

Elektronička muzejska izdanja u Hrvatskoj

Tomljanović, Mihaela

Master's thesis / Diplomski rad

2023

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Humanities and Social Sciences / Sveučilište u Zagrebu, Filozofski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:131:245469>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-14**



Sveučilište u Zagrebu
Filozofski fakultet
University of Zagreb
Faculty of Humanities
and Social Sciences

Repository / Repozitorij:

[ODRAZ - open repository of the University of Zagreb
Faculty of Humanities and Social Sciences](#)



SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
FILOZOFSKI FAKULTET
ODSJEK ZA INFORMACIJSKE I KOMUNIKACIJSKE ZNANOSTI
SMJER BIBLIOTEKARSTVO
Ak. god. 2022./2023.

Mihaela Tomljanović

Elektronička muzejska izdanja u Hrvatskoj

Diplomski rad

Mentor: dr. sc. Goran Zlodi, izv. prof.

Zagreb, srpanj, 2023.

Izjavu o akademskoj čestitosti

Izjavljujem da je ovaj rad rezultat mog vlastitog rada koji se temelji na istraživanjima te objavljenoj i citiranoj literaturi. Izjavljujem da nijedan dio rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz necitiranog rada, te da nijedan dio rada ne krši bilo čija autorska prava. Također izjavljujem da nijedan dio rada nije korišten za bilo koji drugi rad u bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili obrazovnoj ustanovi.

Mihaela Tomljanović

(potpis)

Za Miška. Bez tebe ništa.

Sadržaj

1. Uvod	1
2. O muzejskim e-publikacijama kroz povijesno gledište.....	2
3. Vrste muzejskih elektroničkih publikacija	3
4. Usporedba virtualnog i digitalnog sadržaja	5
4.1. Virtualna izložba	5
4.2. Virtualne šetnje	6
4.3. Virtualni muzej	6
4.4. Virtualni katalog zbirke	7
4.5. Digitalni katalog	7
4.6. Nedosljednost na webu	8
5. Muzejske e-publikacije za djecu i mlade.....	9
6. Digitalna pristupačnost.....	10
7. Elektronička izdanja Muzejskog dokumentacijskog centra	11
8. Prava korištenja muzejske elektroničke građe.....	12
9. Kulturna baština u doba COVID-19 krize.....	14
9.1. Usporedba predpandemijske i pandemijskih godina	15
10. Istraživanje.....	17
10.1. Predmet i cilj istraživanja.....	17
10.2. Metodologija istraživanja.....	17
10.3. Rezultati istraživanja i rasprava	18
10.4. Zaključak istraživanja	30
10.5. Ograničenja istraživanja.....	31
10.6. Smjernice za buduća istraživanja	31
11. Kulturne politike EU za digitalnu budućnost kulturne baštine.....	32

12. Budućnost (pre)brzo ulazi na vrata muzeja	33
13. Zaključak	35
14. Literatura	36
Popis oznaka i kratica	38
Popis slika.....	39
Popis tablica.....	40
Popis grafikona.....	41
Prilozi	42
Prilog 1 Odgovori na prvo anketno pitanje (tip: otvoreni)	42
Prilog 2 Odgovori na šesnaesto anketno pitanje (tip: otvoreni)	45
Prilog 3 Odgovori na deveto anketno pitanje (tip: otvoreni).....	46
Prilog 4 Odgovori na trinaesto anketno pitanje (tip: otvoreni).....	46
Prilog 5 Odgovori na dvadeseto anketno pitanje (tip: otvoreni)	48
Prilog 6 Anketna pitanja	53
Sažetak.....	56
Summary.....	57

1. Uvod

Ovaj rad se bavi elektroničkim publikacijama u muzejskoj djelatnosti. Pokušat će dati odgovore na pitanja potiskuju li e-publikacije tiskanu građu, kolika je njihova vidljivost i istaknutost na mrežnim mjestima muzejskih institucija, te kolika su ulaganja u izradu digitalnih sadržaja. U prvim poglavljima osvrnut ćemo se na povijesni razvoj elektroničkih publikacija, te dati pregled vrsta koje muzeji izrađuju, kako bi dali temelje za daljnja promišljanja o digitalizaciji i autorskim pravima, teme koje nikada nisu bile aktualnije.

Glavna okosnica ovog diplomskog rada je istraživanje o stavovima muzejsko-galerijske zajednice u e-nakladništvu. Istraživanje je pokušalo dati odgovore koliko se ozbiljno u našim institucijama shvaća potreba izrade e-publikacija kao redovite, a ne povremene djelatnosti.

Poticaj za odabir teme ovog rada bio je moj završni rad koji se bavio muzejskim nakladništvom u Hrvatskoj. Stoga se činilo logičnim nastavkom da se diplomski rad fokusira na užu temu - elektroničke muzejske publikacije, te njih podrobnije obradi, imajući na umu kontekst vremena u kojem se nalazimo i studij koji studiram. Tehnologija preuzima primat nad stvarnosti i ona ju počinje oblikovati, ne mareći jesmo li spremni pratiti ju ili ne. Muzeji i galerije svoju ulogu prenositelja znanja ostvarivali su kroz stoljeća svog postojanja na način koji se nije bitno mijenjao sve do trenutka kada je tehnologija upregnuta u interpretaciju baštine čime su se otvorile beskrajne mogućnosti pristupanja i oživljavanja baštine koja više nije samo dio prošlosti već konstrukt koji korisnik sam može oblikovati i biti dijelom nje.

2. O muzejskim e-publikacijama kroz povijesno gledište

Krajem 20. i početkom 21. stoljeća, muzejske ustanove u Hrvatskoj su pored tiskanih kataloga počele izdavati i multimedijalne CD-ROM-ove koji su bili skraćena verzija i zamjena za katalog. Pri tom su angažirane tvrtke koje su 'tiskale' određenu nakladu CD/DVD naslova. Zato su se u tom periodu za elektroničku publikaciju koristili još i pojmovi proizvođač i proizvod.¹ Godine 2002. udio elektroničke građe u ukupnom broju izdanih publikacija je bio samo 2% što se može vidjeti u Tablici 1. Dvadeset godina kasnije CD-ovi su otišli u zaborav, a sadržaj se preselio u 'oblak', odnosno na internet, za što se često koristi izraz *mrežno dostupna građa*. Za razliku od knjižnične i arhivske zajednice, *mjesno dostupna građa* u muzejima nije posve nestala, jer muzealci često koriste interaktivne digitalne sadržaje u sklopu izložbi. Naime, muzejski djelatnici su vrlo brzo uvidjeli da se korištenjem interaktivnog digitalnog sadržaja povećava i dopunjuje muzejski postav bez da narušava njegovu estetiku.

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

Tablica 1. Medij muzejskih publikacija 2002. Izvor: Zagrajski, M. Muzejsko nakladništvo u Hrvatskoj // Diplomski rad, 2011. Dostupno na: <https://repositorij.ffos.hr/islandora/object/ffos:2949/datastream/PDF> (3.4.2023), str. 39.

¹ Tomljanović, M. Muzejsko nakladništvo u Hrvatskoj na primjeru nekoliko većih muzeja : završni rad. Zagreb : Filozofski fakultet, 2020.

3. Vrste muzejskih elektroničkih publikacija

Elektroničko nakladništvo (engl. *electronic publishing* ili *e-publishing*) se definira kao objavljivanje knjiga, periodike (u obliku e-časopisa), bibliografskih baza podataka i ostalih informacijskih izvora u digitalnom obliku, nekad na CD-ROM-u a danas većinom online putem interneta. Elektroničko nakladništvo isključuje tiskanu verziju knjige ili časopisa, ali nužna je slijedeća oprema: računalo, tablet, mobitel, tj. osigurana internet veza.² Elektronička 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 prethodnim desetljećima). Uz tekst, može imati i slikovni i zvučni zapis, ali i veze (engl. *hyperlink*) s drugim mrežnim stranicama.³ Primjeri vrsta:

- bilo koja muzejska publikacija koja je digitalizirana ili digitalno stvorena - elektronički katalozi muzejske građe/izložbe
- kvizovi, igre (engl. *edutainment* - multimedijски sadržaj namijenjen učenju kroz zabavu) - elektroničke edukativne publikacije
- online zbirke/izložbe, virtualne izložbe/šetnje
- elektronički časopis dostupan na internetu (mrežne serijske publikacije) - ako muzejska institucija izdaje e-časopis, on može biti izvorno objavljen u e-obliku (formati: html i pdf) ili digitalizirana verzija časopisa⁴
- muzejske mrežne stranice
- naslovi u CD/DVD obliku

Razlozi za muzejsko digitalno nakladništvo:

1. mogućnost brzog objavljivanja sadržaja u publikaciju

² Rječnik hrvatskoga knjižničarskog nazivlja = Croatian dictionary of librarianship = Kroatisches Wörterbuch des Bibliothekswesens / [autori Sanja Brbora ... [et al.]; urednice Daniela Živković, Aleksandra Horvat. Zagreb : Hrvatska sveučilišna naklada, 2022.

³ Živković, D. Elektronička knjiga. Zagreb: Multigraf d.o.o., 2001.

⁴ Radovanlija Mileusnić, S. (2015).

Muzejski časopisi u elektroničkom obliku. U S.R. Mileusnić (ur.). Pogled u muzejsko elektroničko nakladništvo (str.46-66). Muzejsko dokumentacijski centar.

2. jednostavnost uključivanja popratne dokumentacije o restauratorskim/konzervatorskim radovima
3. interaktivnost na prikazu građe
4. mogućnosti prikaza svih dimenzija (audio i vizualno) umjetničkog čina/rada⁵

Neki postupci izrade e-publikacije su slični kao kod izrade tiskovnog izdanja. Kreće se od izbora teksta, lekture, korekture i grafičkog oblikovanja. Potom se radi prijelom elektroničke knjige specijalnim računalnim programima, te se dobiva oblik datoteke koji je moguće postaviti na mreži. I ovdje postoji odgovorna osoba koja se zove elektronički nakladnik. Takva publikacija je dostupnija od tiskane inačice jer jednu publikaciju istovremeno može čitati više korisnika, također smanjuje se vrijeme pretraživanja određenog pojma, moguće je promijeniti pogreške ili neki određeni tekst nakon što je publikacija objavljena bez novih financijskih troškova, te se trajnost zapisa ne troši tijekom vremena što nije slučaj s papirom.⁶

Digitalizacija muzejske građe može biti poticaj za “ostvarenje sinergije s baštinom, ekonomijom i društvenim znanostima.”⁷ Kulturna baština svoju održivost crpi iz činjenice da je to područje neograničenih mogućnosti. Jedan od primjera je da se pomoću tehnologije može dočarati izgubljena baština koja se može dobro iskoristiti i u sferi kulturnog turizma.⁸

⁵ Underwood, K. New SFMOMA Catalogue Gives Museums 5 Reasons to Embrace Digital Publishing. // Getty. Dostupno na: <https://blogs.getty.edu/iris/new-sfmoma-catalogue-gives-museums-5-reasons-to-embrace-digital-publishing/> (21.3.2023.).

⁶ Zagrajski, M. Muzejsko nakladništvo u Hrvatskoj : diplomski rad. Osijek : Filozofski fakultet, 2011. Dostupno na: <https://repositorij.ffos.hr/islandora/object/ffos:2949/datastream/PDF> (20.3.2023.).

⁷ Horjan, G. Muzeji i izazovi digitalnog doba. // *Informatica Museologica* 43, 1-4 (2012), str 88-91. Dostupno na <https://core.ac.uk/download/pdf/33274632.pdf> (20.3.2023.).

⁸ Ibid.

4. Usporedba virtualnog i digitalnog sadržaja

Pregledom mrežnih mjesta naših muzeja, pokazalo se da kad je riječ o sadržaju koji objavljuju, najčešće koriste riječi virtualno, online i digitalno kao istoznačnice. Muzeji ne koriste jedinstveno nazivlje za slične objave. Pokušat ćemo ovim poglavljem razjasniti nedosljednost u terminologiji.

4.1. Virtualna izložba

Krećemo s *virtualnim izlozbama* koje se u nekim muzejima nazivaju i *online izložbe*, tj. govorimo o prezentaciji izložbenog eksponata ili djela iz fundusa institucije predstavljenog: slikom, kataloškom jedinicom i odgovarajućim tekstom. U institucijama u kojima već postoje digitalne baze, jednostavnije je kreirati virtualnu izložbu. Ako je sadržaj već pripremljen, onda je jedino još potrebna suradnja dizajnera i programera.

Primjer: Virtualna izložba Pišem ti pismo, Muzej grad Pazina (<http://pisemtipismo.muzej-pazin.hr/TEME.html>).

Virtualna izložba je „mrežno utemeljena više medijska zbirka informacijskih objekata koja se uspostavlja oko određene teme, pojma ili ideje i tehnološki je primjerena za korisnički usmjereno iskustvo otkrivanja, učenja, sudjelovanja i zabave kroz svojstva dinamičnog proizvoda i usluge.“⁹

„Često se digitalne zbirke (zapisi u nekoj bazi) i virtualne izložbe poistovjećuju premda su dva različita rješenja digitalizacije. Osim poistovjećivanja digitalnih zbirki i virtualnih izložbi također se poistovjećuju i koncepti digitalno i virtualno.“¹⁰

Digitalni koncept omogućava pregledavanje ili čitanje muzejske digitalizirane građe na zaslonu ekrana.

Virtualni koncept dovodi do interaktivnog načina prezentiranja informacija iz digitalnih zbirki. Pritom se koristi takozvana ‘cutting-edge’ tehnologija, koja je prisutna u svijetu, ali kod nas

⁹ Foo, Schubert. Online Virtual Exhibitions: Concepts and Design Considerations. *DESIDOC Journal of Library & Information Technology* 28, no. 4 (2008): 22–34.

¹⁰ Valovičić, M. Virtualna izložba i interaktivni sadržaj pisane baštine Ugljana i Pašmana : diplomski rad. Zadar : Sveučilište u Zadru, 2020. Dostupno na: <https://zir.nsk.hr/islandora/object/unizd:4987/datastream/PDF/view> (27.3.2023.).

nije još u potpunosti zaživjela. Poželjno je da virtualne izložbe budu prevedene na nekoliko jezika, zbog „dostupnosti sadržaja, pretraživanje katalognih zapisa i detaljno pregledavanje građe.“¹¹ Sudionici u njezinoj izradi su dizajneri, kustosi, fotograf i programeri.

4.2. Virtualne šetnje

Virtualna šetnja je tehnologija kojom se korisnicima omogućuje virtualno kretanje zadanim prostorom uz pomoć laptopa, tableta ili pametnog telefona. Virtualna šetnja je simulacija prostora putem fotografija i videozapisa koje korisnicima stvaraju dojam stvarne šetnje u prostoru od 360 stupnjeva. Uspješno primamljuje sve veći broj korisnika jer omogućuje realan doživljaj prostora u bilo koje vrijeme i na bilo kojoj lokaciji. Može biti usmjerena na ciljanu skupinu ili samo jednog korisnika.¹²

Primjeri:

1. Virtualna šetnja Ars et virtus: Hrvatska-Mađarska: 800 godina zajedničke kulturne baštine, Galerija Klovićevi dvori (<https://mnm.hu/virtualis/arsetvirtus/>)
2. Virtualna šetnja, Gradski muzej Vinkovci (<https://www.virtualno360.hr/virtualna-setnja-pregled/gradski-muzej-vinkovci>)

4.3. Virtualni muzej

Virtualni muzej se definira kao zbirka digitalno snimljenih slika, zvučnih datoteka, tekstualnih dokumenata i drugih podataka od povijesnog, znanstvenog ili kulturnog interesa kojima se pristupa putem elektroničkih medija. Takav muzej ne čuva stvarne predmete i stoga nema trajnost u institucionalnoj definiciji pojma. Virtualni muzej može biti moćan alat za proučavanje i istraživanje određenog predmeta, materijala ili lokaliteta.

