

INTERLIBER – Izložba publikacija muzeja i galerija Jugoslavije

Jadranka Vinterhalter
Muzejski dokumentacioni centar
Zagreb

Muzejski dokumentacioni centar započeo je organiziranje izložbe publikacija muzeja i galerija Jugoslavije 1982. godine na *Interliberu*, tada drugoj međunarodnoj izložbi knjiga, što se inače svakog proljeća održava na Velesajmu u Zagrebu. Ideja i koncepcija izložbe potekle su od stručnog tima Muzejskoga dokumentacionog centra, koji je i realizator čitavog pothvata. Zamisljena kao akcija koja ujedinjuje izdavaštvo jugoslavenskih muzejsko-galerijskih ustanova, jedina te vrste u zemlji, izložba je nakon sedam uspješnih prezentacija stekla istaknuto mjesto i značenje među drugim izdavačima na *Interliberu*. Prva izložba predstavila je trogodišnju izdavačku produkciju muzeja i galerija, a sljedeće su prezentirale nove publikacije izdane unazad godinu dana. Ciljevi organiziranja izložbe, od početka višestruki, s vremenom su se proširili i dobili nove konotacije. Osnovni muzeološki i kulturološki razlozi zbog kojih se MDC prihvatio te akcije jesu sljedeći:

a) Prezentirati javnosti izdavačku djelatnost muzeja i galerija kao jednog od segmenta rada tih ustanova, pokazati raznolikost publikacija i tema kojima se bave, broj stručnjaka koji sudjeluju u projektima.

Obično se smatra da je izdavačka djelatnost samo popratna izložbenoj aktivnosti muzeja i galerija, međutim, oni danas postaju sve značajniji izdavači stručnih, teorijskih i znanstvenih publikacija. Analiza strukture publikacija pokazuje da se najčešće izdaju katalogi izložaba, publikacije koje

izložbu tekstualno interpretiraju i dokumentiraju i koje nakon zatvaranja izložbe ostaju kao trajna »knjiga-izložba«. Osim kataloga samostalnih i grupnih izložaba umjetnika, studijskih i tematskih izložaba te monografija, muzeji i galerije izdaju i druge publikacije: zbornike, godišnjake, časopise (npr. *Argo*, Narodni muzej, Ljubljana), glasnike i teoretske publikacije (npr. sveske u izdanju MSU, Beograd). Posebno poglavlje su muzejski vodiči i katalogi stalnih postava i zbirki, temeljna publikacija što bi je morao imati svaki muzej. Da bi se pokazalo stanje u našim muzejima, MDC je u okviru *Interlibera* 1986. godine uz redovnu organizirao izložbu muzejskih vodiča i kataloga stalnih postava. Bilo je izloženo 60 publikacija, što ih je uglavnom posljednjih godina izdalo 37 ustanova. Pokazalo se da većina naših muzeja i galerija, čak i onih najvećih, nemaju tu vrstu publikacija. Univerzijada '87. bila je poticaj za realizaciju i dovršenje tih dragocjenih publikacija u jednom broju zagrebačkih muzeja (Muzej Mimara, Moderna galerija, Muzej grada Zagreba, Gliptoteka JAZU), a koje su prezentirane na ovogodišnjem *Interliberu*. Potvrdilo se tako da izdavačka djelatnost izravno zavisi od financijskog stanja ustanova. Kada muzeji i galerije dobiju novac, njihovi izdavački pothvati postaju brojniji, bolji, raznovrsniji.

Izdavanje muzejskih plakata, razglednica, biltena, kratkih vodiča i drugih izdanja nije do sada bilo obuhvaćeno izložbama, a predstavlja široko područje za rad i razvoj muzejskog public relationsa i posebno marketinga.

Analiza autora i sadržaja muzejskih publikacija upućuje na to da se obrađuju najraznovrsnije teme zavisno od vrste i tipa muzeja: arheologija, umjetnost, povijest, etnologija, društvene i prirodne znanosti, tehnika i tehnologija, zapravo ukupna čovjekova duhovna i materijalna kultura. Autori izložaba i pisci tekstova u muzejskim publikacijama su jugoslavenski i svjetski stručnjaci iz svih disciplina, što tim izdanjima povećava i značenje i kvalitetu. Stoga su muzejske publikacije izuzetno zanimljivo štivo i za stručnjake i za najširu publiku.

b) Staviti na uvid likovna i grafička rješenja muzejskih publikacija, uspoređivati ih i poboljšavati.

Samo je pretpostavka da se likovna i grafička rješenja muzejsko/galerijskih publikacija – jer muzejski radnici imaju svijest o suvremenom dizajnu – povjeravaju najboljim dizajnerima i tiskaju u najkvalitetnijim štamparijama. Stvarnost je drugačija: zbog loše financijske situacije muzeji i galerije ne mogu štampati opsežnije kataloge s dovoljnim brojem reprodukcija, niti mogu angažirati vrhunske dizajnere. Iznimka među zagrebačkim muzejima jest Muzejski prostor, koji ima vrlo razvijenu izdavačku djelatnost i uz kataloge tiska plakate, razglednice, biltene, letke i drugo. Na tom poslu angažira vrhunske dizajnere kao što je Ivan Picelj, koji je oblikovao većinu kataloga i plakata Muzejskog prostora.

