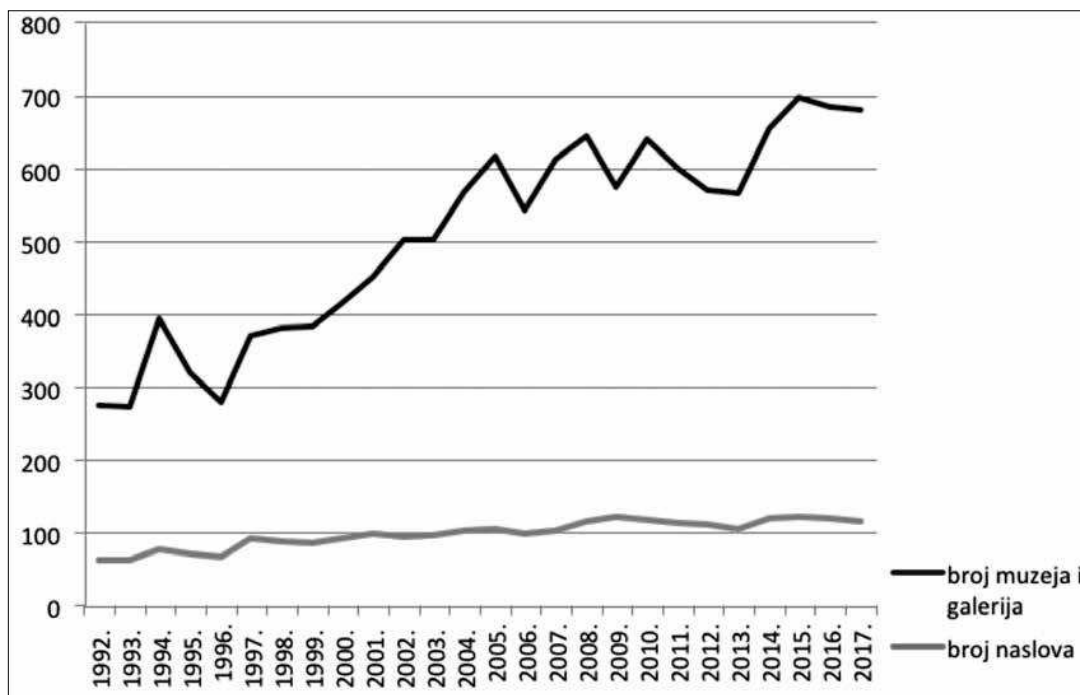


Grafikon 1. Usporedni pokazatelji broja muzeja nakladnika i ukupnog broja godišnje nakladničke produkcije od 1992. do 2017.

MUZEJSKO NAKLADNIŠTVO U 2017. PRIKAZANO BROJEVIMA

mr. sc. SNJEŽANA RADOVANLIJA MILEUSNIĆ □ Muzejski dokumentacijski centar, Zagreb



¹ Istraživanje tržišta knjiga u RH, GFK Hrvatska, Zagreb, 21. travnja 2017.

Dostupno na: <https://znk.hr/istrazivanja-gfk-citanost-u-hrvatskoj/> (pristupljeno: 6. prosinca 2017.).

² Muzeji su nakladnici sukladno definiciji iz Hrvatske enciklopedije: *Nakladništvo (izdavaštvo), djelatnost kojom djelo postaje dostupno javnosti, a uključuje pribavljanje i odabir rukopisa, uređivanje, grafičko-likovno oblikovanje, organizaciju tiskanja ili drugog oblika proizvodnje, promidžbenu djelatnost te raspačavanje.*

(dostupno na: <http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=42840>) (pristupljeno: 6. prosinca 2017.).

³ Izvješća muzeja / Muzejski dokumentacijski centar. Dostupno na: <http://www.mdc.hr/hr/mdc/publikacije/izvjesca-muzeja/najnovija-izvjesca/> (pristupljeno 6. prosinca 2017.)

