ondje nije bila postavljena niti jedna izložba. Ostali muzeji ne donose nikakve promjene u odnosu na prethodnu godinu.

Zamjetan je ponovni rast broja muzejskih publikacija u 2006. godini te je objavljeno 808 publikacija, što je za 12 publikacija više nego u 2005. godini. Kao i prijašnjih godina, katalozi su i dalje najzastupljeniji s 336 primjeraka, a nakon njih, kao i do sada, slijede plakati (188), što je stanoviti porast. Broj monografija raste, dostižući do tada najveći broj (37 monografija), a jednako tako raste i broj deplijana izložbe (66). Broj razglednica ponovno opada, i to na samo 17 njih, što ukazuje na očitu nezainteresiranost muzeja (možda i posjetitelja) za takvom vrstom publikacija. Muzejskih vodiča, letaka i programa događanja ima isto kao i prethodne godine (60). Zanimanje za ostale muzejske publikacije i dalje nije poraslo. Te je godine tiskan podjednak broj kao i prethodne (53).



Grafički prikaz 24. Vrste muzejskih publikacija objavljenih u 2006. godini

Grafički prikaz 25. bilježi blagi porast publikacija na hrvatskom jeziku. Godine 2006., naime, 75% publikacija tiskano je na hrvatskom jeziku. Publikacije koje su tiskane usporedno na hrvatskom i stranom jeziku zauzimaju 22% od ukupnog broja izdanih muzejskih publikacija, dok postotak publikacija isključivo na stranom jeziku opada i iznosi 3%. U 2006. godini bilježi se blagi pad publikacija objavljenih usporedno na hrvatskom i stranom jeziku te samo na stranom jeziku. Kao i proteklih godina, *Zavičajni muzej grada Rovinja* sve publikacije objavljuje usporedno na hrvatskom i talijanskom jeziku.



Grafički prikaz 25. Jezik muzejske publikacije izdanih u 2006. godini

Godina 2006. bilježi veliko zanimanje muzeja za objavljivanjem elektroničkih publikacija pa je tako objavljen 21 CD-ROM. Spomenimo, primjerice, CD-ROM *Muzejska radionica spojimo Miljenka i Dobrilu*, koji je nastao u izdanju *Muzeja grada Kaštela* te u suradnji s *Dječjim vrtićem „Kaštela“*. Nadalje, prvi put *Muzej Slavonije* izdaje CD-ROM naziva *Atlas Vukovarskog vlastelinstva 1733.*, *Muzej grada Rijeke* priredio je CD-ROM-ove *Adamićevo doba: 1780. – 1830.*, *Doba modernizacije: 1780. - 1830.*, dvojezični hrvatsko-engleski CD-ROM *Plesne skladbe te Temelji moderne Rijeke: 1780. - 1830.* Prigodne su CD-ROM-ove objavili i *Gradski muzej Sisak*, *Zavičajni muzej Slatina*, *Narodni muzej Zadar* u suradnji s *Prirodoslovnim odjelom*, *Muzej grada Pazina* itd. *Muzejsko dokumentacijski centar* objavljuje *Izvešća hrvatskih muzeja – izvješće zagrebačkih muzeja 2006. godine*, i to isključivo na CD-ROM-u. Prvi DVD izdaje *Muzej Brodskog Posavlja* iz Slavanskog Broda. Riječ je o DVD-u *Mi smo djeca vesela!: dijete i njegov svijet u tradicijskoj kulturi Brodskog Posavlja*.

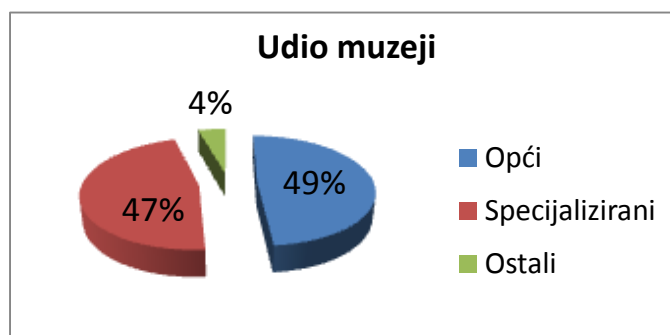
MEDIJ

PUBLIKACIJA

Tiskana građa	786 97%
Elektroničke publikacije	21
CD-ROM	3%
DVD	1
Ukupno	808

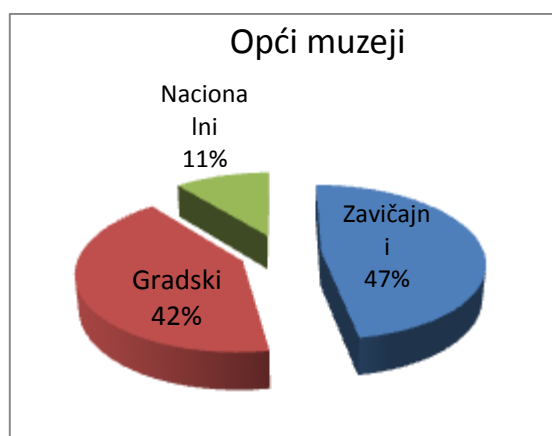
Tablica 4. Medij muzejskih publikacija u 2006. godini

2007. godina

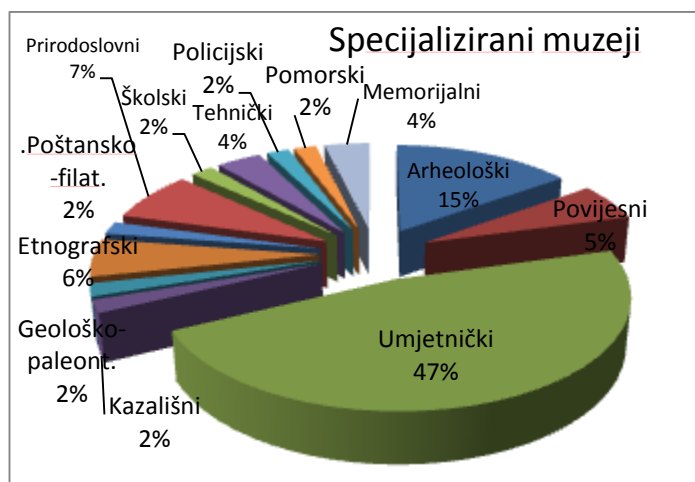


Grafički prikaz 26. Udio muzeja u 2007. godini

Tijekom 2007. godine zabilježen je rast specijaliziranih muzeja. Njih 53 zauzima čak 47% udjela muzeja što je u usporedbi s prethodnom godinom rast. Nasuprot specijaliziranim muzejima, zastupljenost općih muzeja ne donosi značajne promjene. Nadalje, galerija i ostalih ima svega 5 i zauzimaju svega 4% što je pad u usporedbi s prijašnjim godinama, kada je zabilježeno 9 galerija i ostalih muzejskih ustanova. Kao što se može vidjeti na grafikonu 28, istraživanje pokazuje da se zastupljenost umjetničkih muzeja smanjuje nakon nekoliko godina uzastopnog rasta. Nakon pauze od dvije godine, memorijalni muzeji ponovno publiciraju te zauzimaju 4%, dok prirodoslovni bilježe rast te sada imaju 7% udjela. Godine 2007. prvi put se pojavljuje *Muzejsko-memorijalni centar Dražen Petrović*. Ostali muzeji ne donose nikakve promjene u udjelu muzejske nakladničke proizvodnje u usporedbi s prijašnjom godinom.