Početne stranice virtualnog muzeja obično sadrže administrativne informacije kao što su radno vrijeme, pravila i usluge, a neke uključuju tlocrt muzeja. Virtualni muzeji u ograničenom

¹¹ Valovičić, M. Virtualna izložba i interaktivni sadržaj pisane baštine Ugljana i Pašmana : diplomski rad. Zadar : Sveučilište u Zadru, 2020. Dostupno na: <https://zir.nsk.hr/islandora/object/unizd:4987/datastream/PDF/view> (27.3.2023.).

¹² Što je to virtualna šetnja i 360° panorama? // Virtals. Dostupno na: <https://virtals.eu/pojam-virtualne-setnje-panorame/> (27.3.2023.).

smislu pridružuju se izložbi, vodiču, fotografiji i videovrpici kao mediju za promicanje i tumačenje muzeja i njegove zbirke.¹³

Dana su dva primjera virtualnih muzeja koji ne postoje u fizičkoj stvarnosti. Prvi takav muzej otvoren je 2017. godine. On je u privatnom vlasništvu i riječ je o Kremer muzeju. Više informacija o muzeju na mrežnoj stranici (<https://www.thekremercollection.com/the-kremer-museum/>).

U Hrvatskoj postoji sličan primjer muzeja bez fizičkog postava. Predstavljena je industrijska baština Ivanić Grada na mrežnoj stranici <https://industrijska-bastina.com/>. Sljedeća dva primjera su virtualni muzeji eksponata koji stoje na otvorenom: Virtualni muzej Dotrščina (<https://www.dotrscina.hr/o-muzeju/>) i Virtualni muzej grada Solina (<https://vmgs.hr/>).

4.4. Virtualni katalog zbirke

Virtualni katalog zbirke se u toliko razlikuje od virtualne izložbe što je to prikaz djela iz fundusa, dok je virtualna izložba prikaz postava izložbe.

Primjeri:

- 1 Galerija Klovićevi dvori: virtualni katalog zbirke Crnobori (<https://crnobori.gkd.hr/katalog-zbirke>) sadržava popis digitalizirane građe u vidu fotografije i pripadajuće legende (katalog zbirke), ali sadržava i sekundarnu dokumentaciju (iz ostavštine umjetnika). Dobar primjer na kojem vidimo da i online sadržaj ima impresum.
- 2 Školski muzej: virtualni katalog zbirke igračaka (<https://zbirkaigracaka.katalog-online.net/hr/Pretraga?>)

4.5. Digitalni katalog

Digitalni katalog je e-inačica tiskanog izdanja kataloga. Najčešće se radi o pdf formatu.

Primjer: Digitalni katalog izložbe Nevenka Arbanas retrospektiva (<https://gkd.hr/wp-content/uploads/2018/08/Katalog-Nevenka-Arbanas.pdf>).

¹³ Virtual museum. // Britannica. Dostupno na: <https://www.britannica.com/topic/virtual-museum> (27.3.2023.).

4.6. Nedosljednost na webu

Ako pogledamo podjelu na stranici Hrvatski muzeji i zbirke online (<https://hvm.mdc.hr>) uočit ćemo da postoji nedosljednost definiranja izraza.

U izborniku Virtualne izložbe, sav sadržaj je izrađen istim načinom: može se kliknuti na fotografiju i dobiti veći prikaz umjetničkog djela s legendom što odgovara definiciji virtualne izložbe.

Evo konkretnih primjera:

1. MUO – virtualna izložba Zlatana Vehabovića – „Atlas manjeg svijeta“ – na mrežnim stranicama su objavljeni video zapisi i fotografije umjetničkih djela s potpisom. Treba napomenuti kako je MUO predstavio izložbu isključivo preko svojih mrežnih stranica u obliku virtualne izložbe budući da je zgrada stradala u potresu i u procesu je obnove i zatvorena je za javnost
2. Kabinet grafike HAZU – virtualna izložba „Grafička antologija Tomislava Krizmana“ – fotografije umjetničkog djela s pripadajućom legendom

U izborniku Digitalni sadržaji imamo skup sljedećih elektroničkih publikacija: digitalna karta, skeniranjem QR koda pomoću tableta otvara se 3D sadržaj na zaslonu i virtualna šetnja kroz izložbeni prostor. Slijede primjeri:

1. Muzeji i galerije Konavala objavili su digitalnu kartu na kojoj je označeno 25 antičkih lokaliteta na području današnjeg Cavtata
2. Muzej vučedolske kulture kreirao je interaktivnu izložbu s tehnologijom proširene stvarnosti pod nazivom “Vučedolac izvan okvira”. Korisnici mogu tabletima “skenirati” fotografiju te će im se prikazati na zaslonu uređaja odgovarajući 3D sadržaj
3. Arheološki muzej Zagreb objavio je virtualnu izložbu ‘Virtualni stari Egipat’. U ‘izložbi’ je ‘otvorena prva soba’ virtualnog starog Egipta. Moguće je kretanje kroz izložbeni prostor sa zadržavanjem pred eksponatima, mišem ili dodiranjem preko kojeg se pristupa.
4. Pomorski i povijesni muzej Hrvatskoga primorja predstavio je nedavno *Digitalni fundus* u kojemu je trenutno prezentirano deset posto od 60 tisuća muzejskih predmeta koji su predstavljeni fotografijom i legendom. Dostupno na: <https://digitalni.ppmhp.hr/?pr=1&msq=brod>

Iz ranije predloženih definicija razdiobe terminologije na jasne pojmovne okvire, zapažamo da u digitalnim sadržajima, za stavke pod brojem 3. i 4. trebalo bi izvršiti sljedeće korekcije:

Stavka 3 - virtualnu izložbu treba zamijeniti s pojmom virtualna šetnja.

Stavku 4 bi se trebalo preimenovati iz digitalnog u virtualni katalog.

5. Muzejske e-publikacije za djecu i mlade

Istaknuto mjesto u muzejskom nakladništvu zauzimaju e-publikacije za djecu i mlade. Ovdje je važno posebno dobro definirati koncepciju pojedine publikacije s obzirom na dob korisnika. „Trebalo znati koje su teme i motivi koji se koriste u publikacijama za djecu i mlade; koji su osnovni odgojni i obrazovni ciljevi i kako se oni mogu povezati s osnovnoškolskim obrazovnim programima; kako se izrađuju radni listići; kako odabrati multimedijske sadržaje za djecu.“¹⁴ Pedagog u muzejskoj instituciji osmišljava ne samo radionice već i online sadržaje za djecu, najčešće u vidu edukacijskih kvizova. Ovdje ću dati primjere: e-publikacije u PDF-u, i online sadržaja za djecu koje sam osobno izradila.

Prvi primjer je Knjižica pitanja uz Retrospektivnu izložbu Menci Clement Crnčić (1865. — 1930.) koja je održana 2016.godine u Galeriji Klovićevi dvori. Knjižica se sastoji od slika, teksta, i pitanja. Na kraju knjižice dani su odgovori, te je uključen i impresum knjižice. Ovdje se radi o impresumu tiskane verzije ove knjižice, a njezina pdf inačica je objavljena na mrežnoj stranici galerije, za koju nije naveden ISBN. Kada je dizajner jednom napravio prijelom tiskane knjižice u pdf formatu, taj format je iskorišten dvostruko: pdf je otišao u tisak i taj isti pdf je objavljen kao online publikacija. Dostupno je na

https://gkd.hr/wp-content/uploads/2016/04/gkd_crnccic_160414.pdf.

Drugi primjer je elektronička publikacija koju sam osobno izradila i dizajnirala: Online edukativni radni listići povodom izložbe ARS ET VIRTUS, Hrvatska – Mađarska: 800 godina zajedničke kulturne baštine, iz 2020.godine. Kvizovi su rađeni u dogovoru s voditeljicom likovne radionice GKD-a. Izradila sam ih u programu PowerPoint. Dostupni su na poveznici: <https://gkd.hr/kvizovi/>.

¹⁴ Muzejske publikacije za djecu i mlade. // Culturnet. Dostupno na: <https://www.culturenet.hr/hr/muzejske-publikacije-za-djecu-i-mlade/36473> (30.3.2023.).

6. Digitalna pristupačnost

U rujnu 2019. godine donesen je Zakon o pristupačnosti mrežnih stranica i programskih rješenja za tijela javnog sektora (NN 017/2019) (uključujući i muzeje i galerije). Svrha je zakona stvoriti jednake mogućnosti za pristup digitalnim sadržajima osobama s vidnim, slušnim, motoričkim, kognitivnim poteškoćama.¹⁵



Slika 1. Oznaka za digitalnu pristupačnost na mrežnim stranicama

Pregledavajući mrežne stranice izabranih muzejskih institucija, pokazalo se da od njih deset, tri nisu provele zakon ni 4 godine kasnije od njegova stupanja na snagu. U uzorku je uzeto 10 reprezentativnih institucija kako bi se dobio presjek od istoka do juga RH.

Činjenica da su sva tri muzeja financirana novcem svih poreznih obveznika ali je pristupu njihovim sadržajima zakinuta gore navedena skupina društva, je zabrinjavajuća i neodgovorna. No možda je ona samo odraz društva u tom dijelu države.

¹⁵ Digitalna pristupačnost. //Vlada RH. Dostupno na: https://rdd.gov.hr/UserDocsImages//SDURDD-dokumenti//Letak_Digitalna%20pristupacnost.pdf (30.3.2023.).

Muzejska institucija	Postojanje digitalne pristupačnosti na mrežnim stranicama
Muzej Vučedolske golubice	Da
Gradski muzej Požega	Da
Galerija Augusta Augustinčića	Ne
Galerija Klovićevi dvori	Da
Muzej grada Zagreba	Da
Zavičajni muzej Ozalj	Da
Arheološki muzej Istre	Da
Muzej cetinske krajine Sinj	Ne
Prirodoslovni muzej Split	Ne
Arheološki muzej Naron	Da

Tablica 2. Prikaz muzeja i postojanja digitalne pristupačnosti na njihovom mrežnom mjestu

Posebno ću se kratko osvrnuti na pristup sadržaju slijepim i slabovidnim osobama. Za slabovidne osobe, daltoniste, i osobe s teškoćama u čitanju, riješeno je preko ikone kontrast boja i sličnih funkcija za povećanje fonta teksta.

Međutim, za slijepo osobe nisam pronašla niti jednu mrežnu stranicu na kojoj su formati pdf, txt, word, prilagođeni za čitač ekrana, kao niti dodatnu funkciju povećala za zaslon.

Navedena rješenja bila su predstavljena na nizu predavanja tijekom 2020. godine, u sklopu pripreme za uvođenje i provođenje zakona koje organizirao Sveučilišni računski centar Sveučilišta u Zagrebu (dalje u tekstu: SRCE).¹⁶ No, nažalost još uvijek nije došlo do integracije ovih rješenja na mrežna mjesta muzeja.

7. Elektronička izdanja Muzejskog dokumentacijskog centra

Muzejski dokumentacijski centar (dalje u tekstu: MDC) kao krovna institucija u RH za muzeje i galerije, ima dvojak ulogu u elektroničkom nakladništvu. Na jednom mjestu objavljuje sve online naslove svih muzeja i galerija i srodnih institucija, a istovremeno to isto radi u svojoj vlastitoj produkciji.

Njihova najpoznatija e-izdanja su:

¹⁶Web pristupačnost u praksi. 2020. // Srce. Dostupno na: https://sistemac.srce.hr/sites/sistemac.srce.hr/files/docs/2020/Seminar_web_pristupacnost/Seminari_Kurtovic_Web-pristupacnost_20201127.pdf (30.3.2023.).

- Informatica Museologica
- Muzeologija
- Vijesti iz svijeta muzeja
- Izložba izdavačke djelatnosti hrvatskih muzeja i galerija¹⁷
- Newsletteri koje svakog tjedna šalju na brojne mail adrese
- Digitalni katalozi (<https://mdc.hr/hr/mdc/digitalne-zbirke-mdc-a/>)
- Virtualni muzeji i online zbirke (<https://hvm.mdc.hr/>)

Od 2020. godine MDC objavljuje i elektronički katalog izložbe s Interlibera. Do tada su samo isključivo izdavali tiskani katalog.

Elektronička izdanja MDC-a dostupna su u digitalnoj zbirci Croatica na portalu Nacionalne i sveučilišne knjižnice (dalje u tekstu NSK).

MDC obnaša i edukacijsku funkciju organiziranjem brojnih radionica iz svih područja važnih za rad muzejskih djelatnika. Navedimo primjere radionica :

- Kako objaviti dobru muzejsku knjigu
(<https://mdc.hr/hr/mdc/eduzona/radionice/ciklus-radionica-kako-objaviti-dobru-muzejsku-knjigu/>)
- Kako objaviti dobru muzejsku publikaciju za djecu i mlade
(<https://mdc.hr/hr/mdc/eduzona/radionice/ciklus-radionica-kako-objaviti-dobru-muzejsku-knjigu/muzejske-publikacije-za-djecu-i-mlade/>)

8. Prava korištenja muzejske elektroničke građe

“Dok je za izdavanje tiskane knjige ključno pravo umnožavanja i raspačavanja, za elektroničku knjigu temeljno je pravo pristupa. E-knjiga je kao jedna ili više računalnih datoteka zaštićena ugovorom o autorskom pravu koji štiti zbirke podataka ili druge građe u bilo kojem obliku, koje prema izboru ili rasporedu svojeg sadržaja čine intelektualne tvorevine.”¹⁸ Zbog

¹⁷ Muzejsko dokumentacijski centar, Publikacije. 2022. // 41.izložba izdavačke djelatnosti hrvatskih muzeja i galerija 2022. Str 89.

¹⁸ Živković, D. Elektronička knjiga. Zagreb: Multigraf d.o.o., 2001.

jednostavnosti dolaska do sadržaja, zakon štiti intelektualno vlasništvo kako ne bi došlo do zloupotrebe istog, u cilju daljnjeg neovlaštenog korištenja. S druge strane, i autoru je u interesu da je njegov rad dostupan što većem broju online korisnika.

Započinjemo ovo poglavlje s dva citata:

Dr.sc.Marina Viculin je često isticala kako bi 'elektronička muzejska naklada trebala biti dostupna svima' (pdf kataloga koji je tiskan treba biti dostupan besplatno svima na preuzimanje na stranici institucije). U njenoj izjavi vidi se težnja muzeja da se što više približi javnosti, no pritom mora se biti oprezan da ugovori potpisani s autorima tiskanog kataloga budu detaljno definirani, kako objavom elektroničke/digitalne inačice istog kataloga ne dođe do potencijalnog sukoba.

Uvidom u sadržaje mrežnih stranica, pretpostavka je da muzeji prijelome svojih tiskanih izdanja ne objavljuju zbog velikih financijskih ulaganja u izradu tiskanog kataloga (angažman dizajnera, tekstova autora, korektura, lektura, prevoditelji zbog višejezičnosti kataloga, fotograf slikovnog zapisa,...). U izvješćima je vidljivo da institucije imaju tiskano nakladu, ali tiskana građa nema ili ima vrlo rijetko svoju e-inačicu, a ako i postoji online sadržaj, to je onda dodatni digitalni sadržaj.

Elektroničke publikacije podliježu *Zakonu o elektroničkim medijima* (NN 111/21, 114/22).¹⁹

Reprodukcija slikovnog materijala objavljenog na web mjestima podliježe Zakonu o autorskim pravima fotografa, vlasnika umjetnine i same institucije koja stoji iza te objave (nakladnika). Na stranicama stranih muzeja, moguće je preuzeti slike u visokoj rezoluciji uz određenu naknadu kojom se dobiva pravo objave reprodukcije.²⁰

Povećani su napori u sferi zaštite autorskih prava zbog jednostavnog kopiranja sadržaja iz dostupnih digitalnih formata zapisa.

