

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Ana Katarina Strnad

Mentor: doc. dr. Marjan Hočevar

MUZEJ V PROSTORU - PROSTOR V MUZEJU

Diplomsko delo

Ljubljana, 2005

KAZALO VSEBINE

<i>Seznam slik</i>	2
1 UVOD	4
2 PROSTOR	7
2.1 Sociološki pogled na prostor in čas	7
2.2 Prostori identitete	11
2.3 Prostori potrošnje	13
2.3.1 Primer BTC – profanizacija muzeja	14
3 MUZEJ	20
3.1 Zgodovina nastanka	21
3.2 Razvoj muzejev na slovenskem	23
3.2.1 Ocena Sveta Evrope o slovenskih muzejih danes	25
3.3 Muzejski prostor in razstavljanje	26
3.3.1 Primer Mestnega muzeja	34
3.4 Stavbna arhitektura muzejev	36
3.4.1 Primer Nacionalnega muzeja Indijancev	37
3.4.2 Primer MoMA	38
3.4.3 Primer Slovenskega etnografskega muzeja	40
4 MUZEJ V PROSTORU	43
4.1 Muzej brez zidov	44
4.1.1 Primer razstave v mestnem parku Tivoli	46
4.2 Virtualni muzej	49
4.3 Romantični in realistični vidik muzeja	50
4.4 Turistov pogled	52
4.5 Muzej kot postmoderno urbano prizorišče	55
4.6Muzej – kulturni povezovalac časa in prostora	57
5 ANALIZA INTERVJUJEV NA TEMO MUZEJSKI RAZSTAVNI PROSTOR, KAKO GA IZRABITI IN PRIVABITI OBISKOVALCE	59
6 SKLEP	62
<i>Viri</i>	66
<i>Priloge</i>	68

SEZNAM SLIK

Slika 2.1	Parkirišče pred nakupovalnim središčem	16
Slika 2.2	Ulica v mestu s streho	17
Slika 2.3	Razstavica izdelkov tovarne Ilirija v eni izmed ulic nakupovalnega središča	18
Slika 2.4	Vodni park v mestu Mesta	19
Slika 2.5	Tematski sklopi vodnega mesta z zvenečim imenom	19
Slika 3.1	Notranjščina, s statistko, ene izmed hiš prvega muzeja na prostem: park Skansen v Stockholmu	23
Slika 3.2	Popestritev razstavljenega z avdiovizualnimi pripomočki	30
Slika 3.3	Primer neustrezne velikosti pisave in preobsežnosti besedila	31
Slika 3.4	Primer neustreznega tipa pisave, ki je težko berljiv	31
Slika 3.5	Predstavljenim eksponatom lahko vdihne življenje tudi kvalitetno vodstvo: Železniški muzej v Ljubljani	32
Slika 3.6	Za tujce so najzanimivejše postavitve v starih ambientih: idrijski Mestni muzej v gradu Gewerkenegg	32
Slika 3.7	Zavrtimo kolo časa nazaj - vse bolj priljubljene spremljevalne dejavnosti, ki muzejsko izkušnjo poskušajo narediti čimbolj pristno: muzej na prostem Fort Steele v ZDA	33
Slika 3.8	Stavbna dediščina v muzeju na prostem: Stübing pri Grazu	33
Slika 3.9	Samevajoč razstavni prostor v prenovljeni Auerspergovi palači	35
Slika 3.10	Neizpeta klančina ljubljanskega Mestnega muzeja	36
Slika 3.11	Prizorišče poletnih koncertnih dogajanj v Mestnem muzeju, ki je ohranilo stari izgled	36
Slika 3.12	Arizonska mesa v Washingtonu: National Museum of American Indians	38
Slika 3.13.	Skoraj neopazna zunanost MoME v New Yorku	40
Slika 3.14	Vrt s skulpturami: MoMA	40
Slika 3.15	Zračnost prostora v MoMI	40
Slika 3.16	Novo v starem; kompleks Slovenskega etnografskega muzeja	41
Slika 3.17	Dvigalo, ki popelje v etnografski svet	42
Slika 3.18	Interier se umakne pisanim eksponatom: Slovenski etnografski muzej	42

Slika 3.19	Prostornost novih razstavnih površin v stari prenovljeni zgradbi: Slovenski etnografski muzej	42
Slika 3.20	Popestritev – stalna delavnica ročnega tkanja: Slovenski etnografski Muzej	43
Slika 3.21	Bodoči prostor za okrepčilo: Slovenski etnografski muzej	43
Slika 4.1	Razstava v muzeju brez sten: tivolska promenada	47
Slika 4.2	Muzej v muzeju: tivolska promenada	48
Slika 4.3	Sponzorski dodatek brez katerega je danes, tudi v muzejstvu, težko shajati: tivolska promenada	48
Slika 4.4	Visoka moda izkoristi muzejski prostor: Chanelova kolekcija v Metropolitan Museum of Art, NY	57

1 UVOD

Zanimanje za tovrstno tematiko je vplivalo na izbor naslova in izziv, kako jo predstaviti. Sam naslov daje odprtost za diskusijo, nudi pogled od znotraj in zunaj; muzeja seveda, ki pri nas deluje nekoliko upehano nasproti novim prostorom, usmerjenih v potrošnjo – le-ti s pridom uporabljajo nekatere njegove prvine in čas bi že bil, da se tudi muzej izuči novih prijemov privabljanja obiskovalcev. V današnjem svetu namreč materialne dobrine nemalokrat pomenijo več, kot kakršnakoli vedoukaželjnost. Menda kar 86% ljudi pravi, da so muzeji nepotrebni na tem svetu.

Namen naloge je prikazati vlogo muzeja v prostoru, ali si je zmožen izboriti svoje mesto, ki je hkrati stičišče ekspertnega in laičnega znanja, v prevladujočem svetu potrošnje. Preko analize prostora in muzeja ter njunih značilnosti bomo poskušali dognati, kakšen pomen imajo muzeji v postmodernem svetu globalizacije, kjer čas 'leti' in je velika večina ljudi izgubila smisel za kulturo in raje odidejo v nakupovalno središče. Ali so muzeji sploh še zanimivi za obiskovalca?

Ker je fizični prostor tudi družbena kategorija, predstavlja sociološka optika dobro ostrino za jasnejše razumevanje prostorskih pojavov. Fizične razsežnosti prostora ne zadostujejo za njegovo celovito predstavo; naturalistični pristop ne zadovolji, potrebno je vključiti tudi konstruktivistično komponento tj. dojemanje prostora, ki temelji na osebnih predstavah in izbirnosti. Danes, v dobi stalnega povečevanja izbir in s tem potreb se pozablja na identifikacijsko-izobraževalni okvir, ki nam ga lahko nudijo določene kulturne ustanove v urbanem okolju (tudi izven). Urbana družba, sestavni del moderniziranega sistema, je v urbanem okolju soočena z velikim številom izbir, katerih upravljanje in koordinacija je zelo zahtevna, tako da se le-te na nek način manjšajo in tudi izničijo. Resda informacijska tehnologija krči prostor in ga politizira, a hkrati pluralizira prostorske identitete. Prostorskim identitetam je skupno stremljenje k čim večji kakovosti življenja in sam prostor je pokazatelj le-tega. Skratka pomembne postajajo tiste prvine, ki neosebni abstraktni prostor spreminjajo v kraj, ki ima, v primerjavi s prostorom poleg 'preprostih' in opisljivih značilnosti še druge presežne kvalitete. Tu bi lahko v ospredje stopil muzej s svojim prostorom.

Prostor se zaradi svoje 'fizičnosti' ne prilagaja povsem novi postmoderni virtualni fleksibilnosti oziroma dehierarhičnosti. Urejanju in načrtovanju prostora povzroča težave slabitev tradicionalnih hierarhij in vzpostavljanje nove omrežne strukturiranosti družbe (glej Kos, 2002: 35). Slovenija kot majhen sistem vse bolj

prevzema logiko večjih razvojnih središč s širjenjem prostorov potrošnje, ki preglašujejo ostale prostore – med njimi tudi muzejski prostor. Ukvarjanje s prostorom je politično motivirano in navezano na širši družbeni sistem; postmoderna družba je neoliberalna družba, ki je po Chomskem (2005,1999) daleč od demokracije. Ljudje niso povezani in ne ustanavljajo različnih netržno usmerjenih institucij. Namesto njih neoliberalna doktrina, z vrivanjem mantre o trgu v vse pore družbe, ustanavlja nakupovalna središča in državljane spreminja v večne potrošnike. To je voda na njen mlin, saj atomizira družbo, da posamezniki postajajo vse bolj apatični in nemočni.

Muzej na začetku enaindvajsetega stoletja predstavlja fokus na katerega lahko navežemo globalne in lokalne preokupacije. Muzej usmerja pozornost na vprašanja o identiteti, razlikah, občutjih kontinuitete, ki so soočeni s pospešenim transnacionalnim gibanjem in globalnimi spremembami. Muzeji so mesta, kjer se skušnjavaška državna mitologija in razsvetljenska racionalnost bojujeta proti alternativnim klasifikacijam; kjer se visoka in popularna kultura borita za svojo upravičenost. Njihovo kulturno poslanstvo zahteva produkcijo vsaj delnih in začasnih odgovorov na zgornje zadrege. Katerikoli muzej oz. muzejska razstava je izraz določenega stališča; teorija – predlagana rešitev videnja sveta. Verjamemo, da je muzej globoko povezan s širšimi družbenimi in kulturnimi odnosi, kakor tudi zmožen vplivati naje, zato domnevamo, da imajo muzejski prostori določene potenciale, ki niso izrabljeni in bi lahko tvorili neke nove podobe ter bili alternativa/konkurenca ostalim prostorom v mestu npr. prostorom potrošnje.

Ozirajoč se na našo domnevo in na naslov naloge pričnemo z opisom prostora in časa ter sociološkega pogleda nanju. Resda naloga ne sledi dobesedno naslovu, a se nam je zdelo bolj smiselno začeti s prostorom samim, ki mu sledi opis prostorov identitete in potrošnje s konkretnim primerom Center City-a v BTC-ju. Izbor slednjega ni bil naključen, saj zanimanje ljudi zanj ne usiha. Za podkrepitev politike megalomanstva in poskusa pokrivanja čimveč prostočasnih dejavnosti ter njihovo prevzemanje centru mesta z jemanjem določenih prvin značilnih za muzej navedemo še novoizgrajeno vodno mesto Atlantis . V drugem delu spoznavamo muzej, od kod ime, njegov zgodovinski razvoj v svetu in na naših tleh z dodanim poročilom ter oceno Sveta Evrope o urejenosti kulturne politike v Sloveniji. Četrto podpoglavje govori o muzejskem prostoru kot razstavnem prostoru in vseh zvijačah, kako ga narediti privlačnega za 'lovljenje' pogledov obiskovalcev. Podamo tudi primere

resničnih muzejev . V naslednjem podpoglavju se preselimo iz notranjosti na zunanji izgled muzejskih stavb kamor smo ravno tako vključili primere za podkrepitev napisanega. V četrtem delu stopimo še korak naprej in umestimo muzej v prostor; kako ga vidijo uslužbenci in turisti oziroma obiskovalci. Opišemo virtualni muzej in muzej brez zidov kot modernejši različici pogleda na muzej. Peto podpoglavje nadaljuje temo z uvrstitvijo muzeja med urbana prizorišča. Na koncu muzej postavimo za kulturnega povezovalca časa in prostora, ki smo ju splošneje obdelali v prvem delu naloge. Poleg literature, internetnih virov, člankov smo v nalogo vključili tudi intervjuje. Mnenja anketirancev o muzejskem razstavnem prostoru so opisana v petem poglavju.

2 PROSTOR

Človek oblikuje material in ustvarja prostore, ki absorbirajo oz. so prežeti z njegovo zgodovino in kulturo. Človeško ustvarjena okolja so hkratna prisotnost sedanjosti in preteklosti. V vsakem okolju prevladuje estetska kvaliteta, ki nam ponuja vizualno zgodovino določene skupnosti, kjer odseva kreativna dejavnost – produkt človeške artistske akcije, ki poskuša modificirati naravo in jo narediti uporabno ter lepo.

Osredotočili se bomo na prostor z vidika materialne produkcije, kjer je (predstavlja) moment le-te in odslikava družbene odnose.

2.1 Sociološki pogled na prostor in čas

Razumevanje prostora je kompleksno tako v teoretičnem kot tudi v empiričnem oziru, saj zahteva širok spekter tehnik in metod raziskovanja. Fizični prostor vedno nastopa kot družbena kategorija, zato doprinos sociologije ni zanemarljiv pri jasnejšem razumevanju prostorskih pojavov (glej Berger in Luckmann v Kos, 2002: 16). Sociologija, ki se ukvarja s prostorom poskuša odgovoriti na vprašanja o produkciji prostora (kdo, zakaj, kje), orientaciji v prostoru, predstavah o prostoru, načinih uporabe (kateri in kakšni), odnosu med časom in prostorom, identifikaciji s prostorom itd..

Obstoj prostorske sociologije upravičuje oživljeno raziskovanje številnih povezav med prostorom in družbo. Izogibati se moramo konkretizaciji prostora in študijam, ki dokazujejo, da celokupno družbeno življenje obstaja samo znotraj le-tega. Sociologi ne smemo pozabiti na vzročne odnose med prostorom in družbo; na načine, v katerih naravni prostor vpliva na družbeno življenje skupnosti in neštete poti s katerimi slednja pretvarja naravni prostor v družbenega, ga oblikuje svojim potrebam primerno. Občutek za prostor ni preprosto dan, temveč je kulturno konstruiran. Do sedemdesetih let prejšnjega stoletja se je sociologijo oziroma njeno teorijo obravnavalo brez časovne in prostorske komponente. Problem neustrezne sociološke analize prostora in družbe je tičal(i) v neprimerni specifikaciji razmerja med družbenim, časovnim in prostorskim. Včasih so povezovali le časovne z družbenimi spremembami, kot da bi družbe vsebovale časovno komponento zgolj ob soočenju s spremembo. Torej, če se niso spreminjale niso bile časovne. Prostorska sociologija je

posvečala premalo pozornosti dejstvu, da so prostorske prakse prostorsko krojene. Spremembe družbenih interakcij v času vsebujejo tudi spremembe prostorskega vpliva/vpliva prostora. Kajti prostorski vidiki družbenega življenja niso zanemarljivi. Na prostor ne smemo gledati kot na neko absolutno samozadostno entiteto ločeno od materialnih predmetov pozicioniranih znotraj njega, hkrati ga ne smemo reducirati na objekte v njem. Če imamo v mislih prostorsko sestavljeno iz razmerij družbenih predmetov, se moramo zavedati, da prostori *per se* niso soodvisni. Medsebojno lahko drug na drugega vplivajo le objekti. Hkrati pa se moramo izogibati definiciji, da je prostor glavna determinanta družbene organizacije. Mesta, agrikulturna območja, nove trgovske posesti, nakupovalni centri, glavne ceste ne predstavljajo le elementov dane prostorske strukture in niso določujoči za človeško aktivnost navzven; so tudi sami družbeni, družbeno proizvedeni in družbeno reproduktivni. Ne moremo jih ločiti od prisotnih signifikantnih objektov dani družbi (glej Urry, 1995: 66).

Nemogoče je razviti celostno znanost o prostorskosti. Preprosti prostor ne obstaja, obstajajo pa različne vrste prostorov, prostorskih zvez ali prostorjenja. Če želimo konceptualizirati družbene objekte v svoji prostorsko-časovni konstituciji, mora sociološka analiza upoštevati časovno-prostorsko povezanost družbenih entitet, njihovo utemeljenost na časovno-prostorskem ogrodju in razporejenost dogodkov v času ter prostoru. Odnosi v prostoru so vedno omejeni, resda neskončno število objektov lahko zaseda točko v času, a dva ne moreta biti na isti točki v prostoru (glej Urry, 1995: 65-66).

Na začetku tretjega tisočletja živimo v svetu gospodarsko-tehnološke ekspanzije in se soočamo z naraščajočo uniformiranostjo kultur. Družbene identitete vznikajo iz umišljenih skupnosti, iz posebnih oblik občutij, ki povezujejo tri elemente: prostor, čas in spomin v opoziciji do 'drugih'. Masovna mobilnost v času t.i. globalizacije - kulturne izkušnje postmoderne dobe z vzponom gospodarskih in kulturnih povezav na svetovni ravni, vpliva na zgoraj našteje elemente.

Globalna časovno prostorska konvergenca ne povzroča le homogenih procesov detertitorializacije, temveč hkrati povzroča nove formalne in vsebinske oblike heterogenega prostorjenja... (Hočevar, 2000: 72).