⁴ Od 1982. do 1992. izložbom su predstavljane publikacije muzeja i galerija bivše SFRJ.

⁵ Sve su publikacije dostupne u knjižnici MDC-a.

⁶ Katalog je dostupan i u elektroničkom obliku (pdf) na http://www.mdc.hr/files/file/mdc/Interliber/MDC_katalog_Interliber_2017.pdf (pristupljeno: 6. prosinca 2017.).

Iako su rezultati istraživanja tržišta knjiga i čitanosti u Hrvatskoj, nedavno objavljeni na mrežnim stranicama Zajednice nakladnika i knjižara,¹ zabrinjavajući jer pokazuju kako samo 53 % stanovništva čita (što je podrazumijevalo barem jednu pročitano knjigu u godini) te da je tek svaki četvrti građanin kupio barem jednu knjigu u posljednja tri mjeseca, Muzejski dokumentacijski centar (MDC) organizirao je *36. izložbu izdavačke djelatnosti hrvatskih muzeja i galerija* i tako nastavio javno predstavljanje muzeja kao vrlo aktivnih nakladnika.²

Time je MDC svakako zadovoljio 30 % čitača koji se okreću stručnoj knjizi te ponudio svoja najnovija izdanja za 23 % građana koji kupuju stručne odnosno znanstvene knjige s nadom kako će muzeji svojom najnovijom knjižnom ponudom pridonijeti povećanju tih postotaka.

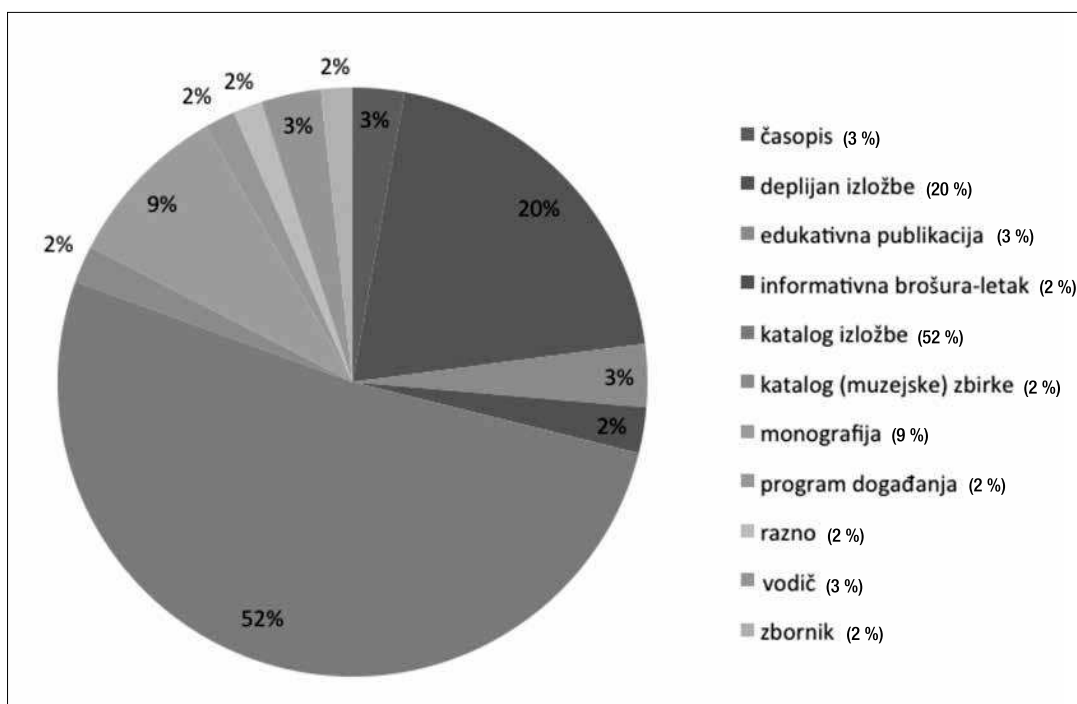
Popularizacija muzejskih sadržaja bila je i ostala jedan od trajnih ciljeva koji su pokrenuli višegodišnji projekt izložbene promocije muzejskoga nakladništva, koji se od 1982. kontinuirano prezentira na Interliberu.