Tako postoje slučajevi gdje je korisniku ostavljena mogućnost ispisa uz uvjet da je to dopušteno ili onemogućeno od nakladnika (određuje se pomoću sustava za upravljanje pravima DRM). „Upravljanje digitalnim pravima (engl. *Digital Rights Managemet - DRM*) zajednički je naziv

¹⁹ Zakon o elektroničkim medijima (pročišćeni tekst, Narodne novine, br. 111/21, 114/22).

Dostupno na: <https://www.zakon.hr/z/196/Zakon-o-elektroni%C4%8Dkim-medijima> (3.4.2023.).

²⁰ Tomljanović, Dubravka. Informatički savjetnik u GKD. Usmeno priopćenje (3.4.2023.).

skupa tehnologija za kontrolu pristupa koje izdavači i drugi vlasnici autorskih prava koriste za ograničavanje pristupa digitalnim uređajima i multimedijalnim sadržajima.“²¹

9. Kulturna baština u doba COVID-19 krize

Zbog proglašene pandemije i nemogućnosti fizičkog dolaska posjetitelja, kulturne institucije su ponudile svoje online sadržaje putem portala koji je bio dostupan na stranicama Ministarstva kulture i medija RH i na stranicama MDC-a:

Popis online kulturnog sadržaja (<https://koronavirus.hr/popis-online-kulturnog-sadrzaja/134>)

U prvoj godini pandemije, popis online kulturnog sadržaja se udvostručio. Tako je manifestacija Noć muzeja i 2020. i 2021. bila isključivo online.

Primjeri prelaska nekih zagrebačkih muzeja na online okruženje u doba pandemije:

- Muzej za umjetnost i obrt (MUO) ponudio je pristup svojoj građi preko sedam međunarodnih digitalnih platformi.
- Muzej Mimara je pokrenuo *Blog Muzeja Mimara* na kojem su objavljivali multimedijске tekstova.
- Pokrenut je i mrežni projekt MORE - Muzej odbijenih i nerealiziranih projekata. Radi se o digitalnoj kolekciji zamišljenoj kao mjesto prikupljanja dokumentacije o nerealiziranim i odbijenim projektima umjetnika.
- Etnografski muzej je na svojoj Facebook stranici pokrenuo online program *Muzej s kauča*.
- Muzej suvremene umjetnosti (MSU) je pokrenuo virtualni program #MSUNonStop. Predstavljali su svoje muzejske zbirke preko društvenih mreža.²²

²¹ Upravljanje digitalnim pravima. // Carnet. Dostupno na:

<https://www.cis.hr/www.edicija/LinkedDocuments/CCERT-PUBDOC-2007-10-207.pdf> (17.4.2023.).

²² Klikom do muzeja - online posjećenost hrvatskih muzeja za 2021. 2022. // MDC. Dostupno na:

[https://mdc.hr/hr/mdc/publikacije/newsletter/newsletter-08-03-2022/#posjecenost-online\(23.3.2023\)](https://mdc.hr/hr/mdc/publikacije/newsletter/newsletter-08-03-2022/#posjecenost-online(23.3.2023)).

„U Europi je 60 posto muzeja povećalo svoje online aktivnosti, dok je njih 13 posto u tu svrhu povećalo budžet. Povećao se i broj virtualnih obilazaka i online izložbi. Otkako su zatvoreni za javnost, 40 posto muzeja uočilo je porast broja online posjeta.“²³

9.1. Usporedba predpandemijske i pandemijskih godina

Pregledom MDC-ovih skupnih izvješća dobivenih od muzeja i galerija u Hrvatskoj o njihovom izdavaštvu, dobiva se uvid i u elektroničko nakladništvo:

- objavljene od listopada 2019. do listopada 2020. godine - 521 nova publikacija - 52 elektroničke publikacije, od čega ih je 50 dostupno u mrežnom okruženju²⁴
- objavljene od listopada 2020. do srpnja 2021. - 418 novih publikacija - mrežnih 46 publikacija²⁵
- objavljene od srpnja 2021. do listopada 2022. - 561 nova publikacija - elektroničke publikacije (online dostupne) 11+4 MDC.²⁶



Graf 1. Elektroničko izdavaštvo tijekom godina pandemije

²³ Kulturna baština u doba covid-19 krize. // Poslovni savjetnik. Dostupno na: <https://www.poslovni-savjetnik.com/aktualno/kulturna-bastina-u-doba-covid-19-krize> (23.3.2023).

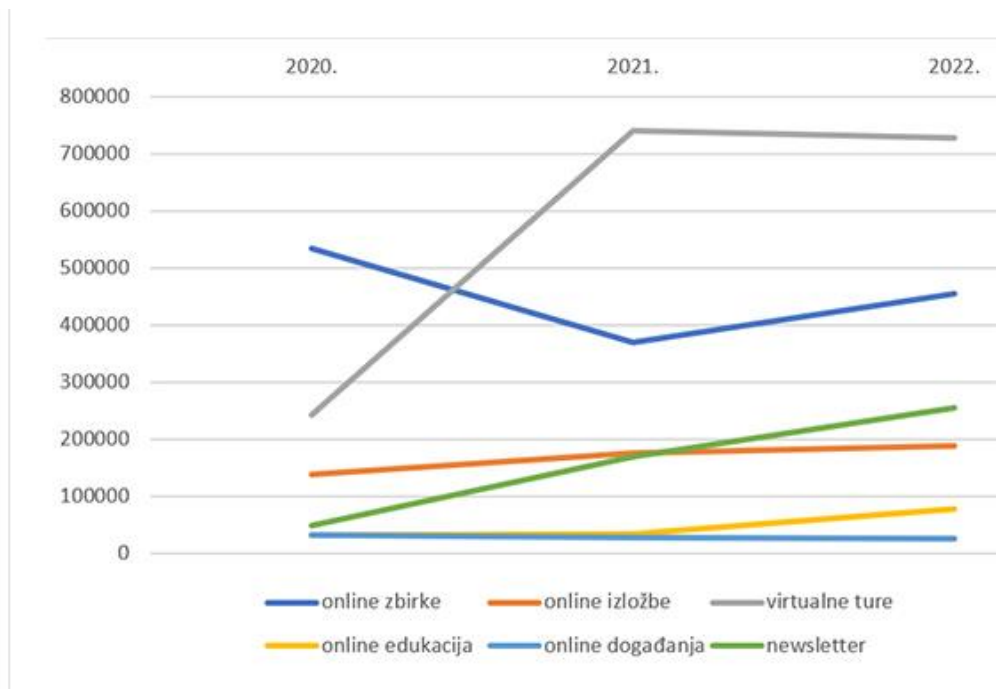
²⁴ 39. izložba izdavačke djelatnosti hrvatskih muzeja i galerija 2020. // Muzejsko-dokumentacijski centar. Dostupno na: https://mdc.hr/files/images/mdc/Interliber/2020/interliber_katalog_2020.pdf (12.4.2023).

²⁵ 40. izložba izdavačke djelatnosti hrvatskih muzeja i galerija 2021. // Muzejsko-dokumentacijski centar. Dostupno na: https://mdc.hr/files/images/mdc/Interliber/2021/katalog_v4_8_11_2021.pdf (12.4.2023).

²⁶ 41. izložba izdavačke djelatnosti hrvatskih muzeja i galerija 2022. // Muzejsko-dokumentacijski centar. Dostupno na: https://mdc.hr/files/images/mdc/Interliber/2022/katalog_7_11_final.pdf (12.4.2023).

Iz grafičkog prikaza je vidljivo da je u trećoj pandemijskoj godini došlo do velikog pada u broju izdanih e-publikacija. Pretpostavka je da su se povratkom posjetitelja u prostore, kulturni radnici više okrenuli njima, i tako donekle zanemarili online produkciju.

Sljedeći graf prikazuje online posjećenost hrvatskih muzeja u periodu 2020.-2022.



Graf 2. Online posjećenost. Izvor:MDC, 2023. Dostupno na:

<https://mdc.hr/hr/mdc/publikacije/newsletter/newsletter-21-03-2023/#online-posjetitelji> (12.4.2023.).

Graf pokazuje da je najviše došlo do povećanja pregleda virtualnih šetnji jer smo umjesto fizičkog posjeta razgledavali muzeje od kuće. Osim da se premosti pandemijska izoliranost od fizičkog prostora, cilj online sadržaja je da se zainteresira što veći broj korisnika za muzejski sadržaj, da oni obogate svoje znanje, a da imaju mogućnost da se pritom i zabave, te da se poveća broj onih posjetitelja koji rijetko zalaze u izložbene prostore.²⁷

²⁷ Online posjećenost hrvatskih muzeja u 2022. // Muzejsko-dokumentacijski centar. Dostupno na: <https://mdc.hr/hr/mdc/publikacije/newsletter/newsletter-21-03-2023/#online-posjetitelji> (12.4.2023.).

10. Istraživanje

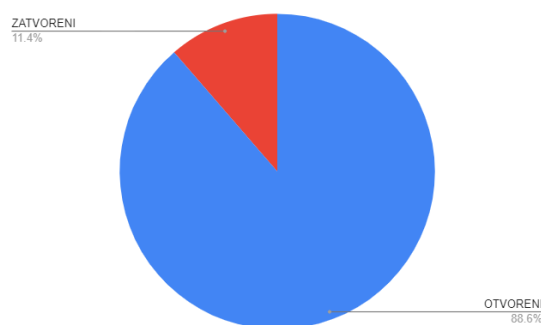
U ovom dijelu diplomskoga rada predstaviti će se istraživanje o elektroničkim publikacijama u muzejima i galerijama koje je provedeno kvantitativnom metodom prikupljanja podataka. Objasniti će se tijekom istraživanja te dobiveni rezultati. Na temelju dobivenih rezultata pokušat će se donijeti određeni zaključci te smjernice za budući rad.

10.1. Predmet i cilj istraživanja

Predmet ovog istraživanja je dobiti uvid u razmišljanja i stavove djelatnika iz 156 muzejskih i galerijskih institucija u Hrvatskoj, njihovih sadašnjih navika i budućih namjera u domeni muzejskog elektroničkog nakladništva, te njihovih kritičkih stajališta vezanih uz prednosti i nedostatke u odnosu na tiskovine. Ovo istraživanje može biti korisno za dobivanje novih tema budućim diplomantima jer ovo je područje za koje ne možemo niti pretpostaviti u kojem smjeru će se razvijati i kako će se svemu tome prilagođavati naše institucije. Anketa će dati i uvid pokrivenosti najosjetljivijih društvenih skupina.

10.2. Metodologija istraživanja

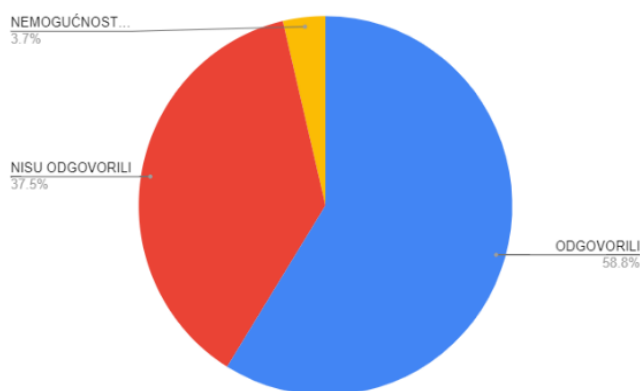
Istraživanje je provedeno anketnim upitnikom koji je osmišljen za potrebe diplomskog rada. Za rješavanje upitnika trebalo je 5 minuta, a anketa se provodila u razdoblju od 6. do 14. lipnja 2023. godine. Upitnik je izrađen pomoću Google Forms alata, a pitanja su se sastojala od tri vrste: 9 zatvorenog tipa, 7 pitanja višestrukog odabira i mogućnosti unosa vlastitog odgovora ako se niti jedna opcija nije odnosila na ispitanika, te 4 otvorenog tipa. Anketa je bila namijenjena osobi koja najbolje poznaje izdavačku djelatnost svoje institucije. Pritom se apeliralo na knjižničare i informatičare, iako je i prije početka anketa bilo svjesnosti o kroničnom nedostatku takvog osoblja u hrvatskim muzejima. Uzorak su činili muzeji i galerije navedeni na stranici MDC izvješća iz 2022. god. (<https://mdc.hr/hr/mdc/publikacije/izvjesca-muzeja/najnovija-izvjesca/>). Prema tom popisu u Hrvatskoj se nalazi 176 muzeja i galerija. No, prije slanja poziva na sudjelovanje u anketi bilo je potrebno istražiti koji su zatvoreni, pogotovo u Gradu Zagrebu i Zagrebačkoj županiji koje su stradale potresom, kako bi ih se moglo izuzeti iz uzorka. Ukupan broj zatvorenih muzeja i galerija u državi u vrijeme pisanja ovog rada iznosio je 20. Stoga dalje u izvješću o provedenom istraživanju, dobiveni rezultati će se sagledavati i tumačiti na uzorku od 156 muzeja i galerija.



Graf 3. Omjer broja otvorenih i zatvorenih institucija za posjetitelje

10.3. Rezultati istraživanja i rasprava

Osoba koja je popunjavala anketu prvo se trebala izjasniti iz koje institucije dolazi. Ukupan broj institucija koje su odgovorile do 12.6.2023. iznosio je 34, što je bilo u dobrom smjeru, ali daleko od zadovoljavajućeg. Ostalih 122 u telefonskom pozivu su još jednom zamoljeni da sudjeluju u istraživanju. Odaziv u periodu od 12.6. do 14.6.2023. popeo se na konačnih 80. Za vrijeme trajanja ankete, autorica rada je primila pet poruka elektroničkom poštom u kojima ustanove izražavaju ispriku i žaljenje što nisu u mogućnosti ispuniti anketu navodeći za glavne razloge nedostatak osoblja koje bi znalo popuniti anketu, te činjenicu da uopće ne objavljuju elektronička izdanja. Bilo je i onih koji su ispunili anketu iako nemaju elektronička izdanja, čime su dakako uvelike doprinijeli stvaranju konačne slike realnog stanja elektroničkog izdavaštva u muzejskoj djelatnosti. Na Grafu 4. prikazan je udio broja muzeja koji su odgovorili, koji nisu odgovorili, i koji nisu bili u mogućnosti ispuniti, ali su se ispričali, u uzorku od 156 muzeja i galerija RH.



Graf 4. Odaziv na anket

Prije samih pitanja, dana je tablica s popisom e-publikacija koje su smatrane mrežno dostupnim publikacijama za potrebe ovog istraživanja. Klasificirane su u 3 glavne kategorije: e-knjige (omeđene publikacije), e-serijske publikacije, i e-sitni tisak. Podvrste svake grupe odabrane su pregledom i iščitavanjem publikacija koje su muzeji navodili u svojim izvješćima dostupnim na mrežnoj stranici MDC-a, unazad 4 godine. Godine 2019. do 2022. posebno su se nametnule kao dobar uzorak, zbog mogućnosti usporedbe trendova u elektroničkoj nakladi predpandemijske 2019., pandemijskih 2020. i 2021. te poslijepandemijske 2022. Pa ipak, daljnjim istraživanjem i promišljanjem, te konzultiranjem stručnjaka u polju, zaključeno je da se ponude one publikacije koje su najčešće izdavane.