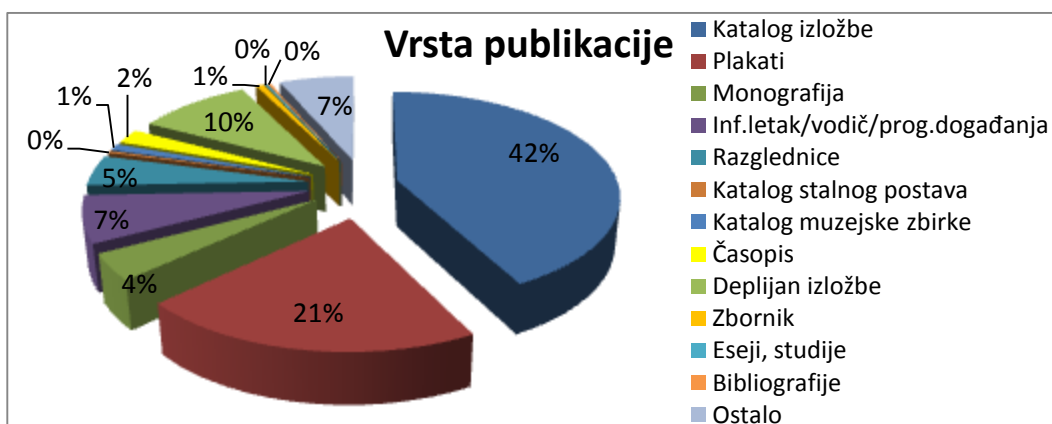
Grafički prikaz 27. Udio općih muzeja u 2007. god



Grafički prikaz 28. Udio specijaliziranih muzeja u 2007. god

Tijekom 2007. godine primjećuje se stanoviti rast broja muzejskih publikacija. Objavljena je 891 muzejska publikacija, što je za osamdeset i tri publikacije više nego 2006. godine. Katalozi

izložbe i dalje su najzastupljenija publikacija. Objavljeno je njih 377, što je za četrdeset i jednu publikaciju više nego 2006. godine. Broj objavljenih monografija raste te sada iznosi 36, kao i broj časopisa koji sada iznose 20. Zanimanje za razglednice ipak se povećava jer je te godine objavljeno 42 razglednice. Također, prilično veliko zanimanje je i za deplijane izložbe što potvrđuje podatak da je u 2007. godini tiskano njih 87, najviše do sada. Nadalje, muzejskih vodiča, letaka i programa događanja ima više nego prethodne godine, čak 64. Neznatni pad bilježe plakati kojih je 186.



Grafički prikaz 29. Vrste publikacija objavljenih 2007. godine

Grafički prikaz 30. pokazuje ponovni porast objavljenih publikacija na hrvatskom jeziku. Te je godine objavljeno 82% takvih publikacija. Postotak publikacija koje su tiskane usporedno na hrvatskom i stranom jeziku ponovno opada te u ukupnoj muzejskoj nakladničkoj produkciji zauzimaju 15%.. Opada i postotak publikacija izdanih isključivo na stranom jeziku. Zastupljene su samo s 3%.



Grafički prikaz 30. Jezik muzejske publikacije izdanih u 2007. godini

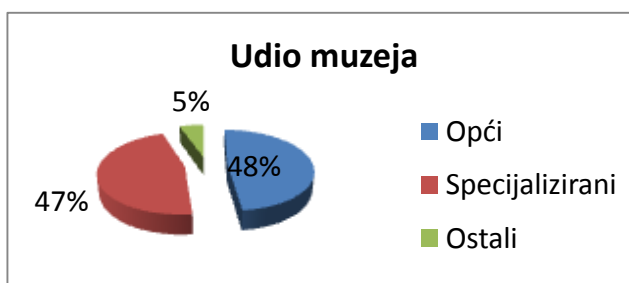
Godina 2007. je rekordna po izdavanju DVD-ova, iako se bilježi pad CD-ROM-ova (objavljeno ih je samo 10). S obzirom da je tek 2006. izdan prvi DVD, muzeji su iznenađujuće brzo prihvatili i taj oblik elektroničkih publikacija. Tako *Muzej "Staro selo" Kumrovec* u suradnji s *Muzejom Hrvatskog zagorja* izdaje svoj prvi DVD *Traditionalles Handwerk: Wachszieherhandwerk*

und Meterzeugung, na njemačkom jeziku. *Muzej Moslavine* u Kutini također izdaje svoj prvi DVD, *Arheologija u Moslavini*. *Hrvatski muzej naivne umjetnosti* u suradnji s *Hrvatskom radiotelevizijom* izdaju zajednički DVD *Ključ sreće*. *Arheološki muzej* u Splitu također ima svoj doprinos s DVD-om *Salona: colonia martia ivlia valeria*. U izdanju *Etnografskog muzeja* u Zagrebu izlazi DVD *Ethnographic film: museums, documentation, science: proceedings of the conference*, *Kabinet grafike HAZU* ima objavljena čak dva DVD-a: *Boris Bućan: Lovac na ljudske glave* i *Kalkografija Kabineta grafike HAZU: Dan muzeja 2007.: univerzalna baština - univerzalna odgovornost*. *Gradski muzej* i *Grad Novalja* izdaju CD-ROM *Skriveno blago Novalje* o arheološkim nalazištima. *Galerija umjetnina grada Slavenskog Broda* u sklopu 5. ljetne izložbe likovnih radova učenika osnovnih škola Brodsko-posavske županije izdaje multimedijски CD-ROM naziva *Domovini na dar – mir u srcu domovine*, kao i CD-ROM izložbi likovnih radova učenika odabranih osnovnih škola Republike Hrvatske naziva *Tamo gdje vode šume i vjetrovi gdje pire*. Također, u njihovom izdanju objavljen je i CD-ROM *Ples svjetlucavih pahulja*, 8. zimska likovna izložba radova učenika osnovnih škola Brodsko-posavske županije. *Muzej grada Zagreba* svoj 100. rođendan popratio je objavljivanjem CD-ROM-a s tonfilmskom revijom *Svijet* te multimedijском pričom o gradu Zagrebu od 1926. do 1936. god. *Muzej suvremene i moderne umjetnosti* objavljuje svoju elektroničku publikaciju *Prodori avangarde u hrvatskoj umjetnosti prve polovice 20. stoljeća*, dvojezični katalog izložbe koji je osim na hrvatskome jeziku, preveden i na engleski jezik. *Muzej Međimurja* također sa svojim CD-ROM-om *Međimurje kroz godinu* daje svoj doprinos u elektroničkom izdavaštvu, a izdaje ponovno *Izvešća hrvatskih muzeja – izvješće zagrebačkih muzeja* na CD-ROM-u.