Analiza broja muzeja nakladnika i ukupnog broja njihovih publikacija

Naime, uz objavu podataka o radu muzeja u godišnjim Izvješćima³, organiziranje izložbe jedan je od oblika praćenja nakladničke/izdavačke djelatnosti muzeja. Pokazatelji praćenja broja muzeja nakladnika i ukupnog broja njihovih publikacija prikazani su grafikonom 1. Podaci iskazani za razdoblje 1992. – 2017.⁴ pokazuju porast broja muzeja nakladnika sa 63 u 1992. do prosječno 120 njih tijekom posljednjih pet godina. Uočava se i porast ukupnog broja publikacija objavljenih tijekom jedne godine, koji se približava broju od 700 novih naslova. Ukupan broj od 13 210 muzejskih naslova odnosi se na tiskane i elektroničke publikacije na materijalnim nosačima.⁵

Analiza izdavaštva prema vrsti publikacija

Za potrebe ovoga teksta analiziran je muzejski izdavački korpus objavljen od listopada 2016. do listopada 2017., koji obuhvaća 637 novih naslova. Vrste publikacija i njihov postotak u ukupnoj godišnjoj produkciji predočeni su na grafikonu 2.



Grafikon 2. Vrste publikacija u hrvatskome muzejskom nakladništvu od listopada 2016. do listopada 2017.

Kao i svih prijašnjih godina, u najvećem su broju zastupljeni katalogi izložaba (329 novih naslova), koji čine 52 % ukupne izdavačke produkcije. Taj je broj tijekom kontinuiranoga praćenja muzejskoga izdavaštva konstantan i potvrđuje teorije o katalogu izložbe kao o jednome od osnovnih posrednih sredstava komunikacije s publikom. Nažalost, u tom je korpusu samo jedan katalog objavljen na hrvatskoj brajici, i to uz multisenzorsku izložbu koja je postavljena upravo za slijepo osobe u Muzeju grada Šibenika.

Po broju ih slijede tzv. deplijani, triplijani odnosno presavitci i višestruki presavitci koji donose osnovne informacije o izložbama (naslov, mjesto i vrijeme održavanja izložbe) s kraćim tekstovima i ponekom ilustracijom, ali bez kataloških popisa izložaka.

U razvijenijim izdavačkim edicijama izložaba oni se objavljuju uz katalog izložbe (npr. u edicijama Hrvatskoga povijesnog muzeja ili Muzeja za umjetnost i obrt) i dostupni su bez naplate. No u hrvatskome muzejskom nakladništvu oni su češće jedini pisani trag uz neku muzejsku izložbu. Objavljeno je 128 takvih publikacija tzv. sitnog tiska, što čini 20 % ukupnoga nakladničkog korpusa.

Katalogi muzejskih zbirki objavljeni su u znatno manjem broju, njih 13, što čini 2 % ukupne produkcije.