Globalizacija vpliva na dinamiko relokalizacije. Nastaja nov globalno-lokalni preplet z zapletenimi odnosi med globalnim in lokalnim prostorom oz. med postmodernimi

univerzalnimi prostori in specifičnimi kraji (glej Hočevar, 2000: 74,75). K prvim, ki so predvidljivi, prehodni, neavtentični, zamenljivi lahko uvrstimo nakupovalna središča. K slednjim, ki so simbolno in vizualno edinstveni pa lahko umestimo muzeje. Dejstvo je, da imajo postmoderne posameznice in posamezniki vse večjo domišljijo tikajoč se spoznave konstrukcije prostora, kar otežuje dejansko ureditev fizičnega prostora, saj slednji vse teže zadosti njihovim potrebam.

Opišimo natančneje čas katerega 'posledica' je spominjanje, ki ga dodatno vzbudijo določeni artefakti, ki jih lahko na ogled postavi tudi muzej kot oblika institucionalne komemoracije.

Čas je ena od osnovnih fizikalnih enot; je količina, ki določa različne stadije v življenjski dobi posameznika, razvoja življenja in vesolja. V povezavi s prostorom čas obravnavamo kot četrto dimenzijo na katere tek pa ne moremo vplivati. Čas in prostor sta temelj našega vsakdanjega sveta in vseh izkušenj v njem. Sociološke teorije od nedavna dajejo večji poudarek na časovni komponenti. Obstajajo različni občutki za čas, ki niso ujeti v objektivno matriko urnega časa. Časa ne smemo imeti za nevtralen in objektivni medij, ki omogoča primerjavo in enakovredno premikanje v prostoru. Urni čas je plod človeške konstrukcije in ni lasten ali bistven naravi. Kljub temu, da je človeški izum, ga sociološke znanosti dolgo niso upoštevale, kakor tudi niso pripoznale naravnega časa in njune opredeljenosti z gibanjem, kvaliteto in smerjo, ne zgolj z reverzibilnostjo in trajnostjo. V zadnjih dveh stoletjih si je človeška družba ravno s pomočjo urnega časa podredila naravo. Nove raziskave časa pravijo, da ne obstajata skupni imenovalec ali merjenje časa. Čas je nevtralen, pristen in privilegiran.

Kultura in kulturno izražanje se materializirata preko izražanja v prostoru in času. Razvoj v času in prostoru je odločilen za oblikovanje sistemov kulturnih kodov. V današnjem času bi lahko rekli, da se čas raztaplja in prostor globalizira. Kaj se zgodi? Čas se razkraja s pojavljanjem atemporalnega časa v družbi. Kot vemo, je čas in vse ostalo, relativen – bodisi v naravi, bodisi v družbi. V družbeni praksi izginja t.i. čas industrializacije oziroma kronološki čas oziroma zaporedni čas. Njegovo izginjanje poteka istočasno na dva načina: s kompresijo in destrukcijo časovnih sekvenc, ki sta najbolj očitna na finančnih trgih. Čas se zgoščuje, izginja zato vse deluje s pospeškom. Zakaj neki pravimo, da izginja, če sami neprestano pogledujemo na uro? Najbrž je razlaga v tem, da poskušamo stlačiti vedno več aktivnosti v nespremenjeno časovno razdobje. Po obnašanju postajamo podobni finančnim trgom. Čas nam resda

hitreje mine, a ta pospešitev je pravzaprav dirka v škodo kronologije, saj spreminjamo časovno zaporedje. Najbolj očiten primer je izginotje koncepta življenjskih obdobij; ne moremo govoriti več o določujočih aktivnostih, ki jih počno mladi ali stari. Tudi profesionalna kariera ni več predvidljiva in sosledna. Življensko-ciklični ritem se je korenito spremenil. Ritem kulturnega prenosa se danes dogaja na ravni elektronskega atemporalnega hiperteksta, v katerem sta preteklost in sedanjost pomešani ter združeni v eno sekvenco. Če v naši percepciji kulture uničimo časovne sekvence, uničimo tudi kronološki čas. Čas nam ni vsiljen, sami smo graditelji dojemanja časa. Ne smemo izgubiti zgodovinske perspektive in perspektive zaporednosti, drugače časovnost obeh postane brezsporočilna za nas. (glej Castells v ICOMnews, 2001: 5-6)

Seveda ne smemo izpustiti nakupovalnih središč in muzejev, naše osrednje teme. Pri prvih se posledice v spreminjanju koncepta časa kažejo z zgoščevanjem čimvečjega števila servisov pod eno streho, da lahko moderni človek kvazi prostega časa (ki ga strogo dozira kapitalistični aparat) opravi kar največ zadanih nalog (zadovoljitev umetno ustvarjenih želja) naenkrat in mu zaradi obilice ponudbe v nakupovalnem središču uspe zapraviti ves svoj prosti čas. Muzeji so shrambe časovnosti/časnosti. Predstavljajo akumulirano zgodovinsko tradicijo ali projekcijo prihodnosti, so arhivi človeškega časa, preživetega ali še prihajajočega – arhivi prihodnosti. Morda so poslednji braniki; dolgoročno gledano je za družbo, kjer komunikacije, tehnološki sistemi in družbene strukture konvergirajo, da bi uničili čas z zgoščevanjem ali prenašanjem, ključnega pomena ponovno vzpostaviti časnost. Muzeji so zmožni izraziti živečo kulturo, prakso sedanjosti obogateno s kulturno dediščino. Industrija dediščine ('heritage industry'¹) spodbuja spominjanje, ki je most med preteklostjo in sedanjostjo s katerim lahko interpretiramo prihodnost in daje prednost udobju, zabavi ter verzijam preteklosti, ki bi jih ljudje radi videli – v skladu s prevladujočim kulturnim relativizmom² (glej Buckley, 1996: 43).

¹ Industrija na področju dediščine (tako kot zabaviščna industrija) odpiranje tematskih parkov, razstavnih centrov, ki se navezujejo na preteklo kulturno dediščino.

² Pretekli dogodki...nimajo nobene objektivne eksistence, ampak se ohranijo v pisnih virih in človeškemu spominu. Preteklost je konsenz virov in spomina...Predružačeni v katerokoli obliko, ki je trenutno aktualna...ta nova verzija je preteklost (Orwell v Buckley, 1996: 42).

2.2 Prostori identitete

Identiteta je mnogo več kot samorefleksija, razumevanje in razvoj življenjskega projekta temelječega na ideji o poklicnosti; zadeva pripadnost, izražanje, nastopanje, identifikacijo in komunikacijo z drugimi (glej Hetherington, 1998: 62).

Na razvoj osebne identitete bistveno vplivajo ekspresivne oblike kolektivne identifikacije skozi katere se ljudje v vsakodnevnem življenju izražajo. Osebnost se napaja iz vsakodnevnih situacij in prostora, kjer le-te nastajajo. Današnja družba je po Maffesoliju neo-plemenska čustveno priljudna (glej Hetherington, 1998: 63). Občutek pripadnosti, izhajajoč iz skupnosti je gonilo kolektivnih življenjsko-stilskih identitet. Ljudje namreč želijo pripadati, kazati empatijo s somislečimi, da bi tvorili solidarnost temelječo na skupnih estetskih in etičnih vrednotah. Etična stališča skupine se ne kažejo le pri govoru, temveč tudi skozi estetske znake – 'maske' skupinske identifikacije. Življenjski svet, povezan z vsakodnevnim življenjem, je pomembna arena za razvoj novih oblik kulturnega izražanja kljub morebitnemu sporu z družbenim svetom institucij.

Pripadnost, skupnost in poistovetenje so ključni pri ekspresivnih identitetah. Biti del posamične in razločujoče skupine pomeni vzpostaviti oblike identifikacije z drugimi. Občutek za skupnost in lokacijo nosi tudi simbolno navezanost na določen prostor. Identiteta ni zgolj ugotavljanje istovetnosti ali stanje organiziranosti temveč jo lahko povežemo, kot že rečeno, tudi s prostorskostjo. Identiteta se lahko poistoveti z določenimi prostori (npr. lokalnimi ali nacionalnimi). Le-ti delujejo/učinkujejo kot mesta za predstavitev identitete. Po Aragonu ljudje resda več ne častijo bogov v višavah, a kljub temu obstajajo prostori, ki nosijo nek globlji pomen za ljudi, kjer se 'božansko' šele oblikuje (glej Hetherington, 1998: 105).

Prostori izbrani, včasih namerno, včasih arbitrarno, imajo simbolne priponke s katerimi dobijo osrednjo lego za določeno skupino. Osrednost določenega prostora lahko veže nase tudi politični pomen. Prostori tako izražajo pripadnost, aktivnost in odpor in s tem postanejo oder za nastop identitete. Vezni člen med identiteto in prostorom je seveda simbolni.

V času prostorske fragmentacije ljudje simultano izbirajo med več kraji³. Posameznik postaja zaradi multiplikacije kontekstov vse bolj preračunljiv pri izbiri (ni

³ Kraji so kvalitativna konkretizacija abstraktnih prostorov. Visoko specifičen prostor.

pasiven), kar mu omogoča fluidna identiteta. Javni mestni prostori postajajo vse bolj instrumentalno-urbano prostorski. Stimulativne, vsebinske, simbolne lastnosti prostora bi lahko pripeli 'le' prizoriščem, ki so postala reflektivne urbane krajevnosti, kjer se posameznik aktivno identificira. Določeni prostori imajo lahko ščepec družbene centralnosti, ki zadostuje za njegovo 'beatifikacijo'. Taki prostori (pomembni tudi in predvsem za marginalne skupine) nudijo priliko biti drugačen in oblikovanje novih identitet. Na prostore drugačnosti/drugost lahko navežemo romantično strukturo čutenja, ki temelji na svobodi, avtentičnosti in okazionalizmu samokreacije. Svoboda nosi težnje po avanturizmu, avtentičnost po romanju in zadnji po politično izraženi družbeni drami. Našteto je poskus pobega od rutiniziranga vsakdanjega življenja in instrumentalne dominacije institucionalizirane ureditve. Tisti torej, ki išče nerutiniziranost in smiselnost, bo preosredotočil svojo identiteto na prostore nerutinizirane izrabe. Določeni prostori postanejo simboli alternativnih življenjskih stilov in prostorske prakse, ki se v njih izvajajo, so lahko vir izziva za vrsto problematik in praks znotraj celotne družbe. V prostorih ljudje nastopajo in način nastopa je vezan na tisti prostor v katerem se ljudje nahajajo.

Hetherington diskutira (1998: 141), da je lahko prostor, ki ga v vsakdanjem življenju povezujemo z domačnostjo in delno naravno držo, proizveden tudi kot mesto na meji fantazme ali v utopičnih sanjah (delov družbe, ki sanjajo o boljšem svetu) in na tej viziji prihodnosti konstituirana identiteta. To mejo Hetherington (1998: 141) poimenuje heterotopični prostor t.i. simbolno mizansceno za proizvodnjo identitete preko čustvenega, plemenskega in utelešenega poistovetenja z drugimi ter tekmovanja z nasprotniki. Heterotopija v znanstvenih razpravah postaja vse bolj modna beseda. Originalno izhaja iz anatomije, kjer se nanaša na dele telesa, ki niso na svojem mestu, so manjkajoči ali pomnoženi kot npr. tujki ali tumorji. V Foucaultovih besedilih je mnogo sklicev na to besedo, saj jo je uporabljal za opisovanje družbenega telesa; obstajajo prostori drugosti-drugačnosti oz. heterotopije⁴. Po Foucaultu so heterotopije, prizorišča, ki združujejo heterogene zbirke nevsakdanjih stvari (ali besed) in ne dovoljujejo enotnosti pomena z enačenjem glede na podobnost. Taka mesta oz. prizorišča nudijo možnosti za upor in pregreške. Njihova vloga je ustvariti prostor iluzije, ki razkrinka vsak resničen prostor v človekovem življenju; lahko pa ravno

⁴ Nelogična književna in dejanska kontrastna mesta-kraji katerih obstoj povzroči nasprotja med neprimerno skupaj danimi objekti, ki izzovejo naše predstave (glej Hetherington, 1996: 158).

nasprotno, ustvarijo nov realni prostor, tako popoln, drobnjakarski kot je naš neurejen (glej Hetherington, 1996: 159).

Heterotopije ni lahko locirati v sistemu reprezentacije, kakor tudi ne njenega obstoja *sui generis*. Heterotopija obstaja v sami ureditvi stvari. Povežemo jo lahko s kulturno marginalnimi ali centralnimi prostori; transgresivnim odpadništvom in karceralnimi⁵ prostori družbene kontrole ter reda. Heterotopični prostori so tisti, kjer so vse marginalne, zavrnjene ali dvoumne stvari povezane. Njihova povezava pa postane temelj alternativnega načina ureditve, ki ponuja kontrast dominantni reprezentaciji družbenega reda. (glej Hetherington, 1996: 159)

Muzeji so neke vrste heterotopični prostori, ki so vzniknili iz negotovosti in nezdržljivosti ter se razvili kot značilni prostori družbene ureditve.

2.3 Prostori potrošnje

Prostori se vizualno in dobesedno konzumirajo ter lahko postanejo vseprežemajoči. Po Urry-u (1995 : 1,2) se prostori vse bolj spreminjajo v centre potrošnje in nudijo kontekst v katerem se dobrine in storitve primerjajo, ocenjujejo, kupujejo ter uporabljajo. Prostori potrošnje zahtevajo od nas da smo moderni; da se znajdemo v okolju, ki obljublja pustolovščino, moč, veselje, spremembo sveta in nam istočasno žuga, da lahko izgubimo vse kar imamo, poznamo, vemo. Moderna okolja presegajo geografske, etnične, razredne, nacionalne, verske in ideološke meje; topogledno modernost združuje človeštvo (glej Berman v Urry, 1995: 163). Moderna okolja združujejo zgolj po zunanosti, saj povsod rastejo podobna škatlasta nakupovalna središča, a modernost ne prinaša enake kupne moči.

V današnjem času krčenja prostora in časa se je razmahnila družbena praksa potovanja in turizma, kjer mobilnost ne pomeni nuje, temveč užitek. Globalni prostor se zdi zmeden v masivnih globalnih tokovih turistov, ki z ustvarjanjem teh tokov izgubljajo občutek kaj bi lahko bil njihov dom. V prostoru tokov postanejo oporne točke kozmopolitska mesta, ki so produkt križišč različnih globalnih tokov. Identiteta prostora se vse bolj prilagaja potencialnim obiskovalcem s tem, ko je sproducirana iz podob namenjenih turistom. Spreminjajo se prostori in ljudje. Prostori potrošnje

⁵ V smislu strogega nadzorovanja; karcer je šolski zapor oz. iz latinščine ječa (glej Veliki slovar tujk, 2002: 549).

nastajajo in se spreminjajo hkrati z nastankom potrošniškega državljanstva. Njegove temeljne značilnosti po Urryu (glej, 1995: 165) so, da ljudi kot državljane vse bolj opredeljuje zmožnost kupovanja storitev in blaga – državljanstvo je zadeva potrošnje bolj kot političnih pravic in dolžnosti; ljudje različnih družb morajo imeti podobne pravice dostopa do raznovrstnosti ponudbe drugih družb, imeti morajo možnost potovanja povsod, pravice do gibanja in bivanja v katerikoli družbi, ki si jo izberejo za obisk. Državljanstvo tako vse bolj vključuje tudi zahteve po konzumiranju drugih kultur in prostorov. Obiskovalci oz. turisti se nagibajo h kratki, zapakirani ponudbi, kar na nek način simbolizirajo nakupovalna središča.

Odraž časovno-prostorske kompresije je že tolikokrat navedena globalizacija, ki poenačuje turistov pogled. Kaže se preko dejanskega potovanja ali pa preko simuliranega potovanja po nakupovalnih središčih, semnjih in turistično-historičnih spektaklih.

Urbane prostore potrošnje...je potrebno obravnavati kot pomembne elemente v nadaljnjem razvoju mesta, saj opravljajo navidez zakrito, a izredno pomembno družbeno funkcijo. Prostori potrošnje na mestnem obrobju ...ne predstavljajo le lokacij ekonomske izmenjave dobrin in storitev, temveč so to obenem tudi prostori druženja, izmenjave stikov, izkustev in iskanja zadovoljstva (Uršič, 2002: 76)

2.3.1 Primer BTC⁶ – profanizacija muzeja

Tipičen produkt konzumpcijske suburbanizacije in prostorske fragmentacije, kjer mestnost⁷ kot način življenja usiha in se poti posameznikov heterogene populacije v času ter prostoru razpršijo.

Po Uršiču (2002: 62) vzroke za hiter razvoj nakupovalnih središč na mestnem obrobju iščemo v sprostivni skladiščnih površin po ukinitvi blagovnega terminala na mestu današnjega BTC. Takšne prostorske okoliščine so botrovale k vplivu, ki ga ima danes Ljubljana na svoje širše zaledje.

