

## Aktivnosti public relationsa Muzejskog dokumentacionog centra u Zagrebu

## Activities in public relations of the Museum Documentation Centre, Zagreb

Višnja Zgaga  
Muzejski dokumentacioni centar  
Zagreb

Višnja Zgaga  
Museum Documentation Centre  
Zagreb, Yugoslavia

**U** Zagrebu se nalazi 18 muzeja i četrdesetak izložbenih salona, prostora. Muzejski fondusi sadrže kulturnu baštinu republike Hrvatske, djelomično Jugoslavije a naročito zagrebačke regije. Taj kulturni i znanstveni potencijal, koji ima oko dva milijuna predmeta, prezentira se javnosti ne samo pomoću klasičnih oblika muzejske komunikacije, kao što su stalni postavi i povremene izložbe, već sve više i više propagandnim kampanjama, konferencijama za novinare i ostalim načinima animiranja medija, te raznovrsnim izdavačkim programima.

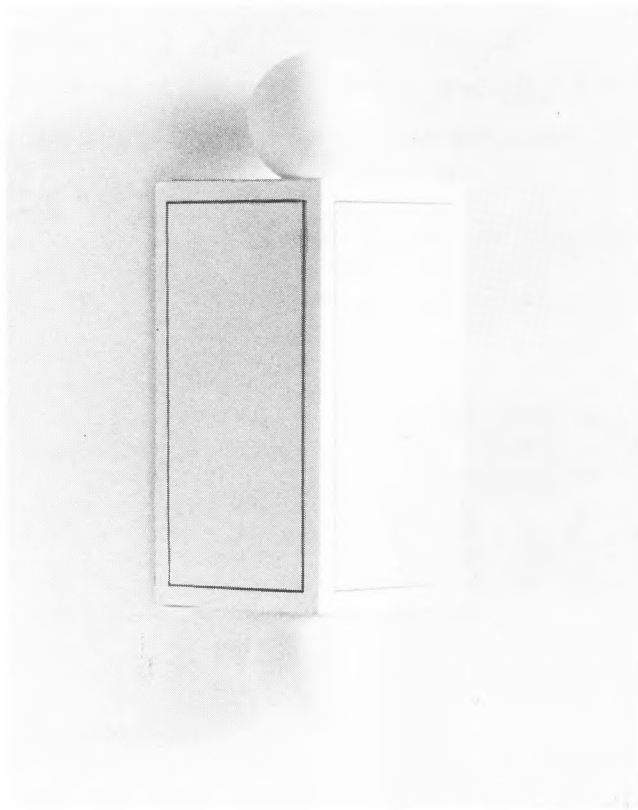
Spomenut ćemo neke aktivnosti Muzejskog dokumentacionog centra kojima je cilj širenje muzeološke kulture i komunikacije. Centar je zamišljen kao ključna institucija unapređenja mnogovrsnih aktivnosti muzeja, a njegovo je djelovanje zadovoljavanje stručnih potreba muzeja i srodnih ustanova Hrvatske, djelomično i Jugoslavije. Muzejski dokumentacioni centar nastoji djelovati kao središnji stručni operativni punkt muzeja.