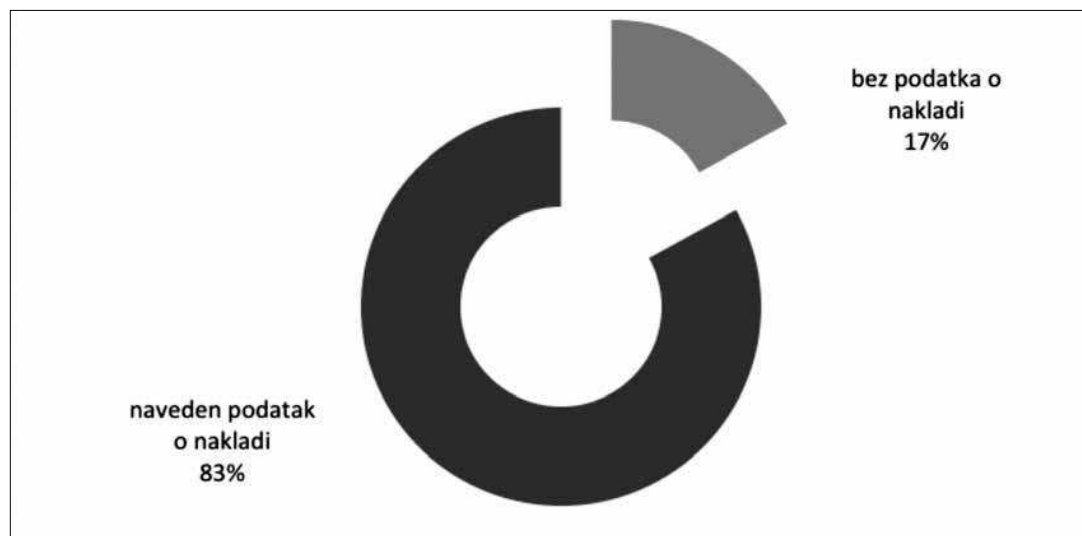
No oni su rezultat višegodišnjega stručnog rada na muzejskim ili dokumentacijskim zbirkama, najčešće su tekstualno i slikovno opsežniji i donose sinteze rada na muzejskoj građi.

Vodiča kroz stalne muzejske postavbe ili pojedine odjele, vodiča kroz izložbe te kulturno-povijesnih i arheoloških vodiča u promatranom je razdoblju objavljeno ukupno 21. Neki su objavljeni kao ponovljena izdanja, što potvrđuje zanimanje čitalačke publike za njih (poput već trećeg izdanja kataloga *Carstvo minerala* Hrvatskoga prirodoslovnoga muzeja) ili su ponovo tiskani na nekome od stranih jezika (npr. neka izdanja Dubrovačkih muzeja). Pohvalan je i trend pripreme i objavljivanja vodiča na više jezika u zasebnim svescima, što povećava financijske izdatke za pripremu vodiča, ali privlači i veći broj korisnika kojima su namijenjeni te pridonose zadovoljstvu muzejskih posjetitelja.

Prema podacima već spomenutoga istraživanja tržišta i čitanosti knjiga u RH, 62 % mladih do 24 godine čita knjige, što je više od hrvatskoga prosjeka. Stoga zadovoljava uzlazni trend objavljivanja muzejskih edukativnih publikacija kojima muzeji nastoje približiti muzejske teme i sadržaje djeci i mladima, i to njima prilagođenim tekstom i jezikom te spretnim korištenjem interaktivnih i edukativno-didaktičkih elemenata. Objavljene su 22 edukativne publikacije te četiri programa edukativnih radionica i događanja, što čini samo 3 % ukupnoga broja publikacija, ali je više nego prethodnih godina.

Osim navedenih, za muzejsko izdavaštvo karakterističnih vrsta publikacija, muzeji su objavili i 58 različitih tematskih monografija, među kojima je 11 likovnih monografija, dvije fotomonografije, jedan priručnik te dva rječnika. Te publikacije nisu vezane za vremenski ograničene muzejske izložbene projekte i često su rezultat stručnih i znanstvenih istraživanja muzealaca i njihovih vanjskih suradnika iz tematskih područja muzejskoga fundusa. U toj se vrsti publika-

Grafikon 3. Navođenje podataka o nakladi na muzejskim publikacijama



cija muzeji pojavljuju i kao suizdavači, uz druge ustanove poput sveučilišta, arhiva, ogranaka Matice hrvatske i sl.

Uz organiziranje različitih stručnih i/ili znanstvenih skupova, muzeji su objavili i 11 zbornika sažetaka odnosno zbornika radova. Jednako tako, nastavili su kontinuirano objavljivati oko 20 novih svezaka / sveščića muzejske periodike u godini.