⁶ Blagovni trgovski center

⁷ V smislu pomembnosti tradicionalnega mestnega središča

Trgovski centri vse bolj izpodrivajo maloprodajo in postajajo mesta, kjer kupci uživajo v nakupovanju. Velika raznolikost ponudbe, veliko nagradnih iger in mnoga druga spremljevalna dogajanja privlačijo veliko število potrošnikov. Pristop pri katerem je poudarek na kupcu. Prijetna glasba, ki se ujema z interierjem, celo delu dneva, nas spremlja cel čas našega zadrževanja v prostranem prostoru potrošnje. Poleg slušnega in vidnega zadoščenja (najbrž tudi brbončic), je velikokrat 'poskrbljeno' za vonjave z željo po omreženju naših čutov, ki se širijo iz trgovinic pod isto streho. Za razliko od majhnih trgovin naj tu ne bi bilo prerivanja med policami. Koncept ameriških mallov⁸, v kateri družine preživijo dan, je prevzel tudi Slovence. Vzemimo za primer BTC z vsemi halami, predvsem pa City Parkom⁹, kjer je kljub velikemu številu parkirnih prostorov, zasedenost ne ozirajoč se na dan v tednu bolj ali manj konstantna. City Park očitno za ljudi pomeni center z dušo. »Kad želiš dobar život« (Nacional, 1.3.2005: 69). Notri imajo na dosegu roke vse, seveda tudi bankomate.

Zaradi pogojev dostopnosti, saj se rojevajo na obrobju mesta, je naš 'primer' več kot primeren za avtomobilsko nakupovanje. Prostori potrošnje namreč pihajo na duše individualiziranih potrošnikov, saj se jim je pravočasno uspelo prilagoditi (z raznovrstnostjo ponudbe) na spremembe družbenih navad, kjer avto predstavlja malodane podaljšek lastne identitete.

⁸ Senčna pot, senčno sprehajališče v dobesednem prevodu.

⁹ Pomensko zelo blizu ameriški besedi mall, naključje?



Slika 2.1: Parkirišče pred nakupovalnim središčem (vir: Ana Katarina Strnad¹⁰, 21.5.2005)

V Ljubljani, če smo že navedli BTC, namreč mestni promet, ki naj bi bil eden izmed osnovnih elementov v mestu, postaja vse bolj zakrnel. Njegovo delovanje naravnost spodbuja vožnjo za avtom. Stiska s parkirnim prostorom pa avtomobiliziranim Slovincem tudi ni spodbuda za aktivnejšo uporabo prostora v centru. Javni prevoz skratka ni kos zahtevam sodobnih potreb obiskovalcev.

Ne samo da BTC poskuša posnemati mestno okolje in od slednjega prenaša značilne vzorce 'obnašanja', temveč želi ponuditi celo paleto dejavnosti 'pod eno streho'. Uršič (2002: 63) pravi, da je na mestnem obrobju prišlo do bistvenega premika v ponudbi, ko so med prostočasne dejavnosti vključili tudi kulturno potrošnjo.

¹⁰ Pri naslednjih slikah se bo vir navajal v skrajšani obliki A.K.S..



Slika 2.2: Ulica v mestu s streho (vir: A.K.S., 21.5.2005)

Ena izmed teh je tudi pripravljane različnih malih razstav z eksponati, ki so iz muzejskega prostora vnešeni v prostor nakupovalnega središča. Tu samevajo, podarjen jim je tu-pa-tam kakšen pogled mimohodečebežečega posameznika, katerega primarni namen je nakup ali pa zgolj flanéursko pohajkovanje. BTC je pravzaprav prevzel postopke socializacije in medsebojne komunikacije značilne za mestni center. Slednji ni več »utlimativni javni prostor mesta, s katerim naj bi se identificiral največji del prebivalcev in obiskovalcev mesta« (Uršič, 2002: 64).

Vrnimo se nazaj na razstavljanje, v BTC poleg izdajanja reklamnih biltenov z urnikom različnih zabavnih prireditev, vabijo tudi na majhne razstave npr.: o plazilcih, starih avtomobilih, predstavitve slik in fotografij itn.. Ideja sama po sebi ni problematična, problematičen je koncept. Ljudje, ki pridejo v nakupovalni center, so prvenstveno osredotočeni na nakup, ne na zadovoljevanje estetskih ali še manj izobraževalnih potreb. Razstavljeni predmeti tako zanje ne govorijo nobene zgodbe, so le majhna vaba, ki za kratek čas ujame mrzlične oči potrošnika in te že v naslednjem trenutku s svojim lastnikom odbegajo naprej.



Slika 2.3: Razstavnica izdelkov tovarne Ilirija v eni izmed ulic nakupovalnega središča (vir: A.K.S., 21.5.2005)

Pred kratkim so ponudbo v BTC-ju dopolnili z odprtjem vodnega mesta Atlantis¹¹, ki je eden največjih pokritih vodnih parkov v Evropi.

Z Atlantisom postaja BTC programsko in prostorsko največje poslovno, nakupovalno, rekreativno, zabaviščno in kulturno središče Evrope in bo gotovo privabilo še več turistov. Pričakujemo, da bo Atlantis sprejel med 550 tisoč in 600 tisoč obiskovalcev na leto. Po naših ocenah bo BTC prinesel več milijard tolarjev prihodkov na leto (Mermal v Delo, 20.4. 2005 : 6).

Vsebuje več tematskih sklopov in je delo arhitekta Rudolf Wienandsa t.i. »papeža vodnih parkov« (Delo, 22.4. 2005: 6), ki med drugim komentira umeščenost Atlantisa v okolje BTC z naslednjimi besedami :

Zame je staro središče Ljubljane čudovito in ima najvišjo kakovost urbanega kompleksa. V njem se srečuje in uživa vse mesto. Seveda pa stari del mesta ne more zadovoljevati sodobnih potreb in funkcij (Delo, 22.4. 2005 : 6).

¹¹ Zgrajen v osemnajstih mesecih, gradnja je stala 6.5 milijarde tolarjev in je največja naložba v polstoletni zgodovini družbe BTC. Za 20.360 kvadratnih metrov površin skrbi 90 zaposlenih (glej Delo, 22.4.: 3).

Glede na svoje poznavanje mest pravi, da je BTC dobra mestna četrt, saj je polna življenja. Spoštuje BTC-jevo funkcionalno kakovost in pravi, da Atlantis bogati vsebinsko ponudbo. Naše mestne urbaniste na koncu posvari pred to mestno četrtjo, saj ji manjka le arhitekturna kakovost, ki jo je mogoče dodati.



Slika 2.4: Vodni park v mestu Mesta (vir: A.K.S., 21.5.2005)



Slika 2.5: Tematski sklopi vodnega mesta z zvanečim imenom (vir: Delo, 20.4.2005)

Koncepta nakupa materialne dobrine ne smemo zvesti na koncept razstavljenega eksponata. Kupiti instant kavo namreč ne more biti isto kot instant konzumpcija 'umetnosti'.

3 MUZEJ

Izvor besede muzej naj bi, po zapisu Diderota in d'Alemberta v Enciklopediji, bilo ime muze, po modricah in boginjah, varuhinjah znanosti in umetnosti. Za prvi kraj muzeja, pa sta opredelila mesto Aleksandrija. (glej Tavčar, 2003: 13) Aleksandrijski museion ni bil prostor za zbiranje in razstavljanje umetnin, temveč za znanstvene in literarne namene. Zgledoval se je po Aristotelovem Liceju in Platonovi Akademiji, kjer so častili devet zaščitnic umetnosti in znanosti. (glej Tavčar, 2003: 14) Na začetku 19. stoletja je prišlo do polemike, kako poimenovati zgradbo v Berlinu, ki je bila namenjena deponiranju umetniške zbirke pruskega kralja in za javen prikaz. Z latinskim imenom, ki je vključeval besedo museum se prvo izvedenci zgodovinsko-filozofskega razreda pruske akademije niso strinjali (med njimi tudi Alexander von Humboldt), zato ker je v tisti stari dobi pomenila kraje znanosti, ne 'shramb' umetnin in arheoloških predmetov. Obstajata dve tradiciji pojma te besede; ena izhaja iz klasične latinske rabe oznake za kraj, kjer ničesar ne zbirajo, ampak gojijo znanost, druga pa pojmuje museion kot kraj posvečen muzam in so ga od 16. stoletja dalje razumeli kot kraj znanosti ter zbiranja.

Spor o pravilnosti poimenovanja zgradbe, namenjene razstavljanju zbirk, je poučen zato, ker nam razkriva past, v katero se lahko ujamemo, če iščemo bistvo muzeja v etimološkem pomenu besede muzej in govorimo o antičnem museionu kot neposrednem predhodniku sedanjih muzejev (Tavčar, 2003: 16).

Jedro trenutne definicije muzeja se po ICOMU¹² glasi, da je muzej neprofitna, trajna institucija v službi družbe in njenega razvoja, odprta za javnost hkrati pa zbira, ohranja, raziskuje, komunicira ter razstavlja materialne dokaze za študijske, izobraževalne, užitkarske namene (glej Murphy, 2004: 3). ICOM formalno razmišlja o spremembi obstoječe definicije in njegov sedanji izziv bi bil morda ta, da se obrne k družbi in ponudi preprostejšo, a učinkovito definicijo kaj muzeji so, počno ter

¹² International Council of Museums (naslednik International Museums Office, ki je bil ustanovljen pod okriljem Lige narodov leta 1927) ustanovljen leta 1946 kot UNESCOVA nevladna organizacija s sedežem v Parizu (glej Weil, 2002: 32). Ustanovljen kot reprezentativna organizacija sestavljena iz delegatov Narodnih komitejev z dominantnim vplivom največjih muzejev v letu 1946. Po krizi indentitete, kakor tudi vseh starih institucij v Evropi po letu 1968, v letu 1974 postane članska organizacija, kjer so vsi člani enakopravni – nekoč 700, danes 19000. Promovira profesionalno izobraževanje, programe in sodelovanje med muzeji na mednarodni ravni.

zastopajo. Potrebujemo definicijo z intelektualno integriteto, hkrati pa vsesplošno uporabno za vsakdanje sklicevanje.

Dandanes so muzeji najpogosteje karakterizirani kot mesta za neformalno izobraževanje ali samoučenje oz. »three E's of music«¹³ (Griffith v Weil, 2002: 66), kakor bi lahko bolje opisali javno-servisno vlogo muzejev.

3.1 Zgodovina nastanka muzeja

Zgodovina muzejstva se začne mnogo prej, preden so stavbe, v katerih so ljudje zbirali in hranili dragocene predmete in redke najdbe, dobile uradno ime muzej (glej Vrišer, 1988: 5). Grki so uporabljali thesauros¹⁴ za zbiranje zakladov, kamor so shranjevali dragocenosti in umetniške predmete. Korak naprej v razvoju muzejev pomeni ustanovitev museiona v Aleksandriji v 3. stoletju pred našim štetjem. To je bila že neke vrste znanstvena ustanova z inštituti, tudi s knjižnico, zbirkami umetnosti, botaničnim vrtom itd..Med zbiralci v starem Rimu so bili večinoma vojskovodje, ki so v svojih zbirkah javno razkazovali naropane dragocenosti z vojnih pohodov. V srednjem veku so imele zakladnice cerkve, samostani in vladarske hiše. V 14. in 15. stoletju so zbiranje vzpodbujala odkritja novih dežel, potovanja, izkopavanja antičnih spomenikov, iznajdbe. Tako je nastal tip zbirke redkosti in čudes, v zgodovini muzejev znan z nemškim imenovan 'Wunderkammer'. Tovrstne zbirke so se pojavile v Italiji, kjer so najslavnejši zbiratelji postali Medičejci, ki so umetnine hranili v palačah Pitti in Uffizi.

Moderna institucija muzeja se je razvila iz kraljevskih zbirk, ki so želele očarati in prevzeti tuje obiskovalce ter lokalne veljake. Leta 1793 je revolucionarna vlada nacionalizirala kraljevo umetniško zbirko v Louvru in ga proglasila za muzej. Z njim je želela dramaturgizirati ustanovitev nove republike. Zaradi državne zaveze principu enakosti je bil vsak obiskovalec – polnopravni državljani oziroma premožni moški, oproščen plačila vstopnine, ki je lucidno predstavljala padec režima, kar pa ni pomenilo, da so bili vsi relevantno vzgojeni za razumevanje razstavljenih umetniških

¹³ Entertainment, education and experience-po izvajalcih koncertov klasične glasbe, ki verjamejo, da nudijo zabavo, izobraževanje in izkustvo poslušajočemu občinstvu.

¹⁴ Zaklad; prve zbirke zakladov je moč najti že v prazgodovinskih grobovih.

del. Louvre ni bil prva kraljevska zbirka, ki so jo pretvorili v muzej¹⁵, vendar je bila njegova pretvorba najbolj politično pomembna in vplivna. Muzej je s transformacijo palače v javni prostor postal učinkovit producent simbolnih pomenov. Muzej kot javni prostor, je javnost naredil vidno in ji hkrati nudil definicijske okvirje. Tudi državljanske pravice so v muzeju postale opažene kot umetniška cenitev in duhovna obogatitev. V muzeju so bili vsi v principu enakopravni, če neizobraženi ni razumel ponujenih kulturnih dobrin, mu je še vedno preostala možnost čudenja. Z Louvrom se je rodil nove vrste obredni javni prostor, ki obiskovalčeve identitete ni le politično redefiniral temveč tudi pripisal nove pomene razstavljenim predmetom. Ti so postali javna lastnina in sredstva skozi katere se je simbolično zrcalila vez med posameznikom kot državljanom in državo kot dobrotnico.

V 19. stoletju, v obdobju množičnih izkopavanj v Egiptu in Grčiji ter naraščajočega narodobuditeljstva, se je muzejstvo pospešeno začelo razvijati. V tem času so začeli ustanavljati tudi muzeje uporabne umetnosti. Začetek 20. stoletja je zaznamoval nastanek številnih tehniških muzejev različnih strok. Zanimanje za ljudsko kulturo pa so v Skandinaviji, natančneje na Švedskem, obeležili z odprtjem muzeja na prostem v parku Skansen¹⁶. V 20. stoletju je muzejem podeljena odločilna družbena vloga. Po Vrišerju (1988: 8) muzeji niso več privilegij manjšine v družbi, ampak vse bolj vzgojitelji širokih množic in nosilci politične vloge.

¹⁵Že za časa kraljev leta 1750 ustanovljen prvi javni muzej v palači Luxmebourg v Parizu.

¹⁶ Ime je 'ponarodelo' in se ga uporablja tudi pri vseh ostalih muzejih na prostem.



Slika 3.1: Notranjščina, s statistko, ene izmed hiš prvega muzeja na prostem: park Skansen v Stockholmu (vir: A.K.S, 11.8.2002)

3.2 Razvoj muzejev na slovenskem

Muzeje v avstrijskih deželnih središčih so začeli ustanavljati v 19. stoletju. Muzeji naj bi zbirali in hranili vse tisto, kar bi bilo za dežele značilno ter pomembno. Odsev oživiljene narodne zavesti se je kazal v prizadevanju za ustanavljanje pokrajinskih muzejev. Predmarčna družba je z zavzemanjem za napredek deželnega prebivalstva obudila v življenje muzeje na naših tleh. Avstrijska oblast je imela največ posluha za ustanavljanje muzejev naravoslovne in tehniške tematike, ki so jih na noge postavile industrijske ter kmetijske družbe. Avstrija se je topogledno zgledovala po Franciji, kjer so imeli prvotni muzeji nalogo, da pospešujejo razvoj moderne tehniške dejavnosti in ne zgodovinskega razvoja tehniških strok.

Deželni stanovi so se pri ustanavljanju ljubljanskega muzeja oprli na Kranjsko inudstrijsko družbo.

Ko so na seji kranjskega stanovskega odbora 4. julija 1821 sprejemali sklep, da se ustanovi v Ljubljani muzej, je predlagatelj, škof Gruber, v duhu tedanjega časa najprej opozoril na bogastvo in zanimivosti Kranjske v naravoslovnem

oziru, čeprav seveda ni pozabil navesti tudi arheoloških, zgodovinskih in etnografskih motivov kot argumentacijo za ta muzej....Po Gruberjevi zamisli bi bila predvidena ljubljanska ustanova tudi industrijsko obrtni in trgovski muzej, ki bi nudil z razstavljenimi predmeti dober nazorni pouk fizike in posebej mehanike...Tudi deželni guverner in predsednik kranjskih deželnih stanov baron Jožef Schmidburg je v svojem oklicu na kranjske deželane 15. februarja 1823 posebno podčrtal utilitarno vlogo muzeja pri napredku deželne industrije in gospodarstva sploh. Enako je prvi muzejski kurator Franc Hohenwart ob otvoritvi muzeja za javnost posebej opozarjal na njegov naravoslovni fond in na povezavo muzeja z domačo tehniško proizvodnjo; ob tisti priložnosti je posebej povabil k obiskovanju muzeja tudi kmete in rokodelce, češ da bi to njihovemu znanju močno koristilo. Da bo ljubljanski muzej v bodoče šola za vse, ki bi želeli pouka v kateremkoli vprašanju, so izrecno sklenili na občnem zboru Društva kranjskega muzeja 3. malega srpana 1845...Tehniški in naravoslovni muzeji niso bili namenjeni samo pouku laikov, ampak so se v njih izobraževali tudi strokovnjaki. (Bufon, 1973: 126-127)

Za Slovence je postal ravno muzej v Ljubljani najpomembnejši¹⁷, čeprav sklepa o njegovi ustanovi niso sprejeli Slovenci temveč avstrijska deželna in osrednja državna oblast. Prislov narodni zato ne smemo jemati v današnjem pomenu. Slovenski Kranjci za Avstrijce¹⁸ niso bili pravi narod; tudi njih samih ni preveval kak patriotizem. V 19. stoletju so ga največkrat poimenovali kar deželni muzej, ki je bil dokončno ustanovljen s cesarjevo določbo leta 1826. Muzej naj bi bil kompleksnega tipa, a je po zbirkah in vodilnemu osebju prevladovalo naravoslovje. Prva predavanja so bila izključno naravoslovne narave in muzejsko glasilo je obravnavalo naravoslovna vprašanja. Leta 1839 so ustanovili Društvo kranjskega deželnega muzeja, ki je bilo v bistvu naravoslovna organizacija, ki ni sodelovala z zgodovinarji v skupnem društvu. »Temelj tega muzeja in pogoj, da so ga takrat sploh mogli ustanoviti« (Bufon, 1973: 131) so bile obsežne mineraloške zbirke Žige Zoisa¹⁹. Predznak je bil že od samega

¹⁷ Za botaničnim vrtom najstarejša kulturna in znanstvena ustanova na naših tleh.