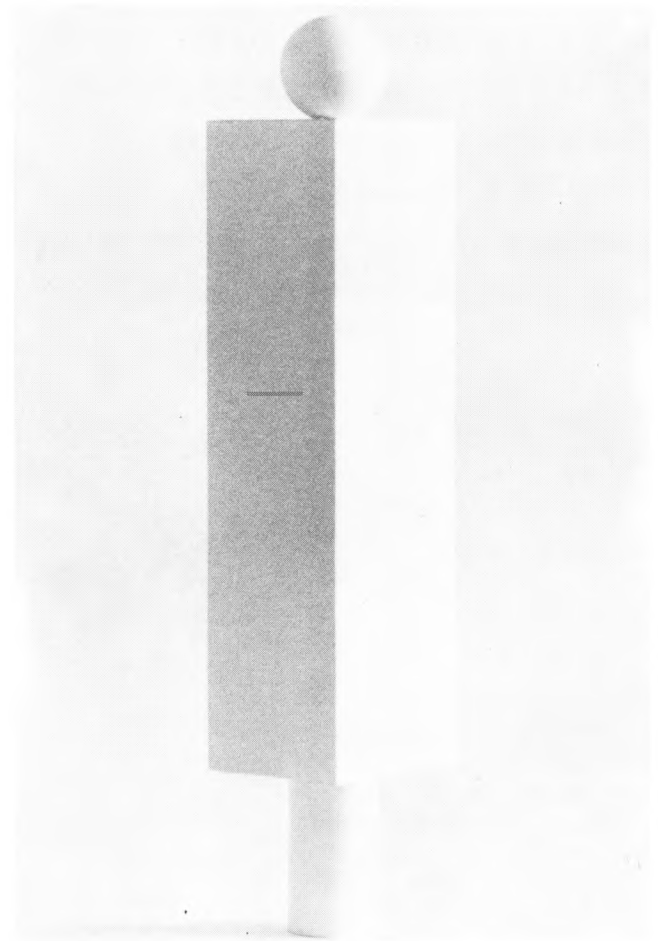
Publikacija »Izložbe i događanja«, design Borislav Ljubičić, u izdanju MDC-a, Zagreb  
Publications »Exhibitions and Events«, design Borislav Ljubičić, edited by the Museum Documentation Centre, Zagreb  
Photo: Krešo Tadić

**T**here are 18 museums and about 40 galleries (exhibition galleries) in the city of Zagreb. Museum collections mainly represent the cultural heritage of Croatia, of which Zagreb is the capital, and the Zagreb region in particular. This cultural and scientific potential of about two million items, is being presented to the public by means of classical permanent & temporary exhibitions combined with advertising campaigns, press conferences and other media techniques, along with specific publishing activities.

Here I would like to describe the activities of the Museum Documentation Centre undertaken with the aim of extending museological culture and communication. The Centre is designed as a focal institution for improvement of activities related to museums, to meet the need for expertise of museums and other similar facilities in Croatia and, in part, in Yugoslavia as a whole, trying to act as a mediating operative point for museum activities.



Maketa informacijskog stupa, design Borislav Ljubičić  
Model of the Information column, design Borislav Ljubičić  
Photo: Petar Dabac



Program public relations aktivnosti Muzejskog dokumentacionog centra bio je koncipiran na osnovi ankete provedene još 1982. godine među direktorima zagrebačkih muzeja i galerija. Anketna pitanja odnosila su se na materijalne i tehničke uvjete funkcioniranja muzeja, opremu, kadrovsku strukturu, prisutnost (odsutnost) izdavačke djelatnosti, mogućnost nabave i kupnju suvenira, postojanje muzejske prodavaonice, kvalitetu i učestalost stručnih vodstava po muzeju, suradnju s turističkim organizacijama itd.

Rezultati ankete pokazali su gotovo nepostojanje public relations aktivnosti u muzejima.

Budući da su razlozi tog nedostatka specifični za svaku pojedinu muzejsko-galerijsku instituciju, naš program je pokušao riješiti zajedničke probleme, dok su nedostaci kadra, stalnog postava, tehničke opremljenosti, vodstva i publiciranja prepušteni svakome pojedinome muzeju.

Najhitnijim zadatkom smatrali smo izradu uvjeta za zajedničku promociju i oglašavanje muzejskih aktivnosti svih institucija Zagreba, što se doduše provodilo zasebno za svaku muzejsku orga-

The programme of these particular public relations activities has been based on a survey conducted in 1982 among the directors of museums and galleries in Zagreb. The questions in the survey referred to material and technical conditions, equipment, personnel training, existence or absence of publishing activities, availability of souvenirs and retail space, the quality and intensity (frequency) of existing activities, such as guided tours, cooperation with tourist agencies and so on.

The results of the survey showed the lack of a public relations structure in museums. Since the reasons for the lack were specific for each institution, our programme tried to resolve the common problems while the solution of specific problems, such as the lack of public relations personnel, permanent collections, technical equipment, guided tours, catalogues, etc., was left to each museum.