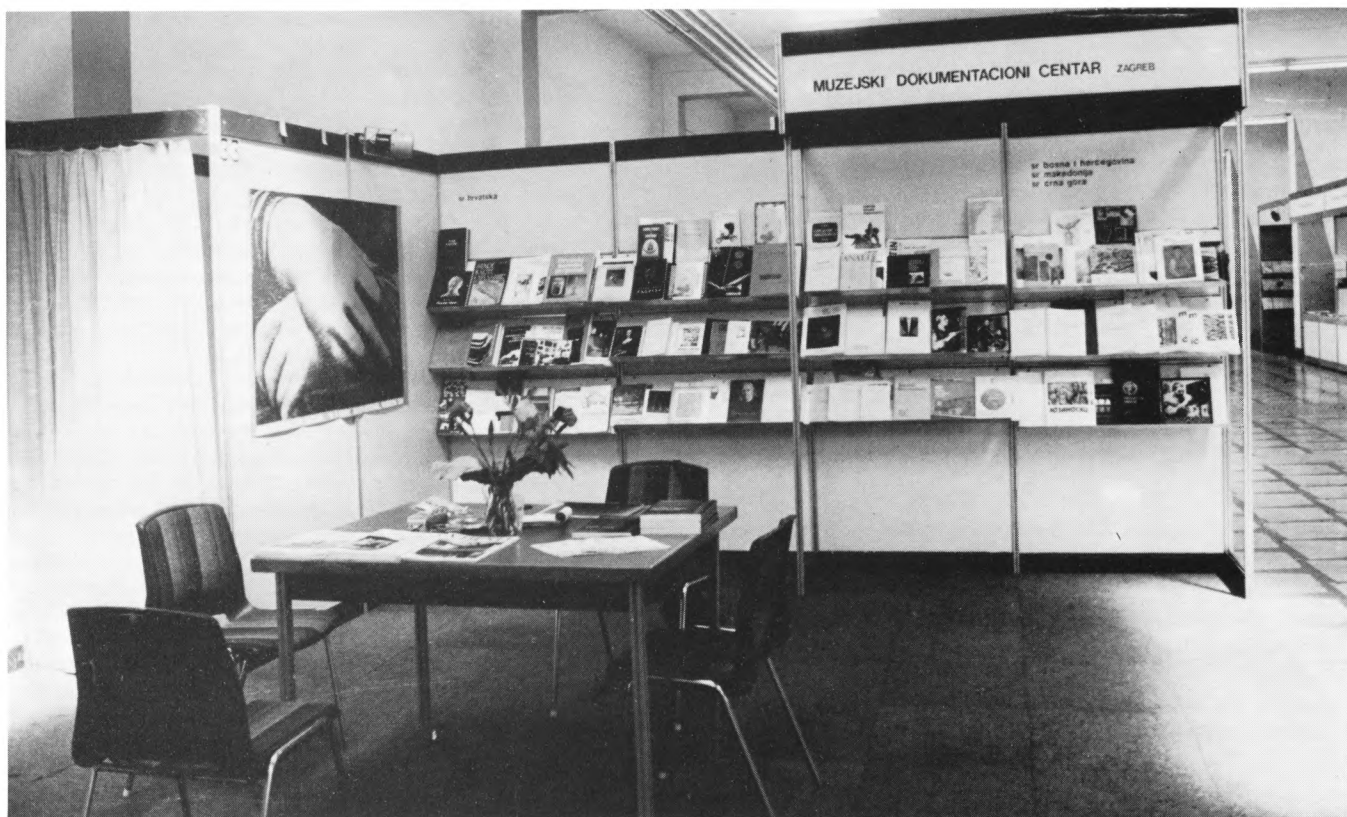
Interliber jasno predočava nerazmjer između slabo financiranih ustanova i njihovih skromnih izdanja i luksuznih publikacija u izdanju pojedinih dobrostojećih ustanova. Ne zagovarajući ni skromnost ni rasipništvo, smatramo da muzejska publikacija mora u prvom redu biti kvalitetna i odgo-

varati svojoj osnovnoj namjeni: da bude komunikativna, odnosno lako dostupna publici, pogotovu školskoj omladini kao najbrojnijim muzejskim posjetiocima. Praksa iz svjetskih muzeja, da se uz osnovni katalog štampa kratka verzija vodiča kroz izložbu pojednostavljenog teksta, dostupna i jeftina, kod nas još nije raširena.

Ipak se primjećuje da se dizajn muzejskih publikacija od godine do godine osuvremenjuje i podiže na višu estetsku razinu.

c) Promovirati izdavačku djelatnost muzeja i galerija, povećati i proširiti distribuciju, krug kupaca/čitalaca, razviti svijest o mogućnosti i potrebi prodaje muzejske publikacije kao dio muzejskog marketinga.