¹⁸ Predmarčna Avstrija-» žandar Evrope« (Bufon, 1973: 129) je tlačila vsakršne osvobodilne poskuse narodov.

¹⁹ Zoisa je skrbelo, da bi njegovi dediči prodali bogato zbirko mineralij in knjig (zaradi upadanja rentabilnosti plavžev), zato je po Metternichovem (ta jo je dobro poznal, saj je v času kongresa Svete alianse, bival v Zoisovi hiši) posredovanju vlada kupila Zoisovo kolekcijo.

začetka naravosloven, a bistven za nastanek te ustanove in spodbuda za slovensko muzejstvo.

Za javnost je bil muzej odprt 4. oktobra 1931 v prostorih liceja na Vodnikovem trgu. Po potresu, leta 1895, so ga podrli, zbirke pa že prej preselili na današnjo lokacijo. Z naraščanjem zbirk in podporo znanih imen se je v predmarcu kazalo postopno osamosvajanje od nemštva.

3.2.1 Ocena Sveta Evrope o slovenskih muzejih danes

Leta 1996 je svet Evrope ocenjeval kulturne razmere in kulturne institucije zahodne in vzhodne Evrope. Evropske strokovnjake je 116 strani dolgi študiji zanimalo, kako je urejena kulturna politika v Sloveniji.

V poročilu pravijo, da je vloga ministra za kulturo zelo pomembna, a da je njegov položaj pri nas brez jasnega profila kako izvajati kulturno politiko. Poleg tega je moč kulturnega ministrstva omejena s finančnimi viri. Moč seveda ni omejena le z denarne strani kar kaže nedavni primer odstavitve direktorja Arhiva republike Slovenije. V oceni piše, da javna podoba tega ministrstva v primerjavi z drugimi ni zelo dobra, ker izpolnjuje želje posameznih kulturnih ustanov. Brez prave kulturne politike minister ne more razviti modernega profila in dati novih pobud. Deluje pod pritiskom, saj ne upravlja samo kulturne dediščine, ampak tudi dediščine podedovane v nekaterih institucijah. (glej Mikuž, 2003: 15)

Poročilo o muzejih pravi, da so »brez jasnih smernic kulturne politike in tako brez domišljenega vodstva« (Mikuž, 2003: 15). Tudi naloge nacionalnih muzejev in njihova porazdelitev naj ne bi bile jasne. Predvsem pa je premalo sodelovanja med muzeji in mnoge med njimi pesti pomanjkanje obiskovalcev.

Svet Evrope svetuje, naj se razčisti razdelitev pristojnosti in odnose med državnimi in drugimi javnimi oblastmi na različnih ravneh, med nacionalnimi in drugimi ustanovami. Potrebno bi bilo vzpostaviti koordinacijske mehanizme v sektorju kulturne dediščine in razviti enoten sistem standardov za metodologijo, kategorizacijo in profesionalizacijo. Nujno bi bilo potrebno prekiniti z enotnostjo planiranja, delovanja in nadzora ter zagotoviti zanesljivo financiranje s transparentnimi kriteriji za javne deleže teh sredstev. Več sredstev bi moralo biti zagotovljenih za raziskovalne in izobraževalne potrebe, tako strokovnega, kot managerskega znanja. Svet Evrope tudi priporoča na

večje opozarjanje vloge nacionalnih muzejev, kakor tudi drugih muzejev in vpeljati metode za strokoven nadzor obiskovalcev.

Poglavitni problemi slovenske kulturne politike po njihovem mnenju so:

1. splošno pomanjkanje kulturne politike
2. nejasne odgovornosti kulturne politike med visokimi nivoji centralizacije in decentralizacije
3. kontinuirana preinstitucionalizacija
4. omejitve obstoječega sistema javnega financiranja v luči izzivov tržnega gospodarstva (Mikuž, 2003: 16-17)

Kakšen je odnos slovenske države do slovenske umetnosti, zgovorno kaže primer z odtujenimi deli, ki jih je zasegla Italija in ostaja nerazrešen že kar nekaj časa. Kljub številnim poročilom in komisijam, se restitucija kulturnih dobrin, umetniških del itd. ne izvaja. Marijan Zlobec pravi (glej Delo 24.1.2005: 9), da bi slovenska politika potrebovala pošteno brco v zadnjo plat, saj se nam Italija roga in razstavlja naše umetnine. Slovenska politika naj bi problem povrnitve v osimskih sporazumih, s katerimi naj bi bila že določena, premalo izpostavila in bila na sploh premlačna v svoji aktivnosti za svoje pravice.

3.3 Muzejski prostor in razstavljanje

Pozorno označen in kulturno posvečen ter rezerviran za posebno pozornost. Muzejski prostor se mora razlikovati od drugih prostorov vsakodnevne uporabe.

Današnja družba je karakteristično performativna, s 'spektakelskostjo' prostora in oseb v smislu, da ljudje sami postajajo spektakel. Razdalja med občinstvom in igralci/umetniki se zmanjšuje; ljudje nastopajo in vidijo druge kot nastopajoče, ki igrajo za občinstvo in so hkrati člani določene vrste občinstva. V 'sociologiji občinstva' je potrebno vzeti v zakup, da so ljudje tako kulturni porabniki kot tudi proizvajalci. Čustva in domišljija sta ključni dimenziji aktivnosti sodobnega občinstva. Zmožnost performance je povezana s kulturno pismenostjo in kompetentnostjo obiskovalcev. Požrešnost, ki prežema potrošništvo, opremlja obiskovalce s spektrom virov s katerimi lahko nastopajo. Bazo predstavljajo spomin,

življenjska zgodovina in osebne ter družinske zgodbe. Tako se obiskovalci lahko poistovetijo z izkušnjo potrošnje/porabe s paletto izkustvenih in domišljijjskih svetov, ki jim jih lahko nudi tudi muzejski prostor. Če v nakupovalnih središčih poteka materialna potrošnja, se v muzejskem prostoru vrši potrošnja dediščine; stopnja slednje je odvisna od obiskovalčevih zmožnosti. V muzejskem prostoru ljudje prakticirajo spominjanje, ki se napaja iz naučene drže kulturnih norm. Da obiskovalec v muzejskem prostoru najde vez s preteklostjo in njen smisel, mora izkušnjo konzumpcije dediščine fizično, psihično ter domišljijjsko 'kartografirati'. Odvisno od muzejskega prostora pa je, v kolikšni meri bo lahko obiskovalcu ponudil čustveni realizem; do katere čustvene in domišljijjske stopnje bo vzbudil pristna občutja, ki poglobijo obiskovalčevo izkušnjo. Ljudem se lahko z dovolj močno mobilizacijo njihovih čustev vzbudi občutek imaginarnega poistovetenja z določenimi eksponati v prostoru. Obiskovalčeva navigacija in konzumpcija v muzejskem prostoru sta pod vplivom fizičnega in kongnitivnega aspekta. Prvi prevladuje, saj ljudje nemalokrat potarnajo o mučni fizični preizkušnji za vsakega, ki obišče muzej. Ena izmed muzejskih revij je celo vsebovala napotke (jedenje visokoproteinskih prigrizkov, vmesni počitki, nošenje zložljivega stola) pred potencialnimi fizičnimi nevarnostmi (izčrpanost, dehidracija, žulji, boleče mišice, napenjanje oči, bolečine v vratu in hrbtenici) ob obisku muzeja (glej Bagnall, 2003: 88).

Muzejski prostor ne spreminja načela panopticona, temveč vključi tudi načela kristalne palače²⁰, ki naredi množico vidno sami sebi. Množica postane občinstvo in z gledanjem same sebe postane tudi spektakel. Muzej moderne dobe je tako institucija spektakla kot tudi nadzorovanja (glej Tavčar, 2003: 148, 149).

Nekdaj najbrž lastniki zbirk redkosti in kuriozitet niso ravno razmišljali o načinih predstavitve svojega imetja; seveda njihove zbirke niso bile povsem neurejene. (glej Vrišer, 1988: 32). Dandanes pa je ključnega pomena za privabljanje zanimanja obiskovalcev tudi razvrstitev eksponatov v prostoru. Razstavljanje je, za razliko od deponiranja, vez muzeja z zunanjim svetom.

Nekdaj so bili prostori največkrat natrpani, kar je tudi danes marsikje problem, z eksponati. Na upodobitvah iz 17. stoletja pa lahko zasledimo že police, vitrine, omarice itn..(glej Vrišer, 1988: 32). Najbolj priljubljen način obešanja v poznem 18.

²⁰ Crystal palace sprevača panoptično načelo, ker usmeri pogled ljudi na zbirko predmetov. Če je bil Panopticon mišljen, da je bil vsakdo v njem viden, je Crystal palace omogočila, da je vsakdo lahko videl. (glej Tavčar, 2003: 148)

stoletju je bil džentelmenški oz. *connoisseur-ovski*, ki je odgovarjal umetnostni izobrazbi evropskih aristokratov. Tovrstni instalacijski model ni bil razširjen le na evropskem prostoru, temveč tudi drugod. Moški z okusom in statusom, katerekoli narodnosti, so se morali naučiti ključnih umetniških terminov ter konceptov določenih umetniških odlik najbolj popularnih mojstrov²¹. Taka izobrazba je bila odraz aristokratske vzgoje. Ta model je muzejske stene kontrastiral s podobnimi primeri, a različnih slikarskih šol. Temu modelu je v začetku 19. stoletja začel delati konkurenco umetniško-zgodovinski model, ki je slikarskim delom dal nov kulturno-historičen pomen in spoznavno vrednost. Starejše zbirke so pogosto podredili širšim dekorativnim shemam: luksuzni opremi in ostalemu okrasju. V novem pristopu pa so bile stenske razporeditve takšne, da so gledalci lahko dobesedno sledili zgodovinskemu razvoju slikarskih šol in delom posameznih mojstrov. Po Duncanovi (1995: 26) imajo zgodovinarji, ki preučujejo razvoj muzejev umetniško-zgodovinski način obešanja za triumf – izkaz racionalnega razsvetljskega mišljenja, ki je zamenjal prejšnje načine klasifikacije. Razsvetljska racionalnost je bila dobro orodje buržoazne ideologije. Novi način se je dobro skladal s tedanjo predstavo o državi, tako da ni umanjkal v nobenem umetniškem muzeju. Kljub navezanosti na elito, je potrjeval rast državne moči in krepitev narodne identitete. Muzejski prostor je postal novo dramatično polje, kjer so obiskovalci opravljali novo ritualno vlogo in prevzeli novo ritualno identiteto. Prejšnja aristokratska instalacija je nagovarjala obiskovalca-gospoda in utrjevala identiteto dobrega okusa z zahtevo po prepoznavanju in ocenjevanju del brez pomoči kakršnihkoli oznak. Obiskovalec je tako na nek način dobil občutek, da poseduje kulturo, ki je bila tako ekskluzivna kot mednarodna in ga je uvrščala med člane elite. Nov način razstavljanja je obiskovalca nagovarjal kot meščana, ki vstopa v muzej v iskanju razsvetljenja in racionalno razumljenega zadovoljstva. Meščan v muzeju najde kulturo, ki ga družijo z ostalimi državljani ne glede na posameznikov družbeni položaj. V razstavnem prostoru se pravzaprav sreča z državo samo, ki jo uteleša muzej; postane hranitelj duhovnega življenja nacije in varuh civilizirane kulture. Zahodno evropska civilizacija se je dolgo imela za superiorno nasproti ostalim, kar se je kazalo tudi v evolucijskem načinu razstavljanja. (glej Duncan, 1995: 26)

²¹ Med kultiviranimi moškimi in redkimi ženskami, ki so dosegle tak status je veljal nepisan dogovor, da je poleg antičnih kipov najvredneje zbirati italijanske, flamske, danske in francoske mojstre 16. ter 17. stoletja. (glej Duncan, 1995: 24)

Proti koncu 19. stoletja, so v muzejih začeli ugotavljati, da prenasičenost utruja, dolgočasi in ustvarja nepreglednost. Danes se nam zdi skorajda samo po sebi umevno, da si predmete lahko ogledujemo od blizu in da so pomembnejša dela ločena od drugih tudi s svetlobnimi učinki. Šele v 20. stoletju je prišlo v ospredje izolirano razstavljanje. Zaradi nemalokrat racionalno odmerjenega prostora, si ta luksuz lahko privoščijo le večji muzeji. Seveda ni vseeno, kakšno gradivo je kje razstavljeno. Pomembno je, da sta razstavljeni predmet in historični prostor slogovno usklajena. Oblikovalci se tega vse bolj zavedajo, kar se kaže tudi v postavitvah v novih prostorih, ki so slogovno nevtralni.

Razstavljanje naj bi bila ena izmed osnovnih nalog muzeja, ki preko razstave publiki posreduje dosežke in svoj trud pri proučevanju. Kot pravi Vrišer (1988 : 34), je muzejska razstava neke vrste izkaznica oz. spričevalo muzejskega dela. Pri pripravi na razstavo je potrebno imeti načrt, vedeti, kaj predstaviti, komu jo nameniti, njen obseg in mesto razstavljanja. V grobem poznamo stalne in občasne razstave.

Kar povzroča prevečkrat preglavice, so prostori za občasne razstave. Znano je, da starejši muzeji zvečine ne premorejo posebnih prostorov zanje. To pa pomeni, da je za te namene potrebno podirati in umikati stalne zbirke. S takim ravnanjem zbirko za določen čas odtegnemo ogledu, kar je zlasti boleče, če razstavljamo v njej eksponate, ki naj bi bili zaradi svojega pomena stalno na ogled. Problematično pa utegne postati tudi prepegosto prestavljanje muzealij: mnogi predmeti so iz krhkega in dotrajanega materiala... (Vrišer, 1988: 36-37)

Občasnih razstav je vse več in utegnejo biti za obiskovalce bolj zanimive zaradi svoje svežine in dodatnega mika, ker imajo kratek rok trajanja. Stalne muzejske razstave oz. zbirke postanejo pri nas po večkratnih ogledih dokaj nezanimive predvsem zaradi pomanjkanja denarja, idej in statičnosti (nepoživljanja že obstoječe postavitve). Slednje ne zmorejo dohajati občasnih, ki so največkrat na gostovanju iz tujine. Na primer Muzej novejšje zgodovine iz Ljubljane je topogledno dokaj 'ažuren', saj nepretrgoma gosti tuje začasne razstave. Iz nekaterih občasnih razstav pa lahko na/ostanejo tudi stalne.

Pri stalnih razstavah se poslužujejo kolekcijskega in ambientalnega načina razstavljanja. Pri prvem je gradivo razstavljeno po panogah in vrstah predmetov po vitrinah, panojih, podstavkih itn. v prostoru. Drugi način pa rekonstruira življenjski

prostor, npr. diarama določenega biotopa ali spominska soba kakšne znane osebnosti in pri tem uporablja sorodne eksponate, ki poskušajo čimbolj ujeti pravo življenjsko situacijo. Ta način je še posebej občutljiv za velikost in obliko razstavnega muzejskega prostora. Velikokrat se oba načina tudi prepletata. (glej Vrišer, 1988: 37) V galerijah in muzejih likovne umetnosti se ambientalnega načina ne uporablja. Resda so slike in kipi del ambientov, ki pa so v razstavnem prostoru predstavljeni kolekcijsko – po slogovnih obdobjih.

Sleherna muzejska razstava oz. predstavljena tema naj bo razstavljena na čimbolj mikaven, razumljiv in izčrpen način. Razstava ne sme biti preobsežna in ponavljajoča. Občinstvo dojema podano snov drugače od strokovnjakov, ki se ubadajo z razstavo. Zato naj bi bila snov podana tako, da se jo lahko razume brez razlage vodičev in obsežnih komentarjev.