MEDIJ	PUBLIKACIJA
Tiskana građa	873 98%
Elektroničke publikacije CD-ROM	10 1%
DVD	8 (1%)
Ukupno	891

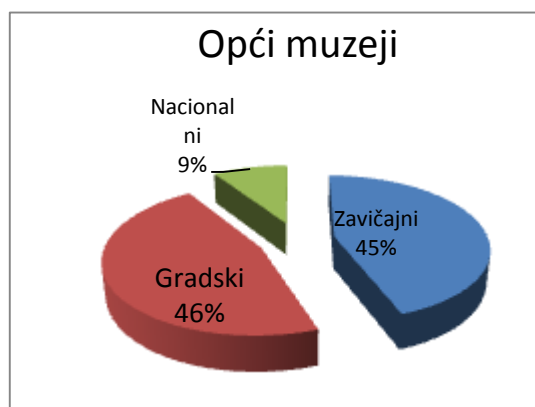
Tablica 5. Medij muzejskih publikacija u 2007. godini

2008.godina

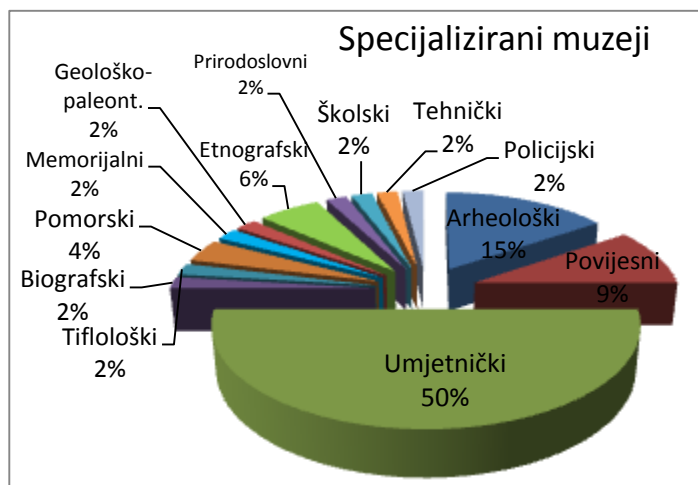


Grafički prikaz 31. Udio muzeja u 2008. godini

Primjećujemo da opći muzeji dominiraju pri izdavanju muzejskih publikacija, pa se ni 2008. godine stanje nije znatno promijenilo. Udio općih muzeja je 48% (54 muzeja), dok s druge strane, specijaliziranih muzeja je ukupno 52 što čini 47% udjela u muzejskoj nakladničkoj proizvodnji. Nadalje, galerija i ostalih ima 6 te oni zauzimaju 5%. Primjećujemo da je razlika između općih i specijaliziranih muzeja vrlo malena što je dobro jer dokazuje da muzeji podjednako prepoznaju važnost izdavanja muzejskih publikacija.



Grafički prikaz 32. Udio općih muzeja u 2008. god

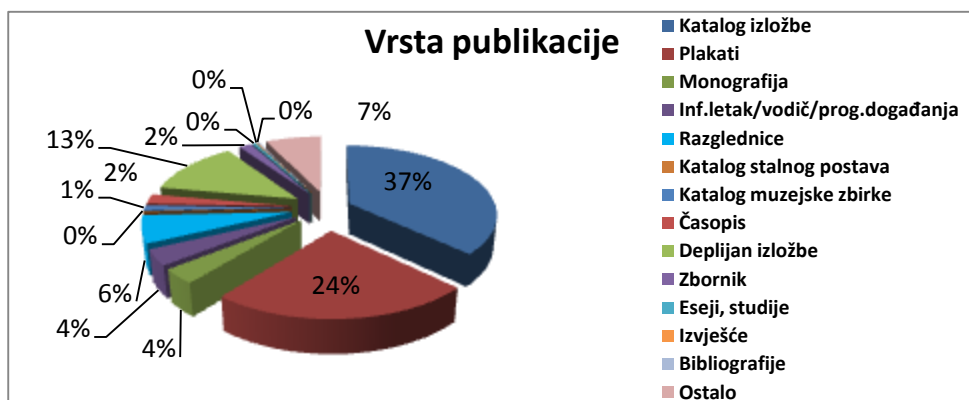


Grafički prikaz 33. Udio specijaliziranih muzeja u 2008. god

Nakon nekoliko godina, gradski muzeji bilježe rast pa stoga imaju najveći dio udjela u ukupnoj nakladničkoj muzejskoj proizvodnji općih muzeja sa 46%, dok zavičajni bilježe pad i zauzimaju 45%, a nacionalni 9% u ukupnoj nakladničkoj muzejskoj proizvodnji. Umjetnički muzeji ponovno bilježe rast pa tako zauzimaju točno polovicu (50%), dok od ostalih specijaliziranih muzeja jedino povijesni muzeji donose rast s 9%, dok prirodoslovni bilježe veliki pad sa samo 2% (7% prijašnje godine). Podjednak udio općih i specijaliziranih muzeja može se objasniti činjenicom da

svi tipovi muzeji organiziraju više događanja i izložbi, za koje tiskaju različite muzejske publikacije, te na taj način i promoviraju spomenute događaje.

Grafički prikaz 34. pokazuje rast publikacija tijekom 2008. godine. Objavljeno je 930 muzejskih publikacija što je za trideset i devet publikacija više nego prijašnje godine te je ujedno do sada najveći broj tiskanih muzejskih publikacija. Muzeji svoje izložbe počinju oglašavati i plakatima. Tiskano je njih čak 222. Zanimanje za razglednice se također povećava. Tiskano ih je 59, što je više nego prethodne godine. Povećava se i broj časopisa (21). Također je izrazito veliko zanimanje i za deplijane izložbe što potvrđuje podatak da je u 2008. godini tiskano njih 117, što je za čak devedeset više nego prethodne godine, a time i najviše do sada. Muzejski vodiči, leci i programi događanja bilježe pad pa ih je 34. Također, broj kataloga izložbi smanjuju se na 344. Broj monografija je u blagom padu te iznosi 32.

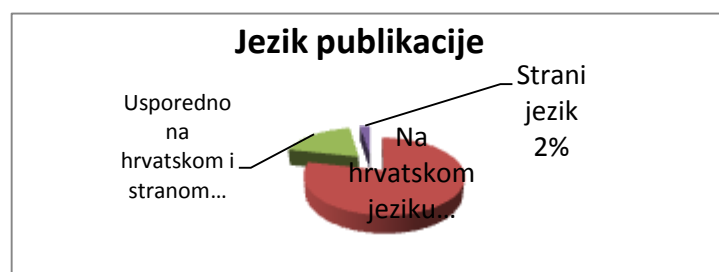


Grafički prikaz 34. Vrste publikacija objavljenih 2008. godine

Tiflološki muzej u Zagrebu u 2008. ponovno tiska publikacije čiji je tekst napisan na Braillovom pismu i s uvećanim tekstom za slijepce i slabovidne osobe. Od ukupno šest izdanih publikacija *Tiflološkog muzeja* čak njih četiri je napisano na Brailleovom pismu i s uvećanim tekstom što je vrlo pohvalno. Naime, kako bismo pomogli slijepim i slabovidnim osobama lakše snalaženje te kako bi dobili potrebne informacije, muzeji moraju publikacije prilagoditi njima.⁷⁸

⁷⁸ Prilagođavanje znači tisak većeg fonta od standardnog, najmanje 14, ali za neke slabovidne može biti font veličine i 20 točaka kako bi se što bolje vidjelo. Kako se većina tiskanih informacija obrađuje na računalima, moguće je ispisati kopije u veličini koja će odgovarati individualnim potrebama. Brailleovo pismo koriste i slijepce i slabovidne osobe, pa se stoga sve informacije mogu prebaciti na Brailleov tisak. U skladu s današnjom tehnologijom, potreban je program za prijenos na Brailleovo pismo, a on pretvara tekst u format koji može biti prebačen u Brailleov "štampanac". Činjenica je da su se slijepce osobe u većini slučajeva opredijelile za slušanje, a sve je manje prisutno čitanje opipom, no značenje koje ima točkasto pismo u opismenivanju neće se još dugo moći ni sa čim zamijeniti, to više što moderna tehnologija danas omogućuje brzu, jeftiniju i kvalitetniju izradu brajčnih knjiga i drugih publikacija, na primjer kataloga. Sušić, Željka. Potrebe i mogućnosti komuniciranja sa slijepim i slabovidnim osobama u muzeju. // *Informatica Muzeologica* 32, 3/4 (2001), str. 70.