The most pressing problem was the need to create a proposal for a unified presentation of museum activities which already existed but were not coordinated nor executed professionally or systematically. What the Centre could do was to

nizaciju, no nikad dovoljno profesionalno i sistematično. Muzejski dokumentacioni centar izradio je podlogu i organizirao izradu za unificirani grafički dizajn, vizualni identitet muzeja i galerija grada Zagreba, koji bi svojom primjenom u svakom slučaju mogao jamčiti jasniju i kvalitetniju vizibilnost i na taj način izboriti bolje mjesto među ostalim sistemima informiranja i oglašavanja. Taj zadatak je zahtijevao angažman profesionalnog i iskusnog dizajnera koji bi ponudio originalan i inteligentan grafički dizajn. Odlučili smo se za Borislava Ljubičića, grafičkog dizajnera iz Zagreba poznatog i u internacionalnim stručnim krugovima, koji se afirmirao vizualnim identitetom i grafičkim rješenjem Mediteranskih sportskih igara 1979. godine.

Njegov prvi projektni zadatak je bio dizajniranje vizualnog identiteta svih zagrebačkih muzeja i galerija, u kojem je dizajn grafičkog simbola, znaka bio prvi korak. Znak se sastoji od žutog trokuta s upisanim plavim krugom. Taj oblik omogućava laku transformaciju u treću dimenziju, u kojoj bi trokut postao prizma a krug kugla na vrhu prizme, što bi se lako moglo primijeniti na informacijski stup ili vitrinu na muzejskoj fasadi. Vizualno je simbol vrlo upadljiv; podsjeća na stilizirano oko a kontrastne boje potenciraju polje asocijacija: kulturnu baštinu zaštićenu i prezentiranu. Dvodimenzionalna i trodimenzionalna forma imaju široke asocijativne mogućnosti: od muzejske vitrine do antropomorfnog objekta.

Na široj strani transparentnog prizmatičnog informacijskog stupa mogu se postaviti dva plakata većih dimenzija (100×70), dok je na dvije uže pokrajnje strane prostor za mjesečne i kvartalne programe, ili druge sadržaje vezane uz oglašavanje i promociju raznih programa muzejskog rada (nove akvizicije, predstavljanje sponzora, specijalni programi, stručna vodstva, nove publikacije itd.). Šira strana prizme može se otvoriti te se plakati i sav informativni materijal mogu lijepiti s unutrašnje strane i na taj se način sprečava njihovo uništavanje. Predviđeno je da se u kuglu na vrhu prizme instalira neonsko svjetlo.

Svrha je informacijskog stupa stalno obavještavanje publike o svim muzejskim aktivnostima grada. Smatramo da bi se instalacijom takvih stupova u gradu poboljšala informiranost, izdavačka aktivnost vezana uz public relations i unaprijedio nivo vizualne komunikacije potrebom za angažiranje boljih grafičkih dizajnera u svakoj pojedinoj instituciji.

Prizma manjih dimenzija instalirala bi se na fasadu muzejske zgrade, a njena bi funkcija bila, osim generalnih muzejskih informacija o gradskim muzejima i obavijestima o samome muzeju, i

organize the creation of a unified graphic design, the visual identity of Zagreb's museums and galleries which could guarantee a better visibility and compete with other systems of information and advertising. For this purpose it was necessary to engage a professional and experienced designer who could offer us an original and versatile graphic design. Our choice fell on Mr. Borislav Ljubičić, a graphic designer from Zagreb with an international reputation.

His first task was the design of the visual identity for all of the museum and galleries in Zagreb. The first step consisted of designing a graphic symbol, a yellow triangle with an inscribed blue circle. The design also allowed a threedimensional transformation into a prism with a blue globe, the top which could easily be used as an information column or a show-case on the facade of museums. Visually the symbol is very powerful; it resembles a stylized eye and the contrasting colours reinforce the field of associations: the cultural heritage protected and presented. The two and three dimensional form reminds of some museum showcases or an anthropomorphic object/column.