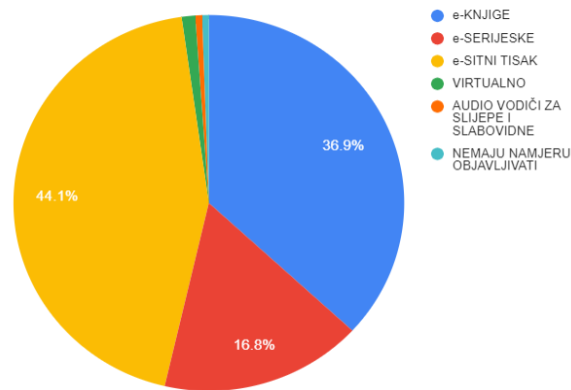
Tablica je stavljena kako bi olakšala ispitanicima odgovaranje i, dodatno smanjilo vrijeme koje moraju utrošiti, jer valjalo je imati na umu da će ju popunjavati zaposlenici institucija koje su uvijek u nekoj „gužvi“, od postavljanja/skidanja izložbe, organiziranja događanja, ili većina i u predsezonskom režimu rada, pa i u godišnjima, kao što su i sami navodili u razgovorima. Tablica 3. prikazuje e-publikacije koje su bile ponuđene u anketi.

e-KNJIGE (omeđene publikacije)	e-SERIJSKE PUBLIKACIJE	e-SITNI TISAK
Monografija	Časopis	Informativni letci
Katalog izložbe, stalnog postava ili zbirke	Godišnjak	Plakat
Zbornik radova	Newsletter	Pozivnica
Muzejska publikacija za djecu i mlade	Novine	Program simpozija i knjižica sažetka
Slikovnica	Blog	

Tablica 3. Izbor e-publikacija

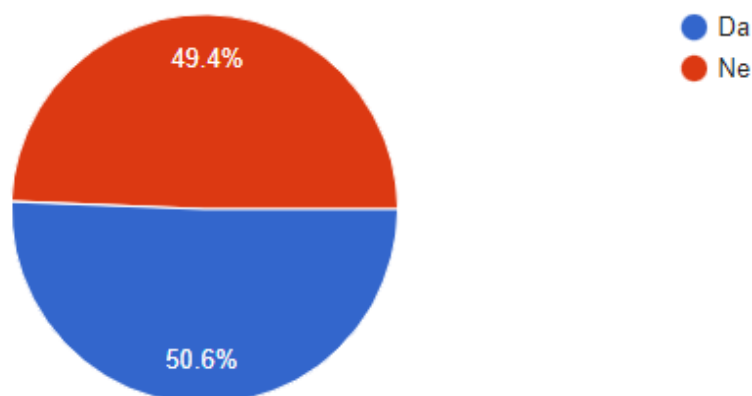
Prvo pitanje ispitalo je kojim vrstama e-publikacija muzej/galerija namjerava u budućnosti davati najveću važnost. Njih 44,1% je odgovorilo da će budućnost biti u sitnom tisku, skoro

37% u e-knjigama, 16% u serijskim publikacija, čak samo 1,1% navodi virtualni sadržaj, a ima i onih koji nemaju namjeru uopće objavljivati e-publikacije. Posebno nas raduje vidjeti da ima i onih koji uzimaju u obzir u svojim planovima i najosjetljivije skupine društva te planiraju izraditi audio vodiče za slijepe i slabovidne korisnike. I najmanji postotak prisutnosti u kolektivnoj svijesti, korak je naprijed. Svi odgovori mogu se pronaći u Prilogu 1.



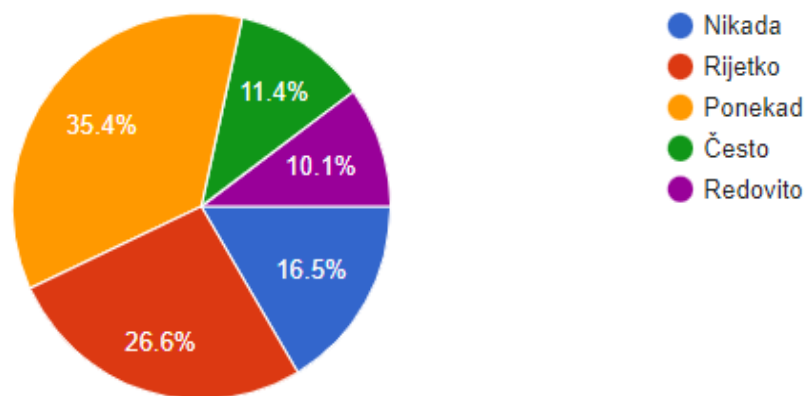
Graf 5. E-publikacije koje institucije namjeravaju objavljivati u budućnosti

Jedno je imati nešto u planu, no kada je to zapisano crno na bijelo u strategiji muzeja, onda to nosi svoju težinu. Institucije su ovdje podijeljene u točno polarnoj razdiobi na one kojima objavljivanje elektroničkih publikacija nije uključeno u strategiju djelatnosti, njih čak 49,4%, i one koji ipak odnose prevagu u nastojanjima da se pridruže budućnosti. Naime, njih 50,6% izjasnilo se da vidi objavljivanje elektroničkih publikacija kao važnu komponentu buduće muzejske naklade. Rezultati pokazuju da je potrebna daljnja edukacija osoblja u muzejima i galerijama o važnosti i prednostima objavljivanje e-publikacija.

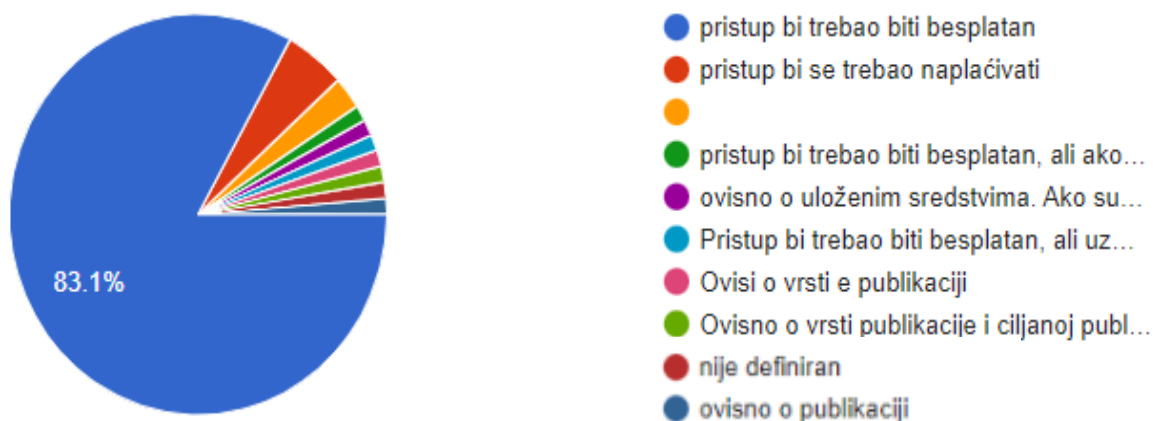


Graf 6. E-nakladništvo u strategiji

U sljedećim pitanjima obraćena je pažnja na sadašnja promišljanja vezana uz praksu. Znajući kolika su sredstva potrebna za realizaciju jednog tiskanog kataloga izložbe, zbirke ili stalnog postava, zanimao nas je stav muzeja o objavljivanju elektroničke verzije takvog kataloga u mrežnoj okolini. Na pitanje koliko često imaju praksu objavljivanja mrežno dostupne verzije tiskanih kataloga, većina od 35,4% odgovorila je da to rade ponekad, dok 26,6% rijetko, 16,5% nikada, 10,1% redovito, a najmanji broj njih 11,4% često. Zanimljivo, ali i očekivano, 83,1% institucija drži da bi pristup e-publikacijama trebao biti besplatan, a njih tek 5,2% da bi se trebao naplaćivati. Očigledno da ova tema otvara vrata različitim promišljanjima, jer je ovo pitanje potaknulo bujicu dodatnih odgovora, a svi su prikazani na Grafu 8., te se mogu pročitati i u Prilogu 2. Među zagovornicima besplatnog pristupa ima onih koji smatraju da bi se u nedostatku finansijskih sredstava mogla primijeniti shema naplate, ili urediti pristup na način da je on omogućen samo korisnicima s korisničkim imenom i lozinkom, što bi pomoglo u praćenju posjećenosti i broja preuzimanja pojedinačnih publikacija. Ima i suzdržanih koji drže da ipak ovisi o ciljanoj publici, vrsti publikacije ili količini uložениh sredstava u njenu izradu, iako je ovdje ostalo nejasno misle li pod time izradu tiskane inačice ili elektroničke. Iznenađuje podatak da 2% ispitanika koji su pristupili anketi nisu odgovorili na ovo pitanje.

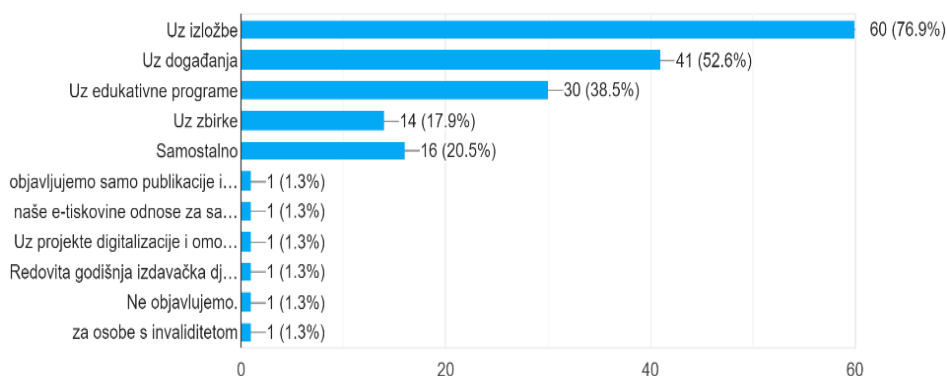


Graf 7. Učestalost objavljivanja e-publikacija

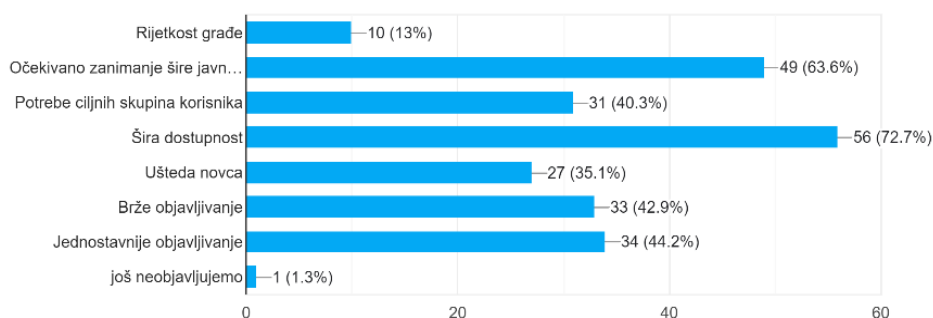


Graf 8. Stavovi o naplati pristupa e-publikacijama

Kada ih i objavljuju, muzeji i galerije e-publikacije nude primarno uz izložbe ili događanja. U ovom pitanju ponuđeni scenariji su bili: uz izložbe (76,9%), uz događanja (52,6%), uz edukativne programe (38,5%), uz zbirke (17,9%), samostalno (20,5%), te mogućnost samostalnog odgovora koju je iskoristilo 7,8% ispitanika. Naveli su u 2,6% slučajja da objavljuju samo publikacije iz kategorije e-sitni tisak, 1,3% uz projekte digitalizacije i omogućavanja javno dostupnog gradiva, dok 1,3% objavljuje za osobe s invaliditetom. Kriteriji kojima se vode pri odluci da objave elektroničku publikaciju najčešće je šira dostupnost (72,7%), zatim očekivano zanimanje šire javnosti (63,6%), jednostavnost objavljivanja (44,2%), brže objavljivanje (42,9%), potrebe ciljnih skupina korisnika (40,3%), ušteda novca (35,1%), te rijetkost građe (13%). Ovime je potvrđena jedna od pretpostavki da se e-publikacije izrađuju kako bi muzejska djelatnost doprla do što širih slojeva društva. Na Grafovima 9. i 10. grafički su prikazi slučajeva i kriterija objavljivanja e-publikacija u muzejskim ustanovama.



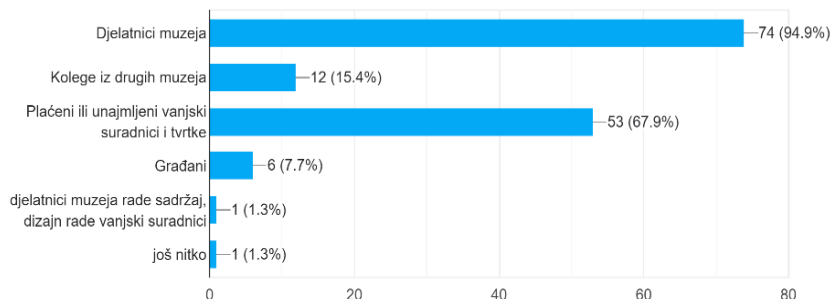
Graf 9. Najveći broj objava e-publikacija je vezan uz izložbe



Graf 10. Kriteriji objave

Na projektima izrade elektroničkih publikacija najviše sudjeluju djelatnici muzeja ili galerije, praksa je koju potvrđuje 94,9% ispitanika. U 67,9% muzeji plaćaju ili unajmljuju vanjske suradnike i tvrtke, a praksa međukolegijansti prisutna je u čak 15,4% slučajeva. Negdje se angažiraju građani (7,7%), a u nekim institucijama djelatnici izrade sadržaj za koji dizajn prirede vanjski suradnici. Iz ovog primjera proizlazi, da ako ima volje rješenje će se pronaći.

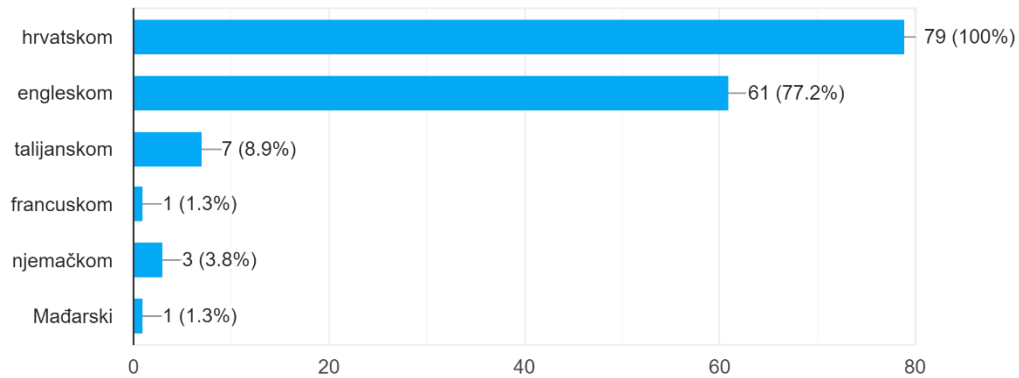
Navedite tko su sve suradnici u izradi e-publikacija vašeg muzeja. (mogućnost višestrukog odabira)
78 responses



Graf 11. Sudionici izrade e-publikacija

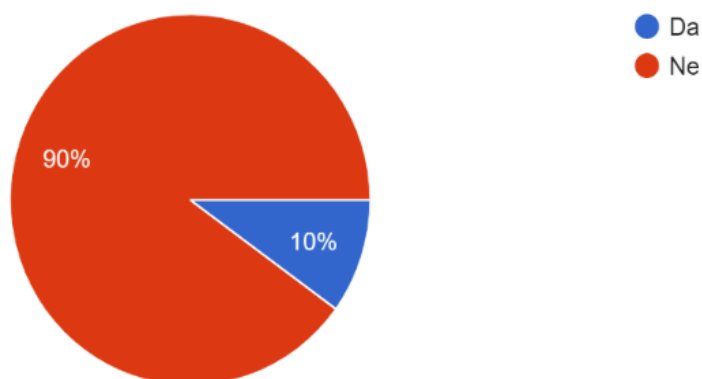
Na kulturnim mjestima svjetskih turističkih destinacija kojima zasigurno želimo i moramo težiti biti uz bok, višejezičnost sadržaja je norma o kojoj se više ne vode diskusije. Posjet mrežnoj stranici bilo koje svjetske muzejsko-galerijske institucije brzo otkriva da su mrežna mjesta dostupna na nekoliko jezika, kao i elektroničke publikacije koje na njima nude. Zbog geopolitičkih promjena francuski je potisnuo dominaciju engleskog kao primarnog jezika Europske unije, što se vidi i u trendu muzejskih publikacija koje se uz originalni izrađuju ili objavljuju prvenstveno i na francuskom jeziku. Zanimljivo je bilo za istražiti kako su naše institucije odgovorile na promjene u svijetu i Europi. Ispitanicima je postavljeno pitanje kojim jezicima planiraju objaviti e-publikacije. Od ponuđenih jezika, svi su se izjasnili da će i dalje

objavljivati na hrvatskom, uz engleski (77,2%), talijanski (8,9%), njemački (3,8%), francuski tek (1,3%) kao i mađarski. S obzirom da je Hrvatska turistička destinacija, bilo je za očekivati da će ostalim jezici osim engleskog biti pridana veća pažnja i zastupljenost u budućim planovima.