Pri razstavljanju v prostoru je pomembna tudi osvetlitev, vitrine, legende in napisi, audiovizualni pripomočki, višina obešanja (če so razstavljeni predmeti slike) ter vse bolj uporabljano glasbeno ozadje. V muzejih so pogosto razstavljeni predmeti, ki imajo sicer veliko zgodovinsko vrednost, a so po videzu skromni. Da bi pritegnili današnjega človeka, navajenega na 'spektakel', je potrebno take predmete razstaviti s posebno skrbnostjo (glej Vrišer, 1988: 46).



Slika 3.2: Popestritev razstavljenega z audiovizualnimi pripomočki (vir:A.K.S., 1.6.2005)



Slika 3.3: Primer neustrezne velikosti pisave in preobsežnosti besedila (vir: A.K.S., 1.6.2005)



Slika 3.4: Primer neustreznega tipa pisave, ki je težko berljiv (vir: A.K.S., 1.6.2005)

.....Kot pravi Trampuž (2000: 149) moramo vedeti, da ljudje obiskujejo razstave iz najrazličnejših vzrokov. Pridejo zaradi razvedrila – svojega lastnega ali vse družine, pridejo tudi zato, a se bodo o tem dogodku lahko pozneje pogovarjali s svojimi prijatelji, ali tudi iz povsem vsakdanjih razlogov – da uporabijo stranišče, se umaknejo pred dežjem ali kaj pojedjo v muzejski restavraciji. Nekateri izmed njih obiščejo muzej iz prirojene potrebe po učenju, spet drugi z velikimi dvomi o tem, ali bodo sploh sposobni razumeti informacije na razstavi, pa čeprav si tega želijo. Že ob vstopu na razstavo, dobi obiskovalec prvi vtis o njej.



Slika 3.5: Predstavljenim eksponatom lahko vdihne življenje tudi kvalitetno vodstvo: Železniški muzej v Ljubljani (vir:A.K.S., 27.5.2005)



Slika 3.6: Za tujce so najzanimivejše postavitve v starih ambientih: idrijski Mestni muzej v gradu Gewerkenegg (vir: A.K.S., 23.4.2005)



Slika 3.7: Zavrtimo kolo časa nazaj - vse bolj priljubljene spremljevalne dejavnosti, ki muzejsko izkušnjo poskušajo narediti čimbolj pristno: muzej na prostem Fort Steele (vir: A.K.S., 18.6.1997)



Slika 3.8: Stavbna dediščina v muzeju na prostem: Stübing pri Grazu (vir: A.K.S., 11.6.2005)

Ob razstavah ponavadi izdajo tudi muzejske publikacije od vodičev, katalogov do zbornikov. V današnjem svetu vsakodnevnih novosti pa je priročno tudi posluževanje oglaševalskih prijemov. Večino muzejev pa lahko najdemo na spletu; eni imajo spretnejšo roko pri najemanju izdelovalcev strani, drugi malo manj. Zelo sodoben

izgled daje npr. spletna stran Mestnega muzeja v Ljubljani, a ponudba je zaenkrat bolj borna. Všečna je tudi spletna stran za muzej na prostem v Rogatcu²², ki nudi dokaj plastičen pogled na ves muzej, saj si lahko spletni obiskovalec temeljito ogleda zunanost in notranost hiš.

Muzej je lahko kot medij za komunikacijo zelo močan, kar pa zna biti problematično pri reprezentaciji na takih prostorih kot je muzej na prostem; tovrstna zgodovina dediščine je lahko izkrivljena saj z določenim izborom in razporeditvijo predmetov, vključno s stavbami poskuša izsiliti določeno vizualizacijo vzorcev življenja, ki naj bi se nekoč odvijali okoli razstavljenih artefaktov. Celokupna raznolikost družbenih običajev in izkustev lahko tako postane trivializirana ali marginalizirana. Dediščina postane pakirana in njena zgodovina komodificirana-pretekla, mrtva, nenevarna. Avtentična zgodovina pa je, ravno nasprotno, nepretrgana in nevarna, saj ne pači vezi in pozornosti na sedanost (glej Urry, 1995: 160).

Od vekomaj torej obstaja problem, kako doseči, da bodo obiskovalci v razstavljenih eksponatih videli nevidno (npr. umetnost v umetniških delih), kjer ima za oblikovanje tovrstnih kompetenc odločilno vlogo šolski izobraževalni sistem (glej Tavčar, 2003: 188).

3.3.1 Primer Mestnega muzeja

Zaradi zanimivosti oz. kontekstualnosti bomo pod to poglavje uvrstili kritiko naperjeno proti prenovljenemu ljubljanskemu Mestnemu muzeju in njegovi notranjščini. Kritika Janeza Suhadolca (glej Delo, 9.3.2005:6) odlično opiše današnje stanje muzeja. Avtor pravi, da je umrl njegov Mestni muzej, ki je bil zanj v Ljubljani pred prenovo najlepši. Njegov umor je stal zajeten kupček denarja. Strinjamo se, da je od nekdanje notranjščine ostalo bore malo. Ni več razkošno opremljenih soban s stilnim pohištvom iz različnih obdobj (od renesanse, manierizma, baroka, rokokoja, empirja, bidermajerja itd.), ni več ročno poslikanih kitajskih tapet, flamskih gobelinov, velikih rokokojskih peči iz bele frajanse, stoječih in namiznih ur, posod iz porcelana in cina...Zbirka je pred prenovo obsegala le drugo nadstropje in pričakovati je bilo, da se bodo uredila še ostala nadstropja, saj je v muzejskih depojih

²² Naš največji muzej na prostem, ki je bil leta 1999 razglašen za kulturni spomenik državnega pomena

še veliko dragocenosti. Muzej je bil kar nekaj let zaprt zaradi obnove, ki jo Suhadolec v tekstu cinično dá pod navednice. Nedaven obisk nas je prepričal, da so zgoraj našteje stvari pristale v depojih, peči so se po odstranitvi najbrž zdrobile, tapete raztrgale itd.. Avtorju dajemo prav, ko piše, da žirija pri javnem natečaju ni imela 'srečne' roke. Stavba je bila očiščena, postrgana, razgaljena in olupljena do temeljev. Odvzeli so ji dostojanstvo in žar patine, ki je izžareval skrivnostnost. Na dvorišču preseneti krivoljasta in skrivenčena betonska rampa, ki iz njega ne vodi nikamor in se zaletava v zid brez oken in brez vrat (ali je zmanjkalo denarja?), je najbolj izpostavljen spomenik projektantske 'domiselnosti'. Avtor piše, da se je popreje z neizmernim spoštovanjem sprehajal iz sobane v sobano. Zdaj v njih prevladuje lepljen lamelni parket, beli zlikani ometi, čudno zaviti spuščeni stropi z modernimi lučmi. Betonska hladnost preveva prostor in zdi se, da je kljub nekajletni prenovi vse narejeno na hitro.

Mestni muzej je prenovljen, zatrjujejo akterji tega podviga. V njem ni skoraj ničesar, kar bi lahko pojmovali kot muzej. Večinoma je tudi resnično prazen. Praznosta je tudi temeljni občutek, ki ga dobi osupli obiskovalec. (Suhadolec v Delu, 9.4.2005 : 6).



Slika 3.9: Samevajoč razstveni prostor v prenovljeni Auerspergovi palači (vir: A.K.S, 3.6.2005)



Slika 3.10: Neizpeta klančina (vir: A.K.S, 3.6.2005)



Slika 3.11: Prizorišče poletnih koncertnih dogajanj v Mestnem muzeju, ki je ohranilo stari izgled (vir:A.K.S, 3.6.2005)

Trenutno je njegov prostor aktualen le za koncerte oziroma njegovo dvorišče. Tovrstno ponudbo že nekaj časa nudi prostor Narodnega muzeja.

3.4 Stavbna arhitektura muzejev

Pred vstopom pripravi obiskovalca in daje prvi vtis, da bolje ceni notri razstavljene eksponate. Veliko muzejskih stavb po svetu si je tako sposodilo arhitekturne oblike monumentalnih ceremonialnih struktur iz preteklosti. Do pred druge svetovne vojne so razstavnim dvoranam in zunanjsčini dodajali stavbne značilnosti, od lokov, rebrastih obokov do venčnih zidcev itd., da bi posnemali tista obdobja, iz katerih so izvirali razstavljeni predmeti (glej Vrišer, 1988: 34). Danes velja za muzeje drugačna arhitekturna estetika kot nekoč in predvsem skrbi za smiselno notranjo razporeditev, tako da je notranje prostore mogoče spreminjati glede na potrebe muzejev. Arhitekturo postmoderne muzeja je po Lyotardu (glej v Tavčar, 2003: 180, 181) mogoče pojasniti s freudovskim modelom dela sanj, ali natančneje, z nezavednim mehanizmom zgostitve, ki združuje več misli sanj v eno samo podobo 'manifestne

vsebine'. Podobno temu, da je eno osebo v sanjah mogoče interpretirati, kot da predstavlja več oseb, naj bi bilo mogoče tudi postmoderno arhitekturo interpretirati, kot da predstavlja več zgodovinskih stilov.

Arhitektura muzejev, ki je pravo nasprotje arhitekturi azilov, šol in zaporov, mora biti podrejena oziroma je priporočljivo, da sledi muzejskim dvoranah in predmetom, saj mora zagotoviti predstavitev razstavljenih predmetov veliki množici ljudi; le tako lahko muzej kvalitetno kanalizira tok obiskovalcev in jim nudi pogled na nebroj urejenih predmetov (glej Tavčar, 2003: 148).

Podali bomo tri primere sodobne muzejske arhitekture, ki so bili pred kratkim odprti za javnost.

3.4.1 Primer Nacionalnega muzeja ameriških Indijancev

V glavnem mestu Združenih držav Amerike so konec septembra 2004 odprli Nacionalni muzej ameriških Indijancev, ki ni zgolj prvi muzej na nacionalni ravni o ljudstvu, katerega so sistematično uničevali (in uničili) odkar je belčeva noga prvič stopila na ameriška tla, ampak tudi prava arhitekturna poslastica. Zgradili so ga, kljub nasprotovanjem in dolgi dobi načrtovanja, na elitni lokaciji pod okriljem ameriškega sklada Smithsonian Institution. Izvedbo so zaupali kanadskemu arhitektu indijanskega rodu. Stavba ima nenavadno obliko s krivinami iz apnenca v barvi medu in posnema obliko arizonske mese²³. Od ponavadi urejenih muzejskih zelenic tudi zunanost odslikava drugačnost. Muzej stoji na napol močvirnati zemlji z majhnim koruzno-bučnim poljem, ki sta tipični indijanski rastlini in štiridesetimi skalami dedov. Notranjost zgradbe osvetljuje naravna svetloba. Z uporabo lesa in številnih lučk, so poskušali posnemati gozd, ki ga osvetljuje zvezdnato nebo. Razstavljeni predmeti²⁴ so skrbno izbrani in obsegajo deset tisočletij indijanske zgodovine. V muzejski restavraciji strežejo tradicionalne indijanske jedi. Skozi sodoben prikaz se tako obiskovalec lahko celovito spozna z indijansko preteklostjo različnih plemen. (glej Nedelo, 10.10.2004: 26)

²³ Miza; znameniti nacionalni park Mesa Verde, ki je dobil ime po mizasto oblikovanih vzpetinah-osamelcih.

²⁴ Muzejska zbirka šteje 800 000 predmetov in je najbogatejša staroselska zbirka na svetu (glej Nedelo, 10.10. 2004 : 26).



Slika 3.12: Arizonska mesa v Washingtonu: National Museum of American Indians (vir: AP, 10.10.2004)

3.4.2 Primer MoMA²⁵

20. novembra 2004 je po dveh letih in pol prenovi, svoja vrata ponovno odprl Muzej moderne umetnosti v New Yorku (glej Delo, 24.1.2005: 5). Nalogo so zaupali japonskemu arhitektu Yoshio Taniguchiju, ki naj bi po mnenju razpisne komisije najbolj ustrezal logistiki in logiki te institucije.

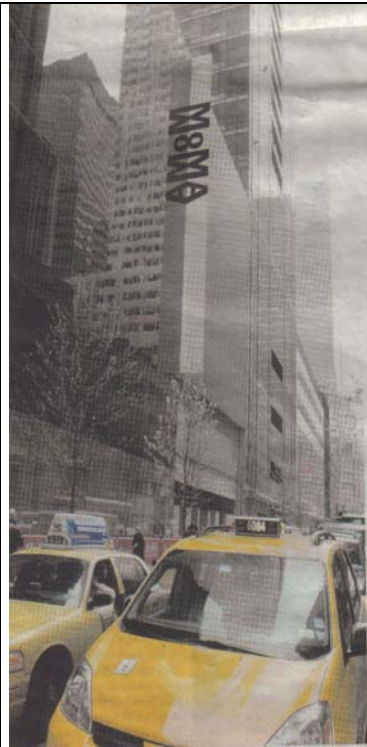
Muzej moderne umetnosti je šel od leta 1929 do danes skozi različne faze razvoja. Od nekdaj so želeli kuratorji in ostali sodelujoči urediti muzej, ki bo popularen in tržno naravnani. Že leta 1939 so bili eni prvih, ki so vhod odprli na prometno ulico in ob vhodu postavili trgovino. Od nastanka do danes je doživel tudi mnogo arhitekturnih sprememb. Od vekomaj se je poskušal zgledovati (in sprejeti izziv ter biti pripravljen na spremembe) po ideji o muzeju kot laboratoriju, kjer bi lahko gledalec učinkovito dojemal bistvo moderne umetnosti. (glej Mljač v Sobotni prilogi, 14.5.2005: 32). Japonski arhitekt si je zamislil muzej kot odprt sistem, da bi ustvaril karseda dobro interakcijo med umetnostjo in človekom, da bi bil sodobni pogled na umetnost čimmanj omejen. Objekt je ločil na posamezne galerije, knjigarno, trgovino,

²⁵ Museum of Modern Art.

kavarno, administracijo, prostore za skladiščenje in transport ter bil pozoren na odnos do zgodovine prostora in mesta. Fasada prenovljenega muzeja ne izstopa iz grozda okoliških nebotičnikov in deluje dokaj strogo; ne daje vtisa da je to muzej. Strop, podprt z okroglimi belimi stebri, je ob dveh vhodih nizek in se postopoma odpira s pomočjo stebrov do prvega nivoja.

Od tam dalje določajo višino bele stene s pravokotnimi odprtinami. Arhitekt je pogled vhodne avle skozi veliko stekleno steno usmeril na vrt s skulpturami...ob katerem je restavracija muzeja. Osrednji prostor muzeja je v prvem nivoju in je osvetljen z difuzno svetlobo...Iz nadstropja v nadstropje je prostor bolj impresiven, pogledi iz mezaninov in galerijskih odprtin na osrednjo skulpturo domačega avtorja...pa vse bolj dramatični...Prehodi so skorajda neopazni. Ob prehajanju iz galerije v galerijo se odprtine dvigajo do stropa. Pogledi se prebijejo skozi ozke in visoke vogalne špranje, kakor da bi arhitekt hotel povedati, da se galerija ne konča s steno. Z isto mislijo je postavil okna na triinpetdeseto ulico. Med glasnim komentiranjem umetniških obiskovalcev del je slišati tiho sprožanje digitalnih kamer, usmerjenih iz enega nadstropja v drugo. Iz enega notranjega okna v drugo. Iz enega hodnika v drugega. Kakor da bi tudi človek v prostoru postal umetniško delo....galerije so razporejene v pet nivojev. Kino dvorani sta dva nivoja nižje. Posebnost razporeditve in tematska organizacija prostora je v tem, da so naložene ena na drugo, kakor platenje različnih obdobj. (Mljač v Sobotni prilogi, 14.5.2005: 33)

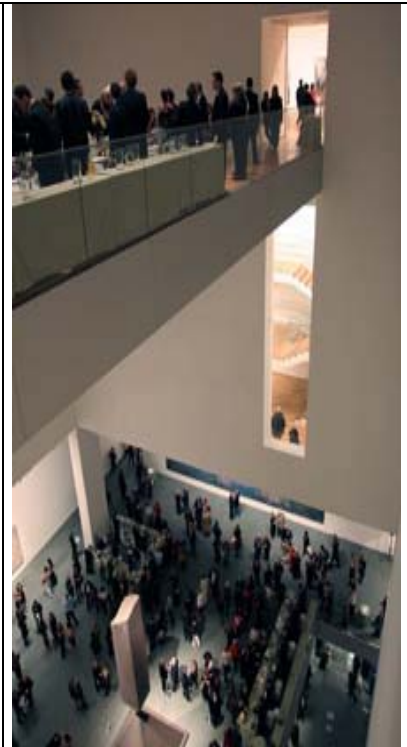
Avtor pravi (glej Mljač v Sobotni prilogi, 14.5.2005: 33), da najnovejša podoba tega muzeja marsikoga preseneti, je na nek način umik nazaj – 'vdih vase', ko se arhitektura podredi umetnosti oz. ji sledi. Pravo nasprotje njujorškega Guggenheimovega muzeja z izjemno nizko višino razstavnih prostorov, kjer je ravno nasprotno, saj je že njegov snovalec – arhitekt Frank Lloyd Weber dejal, naj umetniki prirojijo platna glede na strop.