Na grafikonu 35. vidljivo je da je 2008. godine u ukupnom muzejskom nakladništvu broj publikacija na hrvatskom jeziku znatno pao, te iznosi 79%. S druge, pak, strane, broj se publikacija izdanih usporedno na hrvatskom i stranom jeziku povećao te sada zauzima 19% od ukupnog broja izdanih muzejskih publikacija, dok postotak publikacija isključivo na stranom jeziku opada i iznosi 2%.



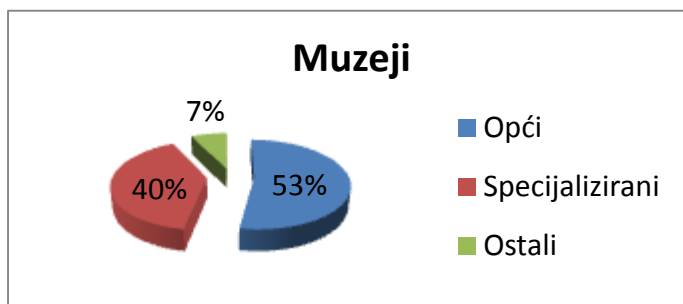
Grafički prikaz 35. Jezik muzejske publikacije izdanih u 2008. godini

Trend rasta elektroničkih publikacija nastavlja se i u 2008. godini pa je tako izdano 11 CD-ROM-ova, i 6 DVD-ova. Uspoređujući prijašnju godinu, u kojoj je objavljeno 8 DVD-ova, zamjetan je neznatan pad. CD-ROM-ove objavljuju *Muzej Međimurja*, *Galerija umjetnina grada Slavonskog Broda*, *Galerija Klovićevi dvori*, *Muzej suvremene umjetnosti* i *Muzejsko dokumentacijski centar* koji izdaje *Izvešća hrvatskih muzeja - Izvešća zagrebačkih muzeja*. S druge strane, DVD-ove izdaju *Općina Jelsa za Memorijalnu zbirku skladatelja Antuna Dobronića*, dok *Muzeji Hrvatskog zagorja - Muzej "Staro selo"* objavljuju čak tri DVD-a (od toga je jedan na hrvatskom, dok su preostala dva prijevodi na engleski te treći s prijevodom na slovenski). Nadalje, DVD-ove izdaju i *Muzej Moslavine*, *Muzej grada Rijeke* u suradnji s *Udrugom antifašističkih boraca i antifašista grada Rijeke (Bitka za Rijeku)* te *Muzej grada Umaga*.

MEDIJ	PUBLIKACIJA
Tiskana građa	934 98%
Elektroničke publikacije CD-ROM	11 1%
DVD	6 1%
Ukupno	930

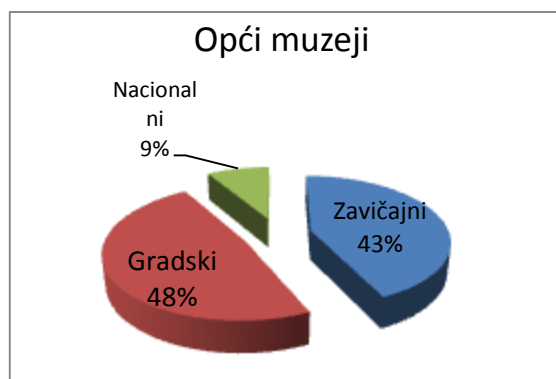
Tablica 6. Medij muzejskih publikacija u 2008. godini

2009. godina

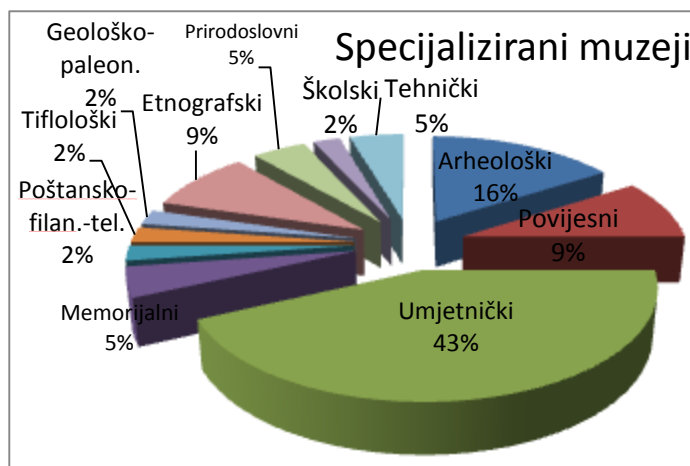


Grafički prikaz 36. Udio muzeja u 2009. godini.

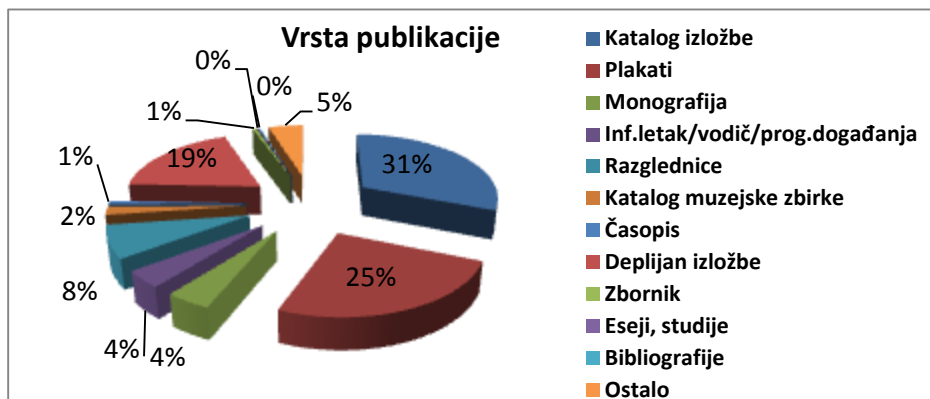
Nadalje, istraživanje za 2009. godine pokazuje da ne dolazi do velikih promjena u udjelu muzeja u ukupnoj muzejskoj nakladničkoj produkciji. Opći muzeji imaju mali porast s ukupno 58 muzeja, dok specijalizirani bilježe pad s 44 muzeja te nastavljaju kontinuirano objavljivati publikacije. Udio galerija i ostalih institucija neznatno je promijenjen. Umjetnički muzeji bilježe pad te sada njihov udio iznosi 43%.



Grafički prikaz 37. Udio općih muzeja u 2009. god



Grafički prikaz 38. Udio specijaliziranih muzeja u 2009. god



Grafički prikaz 39. Vrste publikacija izdanih u 2009. godini

Godina 2009. bilježi znatan pad broja izdanih publikacija pa se tako smanjuje na 603, što je čak tristo dvadeset i sedam publikacija manje nego prethodne godine. Kao što je već spomenuto ranije, katalog izložbe izdaje se u studenom kako bi bio dostupan za vrijeme trajanja Interlibera. Ujedno je to i najmanji broj objavljenih publikacija u cijelom analiziranom razdoblju. Broj kataloga izložbi pada na 187, kao i broj plakata kojih je tiskano 151. Informativnih letaka, muzejskih vodiča, brošura i programa događanja ima 25. Deplijana izložbe izdano je 113 čime se bilježi rast, a razglednica tek 48 što bilježi ponovni pad. Broj objavljenih časopisa je drastično pao. Objavljeno ih je samo 5. Kataloga muzejskih zbirki ima 12, dok ostalih publikacija 29.

Nadalje, nastavlja se pad publikacija objavljenih na hrvatskom jeziku. One su zastupljene sa 75%, dok su publikacije izdane usporedno na hrvatskom i stranom jeziku zastupljene s 22%, što je više nego prethodne godine. Postotak publikacija isključivo na stranom jeziku je u porastu i iznosi 3%.