Analizirajući najnoviji izdavački korpus, zamijećena je šarolikost zastupljenih vrsta: objavljen je i jedan strip, jedna zbirka poezije, jedna zbirka tradicijskih recepata, dvije mape s reprodukcijama te četiri CD-a sa zvučnom građom.

Analizom najnovijega muzejskoga izdavaštva nije obuhvaćena muzejska nakladnička djelatnost na internetu, odnosno mrežne publikacije, već samo one na elektroničkim materijalnim nosačima (CD-ovima, DVD-ima, USB stikovima). Objavljeno je 13 CD-ova, 1 USB stik i dva DVD-a, što čini samo 2 % ukupnog izdavačkog opusa. Naime, iako su muzeji vrlo rano, već u samim počecima hrvatskoga elektroničkoga nakladništva, prihvatili elektroničko nakladništvo na materijalnim nosačima, otkrivajući mogućnosti elektroničkih medija koji povezuju tekst, sliku, zvuk i pokret i koristeći se njima, u novije ga vrijeme jednako tako i napuštaju okrećući se objavljivanju sadržaja na svojim mrežnim stranicama ili na tematskim portalima drugih kulturnih ustanova.

Analiza podatka o nakladi

Tijekom priprema kataloga *36. izložbe izdavačke djelatnosti hrvatskih muzeja i galerija*⁶ prvi je put provedeno istraživanje o nakladi recentnih muzejskih publikacija. Zanimalo nas je navodi li se taj podatak na muzejskim publikacijama i na što upućuje.

Prema Velagiću, *naklada je ukupan broj primjeraka jednog izdanja tiskane knjige*.⁷ Naklada bitno utječe na cijenu publikacije te na odabir tehnike tiska⁸, ali ujedno pokazuje koliko su pojedine muzejske publikacije vidljive na tržištu knjiga, kao i u nacionalnim bazama podataka.

Prema preporuci ISBN ureda, sve publikacije kojima je dodijeljen odgovarajući identifikator (ISBN) trebaju sadržavati i podatak o nakladi. Isto se navodi i u normi HRN ISO1086:2001 (Informacije i dokumentacija – Naslovni listovi knjiga). Prema Zakonu o medijima (čl. 15.)⁹, nakladnik je obavezan na vidljivome mjestu, među ostalim, navesti i podatak o broju tiskanih primjeraka.

Iskazivanje naklade važno je i za sve potpisnike Sporazuma o jedinstvenoj cijeni knjige¹⁰ kako bi se mogla osigurati što veća dostupnost knjige hrvatskoj javnosti.

Podatak o nakladi navodi se u impresumu ili u kolofonu publikacije odnosno na dnu stranice publikacija bez naslovnih listova ili onih manjeg opsega.

Rezultati istraživanja 637 muzejskih publikacija pokazali su kako je na 529 njih otisnut podatak o nakladi (v. grafikon 3.). Ukupna naklada za 529 publikacija je 326 945 primjeraka, iz čega proizlazi da je pojedini naslov prosječno otisnut u 618 primjeraka. No taj je broj i znatno manji ako se uzme u obzir kako je programska knjižica u izdanju Hrvatskoga muzejskoga društva uz *Noć muzeja 2017.* otisnuta u 9000 primjeraka, a da su pojedini naslovi otisnuti u samo 60 ili 80 primjeraka.

Nažalost, na 108 publikacija u izdanju 45 muzeja nije naveden podatak o nakladi. Neki muzeji poput Doma Marina

⁷ Velagić, Zoran. Uvod u nakladništvo. Osijek: Filozofski fakultet Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera, 2014., str. 97.

⁸ Naklada. / Hrvatska enciklopedija. Dostupno na: <http://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=42838> (pristupljeno: 5. prosinca 2017.).

⁹ Zakon o medijima (NN 59/04).