Slika 3.13: Skoraj neopazna zunanost MoME v New Yorku (vir: Matej Mljač, 14.5.2005)



Slika 3.14: Vrt s skulpturami: MoMA (vir: MoMA Museum of Modern Art, dostopno preko spleta)



Slika 3.15: Zračnost prostora (vir: MoMA Museum of Modern Art, dostopno preko spleta)

3.4.3 Primer Slovenskega etnografskega muzeja

Če sta bila zgoraj opisana dva primera iz tujine, ki mimogrede privabljata trume obiskovalcev, pa bomo v naslednjih vrsticah predstavili še Slovenski etnografski muzej²⁶; pred časom preseljen in odprt, z lastno razstavno hišo, od decembra, leta 2004 v novih prostorih nekdanje vojašnice na Metelkovi. Muzej predstavlja zanimivo kombinacijo stare in nove arhitekture. Želi postati »prijazen dom za ljudi in muzejske predmete« (Vogel v Delu, 16.12.2005: 12). Potrudili so se s sodobno muzejsko infrastrukturo, ki vključuje tudi muzejsko trgovino, kavarno in celo fotografski atelje. (V tujini je to že dolgo časa v navadi, nekateri muzeji imajo tudi menze in računalniški kotichek z internetom.) V ponudbo nameravajo vključiti pestre spremljajoče stalne ali občasne dejavnosti in delavnice. Skozi nadstropja se lahko obiskovalci popeljejo s panoramskim dvigalom, katerega domiselno obdajajo

²⁶ Včasih je obstajal v okviru Kranjskega deželnega muzeja (odprt za javnost v prostorih nekdanjega liceja 1831), katerega namensko stavbo so zgradili v današnjem Valvasorjevem parku.

fotografije terenskega dela etnografov in etnologov. Zunanji prostor naj bi se združeval z ostalimi na Metelkovi in bi tako lahko postal skupno kulturno središče. Za popestritev dogajanja so arhitekti poskrbeli tudi s ploščadjo (še v delu), namenjeno različnim prireditvam. Njena monotonost bo oživiljena z vodnimi površinami. Ko bodo dela končana, bo po našem mnenju, najbližje tuji vsestranski ponudbi muzejev. Že sedaj imajo gostujoče in občasne razstave (v nasprotju z Mestnim muzejem): Evropski etnografski muzeji, Kuharca, Dialog stolov, Spogledi: med oblikovanjem in slovensko ljudsko kulturo, Oblikovanje in ilustracija Kuharskih bukev Valentina Vodnika (glej spletno stran Slovenskega etnografskega muzeja).



Slika 3.16: Novo v starem, kompleks z bodočo prireditveno ploščadjo: Slovenski etnografski muzej (vir: A.K.S., 1.6.2005)



Slika 3.17: Dvigalo, ki popelje v etnografski svet (vir: A.K.S., 1.6.2005)

Slika 3.18: Prostornost novih razstavnih površin v stari zgradbi: Slovenski etnografski muzej (vir: A.K.S., 1.6.2005)



Slika 3.19: Interier se umakne pisanim eksponatom: Slovenski etnografski muzej (vir: A.K.S., 1.6.2005)



Slika 3.20: Popestritev – stalna delavnica ročnega tkanja: Slovenski etnografski muzej (vir: A.K.S., 1.6.2005)



Slika 3.21: Bodoči prostor za okrepčilo: Slovenski etnografski muzej (vir: A.K.S., 1.6.2005)

4 MUZEJ V PROSTORU

Muzeji so institucije, ki morajo hraniti svoje zaklade za prihodnost in dobro človeštva. V svoji zgodovini, od prvih zbiranj redkosti do zbirk, so imeli ves čas poučevalen značaj. V današnjem času so se pri njihovem delovanju pokazale spremembe, saj temelj njihovega delovanja vse bolj temelji na ovrednotenju in upoštevanju obiskovalcev (glej Mikuž, 2003: 158). Muzej je prešel s 'faze o nečem na fazo za nekoga'. Muzej postaja vse bolj tudi podjetniška institucija, kateri ni primarno zgolj plenjenja in kopičenja (»salvage and warehouse business« v Weil, 2002: 28). Če se je včasih smatralo, da je nudenje intelektualnega dostopa do zbirk in informacij obiskovalcem dodaten plus, je danes obiskovalec tisti, na katerega se obrača in nagovarja muzej, ne obratno. Začelo se je spreminjati temeljno poslanstvo muzeja. Zbirke so bile in bodo ostale srce muzeja, vendar so se te zbirke in z njimi povezan ves proces zbiranja preusmerile, tako da zdaj postajajo snov in razlog za obstoj številnih muzejev. V okolju sprememb so tradicionalni pristopi k raziskovanju našli nova sredstva izražanja (glej Mikuž, 2003: 159). Rojeva se vizija novega modela muzeja, ki naj bi bil transformirana in preusmerjena institucija, ki bi preko osredotočenosti na služenje javnosti razvila kompetence za obogatitev posameznikovega življenja in utrditev dobrobiti celotne skupnosti.

Weil se sprašuje (2002:39) čemu upravljati muzeje, če ne v duhu, da bi izboljšali življenja ljudi, na kakšni osnovi potem sploh lahko zahtevamo javno podporo? Zagotovo ne smemo utemeljevati bistva muzejev na osnovi koristnosti za profesionalce in njihovo razširjanje sposobnosti za napredovanje. Muzej ne sme biti prostor zgolj za zaposlene, da le-ti organizirajo glamurozne prireditve za ožji krog izbrancev. Muzej ni utrjena tradicija, neka trajajoča navada brez razlogov za obstoj.

4.1 Muzej brez zidov

Muzej je bil od vekomaj mesto drugačnosti, ki izraža utopično prakso, katera oblikuje vizijo ureditve družbenega. Kako naj si predstavljamo muzej brez sten (kar se sprašuje že Malraux v svojem eseju (glej Hetherington, 1996: 153))? Za Malrauxa predstavlja nekaj, kar prinese reprodukcija umetnosti kot npr. fotografiranje; s tem je dan nov okvir gledišča in predstavljanja umetnosti. Vzporednice lahko povlečemo z

Benjaminovo izgubo avre kot posledice mehanskega razmnoževanja umetnosti. Zanj je bilo to pozitivno, saj je verjel, da se z izgubo avre kažejo nove oblike upora, ki izzivajo konzervativno avtoriteto avratične kulture (moramo se zavedati, da je to pisal v eri fašizma).

Po Malrauxu prvo obstaja predmuzejski prostor v katerem umetnost živi v lokaliziranem družbenem kontekstu kot npr. v cerkvah, privatnih hišah, palačah, vrtovih itn., sledi mu klasični muzej, ki se je razvijal iz privatnih zbirk in kabinetov čudes, dokler ni postal institucija z zidovi. Na enem mestu, enem prostoru so bile skupaj prinešene raznovrstne zbirke umetnosti. To je odprlo nove možnosti predstavljanja umetniške prakse. S prihodom mehanske reproduktivnosti je nastopil čas za muzej brez sten – po Malrauxevem mnenju se le-ta nahaja v knjigah. (glej Hetherington, 1996: 154) Morda je njegovo stališče preveč ozkogledno s tem, ko pravi, da so knjige tiste, ki predstavljajo muzej brez sten in se osredotoči le na muzeje umetnosti. Danes imamo cel kup medijev, ki reproducirajo umetnost.

Zlom muzejskih zidov je bil posledica sil komercializacije in vznika industrije z dediščino, delno tudi popularnega zanimanja za historične in kulturne kraje izven muzejske stavbe, ki osvobaja idejo o muzeju in ga vrača v širši spekter prostorov. Na muzej brez zidov seveda ne moremo gledati kot na klasični muzej, a kljub temu ju ne moremo popolnoma ločiti. Muzej si ne smemo predstavljati zgolj kot skup stavb. Muzej je prostorska relacija, ki je vpletena predvsem v proces ureditve nastajajoče okoli določenih prizorišč ali zgradb. Prostorska pot po Malrauxu (v Hetherington, 1996: 155) se vedno bolj odpira, vse od privatnih zbirk do plime in razlitja umetniških del med publiko, nad katero imajo čuvaji vse manj nadzora.

Muzeji kot prostorske relacije, ne urejujejo in klasificirajo le kulturna dela ter artefakte, ampak so ravno tako odraz družbene ureditve.

Muzej kot (že pri prostorih identitete omenjena) heterotopija je nastal iz negotovosti in neskladnosti ter razvil distinktivna prizorišča družbene ureditve. Vzniknil je kot mesto reprezentacije iz kaosa kabineta čudes, ki je poskušal prikazati ureditev preko spektakla in čudeža. 'Model' muzeja z zidovi predstavlja prostor reprezentacije, katere ureditev poskuša biti bolj racionalna in sistematična. Ta model ureditve je nevtraliziral spektakel kabineta čudes v bolj logično urejen prostor, a vezi oziroma tekmovalnega duha s prejšnjim modelom, s pridihom senzacije karnevalnih slavij semnja in cirkusa, ni prekinil. (glej Hetherington, 1996 : 159-160). Bennet meni (v Hetherington, 1996:160), da je bila identiteta muzeja konstituirana preko vpletenosti z

negacijo lastne Drugosti. Muzej in semenj sta vprežena v različni način razstavljanja. Ne gre le za vprašanje racionalnega nasproti spektakularnega, vključeno je tudi vprašanje sonornosti. Klasični muzej, arhitekturno urejen prostor, ki spominja na enako urejen prostor svojega diskurza, poskuša vsiliti nedvoumen model urejanja od objektov, ki jih klasificira do pedagoške namembnosti – subjektov, ki tvorijo njegovo občinstvo. Seveda je vprašljivo, koliko je muzej dejansko uspel ustvariti to enopomensko-nedvoumno-jasnost. Oblika ureditve, ki jo najdemo pri semnjih, festivalih in cirkusih razodeva razloček in drugost-mnogoznačno ali večodblesno igrivost, ki dovoljuje gledalcem biti del predstave oz. razstave. Muzeji in organizirane razstave, kot npr. Kristalna palača, pa so poskušali nevtralizirati in disciplinirati moč spektakla (ki je bil značilen za zgoraj naštete) z vključevanjem ter negiranjem njemu lastnih »heteroglot and ludic powers« (Hetherington, 1996: 160) – v smislu večnamenskosti, -uporabnosti, -pomenskosti in domiselne razigranosti, v muzejski način ureditve.

Muzej brez zidov ruši disciplinarno moč klasičnega muzeja. 'Upira' se modelu ureditve slednjega saj ponovno neguje model spektakla. Njegova upornost ne pomeni preseganja osnovne ideje muzeja temveč iskanje novih modelov družbenega urejanja s pomočjo prostorskih učinkov.

4.1.1 Primer razstave v mestnem parku Tivoli

Za primer uporabe nemuzejskega prostora, ki ga ne omejujejo stavbni zidovi, bomo navedli nedavno odprto razstavo v Jakopičevem sprehajališču v Tivoliju, ki ji nudi dobro kuliso glede na njeno temo z naslovom »Zemlja, pogled z neba«²⁷.

Vzdolž sprehajališča je postavljenih 120 velikih panojev, ki nosijo fotografije velikega formata, posnete iz ptičje perspektive. Razstavo si lahko interesenti ogledajo tudi zvečer, saj so panoji opremljeni z lučmi. Zakaj je razstava zanimiva? Zagotovo ne samo zaradi čudovitih fotografij, temveč zaradi samega koncepta. Njen namen je opozoriti ljudi na lepoto našega planeta, probleme okolja, katerega največji obremenilni faktor smo mi in vidike trajnostnega razvoja. Vsebuje humano noto, poleg napisane natančne koordinate vsakega posnetka in njegovega opisa nosi tudi

²⁷ Z originalnim naslovom: Terre vue du ciel (glej Tomažič v Delu, 21.5.2005: 20).

podatke o revščini, pomanjkanju pitne vode, elektrike, hrane. Avtor ne razstavlja v muzejih in galerijah temveč vedno na prostem. Razstava je brezplačna in do sedaj si jo je ogledalo 60 milijonov ljudi v 70 mestih po svetu (glej Štaudohar v Žurnal, 27.5.2005: 50). Avtor se je podviga, pod pokroviteljstvom Unesca, lotil že leta 1995 in skuša dokumentirati čimveč zemeljskega površja. Prva razstava je bila odprta leta 2000 v Parizu. Med kroženjem po svetu smo jo dobili tudi v Slovenijo. Spremljajočo obširno publikacijo, prevedeno v slovenščino, smo dobili še prej-leta 2002. Menda so jo po celem svetu prodali v 3 milijonih izvodov.

Organizator razstave v Sloveniji je Inštitut za ekologijo in odločitev, da postavijo panoje v Tivoli na to sprehajališče, je zelo dobra. Ne samo zaradi lege in okolice ampak tudi zaradi frekventnosti obiska, predvsem v poletnih mesecih, ko se veliko ljudi rado sprehaja po tivolskih poteh. Zaradi svoje umeščenosti v ta prostor se bodo mnogi ustavili na svojem sprehodu in si jo ogledali ali pa prav namensko prišli, kar dokazuje že precejšen obisk ob sami otvoritvi.



Slika 4.1: Razstava v muzeju brez sten: tivolska promenada (vir: A.K.S., 25.5.2005)



Slika 4.2: Muzej v muzeju: tivolska promenada (vir: A.K.S., 25.5.2005)²⁸



Slika 4.3: Sponzorski dodatek brez katerega je danes, tudi v muzejstvu, težko shajati: tivolska promenada (vir: A.K.S., 25.5.2005)

²⁸ Senzacionalno načrtovan Guggenheimov muzej v Bilbau t.i. 'katedrala sodobnega duha'.

4.2 Virtualni muzej

Če muzej brez sten navezujemo na fizični prostor, pa bi lahko imaginarni muzej, ki referira konceptualni prostor povezali z virtualnim muzejem. Ta termin pomeni logično povezane kolekcije digitalnih objektov sestavljenih s pomočjo različnih medijev, ki omogočajo povezanost in različne načine dostopa ter doprinesejo k novim potem komuniciranja in interakcijami z obiskovalci; nima pravega mesta, kaj šele prostora njegovi predmeti in z njimi povezane informacije se lahko raztrosi po celem svetu.

Gre za novo obliko dekontekstualizacije razstavljenih umetniških del. Medtem ko je za muzej kot tak značilno, da so v njem razstavljene umetnine iztrgane iz svojega izvirnega okolja in da so s prenosom v muzej izgubile vsakršno povezanost s predstavitveno ali ritualno uporabo, zaradi katere so bile morda ustvarjene, pa so umetniška dela, uvrščena v imaginarni muzej, ki je pravzaprav kraj reprodukcije, iztrgana iz svojega izvirnega okolja (večinoma muzejev) in prek fotografskih upodobitev nekako izenačena med seboj. (Tavčar, 2003: 179)

Večina virtualnih muzejev je digitalizirana oblika realnih muzejev in njihovih zbirk, nekateri pa vsebujejo bogato kolekcijo večih zbirk iz različnih muzejev oz. takšne vsebine, ki je ni mogoče najti v nobenem dejanskem muzeju. Virtualni muzej na nek način omogoča podobno gibanje kot po običajnem muzeju. V takem muzeju si ogledujemo razstavljene slike umetnin v virtualnih razstavnih prostorih muzeja, v katerem so tudi drugi, za muzej običajni prostori, na primer specializirana knjigarna, v kateri lahko prek interneta dejansko kupimo knjige, ki jih ponuja ena največjih knjigarn na svetu. Poleg tega lahko v knjigarni virtualnega muzeja kupimo tudi reprodukcije del tistih sodobnih umetnikov, ki so se odločili, da se njihova dela oglašujejo preko tega medija. Muzej omogoča tudi, da vsak virtualni obiskovalec postane potencialni kustos in ob določenih pogojih v njem uredi kako zbirko ali pripravi posebno razstavo. (glej Tavčar, 2003: 179,190) Če je virtualni muzej lahko zasnovan kot muzej z virtualnimi dvoranami s stenami, je lahko zastavljen tudi na način, da vzpodbuja človekovo zmožnost domišljije in lastno izpeljavo domnev, ko npr. ne pripoveduje zgodbe na način muzeja s stenami.