Publikacije na CD-ROM-u prvi put objavljuje Dubrovački *Pomorski muzej* i to pod nazivom *Brodogradnja Dubrovačke Republike*. U izdanju *Gradskog muzeja Karlovac* objavljen je *CD Ivana Četski: "Paralelno Putovanje"*. Povodom Dana domovinske zahvalnosti i Dana pobjede 5. kolovoza, *Galerija umjetnina grada Slavenskog Broda* izdaje CD-ROM *Domovini na dar. Galerija Klovićevi dvori* u svom korpusu izdanih CD-ova ima muzejsko-edukativnu pitalicu *Slavonija, Baranja i Srijem - Vrela Europske Civilizacije*. *Školski muzej* u Zagrebu izdaje CD-ROM *Igraonica Hrvatskoga Školskog Muzeja*. Što se tiče produkcije DVD-ova, *Arheološki muzej* u Osijeku izdaje dva DVD-a: dokumentarni film *Srednjovjekovno sakralno graditeljstvo sjeveroistočne Slavonije* te animirane karte *Seoba naroda i srednji vijek - stvaranje novih država od 5. do 10. stoljeća*. *Gradska galerija Striegl* u Sisku izdaje DVD *Slavko Striegl: Jedno srce, beskraj otkućaja*, a *Muzej Valpovštine* u suradnji s *Ustanovom za kulturnu djelatnost "Ante Evetović Miroljub"* izdaje dva

DVD-a na stranim jezicima, *Detaile Bilder Ausitalien 1887; Schweiz. Genf, Zurich 1888 - 1889* te *Erinnerung von Palastine 1887; Erinnerung von Syria 1887; Erinnerung von Constantinople und Athene 1887*. Mjesto sjećanja-Vukovarska bolnica 1991. izdaje istoimeni DVD dok Galerija Klovićevi dvori objavljuje *Intime 17.10.-19.11.06*.



Grafički prikaz 40. Jezik muzejske publikacije izdanih u 2009. godini

Trend rasta broja elektroničkih publikacija nastavlja se i u 2009. godini pa je tako izdano 6 CD-ROM-ova, i 7 DVD-ova. Uspoređujući prijašnju godinu, 2008., vidi se rast DVD-a, a pad CD-ROM-ova, kao što je zamjetno u Tablici 7.

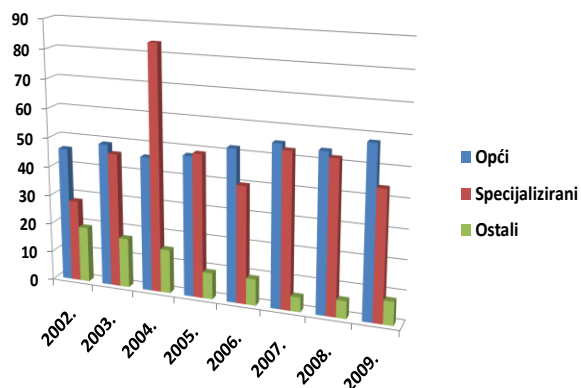
MEDIJ	PUBLIKACIJA
Tiskana građa	590 98%
Elektroničke publikacije CD-ROM	6 1%
DVD	7 1%
Ukupno	603

Tablica 7. Medij muzejskih publikacija u 2009. godini

4.6. Diskusija

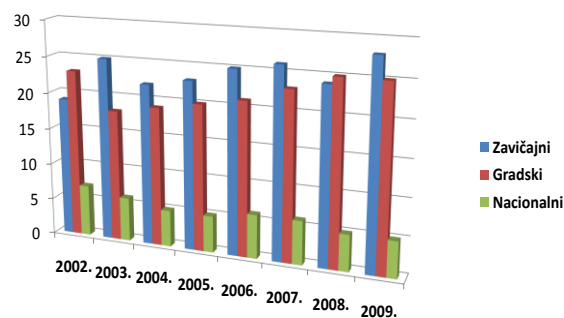
Usprkos svim poteškoćama tijekom istraživanja, pojašnjenima u poglavlju 4.3. Metodologija istraživanja, dobivena je slika hrvatskog muzejskog nakladništva.

Usporedba rezultata Muzeji



Grafički prikaz 41. Usporedba rezultata: usporedba muzeja po godinama

Opći muzeji

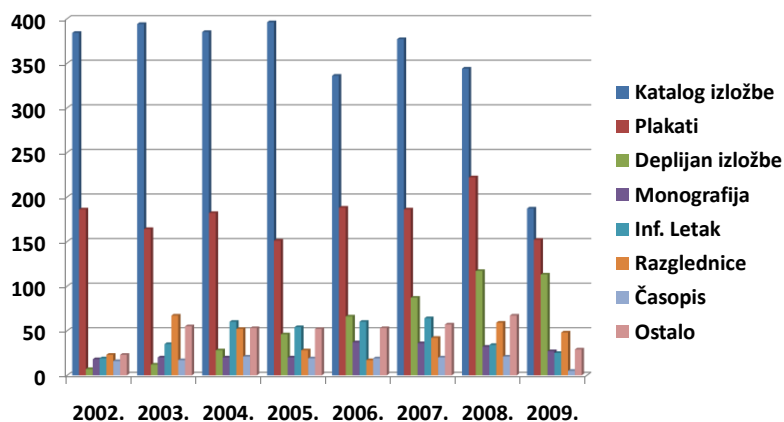


Grafički prikaz 42. Usporedba rezultata: usporedba udjela općih muzeja po godinama

Tijekom obrađivanja podataka došlo se do zaključka, kao što je i bilo pretpostavljeno, da opći muzeji, posebno oni zavičajni, imaju najbogatiju izdavačku produkciju. Iznenađujući je bio podatak da su tijekom 2004. godine specijalizirani muzeji (umjetnički, arheološki, etnografski, povijesni, tehnički i prirodoslovni, memorijalni, poštansko-filatelističko-telefonski muzej, športski, školski, geološko-palentološki, tiflološki, kazališni) bili u izdavačkom smislu produktivniji nego opći (gradski, nacionalni te zavičajni), kao što možemo vidjeti na grafikonu 41, pri čemu najveći udio spomenute godine imaju umjetnički muzeji. Nakon toga će ponovno opći muzeji imati najbogatiju izdavačku produkciju te će broj publikacija koje objavljuju nadalje neprekidno rasti.

Analiza udjela općih muzeja u razdoblju pokrivenim istraživanjem, kao što je vidljivo na grafikonu 42, je pokazala da su zavičajni muzeji kontinuirano imali najveći udio u muzejskoj nakladničkoj proizvodnji. Iako ne treba zanemariti niti važnost gradskih i nacionalnih muzeja, navedeni su rezultati samo potvrdili važnost zavičajnih muzeja u očuvanju naše kulturne baštine. Osim očuvanja kulturne baštine, njihova je zadaća, jednako kao i zadaća općih i specijaliziranih muzeja, prenošenje znanja o našoj baštini i kulturnom identitetu posjetiteljima i budućim generacijama. S time je prva hipoteza - zavičajni muzeji su najproduktivniji na području muzejskog izdavaštva s obzirom da su jedan od najvažnijih čuvara zavičajne baštine – djelomično potvrđena. Naime, usprkos velikom udjelu u muzejskom nakladništvu, treba reći da su zavičajni muzeji i najbrojniji pa je iz tog razloga hipoteza samo djelomično točna.