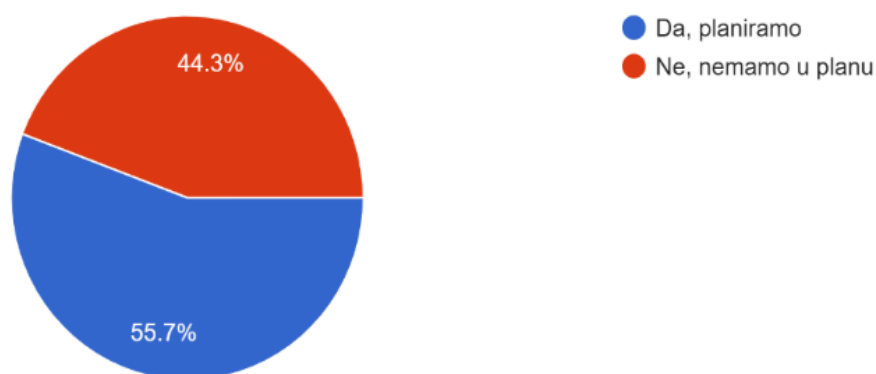


Graf 12. Jezici e-publikacija

Muzejskoj zajednici mora biti stalo do svakog posjetitelja i korisnika, te bi trebala prilagoditi svoj postav i publikacije kako bi svi imali mogućnost jednakog iskustva. Osjetljivost na marginalizirane skupine je karakteristika društva koja očitava njegovu vrijednost i toleranciju prema drugačijima te težnju da se svim dionicima društva pruže jednake prilike i ravnopravno uključivanje u sve sfere zajednice. To se posebno odnosi na mjesta koja slove za stupove obrazovanja javnosti, među kojim su i muzejsko-galerijske institucije. One kojima je postavljeno pitanje jesu li do sada izrađivale elektroničke publikacije prilagođene osobama s vidnim, slušnim, motoričkim ili kognitivnim poteškoćama, njih 10% je odgovorilo da jest, dok je 90% odgovorilo da nije, ali zato 55,7% planira što je daleko od broja koji bi zavrijedio pohvalu jer ne možemo pričati o jednakosti dok svi ljudi bez obzira na njihova ograničenja nemaju jednak pristup informacijama no i ovo je dobar pokazatelj da se svjesnost o potrebi za prilagođenim elektroničkim publikacijama polako, ali sigurno ipak razvija u našim muzejskim krugovima. Grafički prikazi su na Grafovima 13. i 14.

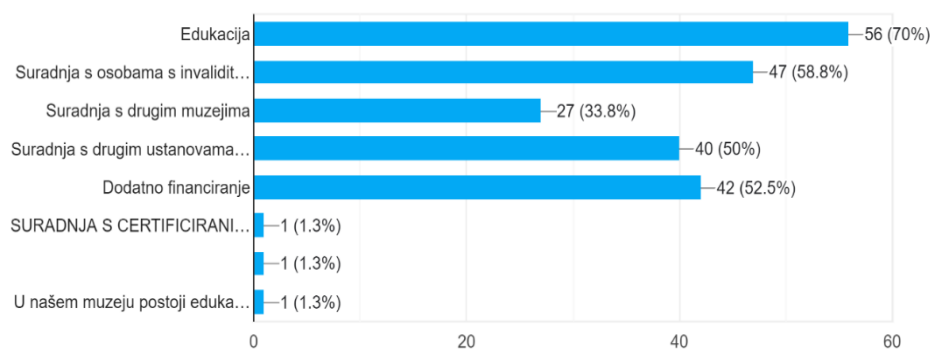


Graf 13. Dosadašnja praksa izrade prilagođenih e-publikacija



Graf 14. Planiranje izrade prilagođenih e-publikacija

Kako bi se gornji rezultati poboljšali institucije navode da bi im u pripremi, izradi i objavljivanju prilagođenih e-publikacija, najviše pomogla dodatna edukacija (70%), zatim suradnja s osobama s invaliditetom (58,8%), dodatno financiranje (52,2%), suradnja s drugim ustanovama i udrugama (50%) i drugim muzejima (33,8%). Utvrđeno je da u jednoj ustanovi postoji muzejski rehabilitator.

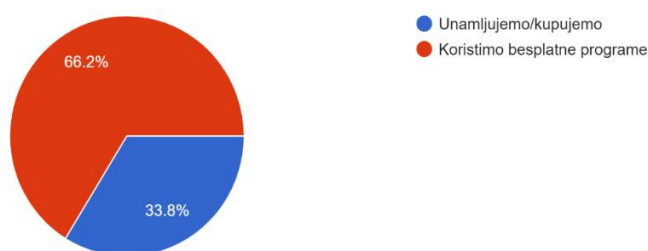


Graf 15. Prijedlozi poboljšanja prakse izrade prilagođenih e-publikacija

Evo nekoliko primjera koje su institucije navele za naslove elektroničkih publikacija prilagođenih osobama s vidnim, slušnim, motoričkim ili kognitivnim poteškoćama, koje su do sada izradile:

"U ritmu dodira" izložba i katalog 2014; katalog uz izložbu prilagođenu za slabovidne "Prapovijest u rukama"; Vodič za slabovidne kroz Galeriju Ružić i suvremenici; Vodič po muzejskom postavu; Video "Stekljena gora", filmovi o nematerijalnoj baštini (sve dostupno na muzejskom YouTube kanalu); Audio slikovnica Vlaho Bukovac, Odrastanje; Audio vodič Galerije Meštrović za slijepe i slabovidne osobe. Svi odgovori se mogu pročitati u Prilogu 3.

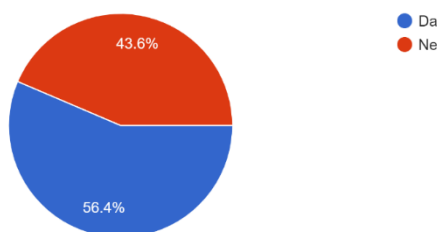
Kada je riječ o opremi i alatima za izradu e-publikacija, muzeji su se izjasnili da njih 66% koristi besplatne programe, a 33,8% unajmljuje ili kupuje specijaliziranu softversku i hardversku opremu. Ovakav omjer ne čudi. Bilo je za očekivati da uz sve manja financijska sredstva, i mogućnosti koje internet pruža onima koji znaju pronaći što im treba, da će muzeji i galerije u velikoj mjeri koristiti i oslanjati se na besplatne verzije programa kako bi izradili svoje e-naslove.



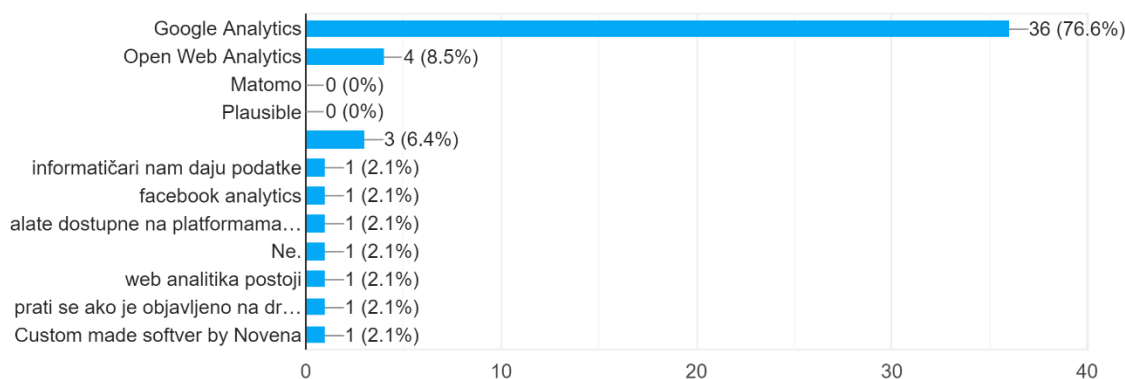
Graf 16. Omjer najma/kupnje i korištenja besplatnih programa

Što se tiče hardverske opreme, koriste osobna računala, reproduktore zvučnih knjiga, mp3 playere, diktafone. Od softvera najviše se koristi Wordpress platforma i MS Office, a tu su i drugi: In Design, Inkscape, Canva, Artsteps, AutoCAD i Photoshop. Svi primjeri koji su institucije navele u svojim odgovorima, nalaze se u Prilogu 4.

Praćenjem posjećenosti i korištenja e-publikacija, može se dobiti uvid gdje ima prostora za poboljšanje. Ova pogodnost je u upotrebi u 56,4% muzeja i galerija, dok 43,6% se njome ne služi. Najviše se koriste alati Google Analytics (76,6%) i Open Web Analytics (8,5%), tu je i Custom made softver by Novena, a dobar dio odgovara na ovo pitanje navodi alate dostupne na platformama tj. društvenim mrežama na kojima institucije objavljuju sadržaj. Omjer i svi odgovori mogu se vidjeti na Grafovima 17. i 18.



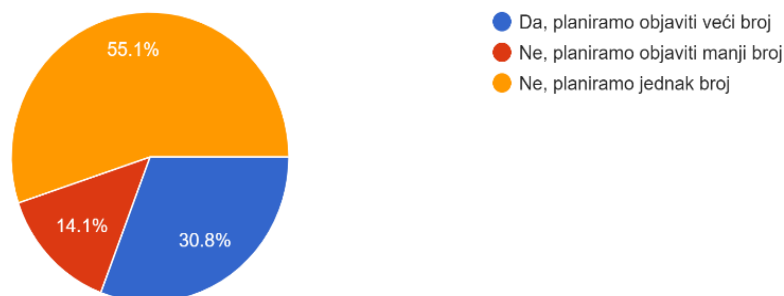
Graf 17. Praćenje posjećenosti/korištenja e-publikacija



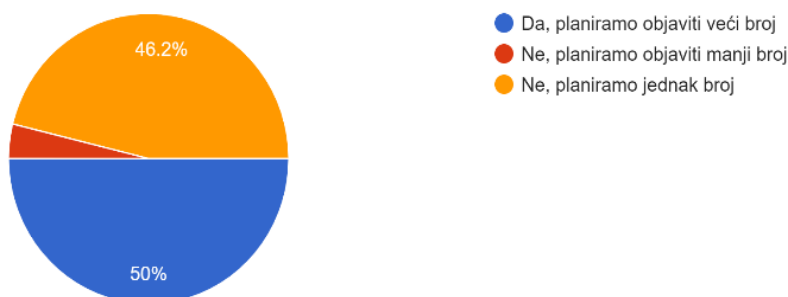
Graf 18. Alati za praćenje posjećenosti e-publikacija

Kao što je na samom početku bilo moguće primijetiti, naši muzeji i galerije vide budućnost muzejskog elektroničkog nakladništva u elektroničkom sitnom tisku (plakatima, pozivnicama, informativnim letcima itd.). Poznavajući izazove elektroničkog nakladništva, ne čudi kako većina (55,1%) planira objaviti u 2023. godini jednak broj e-publikacija kao i prošle. Trećina ima u planu objaviti veći broj nego u 2022., dok 14,1% planira objaviti manje nego 2022.

godine, vjerojatno se okrećući tiskanim publikacija iz razumljivih razloga koje je ovo istraživanje objelodanilo. Dalja budućnost izgleda nešto svjetlija jer 50% muzeja i galerija odgovorilo je da planira u 2024. objaviti više elektroničkih publikacija nego u 2023, a tek je 3,8% onih koji planiraju manje. Na Grafovima 19. i 20. su prikazani odgovori.

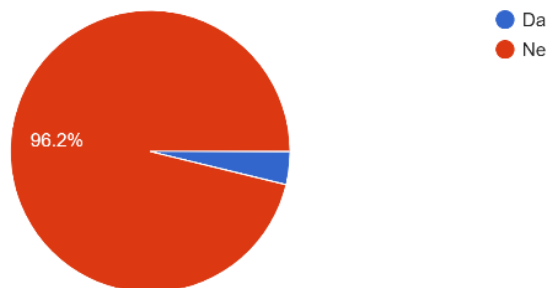


Graf 19. Plan objave za 2023. godinu



Graf 20. Plan objave za 2024. godinu

U jeku kulturnih projekata diljem države sufinanciranih sredstvima Europske unije, nametnulo se pitanje koriste li i koliko naši muzeji i galerije sredstva EU za objavljivanje elektroničkih publikacija. Štoviše, očekivanja su bazirana na činjenici da su digitalizacija kulturne baštine i širenje stvarnosti u mrežno dostupna okruženja, jedna od glavnih polja napretka koji promiče i čiji razvoj podupire EU. Rezultati su pokazali da tek 3,8% koristi sredstva europskih projekata za elektroničko nakladništvo, a 96,2% anketiranih institucija ne koristi. Preostaje nam zaključiti, da su sredstva dostupna, jer se o njima stalno čuje kroz medije, ali očigledno je da nedostaje muzejskih djelatnika koji bi znali kako za njih aplicirati.



Graf 21. Korištenje EU sredstava

U posljednjem pitanju ankete traženo je od ispitanika da napišu svoja razmišljanja o tome što oni vide kao prednosti, a što kao nedostatke muzejskih elektroničkih publikacija. Ovdje ćemo navesti samo neke u kojima se većina slaže, a svi su u Prilogu 5.

Jednoglasni su svi da je veća i jednostavnija dostupnost najveća *prednost* uz manje troškove, ali još uvijek trošak postoji pa se ovaj odgovor našao i među *prednostima* ali i među nedostacima (jer ga većina tretira kao nemogućnost povrata uloženog). Zanimljivo je da je nekoliko muzeja e-nakladništvo navelo u kontekstu ekološki prihvatljivog oblika.

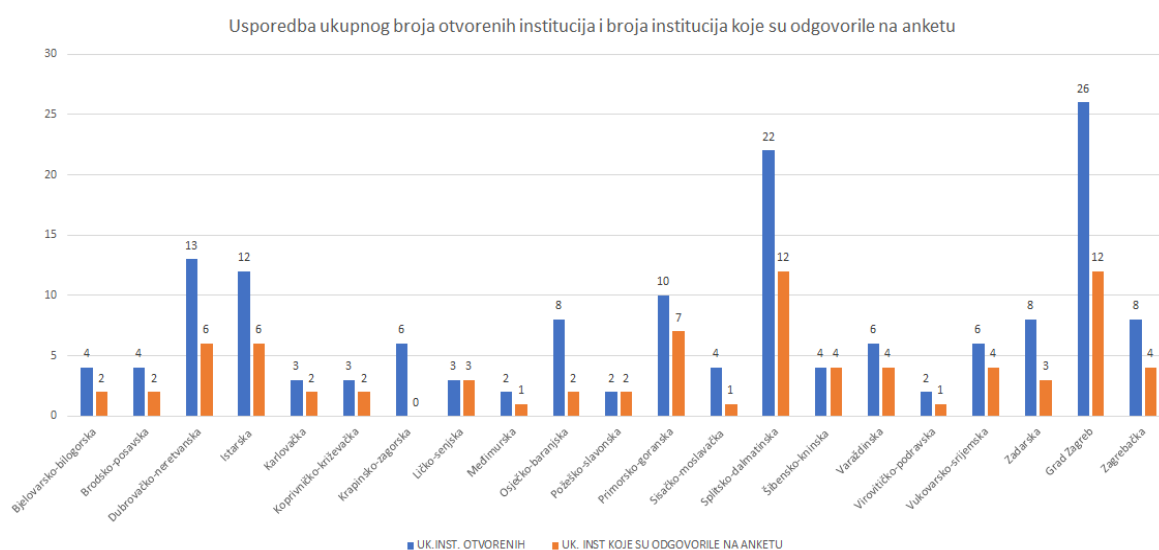
Ali, u odgovorima se pojavilo i dosta objašnjenja *nedostataka*: ovisnost o informatičkoj opremi i programskoj podršci u koju stalno treba ulagati (nadograđivanja sustava i nove verzije programa) tj. stalno generiranje novih troškova. Nadalje, pojavljuje se problem nenaviknutosti korisnika na elektroničke publikacije, ali i niska informatička pismenost.