Virtualni muzej ne predstavlja nevarnosti grajenemu muzeju (kakor tudi vse kvalitetnejši nosilci zvoka ne izrinjajo poslušalcev koncertov iz koncertnih dvoran), zato ker s svojo digitalno naravo obiskovalcem ne more ponuditi otipljivih objektov s svojo avro. Razvoj naraščajoče digitalizacije kulturne dediščine je sicer neizogiben, saj zadosti večji dostopnosti zbirk. Sčasoma bo ta trend zameglil razlike in morda se bo vse zlilo v eno spominsko institucijo, ki bo postala bogato interaktivno okolje (glej Schweibenz, 2004: 3). Virtualni muzej lahko pripomore k razširitvi idej in konceptov zbirk v svojem kiber prostoru ter pomaga odkrivati esencialno naravo muzeja; ima zmožnost seči do tistih, ki nikoli ne bodo obiskali realnega muzeja s stenami. Svetovni splet je vse manj vzporedni svet, ki bi zanimal zgolj nekatere, ampak postaja čedalje bolj vpet v vsakdanje življenje slehernika. Če te ni na internetu, te ni...Marsikoga, nasprotno na internetu še vedno ni, med njimi slovenskih umetnikov, denimo likovnikov, ki bi jih deskar želel srečati in spoznati tudi ali zlasti tako – od daleč, virtualno (glej Podkrižnik v Delu, 2005: 12).

4.3 Romantični in realistični vidik muzeja

Danes znotraj muzejske skupnosti obstajata dve različni struji oz. koncepta, ki se tičeta narave muzeja. Čeprav sta poredko eksplicitno omenjena, ima prevzete enega ali drugega koncepta posledice pri vodenju muzeja.

Prvi oz. romantični pravi, da je muzej institucija univerzalnih in pozitivnih vrednot *per se*. Premisa drugega oz. realističnega koncepta pa je, da muzej predstavlja vrednotno nevtralni organizacijski instrument z možnostjo široke uporabe, ki lahko ima univerzalne in/ali pozitivne koristi ali pa ne. Sled romantičnega koncepta je mogoče zaslediti v ICOMOVI definiciji muzeja, ki pravi, da je le-ta institucija v službi družbe in njenega razvoja. Za zaposlene v muzeju je romantični koncept intuitivno privlačen. Sledi, da če je muzej dobra organizacija, potem so taki tudi tisti, ki sodelujejo pri podpori, vodenju in izvajanju. Muzejski upravi dovoljuje osredotočanje na zmožnost/zmogljivost, ki je po romantičnem konceptu osnovno merilo storilnosti po kateri lahko ocenijo organizacijsko operativnost. Po sami definiciji je delo, ki ga organizacija opravlja, dobro. Ostane le eno vprašanje – ali med opravljanjem svojega dela muzej dosega maksimalno pozitivne odnose med resursi, ki jih porablja in outputi katere pridobiva s pomočjo porabljenih virov. Romantični

pogled muzejem dovoljuje tudi definiranje uspeha pod pogoji lastnega institucionalnega preživetja. Ponovno je organizacija že etiketirana za dobro in služi skupnosti že s tem, da obstaja kot pa če 'izumre'. V kolikor je muzej sposoben zagotoviti sredstva (ali zaslužena ali prispevana) za operativne stroške, si po tem konceptu to lahko že šteje za uspeh. Romantično konceptuiran muzej, ki ima dobro vodstvo, je zunanje trden tako pri zbiranju denarja in drugih razvojnih aktivnosti kot tudi notranje spreten v svojem koristenju proračuna ter drugih kontrolnih mehanizmov za monitoring izdatkov ter maksimizacije produktivnosti zaposlenih. Romantična predstava muzeja je paradokсна. Znotraj vsake posamezne države in med različnimi državami namreč komajda obstaja univerzalen konsenz, kaj naj bi bilo družbi koristno in kaj ne. Kar muzej izbere, da bo razstavljal in zbiral ter na kakšen način se bo tega lotil, odločilno vpliva na nenehno spreminjanje točke gledišča (tudi stališča). Točke gledišč se lahko in se bistveno razlikujejo ter spodbesejo možnost, da bi lahko muzeji bili nosilci univerzalnega razumevanja (glej Weil, 2002: 104). Potrebno je sprejeti resnico, da te institucije ne morejo služiti kot univerzalni nosilci vzajemnega razumevanja.

Nasprotni pol romantičnem konceptu predstavlja realistični koncept, ki vidi muzejsko delo kot nekaj sorodnega tehnološki praksi ne samozadostni krepostni dejavnosti. Muzejski delavci so fundamentalno gledano tehniki, od prednikov prejeta znanje o sistematičnih načinih za ravnanje z muzejskimi predmeti prenašajo naprej. Razvili so visoko stopnjo ekspertnosti o zbiranju, hranjenju, restavriranju, klasificiranju, razstavljanju itn.. (glej Weil, 2002: 105) Zagovorniki tega koncepta pravijo, da je muzej s svojimi javnimi interakcijami bližje 'radijskemu oddajniku' kot pa katerikoli tradicionalni šoli. Kot oddajnik razširja informacije in nudi izkušnje široki publiki, ki mu stopa naproti v relativno nestrukturiranih ter neformalnih okoliščinah. Informacije se tako procesirajo popolnoma nepredvidljivo. Muzej se po realističnem konceptu osredotoča na namen (ne na preživetje kot prvi), zakaj dela to, kar dela; kaj lahko muzej pričakuje, da bo dosegel preko programa svojih dejavnosti; kako pričakuje, da bodo ti dosežki doprinesli k pozitivnim spremembam v dobro skupnosti, ki ji služi. Pri tem pogledu je krucialen odnos med namenom in končnim rezultatom, glavno merilo pa učinkovitost. V kolikšnem obsegu je organizacija zmožna doseči svoje cilje glede na rezultate? V tovrstnem muzeju so vprašanja, ki se tičejo zmogljivosti v podrejenem položaju (za razliko od 'romantičnega muzeja'). Dokler muzej ni zmožen doseči svojega namena so vprašanja o učinkovitosti in

zmogljivosti nepomembna. Šele, ko muzej izkazuje svojo učinkovitost, postane osrednje tudi vprašanje zmogljivosti (glej Weil, 2002: 105). Tudi realistični koncept ima pomanjkljivosti. Za problematično se izkaže definiranje institucionalnega namena v smislu nameravanih izidov. Zaposleni so navajeni dajati izjave oz. opisovati institucionalno poslanstvo s pojmi funkcije ali programskih aktivnosti. V dobro institucije in njenega preoblikovanja pa bi morali zaposleni za hip sestopiti z vlaka vsakdanjega življenja ter si postaviti osnovna vprašanja čemu opravljajo to delo in za koga. Še težja praktična težava tega koncepta je morda preverjanje rezultatov. Vpliv muzejev na posameznika in skupnost je zelo subtilen, kumulativen in težko razločujoč od šolskega vpliva ter ostalih kulturnih organizacij, bolj inkrementen, ne toliko kritičen kot ostale »high-drama« (Weil, 2002: 106) organizacije, ki se vsakodnevno srečujejo z življenje-ali-smrt temami in lahko podajo trdne statistične dokaze v podporo svojemu delovanju. Muzej ni organizacija, katere primarna naloga je reševanje življenja, ampak predvsem njegova dopolnitev; zato mora poiskati kvalitativne ali celo anekdotno obarvane poti za opis svojih dosežkov.

V romantičnem modelu se kakovost dobro vodnega muzeja kaže v neomajni razvojni kapaciteti in zdravi notranji kontroli, realistični model pa ne vsebuje zgolj teh dveh atributov, temveč tudi jasno izražene feedback mehanizme in namen, potrebne za vsakodnevno določevanje ter ocenjevanje dosežkov (glej Weil, 2002: 106, 107). Romantično in realistično pojmovanje muzeja imata različna merila in sta lahko sinhrona le takrat, če organizacija maksimalno koristi svoje potencialne. Dolgoročno gledano meni Weil (2002: 108), je za muzej bolj ugodna prilagoditev realističnemu konceptu.

4. 4 Turistov pogled

Vse od izpopolnitve parnega stroja se mobilnost ljudi povečuje in s tem tudi turistična ponudba. Prosti čas postaja svetinja in turistična mašinerija sledi temu trendu ter poskuša biti organizatoranimator posameznikovega izkoristka časa. Geografski prostor je seveda omejen in tržišče si mora izmišljati nove objekte, ki bi lahko privabili turistovo zrenje; budi se iz gibanja skozi različne prostore. Z množičnim turizmom se pravzaprav prenasiači prostore z objekti katere naj bi konzumirali pogledi turistov. Hirsch (v Urry, 1995: 135) utemeljuje, da ima velik del procesov potrošnje

podobne značilnosti kot proces suburbanizacije, namreč odtod izvirajoče zadovoljstvo je ravno tako odvisno od potrošniških izbir drugih. Po Urryu (1995: 136) je lahko konzumpcija tudi možnost zrenja določenih objektov. Zrenje oziroma boljše opazovanje je namreč ena izmed osrednjih turistovih aktivnosti. Današnji turist je pravzaprav zbiralec pogledov. Njihova prisotnost daje mestom razločujoč draž in spodbuja nastanek vrste servisnih dejavnosti. Turizem kot tak seveda temelji predvsem na vizualni komponenti. Postfordistična turistična konzumpcija zavrača določene oblike masovnega turizma in poskuša biti bolj alter npr. zeleni turizem ali programi, izključno krojeni za posameznika in njegove želje.

Urry (1995: 191) loči romantično, kolektivno, opazovalsko, okoljsko in antropološko turistovo strmenje. Srednji trije so kolektivne 'dejavnosti', s tem da je okoljski didaktičen in poglobljen. Prvi in zadnji tip strmenja sta samotarskega značaja z vztrajno zatopitvijo v iskanju avre. Značajsko sta najbolj specifična romantični in kolektivni pogled, ki sta si diametralno nasprotna. Prvi išče naravnost, avtentičnost kar zna biti problematično, saj je pojem nedotaknjene naravne lepote relativen. Zagovarja iskanje sebe v kontemplativni osami narave. Drugi pogled pa favorizira kongregacijo, množičnost in skorajda uživa v neavtentičnosti.

Če navežemo zgornji opis na muzej, lahko ugotovimo, da lahko le-ta pritegne katerikoli tip turistovega pogleda, bodisi romantičnega ali kolektivnega. Muzejski prostor ima 'moč', da običajen predmet iz vsakdanjega življenja spremeni v umetnino (npr. Duchampova ideja o postavitvi pisoarja kot umetniškega dela ali razstavljeni nevidni predmeti – nakazuje že brisanje mej med realnostjo in simulakrom). Po Tavčarjevi (2003: 185) ta moč izhaja iz fetiškega verjetja nekaterih obiskovalcev v obstoj estetskih kvalitete kateregakoli razstavljenega predmeta oz. verovanje v sposobnost videnja 'nekaj več' in argumenta avtoritete (umetnik in kustosi razstave). Ta glorifikacija predmetov, ki jih muzejski prostor 'posveti' velikokrat zanese zbirateljsko strast v kriminalne vode.²⁹ Čemu le, je kraja umetnin vedno prisotna in te dosegajo vrtoglave cene, če ne zaradi odobritvenega pečata da-so-nekaj-več, ki ga dobijo kot razstavljenе.

Ljudje smo po naravi zvedavi in muzej ima potencial pritegniti še tako nezainteresiran pogled (kakor barvito urejene izložbe v nakupovalnih centrih).

²⁹ Premoženske kriminalitete, med katero spada tudi tista z umetninami, je v Sloveniji največ; leta 2002 je bilo ukradenih 234 umetnin. Na oddelku za premoženjsko kriminaliteto imajo že nekaj let zaposleno tudi umetnostno zgodovinarico. (glej, Šutej-Adamič v Delu, 2005: 9)

Posledica turizma je med drugim stopnjevanje pripravljenosti in odprtosti za spoznavanje drugih kultur ter s tem občutka za uglajenost. Muzeji lahko prispevajo še dodatne gradnike pri urjenju in izoblikovanju estetskega svetovljanstva, katerega nosilci so zvedavi, odprti, zmožni refleksije in s semiotsko žilico. Muzeji so zdaj visoko na seznamu znamenitosti, ki si jih morajo ogledati turisti; k priljubljenosti hramov umetnosti je pripomogla tudi rast mednarodnega turizma v zadnjih letih (glej Mladino, 2000: 50). Muzeji kot so d'Orsay, Židovski muzej, Guggenheimov muzej v Bilbao, Tate Modern turiste privlačijo že zaradi same arhitekture.

Po besedah Vide Koporc z ministrstva za kulturo je opaziti, da se število obiskovalcev in spremljajočih dejavnosti povečuje, večjo gnečo pa je opaziti tudi na otvoritvah...K popularizaciji muzejev spadajo različni dogodki v prostorih muzejev in galerij, ob katerih si ljudje na kratko ogledajo tudi razstavo...muzeji so zelo obiskani ob dnevih odprtih vrat, na kar gotovo vplivata brezplačen vstop in vse večja promocija muzejske dejavnosti (Bojc v Delu, 2004: 14).

Ob posebnih dnevih, denimo 3. december (ta veseli dan kulture), 8. februar (slovenski kulturni praznik) ali 18. junij (poletna muzejska noč) – pri nas, ko so razstave, vodstva, projekcije in delavnice v muzejih brezplačne, je med ljudmi, ki jih obiščejo mnogo takih, ki ne sodijo med pogoste obiskovalce. Letos se je na primer poletne muzejske noči, v kateri je združilo svoje sile več kot 40 galerij in muzejev, udeležilo okoli 20.000 ljudi. Pobudo za muzejsko noč, ki naznanja poletje, so prvič udeležili pred tremi leti, ko se je okoli 25 ljubljanskih muzejev in galerij združilo in brezplačno odprlo svoja vrata, ob tem pa ponudilo še vrsto posebnih vsebin. (glej Adamič in Čakarič v Delu 2005: 1)

Brezplačni vstop, po britanski raziskavi ministrstva za kulturo iz leta 2003, sicer ne izbriše socialnih razlik oziroma sociokulturnega profila obiskovalcev (glej Zgonik v Delu, 2005: 5). Struktura publike je seveda odvisna od tipa razstave. Pri nas se priložnostnih razstav udeležuje vedno več mladih do 30 let. Stalnih razstav se udeležujejo bolj organizirane skupine – šolski otroci, otroci s starši in tujci (glej Bojc v Delu, 2005: 14). Pri brezplačnih razstavah so obiskovalci bolj sproščeni, saj ne čutijo pritiska, da si morajo vse na hitro ogledati.

Od leta 2004 so zastonj trije stockholmski muzeji, ki so mu sledili tudi nekateri drugi; od leta 2005 je vstop prost v 19 javnih muzejev³⁰. Učinek je bil takojšen – obisk se je podvojil in ljudje se vračajo na krajše obiske. V jeseni leta 2004 se je povišala vstopnina v Louvru, ki pa ne bi vzbudila take pozornosti, če ne bi prikrajšali tudi umetnikov, učiteljev in tujih študentov za prost vstop. Zaradi protestov si le-ti ponovno lahko brez plačila ogledujejo zakladnico umetnin. V tem kontekstualnem okviru predstavlja vprašanje brezplačnega ogleda poslednjo utrdbo pred komercializacijo. (glej Zgonik v Delu, 2005: 5) Kakor tudi v nasprotnih primerih vrste pred Pradom, ki je bil do leta 1994 zastonj, in že omenjenim MoMA (zasebna ustanova; za razliko od Evrope so bili ameriški muzeji že od svojih začetkov bolj tržno naravnani z drugačno kulturno politiko), niso kljub povišani vstopnini nič krajše (glej Zgonik v Delu, 2005: 5). Vzroke za podražitve moramo iskati v večjih proračunskih izdatkih za skladiščenje in varovanje ter zaradi manjših javnih prispevkov. Muzeji si pomagajo z abonmaji, trženjem posebnih razstav, 'dolgoletnimi starimi ljubljenci' – znanimi umetniki, po katerih muzej slovi. Med drugim tudi ne preseneča, da skušajo mestne oblasti v svojem mestu odpirati tudi za oko privlačne muzeje, ki so se 'prisiljeni' povezovati z nekaterimi najkontroverznejšimi arhitekti na svetu.

4.5 Muzej kot »postmoderno urbano prizorišče«³¹

Danes se svetovna mesta spreminjajo v gozd nebotičnikov, sredi njih pa groteskno ždi historično, največkrat spomeniško varovano mestno jedro. Malo je mest, ki čuvajo svojo značilno silhueto, in to ne le starega jedra, temveč tudi kompozicijo mesta z naravnim reliefom in drugimi elementi krajinske slike v okolici (glej Pogačnik v Delu, 11.1. 2005: 5). Nedavna problematika, ki jo je odprlo podiranje oz. nepodiranje Kolizeja, vojaškega večnamenskega objekta iz časov avstro-ogrske monarhije in natečaju za pozidavo, je osvetlilo dileme okoli mestne podobe Ljubljane. Pogačnik piše (glej Delo, 11.1.2005: 5), da se sam strinja s podrtjem, vendar s tem še vedno ostaja več možnosti o pozidavi dotične parcele. Umestna se mu zdi inovativna in

³⁰ »Za te muzeje je vlada predvidela 10,6 milijona evrov, da premostijo primanjkljaj...Država namerava vsako leto pretresti upravičenost do te podpore« (Zgonik v Delu 2005: 5) Nekateri izmed njih imajo tudi v načrtu razstave, ki jih bo treba plačati.