¹⁰ Sporazum o jedinstvenoj cijeni knjige. Dostupno na: <http://www.min-kulture.hr/userdocsimages/novosti/SPORAZUM%20O%20JEDINSTVENOJ%20CIJENI%20KNJIGE.pdf> (pristupljeno: 5. prosinca 2017.).

Držića (9 publikacija), Zavičajnoga muzeja Biograd na Moru (6 publikacija), Muzeja Sveti Ivan Zelina te Muzeja Ivanić-Grada (7 publikacija) ni na jednoj svojoj publikaciji nisu naveli podatak o nakladi. Veliki muzeji s dugom nakladničkom tradicijom nisu iskazali podatak o nakladi na tzv. deplijanima (Muzej za umjetnost i obrt, Tehnički muzej i dr.). Muzej antičkog stakla na tiskanim je publikacijama naveo podatak o nakladi, no na njihovim elektroničkim inačicama u pdf-u tog podatka nema. Jednako tako, na deset publikacija u čijem je izdavanju muzej sudjelovao kao sunakladnik izostao je podatak o nakladi (Muzej grada Rijeke, Hrvatski povijesni muzej i dr.).

Stoga je ostao nepoznat broj otisnutih primjeraka za dvije informativne brošure, 43 tzv. deplijana, sedam programa događanja i za jedan informativni letak, što ne čudi jer navedene vrste publikacija, s obzirom na oblikovne elemente, nemaju identifikatore (ISBN ili ISSN). No na četiri časopisa, tri edukativne publikacije, 30 kataloga izložaba, četiri likovne monografije, tri monografije, tri vodiča i dva zbornika sažetaka taj je podatak, nažalost, izostao.

Zaključak

Provedeno istraživanje na uzorku nakladničkoga korpusa hrvatskih muzeja i galerija upućuje na nekoliko važnih činjenica:

- broj muzeja nakladnika u blagom je, ali stalnom porastu
- broj muzejskih publikacija također je u porastu
- u muzejskom su nakladničkom korpusu najzastupljeniji katalogi izložaba kao publikacije karakteristične za muzeje
- visok je postotak tzv. deplijana i triplijana objavljenih umjesto kataloga izložaba
- porastao je broj muzejskih publikacija za djecu i mlade
- smanjen je broj publikacija objavljenih na CD-ROM-ovima i DVD-ovima
- naklade su malene
- neujednačeno je iskazivanje naklade na publikacijama.

Prema kojim kriterijima muzej određuje veličinu naklade pojedine publikacija, postoji li analiza tržišta muzejske knjige na razini muzeja odnosno na nacionalnoj razini, kakva je strategija razvoja muzejskoga nakladništva – neke su od tema kojima bi se bilo vrijedno pozabaviti kako bi muzeji pojačanjem vidljivosti svojih publikacija napravili snažniji iskorak prema svojoj publici. Vjerujemo da standardizacija i profesionalizacija muzejske nakladničke djelatnosti može pridonijeti i većoj brojnosti čitalačke publike.

Primljeno: 18. prosinca 2017.

NUMERICAL DEPICTION OF MUSEUM PUBLISHING IN 2017

In 2017, the Museum Documentation Centre (MDC) organised the 36th exhibition of the publishing activity of Croatian museums and galleries and thus went on with the public presentation of museums as very active publishers. Figures given for the period of 1992 to 2017 show a rise in the number of museum publishers from 63 at the beginning to on a five-year average 120 at the end of the period. Also to be observed is a rise in the total number of publications published during a year, approaching the figure of 700 new titles. Research carried out on a sample of the museum publication corpus released between October 2016 and October 2017, covering 637 new titles, indicates a number of important facts. In the corpus of museum publications, the most common items are catalogues of exhibitions, publications typical of museums. There is a high proportion of leaflets of two or three pages published instead of museum catalogues. There is a rise in the number of museum publications for children and the young, but a fall in publications published on DVD and CD-ROM. Print orders are small, and are displayed in a non-standardised form.