Usporedba rezultata Vrsta publikacije

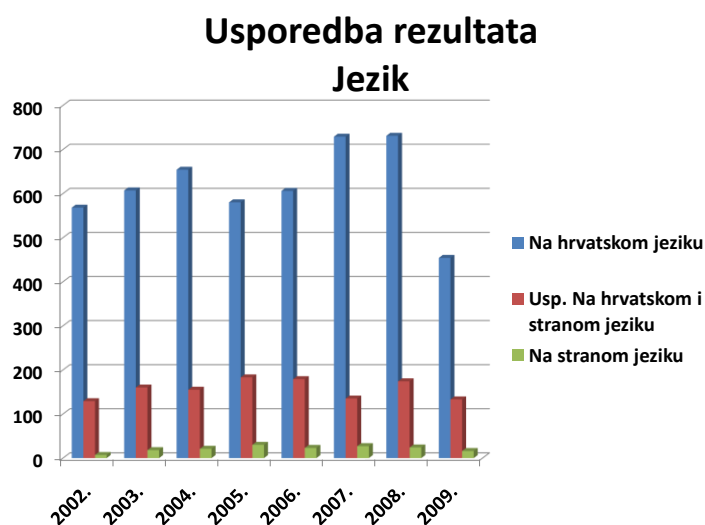


Grafički prikaz 43. Usporedba rezultata: usporedba vrsta publikacija po godinama

Kao što se moglo vidjeti, svakako je najzastupljeniji izdavački muzejski produkt katalog izložbe. Istraživanje je pokazalo da se u prosjeku godišnje izdaje od 200 do gotovo 400 kataloga. Bilo da je riječ o stalnim ili povremenim postavama, izložba je svakako najbolji oblik komunikacije s posjetiteljima. Ona je svojevrsno zbivanje, stvaralački čin autora u kojemu se prikazuju i tumače pojedini fenomeni i znanje o njima. Također, autor izložbe na taj način svojoj publici prikazuje određeno viđenje zbivanja, događaja. Muzejska komunikacija izložbom drugačija je od ostalih izložbi jer se ona koristi muzejskim predmetima, dok se njihovim medijskim inačicama poput teksta, slike ili virtualne simulacije služi tek kao pomagalima.⁷⁹ Ukoliko je izložba popraćena s tiskanom ili elektroničkom publikacijom, ona se najčešće može kupiti u suvenirnici muzeja ili naručiti. Također, osim izložbe mogući su i razni seminari, izlaganja, organizirane radionice koje će biti dostupne svima i koje će biti tematske. Izložba može biti popraćena multimedijским sadržajima poput zvuka ili videa kako bi se što bolje dočarala tema izložbe. Stoga ne čudi da je najbogatija muzejska publikacija upravo na području izložbenih kataloga, kao što se uostalom jasno vidi i na grafikonu 43. Najveći je broj kataloga izložbi zabilježen 2005. godine, njih 396. Jedinu iznimku čini 2009. godina kada je objavljeno svega 187 kataloga. Razlog tomu su nepotpuni podaci za tu godinu. Naime, katalogi izložbe izdaju se, kao što je već spomenuto u poglavlju 4.3. Metodologija

⁷⁹ Maroević, Ivo. Muzejska izložba – muzejski izazov. // *Informatica Museologica* 34, 3/4 (2003), str. 13.

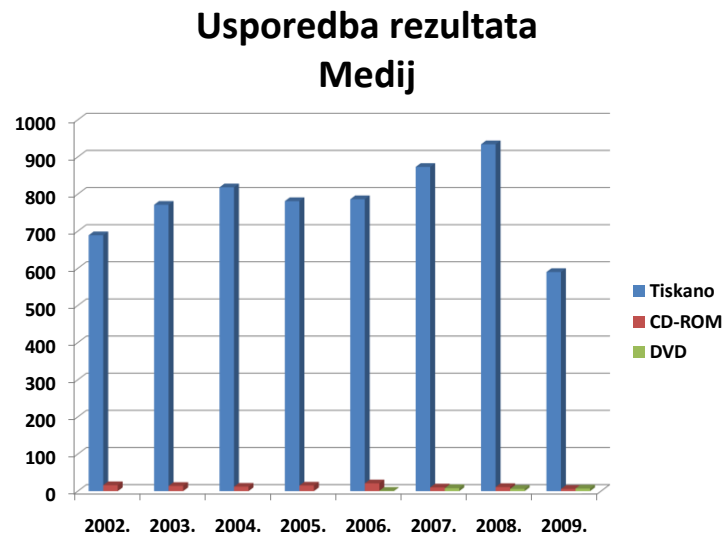
istraživanja, u studenom kako bi bio dostupan za vrijeme trajanja Intelibera. Uz kataloge valja spomenuti i plakate, koji po zastupljenosti slijede odmah nakon kataloga. Njihov broj varira od 150, koliko ih je bilo objavljeno, primjerice, 2005. godine, do 222, koliko ih je objavljeno 2008. godine. Plakati su vrlo zanimljiv oblik publikacije s obzirom da predstavljaju određeni događaj u muzeju te na taj način ne promoviraju samo konkretnu izložbu nego i sam muzej. Kao što je već ranije spomenuto, plakati su najbolji marketinški materijal jer s izvrsnom likovnom podlogom može privući posjetitelje na određeni događaj koji muzej organizira. Plakati se također mogu kupiti u suvenirnicama muzeja po simboličnim cijenama upravo zbog svojih likovnih zanimljivosti. S obzirom da je zastupljenost publikacija potvrdila da je najpopularniji oblik muzejske publikacije upravo katalog izložbe s tim je u potpunosti potvrđena i hipoteza br. 2 - najpopularniji oblik publikacije je katalog izložbe.



Grafički prikaz 44. Usporedba rezultata: usporedba jezika publikacije po godinama

Iako se očekivalo da će broj publikacija na stranim jezicima biti mnogo veći, taj je broj zapravo vrlo mali te su rezultati poražavajući. Ukupni udio publikacija na stranim jezicima je iznosio od oko 2 do 4%. Iz toga razloga hipoteza br. 3 - broj muzejskih publikacija na stranom jeziku s godinama će rasti – nije dokazana jer broj publikacija na stranom jeziku s godinama ne raste, kao što se vidi i na grafikonu 44. Tiskanjem muzejskih publikacija na nekom od stranih jezika ili, što je možda čak isplativije, u dvojezičnoj varijanti (na hrvatskom i nekom stranom jeziku)

hrvatski bi se muzeji, pa tako i autori izložaba i drugi važni sudionici svakog pojedinog projekta, mogli lakše promovirati u svijetu, a time i našu kulturnu baštinu.



Grafički prikaz 45. Usporedba rezultata: usporedba medija na kojem je publikacija tiskana po godinama

Broj objavljenih CD-ROM-ova se kreće u rasponu od 6 (2009.) do 21, koliko ih je bilo objavljeno 2006. godine. Hrvatski muzeji tijekom svih godina istraživanja izdaju daleko više tiskanih publikacije nego elektroničkih. Tijekom 2006. godine započinje izdavanje DVD-ova, te broj objavljenih CD-ROM-ova počinje opadati. Tako je 2009. objavljeno samo 6 CD-ROM-ova, što možemo protumačiti činjenicom da podaci za 2009. godinu nisu potpuni. S druge pak strane, tijekom 2009. godine objavljeno je 7 DVD-ova. S upotpunjavanjem podataka moguće je da će broj biti i veći. Moguće je i da je kriza u zemlji utjecala na pad izdavanja CD-ROM-ova. Ipak, za pretpostaviti je da će izdavanje CD-ROM-ova doživjeti veliki procvat jer će muzeji s godinama početi koristiti njegove brojne prednosti. Jedna od bitnih značajki CD-ROM-ova, kao što je spomenuto ranije, upravo je veliki kapacitet podataka što igra veliku ulogu kod velikih kataloga izložbi. Zaključno se može reći da se hipoteza br. 4 - broj publikacija koji su objavljeni na CD-ROM-u s godinama će rasti - pokazala netočnom, iz razloga što broj objavljenih CD-ROM-ova konstantno opada, dok DVD-ova raste.