In the wider side of this prism-shaped transparent information column two larger posters could be placed (100×70 cm), while the narrower sides could contain a monthly or quarterly programme, or other advertisements concerning museum activities (new acquisitions, sponsors, special events, guided tours for special audiences etc.) The wider side functions also as a door so that the posters and advertisements could be pasted from the inside and thus be protected from rain and vandalism. The neon light mounted in the core of the prism allows the illumination of the column at night.

The purpose of the information column is to make all of the museum activities known to the interested public. This will, we hope, in turn stimulate information, publishing activities and the need for good graphic design in each institution.

The somewhat smaller glass prism will be used as a facade show-case. Its function will be to give general museological information, specific information about the museum on whose facade it is to be attached, to mark the site of the museum and attract the attention of potential visitors.

Due to the greater aggressivity of other media this project needed to provide a separate, expressive and visible identity. It was necessary to offer a solution appropriate to the cultural content it was promoting and for the urban scenery in Zagreb.

naznaka lokacije muzeja i animiranje potencijalnog posjetioca.

Projekt informacijskog stupa i vitrine zamišljen je da osigura odvojen, izražajan, jasan vizualni identitet muzejskih programa i tako izbori mjesto unutar sve veće agresivnosti ostalih medija. Bilo je nužno ponuditi takvo dizajnersko rješenje koje svojom kvalitetom promovira sadržaj kulture i unapređuje zagrebačku urbanu scenu.

Publikacija *Izložbe i događanja* sljedeća je aktivnost PR Muzejskog dokumentacionog centra, koja se za razliku od prethodnog projekta već dvije godine realizira. To je tromjesečni kalendar izložbene aktivnosti i drugih vanjskih aktivnosti muzejsko-galerijskog sektora Zagreba. Svaka institucija osim naziva, adrese i orarija navodi naslov izložbe i kratak rezime njena sadržaja. Sve informacije se skupljaju na osnovi upitnika koji Centar šalje svaka tri mjeseca ustanovama, a ispunjavaju ga kustosi ili stručnjaci za public relations svake institucije. Atraktivan grafički dizajn publikacije koji varira od broja do broja unutar zadane koncepcije potpisuje Borislav Ljubičić. Kalendar se šalje na 1800 adresa muzeja i galerija Jugoslavije, kulturnih centara, crkvenih zbirki, članovima Društva likovnih umjetnika, kulturnim institucijama i dr. Stalna prodaja organizirana je u Muzejsko-galerijskom centru i Turističkom informativnom centru u Zagrebu.

Jedna od najuhodanijih aktivnosti public relationsa Muzejskog dokumentacionog centra, koja se kontinuirano odvija od 1980. godine, svakako je i izdavanje plakata kojeg grafički oblikuju najbolji jugoslavenski dizajneri (Boris Bućan, Ivan Picelj i dr.), a u povodu Međunarodnog dana muzeja. Plakat se distribuira muzejima širom Jugoslavije, a na specijalne aktivnosti u povodu tog dana animiraju se svi zagrebački muzeji. ■

Another project realized by the Centre is the publication of a quarterly calendar of exhibitions and events organized by museums and galleries in Zagreb.

In addition of the name and address of the institution each item provides a brief summary and contents, dates and authors of exhibitions.

The detailed information is collected in the Centre by means of a questionnaire filled in by curators or PR of each institution. The attractive layout and graphic design which varies within the same format was made by the same designer Mr. Borislav Ljubičić who conceived the visual identity. Its copies are distributed to all cultural institutions in Yugoslavia and can be purchased in every Zagreb museum and the Tourist Information Centre.

One of the more established activities of public relations of the Museum Documentation Centre is the production of a poster, designed by best known Yugoslav designers (Mr. Boris Bućan and Mr. Ivan Picelj) and distributed to all Yugoslav museums, on the occasion of the International Museum Day (since 1980.) On this occasion we also encourage museums in Zagreb to undertake special activities. ■