Među nedostacima se navodi da likovna djela u elektroničkoj inačici gube veliki dio svoje umjetničke vrijednosti (zbog smanjenja rezolucije zapisa). Neki ispitanici smatraju da dolazi do smanjenja prodaje tiskanih izdanja kada postoji alternativa kroz e-publikacije.

Stekao se dojam da su nedostaci zbog straha od novih tehnologije ili zbog nedovoljnog iskustva u odgovorima odnijeli prevagu.

10.4. Zaključak istraživanja

U ovom diplomskom radu putem ankete je provedeno istraživanje vezano uz elektroničko nakladništvo u Hrvatskoj. Od 156 institucija obuhvaćenih istraživanjem se odazvalo njih više od 50%, dok rezultati odaziva po pojedinačnim županijama pokazuju da je on bio u prosjeku oko 50% u svakoj. Na Grafu 21. se može vidjeti koliko je institucija odgovorilo s obzirom na ukupan broj otvorenih (za posjetitelje) u svakoj županiji. Rezultat dobrog odaziva su pomno odabrana pitanja uz prethodnu pripremu ankete koja stavlja naglasak na aktualnu problematiku naših muzeja kod elektroničkog izdavaštva. Iščitavanje grafa također navodi na zaključak kako interes za temu elektroničkog nakladništva postoji, ali prevladavaju pojedinačne inicijative zbog ograničenih financijskih mogućnosti pojedinih institucija. Manja prisutnost elektroničkih publikacija u nekim institucijama je posljedica činjenice da su klasične tiskovine još uvijek dominantne. Kad se radi o institucijama na kojima počiva uloga prosvjećivanja građanstva, njihov razvoj morao bi biti u ciljevima razvojnih politika kao i važna stavka proračuna iz kojeg bi se trebala osigurati sredstva za uvođenje suvremenih tehnologija i novih promišljanja. Na taj način bi muzeji i galerije dali veći doprinos i u kulturnom turizmu. Tu su i europska sredstva koja, kako je proizašlo iz istraživanja, naši muzeji rijetko ili uopće ne koriste zbog toga što u institucijama manjka educiranog kadra koji bi preuzeo napatke EU i aplicirao na projekte. Sigurno je da bi EU prihvatila financiranje izrade e-publikacija prilagođenih osobama s nekom vrstom poteškoća jer je prema članku 30. Konvencije o pravima ljudi s invaliditetom, koja je u EU na snazi od 2011. godine, kreiranje društva s jednakim šansama jedna od temeljnih prisega i zadaća svake europske članice.



Graf 22. Prikaz odaziva po županijama

10.5. Ograničenja istraživanja

Već na vremenskoj polovici istraživanja, uočeno je kako će biti potrebe za primjenom dodatne metode poticaja kako bi se osigurao dostatan broj ispitanika koji su pristupili anketi. Naime, komunikacija preko elektroničke pošte nije izazvala očekivanu reakciju. No, i nakon obavljene telefonske komunikacije, 34% se nije odazvalo pozivu na istraživanje. Primjećuje se nedostatak mehanizma kojim bi se muzeji potaknuli da se uključe u studentska istraživanja, nepostojanje okvira kojim bi se regulirao 'kodeks zvanja' prema kojem bi bilo u interesu iskusnijih kolega pokazati spremnost da podjele iskustva i znanje s mlađim tek dolazećima, ali i doprinosa samoj akademskoj zajednici i razvoju vlastite struke. Štoviše i u dobivenim odgovorima, vidljivo je da pružaju puno više novih informacija od onih koje se mogu susresti u izvješćima koja se ne bave s detaljnom razradom svih komponenata muzejskog elektroničkog nakladništva, što je u slučaju ovog diplomskog rada bilo od glavne važnosti.

10.6. Smjernice za buduća istraživanja

Jedna od glavnih nakana ovog istraživanja jest bila postaviti temelje za buduća slična promišljanja. U polju koje svakim danom pomiče granice, nije za očekivati da će nedostajati ideja. Valjalo bi proširiti opseg istraživanja i dati veći naglasak na nove vrste elektroničkih publikacija koje nisu obuhvaćene ovom anketom.

11. Kulturne politike EU za digitalnu budućnost kulturne baštine

Preporuka Komisije iz 2011.g. po pitanju budućnosti europske kulturne baštine, bila je usmjerena na postavljanje prioriteta i smjernica za njezinu digitalizaciju. Deset godina kasnije, digitalizirano je samo dvadesetak posto ukupne baštine, zbog nedostatka ujednačenosti između nacionalnih strategija država članica. Pandemijska kriza pokazala je da je potrebna bolja suradnja, ali i čvršći regulativni okvir za korištenje digitalnih kanala.²⁸

U usporedbi s europskim zemljama Hrvatska zaostaje u tom procesu. Zato je Ministarstvo kulture i medija pokrenulo projekt stvaranja nacionalnog portala za evidenciju baštinskog digitalnog sadržaja. Projekt se zove *e-Kultura*. „Za trogodišnji projekt Hrvatska je u ožujku 2020. osigurala 42 milijuna kuna, od čega 80 posto sredstava dolazi iz fonda EU-a. Slijedom toga, u kolovozu 2020., Ericsson Nikola Tesla i Ministarstvo kulture i medija potpisali su sporazum vrijedan 12 milijuna kuna. Na projektu rade institucije iz AKM zajednice (Hrvatski državni arhiv, NSK, MUO) i HRT“.²⁹

Treba spomenuti i Hrvatski arhiv weba (HAW) koji je zbirka sadržaja preuzetih s weba. Njegova svrha je trajno čuvanje mrežnih publikacija hrvatske kulturne baštine. Sadržaj se može pretraživati preko naslova, URL-a, ključnih riječi i predmetnih područja, među kojima su i mrežne stranice muzejskih institucija.³⁰

Na HAW platformi može se pronaći i preteča pokušaja objedinjavanja hrvatske baštine na jednom mjestu: <https://haw.nsk.hr/arhiva/vol-hidra/6027/67389/www.kultura.hr/hr.html>. Cilj portala *Hrvatska kulturna baština* bio je prikazati digitalne zbirke i građu novim generacijama. Ovaj nacionalni projekt trebao je zaživjeti u razdoblju 2010.-2011. Čak je bilo težnji da se poduzmu naponi kako bi se podaci uključili i u *Europeanu*, portal digitalizirane europske kulturne baštine.³¹

²⁸ Kulturna baština u doba covid-19 krize. // Poslovni savjetnik. Dostupno na: <https://www.poslovni-savjetnik.com/aktualno/kulturna-bastina-u-doba-covid-19-krize> (4.4.2023.).

²⁹ Predstavljen projekt „e-Kultura – Digitalizacija kulturne baštine“ u Muzeju Mimara. 2020. // Ministarstvo kulture i medija. Dostupno na: <https://min-kulture.gov.hr/vijesti-8/predstavljen-projekt-e-kultura-digitalizacija-kulturne-bastine-u-muzeju-mimara/19230> (4.4.2023.).

³⁰ Hrvatski arhiv weba. // NSK. Dostupno na: <https://haw.nsk.hr/> (4.4.2023.).

³¹ Hrvatska kulturna baština. // HAW. Dostupno na: <https://haw.nsk.hr/arhiva/vol-hidra/6027/67389/www.kultura.hr/hr.html> (4.4.2023.).

Na kraju napomenimo, kako bi projekt *e-Kultura* ove godine trebao postati dostupan korisnicima s obzirom da je predviđeno vrijeme izrade 36 mjeseci, tj. krajnji rok bi trebao biti u kolovozu 2023.

12. Budućnost (pre)brzo ulazi na vrata muzeja

Smjer daljnjeg razvoja arhiva, knjižnica i muzeja (AKM ustanova) u Europi je ulaganje u digitalizaciju fundusa. Pandemija COVID-19 je promijenila dotadašnji načina rada ovog sektora. Zbog sve većeg interesa za pripremu i provedbu online kulturnih aktivnosti, Ministarstvo je znatno povećalo financijska sredstva. Pandemija je pokazala da je i u takvim situacijama ulaganje u dostupnost online kulture pitanje održivosti.³² „Mnoge su kulturne ustanove tijekom pandemije omogućile besplatan pristup online sadržajima upravo u tu svrhu. Baštinske će ustanove ponovno tražiti publiku kroz stare i nove digitalne inicijative.“³³ Za baštinski sektor posebno je važno da se sadržaj može prilagoditi različitim tipovima publike. Budućnost će pokazati na koju će stranu otići prevaga: fizički ili virtualni posjeti.³⁴

Dok pišem ovaj rad, tehnološke promjene u svijetu koje utječu i na muzeje su svakodnevne. Što je jučer bilo novo, danas više nije vijest. Dolazi do promjena u samoj terminologiji na koju se oslanja naša stvarnost. Tako na primjer, postoje kustosi koji vode zbirke. Sada se pojavljuju *digitalni kustosi* koji će se baviti digitalizacijom kulturne baštine i bit će obučeni za korištenje novih alata, ali i za novi način razmišljanja o zbirkama i ulozi muzeja.³⁵

U muzeje će doći *umjetna inteligencija* (AI). Već sada smo suočeni s tim da se elektronička knjiga koju je umjetna inteligencija sama napisala, može kupiti preko interneta za jedan dolar.³⁶ Znači li to da više neće biti važna riječ stručnjaka koji s muzejima oblikuju sadržaj kataloga i ostalih publikacija? Također, dok smo suočeni s potresima, dok čuvari naše baštine rade u prostorima koji vape za obnovom, preseljenjem, ulaganjem, istovremeno EU ulaže velika

³² Kulturna baština u doba covid-19 krize. // Poslovni savjetnik. Dostupno na: <https://www.poslovni-savjetnik.com/aktualno/kulturna-bastina-u-doba-covid-19-krize> (21.3.2023.).

³³ Ibid.

³⁴ Kulturna baština u doba covid-19 krize. // Poslovni savjetnik. Dostupno na: <https://www.poslovni-savjetnik.com/aktualno/kulturna-bastina-u-doba-covid-19-krize> (21.3.2023.).

³⁵ “Digitalni kustos”-otvorene prijave za radionicu digitalizacije kulturne baštine. // MDC. Dostupno na: <https://mdc.hr/hr/mdc/publikacije/newsletter/newsletter-04-04-2023/#zadar> (14.4.2023.).

³⁶ Umjetna inteligencija. // Zimo. Dostupno na: <https://zimo.dnevnik.hr/clanak/ovo-je-nesto-oko-cega-trebamo-biti-zabrinuti-amazon-preplavile-knjige-koje-je-napisala-umjetna-inteligencija---767614.html> (14.4.2023.).

sredstva u novu vrstu 'muzeja' tj. u *interpretacijske centre* koji su opremljeni tehnologijom '22. stoljeća'. Tehnologija koncentrirana u jednom takvom centru, čini ih nedostižnima institucijama koje nemaju ni približno slične resurse.

13. Zaključak

Slijedom obrađenog u radu, možemo zaključiti da se elektroničko nakladništvo dijeli u dvije velike grupe ovisno o načinima njihove realizacije: virtualni i digitalni sadržaj.

Od portala *Hrvatska kulturna baština*, pa uskoro do realizacije projekta portal *e-Kultura* i NSK koja prikuplja mrežne stranice s *.hr domene* među kojima su i muzejske (HAW portal), pa do MDC-a koji redovito objavljuje nove virtualne i digitalne sadržaje iz muzeja i galerija, dobili smo skup mrežnih mjesta koji daje uvid u muzejsko nakladništvo u Hrvatskoj.

Ministarstvo kulture i medija je tako imalo jedinstvenu stranicu u doba pandemije s različitim online sadržajima koja se više ne osvježava u postpandemijsko vrijeme. Padom online produkcije zanemaren je dio potencijalnih korisnika (osobe s vidnim, slušnim, motoričkim, kognitivnim poteškoćama) kojima su u pandemijsko vrijeme bila širom otvorena vrata svih institucija, a kojima je dolazak i bez pandemije otežan. Dok svijest o ulaganju u taj segment ne zaživi u većem postotku, ne možemo govoriti o kulturi za sve.

Veliki je nesrazmjer u promišljanjima o elektroničkom izdavaštvu unutar anketirane muzejske zajednice, koji oscilira od onih kojima je to redovita djelatnost do onih koji u to područje još nisu krenuli.

Rezultati provedene ankete su pokazali da ima dosta prostora za napredak u shvaćanju i promišljanju o prednostima razvoja e-nakladništva.

14. Literatura

- 1 39. izložba izdavačke djelatnosti hrvatskih muzeja i galerija 2020. // Muzejsko-dokumentacijski centar. Dostupno na: https://mdc.hr/files/images/mdc/Interliber/2020/interliber_katalog_2020.pdf (12.4.2023.).
- 2 40. izložba izdavačke djelatnosti hrvatskih muzeja i galerija 2021. // Muzejsko-dokumentacijski centar. Dostupno na: https://mdc.hr/files/images/mdc/Interliber/2021/katalog_v4_8_11_2021.pdf (12.4.2023.).
- 3 41. izložba izdavačke djelatnosti hrvatskih muzeja i galerija 2022. // Muzejsko-dokumentacijski centar. Dostupno na: https://mdc.hr/files/images/mdc/Interliber/2022/katalog_7_11_final.pdf (12.4.2023.).
- 4 Digitalna pristupačnost. //Vlada. Dostupno na: https://rdd.gov.hr/UserDocsImages//SDURDD-dokumenti//Letak_Digitalna%20pristupacnost.pdf (30.3.2023.).
- 5 “Digitalni kustos”-otvorene prijave za radionicu digitalizacije kulturne baštine. // MDC. Dostupno na: <https://mdc.hr/hr/mdc/publikacije/newsletter/newsletter-04-04-2023/#zadar> (14.4.2023.).
- 6 Foo, Schubert. Online Virtual Exhibitions: Concepts and Design Considerations. *DESIDOC Journal of Library & Information Technology* 28, no. 4 (2008): 22–34.
- 7 Hrvatska kulturna baština. // HAW. Dostupno na: <https://haw.nsk.hr/arhiva/vol-hidra/6027/67389/www.kultura.hr/hr.html> (4.4.2023.).
- 8 Hrvatski arhiv weba. // NSK. Dostupno na: <https://haw.nsk.hr/> (4.4.2023.).
- 9 Horjan, G. Muzeji i izazovi digitalnog doba. // *Informatica Museologica* 43, 1-4 (2012), str 88-91. Dostupno na <https://core.ac.uk/download/pdf/33274632.pdf> (20.3.2023.).
- 10 Najnovija izvješća. <https://mdc.hr/hr/mdc/publikacije/izvjesca-muzeja/najnovija-izvjesca/>
- 11 Klikom do muzeja - online posjećenost hrvatskih muzeja za 2021. 2022. // MDC. Dostupno na: <https://mdc.hr/hr/mdc/publikacije/newsletter/newsletter-08-03-2022/#posjecenost-online> (23.3.2023.).
- 12 Kulturna baština u doba covid-19 krize. // *Poslovni savjetnik*. Dostupno na: <https://www.poslovni-savjetnik.com/aktualno/kulturna-bastina-u-doba-covid-19-krize> (21.3.2023.).
- 13 Muzejsko dokumentacijski centar, Publikacije. 2022. // 41. izložba izdavačke djelatnosti hrvatskih muzeja i galerija 2022. Str 89.
- 14 Muzejske publikacije za djecu i mlade. // *Culturenet*. Dostupno na: <https://www.culturenet.hr/hr/muzejske-publikacije-za-djecu-i-mlade/36473>.
- 15 Predstavljen projekt „e-Kultura – Digitalizacija kulturne baštine“ u Muzeju Mimara. 2020. // Ministarstvo kulture i medija. Dostupno na: <https://min-kulture.gov.hr/vijesti-8/predstavljen-projekt-e-kultura-digitalizacija-kulturne-bastine-u-muzeju-mimara/19230> (4.4.2023.).
- 16 Rječnik hrvatskoga knjižničarskog nazivlja = Croatian dictionary of librarianship = Kroatisches Wörterbuch des Bibliothekswesens / [autori Sanja Brbora ... [et al.]; urednice Daniela Živković, Aleksandra Horvat. Zagreb : Hrvatska sveučilišna naklada, 2022.