Za kraj, potrebno je spomenuti činjenicu da samo jedan hrvatski muzej vodi računa o svim potrebama svojih posjetitelja. Takav primjer je *Tiflološki muzej* u Zagrebu koji izdaje publikacije na Brailleovom pismu ili uvećanim tiskom kako bi se slijepi ili slabovidne osobe osjećale uključene u

društvo i rad muzeja. Međutim, i ostali hrvatski muzeji trebali bi slijediti njihov primjer. Tako bi mogli, primjerice, tiskati različite marketinške materijale kao što su letci, brošure i slično, na Brailleovom pismu te bi na taj način pridonijeli kvaliteti života slijepim i slabovidnim osobama koji bi se mogli koristiti blagodatima i mogućnostima koje pružaju muzeji.

Zaključno, možemo reći da se samo jedna od četire hipoteze pokazala točnom (najpopularniji oblik je katalog izložbe) ili samo djelomično točnom (zavičajni muzeji objavljuju najveći broj muzejskih publikacija jer su jedan od najvažnijih čuvara zavičajne baštine), dok su preostale dvije netočne (broj muzejskih publikacija na stranom jeziku s godinama će rasti i broj publikacija koji su objavljeni na CD-ROM-u s godinama će rasti). S obzirom da hrvatski muzeji imaju ogromni potencijal, što je ovo istraživanje i pokazalo, smatra se da će se brojke popraviti tijekom idućih godina što bi u doglednoj budućnosti iduće istraživanje moglo i dokazati te potkrijepiti i podacima. Međutim, ostaje činjenica da hrvatski muzeji ipak sporo prihvaćaju tehnološke novine. Za pretpostaviti je da bi uporaba suvremenijih tipova publikacija znatno pridonijela povećanju broja posjetitelja, a time i potencijalnih kupaca tih publikacija. Ranije spomenuti virtualni muzeji, kao što su *Virtualni muzej avangarde* ili *Muzej krapinskih neandertalaca*, rijetki su koji su prigrlili sve tehnološke promjene te na taj način privukli svoje posjetitelje koji će im se uvijek vraćati upravo zbog različitosti svoje ponude. Sve to vodi k jednome – hrvatski se muzeji moraju aktivnije uključiti u kreiranje marketinških materijala, samim time i u muzejsko nakladništvo, posebice elektroničko, kako bi privukli što veći broj posjetitelja te na taj način ostavili upečatljivi dojam. Naposljetku možemo zaključiti da hrvatski muzeji mogu zasigurno stajati uz bok svjetskim muzejima što se tiče ponude, ali trebaju iskoristiti sav svoj potencijal.

Zaključak

Muzeji već stoljećima čuvaju kulturnu baštinu - rijetke knjige, predmete, skulpture te različitu muzejsku građu koja može biti ne samo kulturno, već i prirodno dobro. Čuvajući ju od uništenja, ujedno ju i prenose idućim generacijama. Pomoću muzejskih publikacija muzeji nastoje privući posjetitelje. Može se reći da muzejska publikacija kao oblik komunikacije s posjetiteljima i javnošću ima nenadomjestivu ulogu. Danas, kada broj muzejskih publikacija raste, katalozi izložbe imaju ključnu ulogu u promociji muzeja. Uvođenje elektroničke tehnologije u izdavaštvo i muzejsko-galerijsku djelatnost otvorilo je široke mogućnosti kreiranja i distribucije publikacija. Međutim, kao što je ovaj rad i pokazao, muzeji u Hrvatskoj nisu u potpunosti prihvatili taj oblik tehnologije te su okrenuti i dalje prema tradicionalnom tiskanom obliku nakladništva.

Muzejsko se izdavaštvo kao vrlo vitalan i važan segment muzejskoga rada iz godine u godinu potvrđuje iznimnom kvalitetom sadržaja kao i raznolikošću tema, dizajniranim i prepoznatljivim izgledom, ali i svojom unikatnošću s obzirom na male naklade. Muzeji, naime, nemaju velika sredstva. Muzejsko je nakladništvo vrlo raznovrsno. Najzastupljenije muzejske publikacije su katalozi izložbi, plakati, katalozi stalnog muzejskog postava ili pojedinih zbirki, informativni muzejski leci/brošure i muzejski vodiči, katalozi povremenih izložaba, ostale omeđene publikacije, serijske publikacije i zavičajne bibliografije. Osim što se navedene publikacije koriste kao sredstvo komuniciranja s publikom, neke od njih mogu biti korištene i kao sredstvo oglašavanja, odnosno promidžbe (npr. deplijani, letci, brošure, pozivnice, plakati, razglednice itd.). Od kataloga pa do različitih igara za djecu te vodiča po muzejima, publikacije koje hrvatski muzeji izdaju vrlo su raznoliki, u što smo se mogli uvjeriti u rezultatima istraživanja. U toj ponudi muzeji bi ipak trebali veću pozornost obratiti na tiskanje publikacija *isključivo* na engleskom jeziku kako bi se vijest koju muzej ima mogla proširiti, ali i kako bi strani posjetitelji mogli shvatiti značenje izložbe koju su posjetili. Osim toga, tiskanjem publikacija na stranom jeziku hrvatski muzeji sudjeluju u svjetskoj muzeološkoj zajednici. Međutim, s obzirom na mala novčana sredstva koju hrvatski muzeji imaju, vrlo je vjerojatno da se to u doglednoj budućnosti neće dogoditi.

Kao što je istraživanje pokazalo, hrvatsko muzejsko nakladništvo i dalje se velikim dijelom izričito oslanja na tradicionalne tiskane publikacije. Elektroničke publikacije prihvaćaju polako, s iznimkom nekoliko muzeja koji vrlo uspješno spajaju tradicionalno i elektroničko nakladništvo

(primjerice, *Dubrovački muzej* koji koristi najsuremeniju 5D tehnologiju, *Virtualni muzej avangarde* te sjajni *Muzej krapinskih neandertalaca*). Iako se muzejska građa može bolje prezentirati pomoću pregršt slika i zvukova, istraživanje je pokazalo da hrvatski muzeji tehnološka dostignuća još uvijek koriste nedovoljno.

Za očekivati je da će muzejsko nakladništvo u Hrvatskoj s godinama doživjeti svoj puni procvat u tiskanom, ali i u elektroničkom obliku, jer se s godinama postupno povećava ne samo muzejska izdavačka produkcija, već i broj muzeja koji su prigrlili takav oblik samopromocije te na taj način nastoje privući potencijalne posjetitelje. Nove bi posjetitelje valjalo privući maštovitim plakatima, katalozima izložbi i drugim zanimljivim tipovima muzejskih publikacija. Također, skromna zastupljenost elektroničkog izdavaštva u hrvatskim muzejima ukazuje na to da bi se muzeji trebali okrenuti mlađim generacijama potencijalnih posjetitelja. Upravo se to može postići s CD-ROM-ovima i DVD-ovima, čije su mogućnosti neki hrvatski muzeji već i otkrili. Hrvatski muzeji imaju ogroman potencijal, što pokazuju i primjeri odličnih uspješnih muzeja. Međutim, svojim posjetiteljima trebaju ponuditi nešto više od pukog razgledavanja muzeja. Uz dobru marketinšku podlogu, odličnu prezentaciju muzeja uz različite tehnološke novine, hrvatskim muzejima zajamčen je odličan uspjeh.