Razlozi slaboj distribuciji muzejskih publikacija, a time i nedovoljnoj obaviještenosti publike o novim naslovima, ponajviše su *ograničeno vrijeme* njihove prodaje – trajanja izložbe, i *ograničeno mjesto* prodaje – samo u matičnome muzeju-izdavaču, a najčešće na pultovima na ulazu u ustanovu gdje je ponuda bilo kakvih publikacija, plakata, suvenira neadekvatno organizirana i prezentirana. U odnosu na takvo stanje, izlazak pred široku publiku na međ



Izložbeni prostor Muzejskog dokumentacionog centra na Interliberu 1987, na Zagrebačkom velesajmu
Photo: Lada Prister

unarodnoj smotri izdavaštva, kakva je Interliber, zaista znači komunikacijski prodor, probijanje barijere muzejske zatvorenosti i proširenje veze muzej – publika.

Sve dosadašnje izložbe bile su prodajne i pokazalo se da muzejske publikacije imaju dobru prođu. Pogotovu izdanja muzeja i galerija iz drugih republika i pokrajina koja su inače teško dostupna zagrebačkoj publici. Među kupcima je uvijek najviše muzejskih radnika, koji nabavljaju za vlastite potrebe i za biblioteke svojih ustanova, zatim kolekcionara, umjetnika, ali i druge raznovrsne publike. Zarada od prodaje publikacija na Interliberu koristi se za troškove organiziranja izložbe. Za prodaju publikacija i naknadne narudžbe veoma je važan i od pomoći katalog s popisom svih publikacija i njihovih izdavača – muzeja i galerija, koji MDC za izložbu izdaje svake godine. Sve to zapravo potvrđuje da je interes publike za muzejska izdanja velik i da se može, i treba, mnogo više učiniti za razvijanje marketinga muzejskih publikacija u svakoj pojedinačnoj ustanovi i na zajedničkim akcijama te vrste.

Nakon sedam održanih godišnjih izložaba, akcija je postala već tradicionalna i utemeljila se kao vrijedna zajednička manifestacija na kojoj jugoslavenski muzeji i galerije rado sudjeluju. Postignuta je izuzetna suradnja s velikim i malim muzejima iz brojnih gradova svih naših republika i pokrajina, koji nam svake godine šalju svoja nova izdanja za Interliber. Pojedine ustanove sudjeluju na izložbi od njena uspostavljanja, 1982. godine, i svake se godine pridružuju nove ustanove. Dok broj sudionika na izložbi raste, broj publikacija uglavnom stagnira ili opada. Financijska situacija u kulturi uzrok je što muzeji i galerije smanjuju broj akcija te se i njihova izdavačka djelatnost reducira. Jedna od formula koje se sve češće koriste da bi se riješio problem financiranja jest udruživanje dvije ili više ustanova u organiziranju i financiranju izložbe i njena kataloga, a takva je suradnja najčešće na međurepubličkoj razini. Drugi je način uključivanje sponzora, radnih organizacija koje svoj novac ulažu u muzejsko-galerijske projekte kao svojevrsan oblik propagande.

Objavljujemo podatke o dosadašnjih sedam izložaba na Interliberu. I zaključujemo da je muzejska publikacija odraz ukupne aktivnosti svakog muzeja/galerije: stručnog rada te ustanove, izložbene djelatnosti, public relationsa i obrazovnih programa, a mogućnosti njena korištenja su goleme. ■

Primljeno: 3. 10. 1988.

SUMMARY

INTERLIBER – An exhibition of publications of Yugoslav museums and galleries

Jadranka Vinterhalter

Every spring since 1982, the Museum Documentation Center presents an exhibition of publications of Yugoslav museums and galleries at the Zagreb Fair, within Interliber, the International Book Exhibition. The idea and concept for this exhibition was given by the curators of the Museum Documentation Centre, who realised the whole project. This is in Yugoslav relations a unique manifestation and it has various goals.

The exhibition presents the publishing activity of museums and galleries as one segment of their work. These institutions are important editors of expert, theoretic and scientific publications. They edit catalogues of exhibitions, catalogues of museum collections, museum guides, monographs, annals, journals, theoretical publications etc. They treat the most varied subjects from the fields of material and spiritual culture. The texts are written by authors who are experts in various disciplines.

The exhibition presents the graphic design of museum publications, which are usually of a modest scope, with few reproductions and which are only occasionally designed by the best Yugoslav graphic artists. This is all due to the lack of funds, although it seems that the situation has been improving during the last few years.

The distribution of museum publications is limited (in time, because it functions only at the time of the exhibition, and space, because it is limited to the museum) so that Interliber is an occasion for communication with the public. The exhibition proved that the museum publications are selling very well, which indicates that there are great possibilities for marketing. After seven years the exhibition has become traditional. There are museums that have participated from the beginning, and every year new museums join in. This year 130 museums and galleries throughout Yugoslavia presented over 550 new titles.