- 17 Radovanlija Mileusnić, S. (2015). Muzejski časopisi u elektroničkom obliku. U S.R. Mileusnić (ur.). Pogled u muzejsko elektroničko nakladništvo (str. 46-66). Muzejsko dokumentacijski centar.
- 18 Što je to virtualna šetnja i 360° panorama? // Virtals. Dostupno na: <https://virtals.eu/pojam-virtualne-setnje-panorame/> (27.3.2023.).
- 19 Tomljanović, Dubravka. Informatički savjetnik u GKD. Usmeno priopćenje (3.4.2023.).
- 20 Umjetna inteligencija. // Zimo. Dostupno na: <https://zimo.dnevnik.hr/clanak/ovo-je-nesto-oko-cega-trebamo-biti-zabrinuti-amazon-preplavile-knjige-koje-je-napisala-umjetna-inteligencija---767614.html> (14.4.2023.).
- 21 Underwood, K. New SFMOMA Catalogue Gives Museums 5 Reasons to Embrace Digital Publishing. // Getty. Dostupno na: <https://blogs.getty.edu/iris/new-sfmoma-catalogue-gives-museums-5-reasons-to-embrace-digital-publishing/> (21.3.2023.).
- 22 Upravljanje digitalnim pravima. // Carnet. Dostupno na: <https://www.cis.hr/www.edicija/LinkedDocuments/CCERT-PUBDOC-2007-10-207.pdf> (17.4.2023.).
- 23 Valovičić, M. Virtualna izložba i interaktivni sadržaj pisane baštine Ugljana i Pašmana : diplomski rad. Zadar : Sveučilište u Zadru, 2020. Dostupno na: <https://zir.nsk.hr/islandora/object/unizd:4987/datastream/PDF/view> (27.3.2023.).
- 24 Virtual museum. // Britannica. Dostupno na: <https://www.britannica.com/topic/virtual-museum> (27.3.2023.).
- 25 Zagrajski, M. Muzejsko nakladništvo u Hrvatskoj : diplomski rad. Osijek : Filozofski fakultet, 2011. Dostupno na: <https://repositorij.ffos.hr/islandora/object/ffos:2949/datastream/PDF> (20.3.2023.).
- 26 Zakon o elektroničkim medijima (pročišćeni tekst, Narodne novine, br. 111/21, 114/22). Dostupno na: <https://www.zakon.hr/z/196/Zakon-o-elektroni%C4%8Dkim-medijima> (3.4.2023.).
- 27 Živković, D. Elektronička knjiga. Zagreb: Multigraf d.o.o., 2001.
- 28 Web pristupačnost u praksi. 2020. // Srce. Dostupno na: https://sistemac.srce.hr/sites/sistemac.srce.hr/files/docs/2020/Seminar_web_pristupacnost/Seminari_Kurtovic_Web-pristupacnost_20201127.pdf (30.3.2023.).

Popis oznaka i kratica

- 1 MDC- Muzejsko dokumentacijski centar
- 2 NSK – Nacionalna i sveučilišna knjižnica
- 3 SRCE - Sveučilišni računski centar Sveučilišta u Zagrebu

Popis slika

Slika 1. Oznaka za digitalnu pristupačnost na mrežnim stranicama.....10

Popis tablica

Tablica 1. Medij muzejskih publikacija 2002.....	2
Tablica 2. Prikaz muzeja i postojanja digitalne pristupačnosti na njihovom mrežnom mjestu	11
Tablica 3. Izbor e-publikacija	19

Popis grafikona

Graf 1. Elektroničko izdavaštvo tijekom godina pandemije.....	15
Graf 2. Online posjećenost.....	16
Graf 3. Omjer broja otvorenih i zatvorenih institucija za posjetitelje.....	18
Graf 4. Odaziv na anketu	18
Graf 5. E-publikacije koje institucije namjeravaju objavljivati u budućnosti	20
Graf 6. E-nakladništvo u strategiji	20
Graf 7. Učestalost objavljivanja e-publikacija.....	21
Graf 8. Stavovi o naplati pristupa e-publikacijama	22
Graf 9. Najveći broj objava e-publikacija je vezan uz izložbe	22
Graf 10. Kriteriji objave.....	23
Graf 11. Sudionici izrade e-publikacija	23
Graf 12. Jezici e-publikacija	24
Graf 13. Dosadašnja praksa izrade prilagođenih e-publikacija	25
Graf 14. Planiranje izrade prilagođenih e-publikacija	25
Graf 15. Prijedlozi poboljšanja prakse izrade prilagođenih e-publikacija.....	26
Graf 16. Omjer najma/kupnje opreme i programa.....	26
Graf 17. Praćenje posjećenosti/korištenja e-publikacija.....	27
Graf 18. Alati za praćenje posjećenosti e-publikacija	27
Graf 19. Plan objave za 2023. godinu.....	28
Graf 20. Plan objave za 2024.godinu.....	28
Graf 21. Korištenje EU sredstava	29
Graf 22. Prikaz odaziva po županijama	30

Prilozi

Prilog 1 Odgovori na prvo anketno pitanje (tip: otvoreni)

Kojim vrstama e-publikacija vaš muzej namjerava u budućnosti davati najveću važnost?

Navedite jednu do tri vrste e-publikacija, odvojeno zarezom.

- 1 e-knjige, e-sitni tisak
- 2 Katalog izložbe, pozivnica, plakat
- 3 e-sitni tisak
- 4 e-knjige
- 5 Katalog izložbe
- 6 Katalog izložbe, pozivnica, newsletter
- 7 Letci, deplijani, plakat, pozivnica
- 8 Newsletter, pozivnica, blog
- 9 Newsletter, Informativni letci, Pozivnica
- 10 Godišnjak. Katalog izložbe, Pozivnica
- 11 Katalog, izložba/stalni postav
- 12 Katalog izložbe, newsletter, pozivnica
- 13 e - knjige
- 14 katalozi izložbi, časopisi, pozivnice
- 15 Plakat, pozivnica, informativni letci
- 16 Katalog izložbe, deplijan, vodič
- 17 Katalog izložbe, Newsletter, Informativni letci
- 18 Časopis, monografija, katalog izložbe, stalnog postava ili zbirke
- 19 Muzejska publikacija za djecu i mlade, newsletter, pozivnica
- 20 Časopis, newsletter, pozivnice
- 21 e-pozivnice, e-vježbenice

- 22 Virtualne izložbe, monografije, katalozi
- 23 e-serijske publikacije
- 24 Blog, plakat, pozivnica
- 25 Katalog izložbi, Zbornik radova, Slikovnica
- 26 Newsletter, plaka, pozivnica
- 27 Nemamo namjeru objavljivati e-publikacije u narednom razdoblju.
- 28 Informativni letci, plakat, pozivnica
- 29 Katalozi izložbe, informativni letci, programi simpozija i knjižica sažetaka
- 30 Muzejska publikacija za djecu i mlade, katalog izložbe, stalnog postava ili zbirke
- 31 Katalog izložbe, stalnog postava ili zbirke
- 32 Katalog izložbe ili zbirke
- 33 Informativni letci, plakat, katalog
- 34 Katalog, plakat
- 35 e-sitni tisak
- 36 e-knjige, e-sitni tisak
- 37 Informativni letci, pozivnice, plakati
- 38 Katalog zbirke, katalog izložbe, zbornik radova
- 39 Katalog izložbe, plakat, muzejska publikacija za djecu i mlade, informativni letci
- 40 Informativni letak, časopis,
- 41 Časopis, informativni letci
- 42 Letci, pozivnica, plakat
- 43 Newsletter
- 44 Zbornik radova, program simpozija i knjižica sažetaka, pozivnice, plakati izložbe i predavanja
- 45 Plakati, pozivnice, newsletter, katalog izložbe, blog
- 46 e-knjige

- 47 Monografije, godišnjak
- 48 Katalog izložbe, plakat, pozivnica
- 49 Muzejska publikacija za djecu i mlade, katalog izložbe
- 50 Pozivnica, plakat
- 51 e-serijske publikacije
- 52 Časopis, katalog izložbe, stalnog postava ili zbirke, plakat, pozivnica, informativni letci
- 53 Katalog izložbe, Muzejske publikacije za djecu, slikovnica
- 54 e- sitni tisak, informativni letci, plakati, pozivnice
- 55 Odgovori se odnose na naše dosadašnje virtualne izložbe i sadržaje izložbenih kataloga prilagođenih mrežnom pregledu, E-kataloge edukativnih programa i audio vodič za slijepe i slabovidne osobe
- 56 Informativnim letcima, plakatima i pozivnicama
- 57 e-serijske publikacije
- 58 Blog, newsletter, pozivnica
- 59 Katalozi izložbi, stalnog postava i zbirki, dječje publikacije
- 60 e-katalog izložbe
- 61 Katalozi izložbe, muzejske publikacije za djecu i mlade
- 62 Monografije, katalog izložbe, časopis
- 63 Katalog izložbe, stalnog postava ili zbirke, Zbornik radova, Muzejska publikacija za djecu i mlade
- 64 Katalozima izložbi, stalnog postava ili zbirke, pozivnicama, plakatima, informativnim letcima, programima simpozija i knjižicama sažetaka
- 65 e-sitni tisak
- 66 Plakat, pozivnica, katalog izložbe, stalnog postava ili zbirke
- 67 Katalog izložbe, pozivnica
- 68 Pozivnica, zbornik radova

- 69 Katalog izložbi, plakati, letci
- 70 Serijske publikacije
- 71 Katalog izložbe, stalnog postava ili zbirke, muzejska publikacija za djecu i mlade
- 72 Blog, Godišnjak
- 73 Monografske publikacije, muzejski katalozi, edukativne publikacije

Prilog 2 Odgovori na šesnaesto anketno pitanje (tip: otvoreni)

- 1 Pristup bi trebao biti besplatan
- 2 Pristup bi se trebao naplaćivati
- 3 Nije odgovorilo
- 4 Pristup bi trebao biti besplatan, ali ako nedostaju financijska sredstva postoji mogućnost primjene ovog sustava
- 5 Pristup bi trebao biti besplatan, ali uz korisnički račun i lozinku
- 6 Ovisno o uložnim sredstvima. Ako su pub. Radili stručnjaci izvan kuće, potrebno je refundirati potrošeno
- 7 Ovisi o vrsti publikacije
- 8 Ovisi o vrsti publikacije i ciljanoj publici – neke da, neke ne

Prilog 3 Odgovori na deveto anketno pitanje (tip: otvoreni)

Ako ih izrađujete elektroničke publikacije prilagođene osobama s vidnim, slušnim, motoričkim ili kognitivnim poteškoćama, navedite primjer.

- 1 *U ritmu dodira* izložba i katalog 2014.
- 2 Web stranica je prilagođena slabovidnim osobama, ali osim toga se ništa ne objavljuje
- 3 Nije primjenjivo
- 4 /
- 5 Katalog uz izložbu prilagođenu za slabovidne "Prapovijest u rukama"
- 6 Vodič za slabovidne kroz Galeriju Ružić i suvremenici
- 7 Vodič po muzejskom postavu
- 8 Video "Stekljena gora", filmovi o nematerijalnoj baštini (sve dostupno na muzejskom YouTube kanalu)
- 9 Samo tehnički elektronski čitljivo
- 10 Audio vodič Galerije Meštrović za slijepce i slabovidne osobe
- 11 Audio slikovnica Vlaho Bukovac, Odrastanje
- 12 -

Prilog 4 Odgovori na trinaesto anketno pitanje (tip: otvoreni)

Navedite primjere softverske i hardverske opreme koju koristite.

- 1 PowerPoint, Mailerlite, Issu
- 2 Mailchimp
- 3 Corel, Heyzine, Adobe, Canva (koristimo i kupljen i besplatan softver)
- 4 Skener
- 5 Picassa, fotografije
- 6 Adobe InDesign
- 7 Canva
- 8 Adobe Acrobat Reader, CorelDRAW

- 9 Mailchimp
- 10 In design
- 11 Photoscape X, dok kolegica koja izrađuje većinu e-sadržaja koristi također svoju privatnu pretplatu na Adobe programe (Illustrator, Photoshop)
- 12 Skener, fotoaparati, internetske stranice muzeja, društvene stranice muzeja
- 13 Plug in koji dolazi sa Wordpress stranicom
- 14 Photoshop, Illustrator, PowerPoint
- 15 Ne znam. Opremu nabavljamo preko vanjskog suradnika.
- 16 Koristimo usluge vanjskih suradnika.
- 17 Canva pro
- 18 -
- 19 Publisher
- 20 /
- 21 Optički disk (CD-ROM), PC, Windows, Adobe Acrobat Reader, format PDF
- 22 Softver - Gimp, Picasa
- 23 In Design
- 24 Youtube, Wordpress, mp3 playera, reproduktori zvučnih knjiga, diktafoni....
- 25 Najčešće koristimo besplatan WordPress plugin, a ponekad platimo drugima da naprave
- 26 Inkscape, Canva
- 27 Art steps
- 28 PC, AutoCAD, MS Office, Photoshop
- 29 Dizajner pravi pripremu za tisak pa nismo u mogućnosti odgovoriti
- 30 Ne koristimo još ništa
- 31 WordPress
- 32 WordPress

Prilog 5 Odgovori na dvadeseto anketno pitanje (tip: otvoreni)

Što smatrate da su prednosti, a što nedostaci muzejskih elektroničkih publikacija?