Izvor

1. 28. Izložbe izdavačke djelatnosti hrvatskih muzeja i galerija. URL: <http://www.mdc.hr/UserFiles/file/Interliber/02Ostalo.pdf> (2010-10-15)
2. Katalozi izložbe muzejske izdavačke djelatnosti. Muzejski dokumentacijski centar. URL: <http://www.mdc.hr/hr/mdc/publikacije/katalozi/izlozbe-muzejske-izdavacke-djelatnosti/> (2010-10-10)

Literatura

1. American Association of Museums. URL: <http://www.aam-us.org/pubs/mn.cfm> (2011-02-21)
2. Antoš, Zvezdana. Multimedijska muzejska izdanja. // Informatica Museologica 32, 3/4 (2001), str. 99-103.
3. Antoš, Zvezdana. Primjena multimedijskih tehnologija na muzejskim izložbama. // Informatica Museologica 35, 1/2 (2004), str. 45-51.
4. Arheološki muzej u Zadru. URL: http://www.amzd.hr/index.php?option=com_content&task=view&id=63&Itemid=59&lang=hr (2011-01-12)
5. Arheološki muzej u Zagrebu. URL: <http://www.amz.hr/naslovnica/izdavastvo/vjesnik-amz.aspx> (2010-12-29)
6. Cannon-Brookes, Peter. Dugoročna odgovornost muzejskim publikacija. // Informatica Museologica 32, 3/4 (2001), str. 6-9.
7. Etnografski muzej u Zagrebu. URL: http://www.emz.hr/etnoloska_istrazivanja.html (2011-01-12)
8. Gradski muzej Varaždin. URL: <http://www.gmv.hr/bibliografija.aspx?pid=5> (2011-01-21)
9. Hrvatski povijesni muzej. URL: <http://www.hismus.hr/hrvatski/glavna.htm> (2011-01-13)
10. Izložba izdavačke djelatnosti hrvatskih muzeja i galerija. Muzejsko dokumentacijski centar. URL: <http://www.mdc.hr/hr/mdc/izlozbe/izlozba-izdavacke-djelatnosti-hrvatskih-muzeja-i-galerija/> (2010-05-25)

11. Katalog Nacionalne i sveučilišne knjižnice. URL: <http://katalog.nsk.hr/F?RN=579313064> (2010-10-19)
12. Lovrić Plantić, Vesna. Valorizacija utemeljiteljskoga doba. // Vijenac 155 (2000). URL: <http://www.matica.hr/Vijenac/Vij155.nsf/0/7c565cedcab32f59002568810054f318?OpenDocument> (2010-10-23).
13. Maroević, Ivo. Muzejska izložba – muzejski izazov. // Informatica Museologica 34, 3/4 (2003), str. 13-18.
14. Maroević, Ivo. Muzejska publikacija kao oblik muzejske komunikacije. // Informatica Museologica 32, 3/4 (2001), str. 10-13.
15. Maroević, Ivo. Uvod u muzeologiju. Zagreb: Zavod za informacijske studije, 1993.
16. Multimedijalni DVD o krapinskom pračovjeku dobio nagradu CBTour. URL: <http://www.vecernji.hr/kultura/multimedijalni-dvd-krapinskom-pracovjeku-dobio-nagradu-cbtour-clanak-196812> (2010-08-26)
17. Muzej grada Zagreba. URL: <http://www.mgz.hr/hr/izdanja/> (2011-01-12).
18. Muzej hrvatskih arheoloških spomenika. URL: <http://www.mhas-split.hr/izdanja/Starohrvatskaprosvjeta/tabid/79/Default.aspx> (2011-01-12)
19. Muzej Hrvatskog zagorja. URL: <http://www.mhz.hr/krapina.html> (2010-08-26)
20. Muzeji Hrvatske na Internetu. Muzejsko dokumentacijski centar. URL: <http://www.mdc.hr/hr/muzeji-u-hrvatskoj/muzeji-hrvatske-na-internetu/> (2010-07-29)
21. Muzejsko dokumentacijski centar. URL: <http://www.mdc.hr/hr/mdc/izlozbe/izlozba-izdavacke-djelatnosti-hrvatskih-muzeja-i-galerija/kronologija-izlozaba-izdavacke-djelatnosti-hrvatskih-muzeja-i-galerija/> (2010-05-25)
22. Narodni muzej u Zadru. URL: <http://nmz.hr/aktivnosti/izdavastvo/arhiva> (2011-01-13)
23. ODLIS - Online Dictionary for Library and Information Science. By Joan M. Reitz. URL: // <http://lu.com/odlis/> (2010-10-10)
24. Pettenati, Corrado. Electronic publishing at the end of 2001. // 7th International Conference on Advanced Technology and Particle Physics. URL: http://villaolmo.mib.infn.it/Manuscripts/10_generalities/pettenati.pdf (2011-02-21)
25. Radovanlija Mileusnić, Snježana. CD-ROM-ovi u hrvatskom muzejskom izdavaštvu. // Informatica Museologica 31, 1/2 (2000), str. 54-57.

26. Radovanlija Mileusnić, Snježana. Muzejsko izdavaštvo – čuvar zavičajnog identiteta. // Hrvatsko knjižničarsko društvo 51, 1/4 (2008). URL: http://www.hkdrustvo.hr/vbh/broj/98?session_id=2b247bc21f0c9e570a471afe8da63e47 (2010-05-29), str. 107-125.
27. Radovanlija Mileusnić, Snježana. Pregled tipologija formalnih i sadržajnih obilježja muzejskih publikacija – rezultati istraživanja hrvatskog muzejskog izdavaštva. // Informatica Muzeologica 32, 3/4 (2001), str. 14-18.
28. Sušić, Željka. Potrebe i mogućnosti komuniciranja sa slijepim i slabovidnim osobama u muzeju. // Informatica Muzeologica 32, 3/4 (2001), str. 68-71.
29. Šola, Tomislav. Marketing i muzejsko izdavaštvo. // Informatica Muzeologica 33, 1/2 (2002), str. 61-66.
30. The British Museum. URL: http://www.britishmuseum.org/research/research_publications/online_research_publications.aspx (2011-02-21)
31. The Metropolitan Museum of Art. URL: <http://www.metmuseum.org/explore/classroom.asp> (2011-02-21)
32. Vinterhalter, Jadranka. Suvremena umjetnost u publikacijama i na CD-ROM-ovima. // Informatica Museologica 32, 3/4 (2001), str. 27-29.
33. Virtualna šetnja muzejom. URL: [http://www.hrt.hr/index.php?id=275&tx_ttnews\[tt_news\]=86821&tx_ttnews\[backPid\]=38&cHash=4ebf71c6bb](http://www.hrt.hr/index.php?id=275&tx_ttnews[tt_news]=86821&tx_ttnews[backPid]=38&cHash=4ebf71c6bb) (2010-08-26)
34. Virtualni muzej avantgarde. URL: <http://www.avantgarde-museum.com/> (2010-08-26)
35. Virtualni Muzej krapinskih neandertalaca. URL: <http://www.novena.hr/hr/novosti/virtualni-muzej-krapinskih-neandertalaca,118.html> (2010-08-26)
36. Visia Dubrovnik 5D Museum. URL: <http://www.visiadubrovnik.com/hr/index.aspx> (2010-10-13)
37. Vjesnik za arheologiju i povijest dalmatinsku. URL: <http://hrcak.srce.hr/vapd> (2010-12-29)
38. Zakon o muzejima. // Narodne novine 142 (1998.). URL: <http://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/269487.html> 30-3-20100 (2010-05-15)

39. Živković, Daniela. Elektronička knjiga. Zagreb: Multigraf, 2001.