- 1 Prednost je veća dostupnost i veća vidljivost a nedostatak da nije prilagođeno određenim skupinama društva
- 2 Prednosti su lakša i šira dostupnost publikacije, lakši pristup informacijama i jeftinije izdavanje. Nedostaci su ovisnost o digitalijama prilikom korištenja takvih publikacija.
- 3 Elektroničke muzejske publikacije su dostupne širokom krugu korisnika čime pridonose razvoju publike, a izrađuju se brzo i relativno jeftino pa su zato aktualne i atraktivne. Nedostatak je što se u elektroničkom okruženju očekuje brz pregled velikog broja sadržaja, bez detaljnijeg posvećivanja temi. Likovna djela i u tiskanoj i u elektronskoj reprodukciji gube veliki dio svoje umjetničke vrijednosti.
- 4 Šira dostupnost
- 5 Ne sudjeluju u prihodu a imaju trošak
- 6 Prednosti: veća dostupnost, manji troškovi; Nedostaci: nenaviknutost (još uvijek!) korisnika na elektroničke publikacije.
- 7 Veća dostupnost šire javnosti, a kod nekih korisnika se stvara pasiva- ne dolazak na izvor podataka osobno u muzejsku instituciju.
- 8 Prednosti su brza i šira dostupnost korisnicima, a nedostaci nemogućnost korištenja u fizičkom obliku
- 9 Prednosti su lakša dostupnost korisnicima i lakša obrada građe.
- 10 Prednost je ušteda novca, veća vidljivost odnosno dostupnost muzejskih publikacija, a nedostaci su stalna potreba za nadograđivanjem i osuvremenjivanjem softverske opreme za koju neki muzeji ne mogu izdvojiti financijska sredstva
- 11 Prednost je u prvom redu šira i olakšana dostupnost
- 12 Prednosti su dostupnost svima koji su on line prisutni, nedostatak nepristupačnost osobama koje nisu informatički pismene

- 13 Prednosti su veća dostupnost široj javnosti, promidžba Muzeja i njegova djelovanja, a nedostaci su nemogućnost praćenja disperzivnosti kataloga, mogući problem autorskih prava.
- 14 Prednost je dostupnost većem broju ljudi, tj. široj publici. Nedostatak je izostanak kontakta s tiskanom riječi.
- 15 Prednosti: šira dostupnost, jednostavnije objavljivanje; nedostaci: kratkotrajnost
- 16 Jedan dio publike nije naviknut na ovakvu vrstu izdavaštva, pa ne prati. S obzirom na stanje svijesti našega društva, ono što nije na papiru, nije se dogodilo. Nedostatak je svakako što ne možeš listati npr. katalog izložbe, osjetiti vrstu papira, ispupčenja / udubljenja (ako ih ima) itd. Prednost je jednostavnija priprema i realizacija te svakako puno manja cijena takvih publikacija. Nedostatak je što se, zbog ranije navedenih razloga, jako teško e-publikacije mogu monetarizirati.
- 17 Cijena, održivost, dostupnost mlađoj publici, a nedostaci nedostupnost publici koja ne koristi toliko digitalne medije
- 18 Šira dostupnost većem broju ljudi, digitalizacija građe, nema bas većih nedostataka
- 19 Prednosti - šira dostupnost javnosti
- 20 Prednost je dostupnost te jednostavniji pristup informaciji i reklamiranje, nedostatak je što takva vrst publikacije zahtijeva nov način naplate, a osim toga u sukobu je s težnjom ustanove muzeja da ostvari veću posjećenost i fizičku interakciju s publikom
- 21 Prednost je svakako šira dostupnost sadržaja kao i veći doseg. Od nedostataka nemamo posebno koji istaknuti.
- 22 Prednosti: šira dostupnost, Nedostaci: troškovi
- 23 Dostupnost je prednost, financijska korist nedostatak
- 24 Prednost je veća vidljivost, dostupnost sažetih informacija. Nedostataka ima više nego prednosti. Smatram da e publikacije ne mogu zamijeniti klasične, tiskane publikacije.
- 25 Prednost je šira dostupnost i vidljivost. Nedostatak je manjak prodaje tiskanih izdanja kada postoji alternativa kroz e-publikacije.
- 26 Prednosti - vidljivost, pristupačnost, dostupnost; nedostaci - slaba frekventnost kod starijih osoba

- 27 Prednost je svakako dostupnost svim digitalno pismenim osobama. Nedostatak je moguća ograničenost korištenja od strane starijih osoba koje nisu toliko upoznate s digitalnim medijima i vezane su još uz tiskane medije.
- 28 Velika prednost je ušteda financijskih sredstava pogotovo za male muzeje poput našeg. Nedostatak je nepostojanje fizičkog oblika publikacije zbog budućnosti dokumentacije i razvoja tehnologije, preformatiranja i sl.
- 29 Brza protočnost informacija, ušteda novca. Mislim kako ipak tiskani mediji treba zadržati.
- 30 Prednosti: šira dostupnost, neograničen pristup, ušteda, pohrana. Nedostaci: publika i posjetitelji preferiraju tiskana izdanja
- 31 Još uvijek značajan broj ljudi priznaje jedino knjigu u fizičkom obliku i e - publikacije to za sada neće zamijeniti. Međutim e-publikacije su jeftinije i dostupne širokoj publici. Sve naše fizičke publikacije objavljene su i i na našem webu kao e - publikacije.
- 32 Prednost - dostupnost široj publici
- 33 brža dostupnost, veća preglednost sadržaja, ekološki prihvatljiv oblik.
- 34 Prednost: šira dostupnost, cijena. Nedostaci: ako se radi o opsežnijoj publikaciji, korisnici preferiraju fizičku publikaciju.
- 35 Zaštita prava, uvid u muzejsku građu, upotreba digitalnih alata za stvaranje reprodukcija
- 36 Prednost: opća dostupnost. Nedostatak: zahtjeva veliki angažman
- 37 Veći broj korisnika
- 38 Prednost je popularizacija i bolja informiranost. Nedostatak: posjetitelji zadovoljni šturim informacijama i nemaju potrebu dolaska u muzej. Koja je svrha popularizacije, ako nema povećanja broja posjetitelja.
- 39 Brza dostupnost, manji trošak, manje potrebnog vremena i manji broj uključenih radnika
- 40 Korištenje informatičkih resursa te očuvanje prirode i ušteda vremena kao i štednja financijskih sredstava za tiskanje materijala

- 41 Prednosti su cijena i dostupnost te brzina izrade istih dok su nedostaci slaba informatička pismenost starijeg stanovništva RH.
- 42 /
- 43 Prednost je veća dostupnost i veća vidljivost muzejskog izdavaštva, a nedostaci su moguće tehničke poteškoće
- 44 Prednosti: šira dostupnost, manji troškovi, jednostavnije objavljivanje
- 45 Prednosti: dostupnost, niža cijena, manji troškovi Nedostaci: Ovisno o formatu. Npr. neki formati nisu besplatni (uključena pretplata), nekima je ukinuta podrška za format, itd.
- 46 Dostupnost široj javnosti, lakši pristup publikacijama.
- 47 Prednost je šira dostupnost, manjak je što publikacija ostaje nedostupna onima bez odgovarajuće opreme.
- 48 Brzina, dostupnost, manji troškovi
- 49 Pobornici smo tiskanih izdanja.
- 50 Prednosti su očekivano zanimanje šire javnosti, potrebe ciljanih skupina korisnika, šira dostupnost, a nedostaci su problemi s reguliranjem korištenja autorskih prava
- 51 Glavna prednost je laka pristupačnost, a mana što elektroničke ne ostavljaju dojam na čitatelja kao što je slučaj s pravim publikacijama
- 52 Prednosti - veća dostupnost, šira publika.
- 53 Prednosti su dostupnost, nedostaci su što još uvijek ljudi preferiraju tiskane publikacije
- 54 Prednosti su ekonomska i ekološka učinkovitost, a nedostaci su nedostupnost osobama koje nemaju razvijene informatičke vještine.
- 55 Prednosti su: dostupnost materijala, vidljivost koliko ga se koristi, Nedostaci: izostanak tiskanog izdanja,
- 56 Prednosti muzejskih elektroničkih publikacija: široka dostupnost, koja nije mjesno ili vremenski uvjetovana, brže, jeftinije i jednostavnije objavljivanje. Nedostaci muzejskih elektroničkih publikacija: tradicionalna vezanost muzejskih djelatnika, uže

stručne, kao i šire javnosti za tiskane publikacije od muzejskih ustanova traži uspostavu ravnoteže u objavljivanju obaju vrsta publikacija (tiskanih i elektroničkih), problemi dugotrajnog očuvanja elektroničkih publikacija...

- 57 Prednost su dostupnost široj publici
- 58 Dostupnost publici
- 59 Brzina informacija
- 60 Prednosti su brza dostupnost informacije i veća publika, nedostaci su različite mogućnosti plagijata i zloupotrebe autorskih prava osobito s obzirom na korištene fotografije
- 61 Prednost je veća dostupnost istraživačima, kolegama iz drugih muzeja i posjetiteljima. Nedostatak je što se katalogi izložbi ne uvrštavaju u neke pregledne kataloge, nisu vidljive osim ako netko ne traži namjerno baš naše publikacije na našoj stranici. Zbornik objavljujemo na Hrčku pa je vidljiv i pretraživ.
- 62 Prednost: mogućnost pristupa objavljenog široj javnosti, posebice mlađoj publici, veća pristup sadržaja za osobe s invaliditetom, usmjerenost objava na zelenu i digitalnu tranziciju društva, nema štetnog utjecaja na okoliš, ne stvara se otpad, unaprjeđuje se digitalno znanje, nedostatak: starije osobe koje ne koriste moderne tehnologije ne vide objavljeno.
- 63 Prednosti: lakša dostupnost većem broju ljudi, jeftinija produkcija, prostorna racionalnost. Nedostaci: tehnološke mijene, pitanje trajnosti i sl.
- 64 Ušteda novca, kao i šira dostupnost te popularizacija muzejskih sadržaja obzirom na trenutno zatvoren stalni izložbeni postav za posjetitelje Galerije. Konstantno nedostatna sredstva za permanentno nadograđivanje mrežnog sjedišta (općenito inf. infrastrukture) kako bi se očuvala optimalna okolina za kvalitetnu produkciju e-sadržaja.
- 65 Prednosti: ekonomičnost, veća dostupnost, brzina izrade i optičaja, inkluzivnost, mogućnosti interaktivnosti, promidžbeni aspekti, ekološki aspekti

Prilog 6 Anketna pitanja

- 1 Kojim vrstama e-publikacija vaš muzej namjerava u budućnosti davati najveću važnost? Navedite jednu do tri vrste e-publikacija, odvojeno zarezom. (otvoreni tip odgovora)
- 2 Je li objavljivanje e-publikacija uključeno u strategiju muzeja? Da/Ne
- 3 Koliko često objavljujete mrežno dostupne verzije tiskanih kataloga svojih izložbi, zbirki i sl.? Nikad/Rijetko/Ponekad/Često/Redovito/Ostalo
- 4 Elektroničke publikacije objavljujemo: (mogućnost višestrukog odabira) Uz izložbe/događanja/edukativne programe/zbirke/Samostalno/Ostalo
- 5 Kojim kriterijima se vodite pri odluci da objavite elektroničku publikaciju? (mogućnost višestrukog odabira) Rijetkost građe/Očekivano zanimanje šire javnosti/Potrebe ciljnih skupina korisnika/Šira dostupnost/Ušteda novca/Brže/Jednostavnije objavljivanje/Ostalo
- 6 Navedite tko su sve suradnici u izradi e-publikacija vašeg muzeja. (mogućnost višestrukog odabira) Djelatnici muzeja/Kolege iz drugih muzeja/Plaćeni ili unajmljeni vanjski suradnici i tvrtke/Građani/Ostalo
- 7 Na kojim jezicima planirate objavljivati e-publikacije? (mogućnost višestrukog odabira) hrvatskom/engleskom/talijanskom/francuskom/njemačkom/Ostalo
- 8 Jeste li do sada izrađivali elektroničke publikacije prilagođene osobama s vidnim, slušnim, motoričkim ili kognitivnim poteškoćama? Da/Ne

- 9 Ako ih izrađujete, navedite primjer. (otvoreni tip odgovora)
- 10 Planirate li izrađivati elektroničke publikacije prilagođene osobama s vidnim, slušnim, motoričkim ili kognitivnim poteškoćama? Da, planiramo/Ne, nemamo u planu
- 11 Što bi vam pomoglo prilikom pripreme, izrade i objavljivanja takve vrste publikacija? (mogućnost višestrukog odabira) Edukacija/Suradnja s osobama s invaliditetom/Suradnja s drugim muzejima/Suradnja s drugim ustanovama i udrugama/Dodatno financiranje/Ostalo
- 12 Unajmljujete li ili kupujete specijaliziranu softversku i hardversku opremu za izradu e-publikacija ili koristite besplatne programe? Unajmljujemo ili kupujemo/Koristimo besplatne programe
- 13 Navedite primjere softverske i hardverske opreme koju koristite. (otvoreni tip odgovora)
- 14 Pratite li posjećenost/korištenje e-publikacija? Da/Ne
- 15 Ako pratite posjećenost, navedite alate koje koristite. Google Analytics/Open Web Analytics/Matomo/Plausible/Ostalo
- 16 Koji je stav vaše institucije vezan uz naplatu pristupa e-publikacijama? Pristup bi trebao biti besplatan/Pristup bi se trebao naplaćivati

- 17 Planirate li objaviti veći broj e-publikacija u 2023. nego u 2022. godini? Da, planiramo objaviti veći broj/Ne, planiramo objaviti manji broj/Ne, planiramo jednak broj
- 18 Planirate li u 2024. godini objavljivati više e-publikacije nego u 2023? Da, planiramo objaviti veći broj/Ne, planiramo objaviti manji broj/Ne, planiramo jednak broj
- 19 Jeste li za elektroničko nakladništvo koristili sredstva europski projekata? Da/Ne
- 20 Što smatrate da su prednosti, a što nedostaci muzejskih elektroničkih publikacija?
(otvoreni tip odgovora)

ELEKTRONIČKA MUZEJSKA IZDANJA U HRVATSKOJ

Sažetak

Muzejske publikacije uvijek su bile oblik komunikacije između muzeja i javnosti. Svoju ulogu prenositelja znanja i očuvanja baštine su muzeji ostvarivali još od svojih početaka i taj način nije se bitno mijenjao sve do trenutka kada je tehnologija upregnuta u interpretaciju njihovih fundusa, čime su se otvorile beskrajne mogućnosti pristupanja i oživljavanja i baštine i novih umjetničkih izričaja u kojima korisnik sam može interaktivno sudjelovati, oblikovati, propitkivati, biti aktivni sudionik izložbi i događanja. Nova vremena su donijela i donosit će nove tehnologije pojednostavljivanja komunikacije muzejskih ustanova i korisnika.

Digitalizacija je od presudne važnosti ako želimo učiniti muzejsku djelatnost i informacije koje muzejske ustanove posjeduju dostupne svima. U okvirima ovog rada je proučeno predpandemijsko i poslijepandemijsko stanje u objavama elektroničkih publikacija, te smo se osvrnuli i na kulturne projekte koji imaju zadatak prenijeti kulturnu baštinu u virtualnu okolinu dostupnijeg formata svim korisnicima.

U istraživačkom djelu rada pokazano je kako muzejske ustanove na našem području promišljaju o budućnosti muzejskog elektroničkog nakladništva.

Ključne riječi: elektroničke publikacije, elektroničko nakladništvo, muzejsko nakladništvo, muzejsko elektroničko nakladništvo, virtualne šetnje, e-katalog izložbe, online izložbe, istraživanje u muzejima, digitalizacija muzejske građe, hrvatska muzejska naklada, COVID-19, muzeji u pandemiji

ONLINE MUSEUM PUBLICATIONS IN CROATIA

Summary

Museum publications have always been a form of communication between the museums and the public. Museums have been performing their role as transmitters of knowledge and preservation of heritage since their beginnings, and this method did not change significantly until the moment when technology was harnessed in the interpretation of their holdings, which opened endless possibilities of accessing and reviving both heritage and new artistic expressions in which the user can participate interactively, design, question, be an active participant in exhibitions and events. New times have brought and will bring new technologies to simplify communication between museum institutions and users.

Digitization is of crucial importance if we want to increase museum activity and make the information that museum institutions have available to everyone. Within the scope of this work, the pre-pandemic and post-pandemic state of electronic publications was studied, and we looked at cultural projects that have the task of transferring cultural heritage into a virtual environment in an accessible format for all users.

In the research part of the paper, it was shown how museum institutions in our country reflect on the future of museum electronic publishing.

Key words: electronical publications, electronic publishing, museum publishing, museum electronic publishing, online museum publications, virtual walks, e-catalogue of exhibitions, online exhibitions, research in museums, digitization of museum materials, Croatian museum publishing, COVID-19, museums in a pandemic