³¹ Hočevnar, 2000: 139

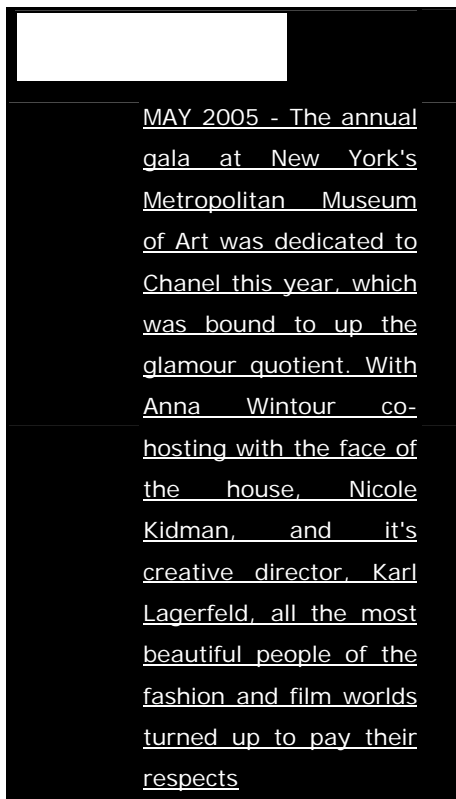
pogumna arhitektura, ki bi oživila mestno jedro. Rešitev propadanja mestnih središč vidi v atrakcijah kot so muzeji, galerije, operne hiše in multikina fantastičnih oblik ob upoštevanju višinske silhuete (po njegovem mnenju je slednja za Ljubljano identitetnega pomena).

Ljubljana je bila že v zgornjem tekstu zanimiv primer za preučevanje njenih prostorov potrošnje, ki so razlog za selitev mnogovrstnih dejavnosti iz nedrja mestnega središča. Preoblikovani vzorci urbane potrošnje in spremembe v identifikaciji prebivalcev pravzaprav tvorijo jedro prizoriščnega prostorjenja (glej Hočevar, 2000: 155), ki se razlikuje v skupku storitev.

Bolj ko prostorske ovire oz. prejšnja nezadostna dostopnost izginjajo, bolj določen segment posameznikov postaja občutljiv za to, kaj dejansko vsebujejo in ponujajo posamezni prostori (Hočevar, 2002: 36).

Poleg že omenjene pomembne zunanje arhitekturne podobe muzeja je v današnjem času skorajda nujno, da združuje tudi druge funkcije poleg klasičnih. Vse več muzejev ima knjigarne, kavarne, trgovine, otroško varstvo z delavnicami itd.. V tujini so muzeji zelo podobni nakupovalnim središčem v smislu, da postajajo mesta v malem. V Ljubljani bi lahko z drugačnimi storitvami npr. vlaganjem v muzeje, ki se vsi bolj ali manj nahajajo v središču mesta, omilili zimzeleno melodijo o propadanju mestnega jedra. Muzeji bi lahko bili dobra alternativa oz. reflektivni urbani kraji (nasproti instrumentalnim prostorom-nakupovalnim centrom) za zadostitev urbane senzibilnosti, ki je produkt reflektivne izbire ali neizbire posameznika (glej Hočevar, 2002: 37). Tudi muzej je lahko prizorišče³², a z globino.

³² Več glej v Hočevar, 2000: 138.



Slika 4.4: Visoka moda izkoristi muzejski prostor: Chanelova kolekcija v Metropolitan Museum of Art, NY (vir: spletna stran British Vogue, 28.5.2005)

4. 6 Muzej – kulturni povezovalec časa in prostora

Doba informatike in novih tehnologij ni ukinila mest, kot so futurologi predvidevali. V bistvu je ravno obratno, smo v najbolj intenzivni fazi urbanizacije, saj je svetovne urbane populacije preko petdeset procentov. Čez približno petindvajset let pa napovedujejo, da bo celo dve tretjini prebivalcev živelo v mestih. Najbrž bodo to megamesta, velike nediferencirane prostorske vsevprek-razširjeno-podaljšane gmote z aglomeracijami različnih funkcij. V tem razširjenem urbanem prostoru bodo pomembni urbani centri in velike zaplate prostora brez indentitete – brezimne konurbacije. (glej Castells v ICOM news, 2001: 6)

Muzeji se uvrščajo med močne simbolno-kulturne institucije, ki se navezujejo na dominantno-centralni prostor; večina muzejev je v središču mesta, kakor je slučaj tudi pri nas. Castells se sprašuje (2001:6), kako in v kakšni obliki lahko postanejo nov izraz urbanega gibanja v svetu, ki mu primanjkuje znakov prostorske identitete. Torej javni prostori bi se lahko opirali na kulturne institucije kot na primer muzej, katerega vloga v rekonstrukciji je zelo pomembna. Tako kot vloga Guggenheimovega muzeja v Bilbao, s svojo neortodoksko arhitekturo, ki ni samo prispeval k urbani preroditvi,

ampak tudi povezal močno lokalno kulturno identiteto z modernizacijskimi projekti z globalno noto.

Castells piše (2001:7), da naša družba niha med instrumentalno hiperkomunikacijo in pomanjkanjem ekspresivne komunikacije; med globalno kakofonijo in lokalno individualizacijo. V tem kontekstu, bi lahko muzeji postali uradni zapisniki komunikacije med različnimi identitetami, s povezovanjem umetnosti, znanosti in človeške izkušnje. Lahko bi bili povezovalci različnih časov, ki bi jih prevajali v vsakdanjo sinhronost z zgodovinsko perspektivo. Kar je najpomembneje, imajo potencial za povezavo globalnih in lokalnih dimenzij identitete, prostora ter lokalne družbe. Podeljena bi jim morala biti podobna vloga na polju kulturnih inovacij kot jo imajo bolnice v medicinskih dosežkih. Lahko so mavzoleji rezervirani za užitke globalne elite ali pa nekaj več – s sprejetjem izziva postati kulturni povezovalci družbe.

5 ANALIZA INTERVJUJEV NA TEMO MUZEJSKI RAZSTAVNI PROSTOR, KAKO GA IZRABITI IN PRITEGNITI OBISKOVALCE

Anketiranci so se navduševali predvsem nad razstavami in muzeji v tujini. Všeč jim je bilo prepletanje klasične postavitve eksponatov z različnimi multimedijskimi pripomočki in uporaba večjezičnih panojev, zloženk ter programov, kar je pripomoglo k večji razumljivosti. Omenjeni so bili: Židovski muzej v Berlinu, Muzej kočij v Remingtonu, Palazzo Grassi z gostujočimi razstavami v Benetkah, Science museum v Londonu, Museo di cinema v Torinu, Tehniški muzej v Münchnu itd.. V vseh teh muzejih je, po mnenju intervjuvancev, postavitve v razstavnem prostoru domišljena priljudno oz. razumljivo, tako da predmeti govore zgodbo (ki je razumljiva tudi mlajšim obiskovalcem) in se rdeča nit razstave ne izgubi. Kot posebna oblika muzejev na prostem, so bili omenjeni tudi skansni, med drugim naš v Rogatcu. Nekaterim intervjuvancem so zanimivi, ker kažejo celostno podobo preteklega življenja (i. e. način gradnje, kulturo). Izmed naših muzejev so vprašani omenili bolnico Franjo, Kobariški muzej, Tehniški muzej, Hišo eksperimentov, Narodni muzej, Moderno galerijo. Kritični so bili do Hiše eksperimentov (arhitektka jo je pohvalila, interaktivnemu oblikovalcu pa se zdi pomilovanja vredna) in Tehniškega muzeja Slovenije (interaktivnega oblikovalca moti nespremenljivost postavitve in nedodelanost).

Izprašane najbolj pritegne, če razstava vzdraži vse čute (kot pravi oblikovalec »da lahko nekaj počnem« ali arhitektka »da te posrka celoten ambient...da se lahko dotikaš predmetov...da ti zastavlja vprašanja« ali bodoči sociolog »sama veličina eksponata«). Skratka, kjer ni zgolj branja (»da je veliko medijev« po interaktivnem oblikovalcu), da je narejena tako dodelano, da jo lahko razumejo tudi otroci (arhitektka pravi, da mora biti predvsem za otroke vključenih veliko medijev, saj skozi igro lažje razumejo, kaj razstava govori).

Sociolog predvideva, da vsako razstavo naredijo optimalno, ki seveda nikoli ni idealna. Poudarja kvaliteto pred kvantiteto. Arhitektka se pridružuje njegovemu mnenju in pove, da se je potrebno zavedati časovne omejenosti. Interaktivni oblikovalec pravi, da pošteno ekshibicijo ni enostavno postaviti. Ni važna le ideja, potrebni so določeni strokovnjaki in predvsem denar. Smiselno zasnovanost je težko domisliti (da bi bila na nivoju tako za odrasle, kot otroke). Razložiti stvari na preprost

način je že od vekomaj komplicirano. Dober približek idealnih razstav se sodelujočim zdijo že zgoraj naštetih razstavnih prostori v muzejih in galerijah.

Arhitektka je izpostavila naslednje elemente, ki se ji zdijo pomembni pri postavitvi razstave: obliko prostora, razsvetljavo, vrstni red postavitve, upoštevati je treba dostopnost za invalide in slepe, informacijske panoje v več jezikih, dodatno infrastrukturo (muzejska kafeterija, trgovina). Ogreva se za veliko maket, saj je večina ljudi vizualnih tipov. Oblikovalec pravi, da je interaktivna tehnologija še v povojih in so se pri konstruiranju inštalacij soočali s problemom, kako peljati neko smiselno zgodbo, kako usmeriti ljudi skozi prostor, kakšne medije uporabiti (z glasbo je npr. problem, ker zahteva veliko produkcije, čipne kode lahko popestrijo dogajanje – nanje se naloži določene podatke, s katerimi si lahko otroci npr. pomagajo pri 'scavenger huntu' za določenim eksponatom in sestavljanju zgodbe). Arhitektka in interaktivni dizajner sta nikalno odgovorila na vprašanje o kakršnihkoli teoretičnih predavanjih v zvezi s postavljanjem razstav. Slednji je interaktivni dizajn študiral v tujini in tam so se ukvarjali s set designom-tj. produkcijo predvsem praktično. Po njegovih besedah je bilo »vse bolj šov«, ker je interaktivna tehnologija še v embrionalni fazi.

Umetnostna zgodovinarica je postavljala razstavo ob stoti obletnici Slovenskega splošnega ženskega društva. Želela je pokazati, kako so se ženske včasih skušale organizirati in prodreti v javno življenje. Prvo je pregledala gradivo, ki ga hrani Zgodovinski arhiv Ljubljana in se na podlagi gradiva odločila, kako bo postavila razstavo (prve so bile predstavljene aktivne predsednice in tajnice društva, nato poklici članic, časopis Ženski svet...). Uporabila je panoje in nekaj eksponatov, ki so simbolizirali prelom 19. in 20. stoletja. Razstavo bi naredila boljše, če bi imela na razpolago denar (tako bi lahko najela tudi arhitekta). Glede na nični vložek, je po njenem mnenju izpadla solidno. Interaktivni dizajner je s sošolci, po strokovni ekskurziji na Japonsko, pripravil razstavo. Na podlagi foto- in filmske dokumentacije so izbrali najboljše, zmontirali v film, ga razrezali na dele in fotografije posortirali po temah, ki so bile pokrite z glasbo. Sestavili so inštalacijo tradicionalne japonske dnevne sobe. Ko se je človek usedel, se je mizica razprla. Na stenah sobe so bile obešene fotografije. Zraven vsake so bile čipne kartice, ki so vsebovale tekst. Lahko se jo je vzelo in položilo na mizico in si ogledalo filmček s spremljajočo glasbo.

Sociolog vidi pomen muzeja v tem, da je s svojo vsebino neke vrste lepilo in izraža narodno identiteto. Shranjevanje predmetov je tradicija, saj vsak nosi zgodbo, ki se lahko razkrije naslednjim generacijam. Ohranjajo kulturno dediščino naroda. Pravi, da

muzejska dejavnost omogoča opazovanje vzporednic in razhajanj v razvoju večih kultur in opozarja/osvešča na zgodovinsko pomembne dogodke-potencialno nevarnost (npr. I., II. svetovna vojna).

Vsi se strinjajo, da bi moralo na tem področju sodelovati več strokovnjakov različnih smeri (odvisno od teme). Na naših tleh bi bila nujna dinamizacija (zbirko prikazovati v ciklih). Dejstvo je, da so naši muzeji in galerije odvisni od števila obiskovalcev, saj jim fundus Ministrstva za kulturo ne zadošča. Intervjuvanci so bili kritični do moči trženja...zakaj pa se, navsezadnje muzeji ne bi tržili kot nakupovalni centri !? Lahko bi bili zasnovani kot tematski parki z močnimi vizualnimi efekti (ki bi bili toliko stimulativni, da bi si tja ponovno želeli priti) in ne preveč obremenjeni s preobilno razlago, tako bi obiskovalci odnesli mnogo več kot pa iz nakupovalnega središča, kjer se vedno hlasta po še in se vedno sproti razočara in ostaja praznih denarnic...zadovoljstva pa ni. Na tej točki se zopet srečamo z dilemo, ki so jo imeli muzeji v preteklosti – ali naj bodo kamni visoke kulture ali namenjenim širšim množicam. Zakaj bi potegovali ločnice? Navsezadnje mercedese danes vse bolj vozijo frizerji...

6 SKLEP

V današnjem času pulzirajočega tempa, različnih prostorov, prizorišč, ki želijo biti reflektivno izbrani, so se spremenile tudi podoba in funkcije muzeja.

Ob rojstvu muzeja, kakršnega poznamo danes, pred okoli dvesto leti nazaj, je bila njegova pozicija *vis-à-vis* javnosti superiorna. Njegova naloga je bila dvigniti raven znanja, privzdigniti obiskovalčev duh in izboljšati okus slednjega; bil je ideja bogatih za malo manj bogate, tistih, ki so vedeli, za tiste, ki jim ni bilo treba vedeti in so bili spoznali. Muzej je bil prostor, kjer se je 'vbijalo v glavo'. V neki točki, ne več kot štirideset let nazaj, so se mesta muzeja in publike obrnila. V novem, še vedno nastajajočem razmerju, je publika tista, ki prevzema vzvišeno pozicijo. Vloga muzeja se vse bolj spreminja iz 'gospostva' v servis, (iz ekskluzivnih v družbeno več-pomenske in -predstavne institucije), ki ga bodo bolj in bolj usmerjale niti javnosti. Razlog za nepompozno detronizacijo muzeja kot suverene institucije pa je predvsem denar. Romantična era nedotakljivega, nerazložljivega, neizpodbitnega in neizrekljivega muzeja je končana. Svet od muzejev zahteva odgovore na težka vprašanja. Zaposleni v muzejih nosijo odgovornost, ki mora biti jasno definirana v okvirih institucije, do javnosti katera jih ocenjuje. Temeljito naj se zamislijo čemu služi njihov muzej; kako določiti njegov uspeh ali polomijo.

Glede na raziskano lahko rečemo, da obstajajo vzvodi s katerimi bi bilo mogoče prevesiti tehtnico na stran muzejev. Pri nas manjka volje in razgibanosti svežih idej. Današnji ljudje so drugačni, drugačnih potreb, kar pa še ne pomeni, da jih stvari ne zanimajo; torej bi se tudi muzeji morali prilagajati sodobnim trendom. V dobi medmrežja muzeji ne morejo biti taki izobraževalci kot nekoč, ko so v njih predstavljali npr. najnovejše izume, lahko pa z všečnim nastopom – mobilizirajo obiskovalčeva čustva tako močno, da se le-ti prično imaginarno identificirati s predstavljenim – sidriščijo posameznikovo identiteto, da le-ta ne izgubi vezi s preteklostjo in drugimi kulturami. Muzeji imajo potencialne, da obiskovalcem promovirajo tolerantnejšo družbo. Vizualna konzumpcija pa je odvisna tudi od fizičnega stanja in zadovoljenostjo vseh njegovih potreb. Če nakupovalna središča prevzemajo nekatere muzejske prvine, bi bil skrajni čas, da se tudi muzeji naučijo nastopati na tržišču. Našim muzejem primanjkuje določenih pritiskov in ponudbe s katero bi lahko marsikoga prepričali, da vikenda ne preživi le v nakupovalnem središču. V tujini to ni slučaj, saj ponekod kljub zviševanju vstopnin zanimanje ne

popušča. Ne živimo več v časih, ko muzej ni spadal med tiste ustanove, ki se ženejo za dobiček. Seveda muzej na začetku ni bil mišljen za komercialne vode, a dejstvo je da postaja gostota obiska pomemben faktor zanj. Torej muzeji oz. razstavniki prostori bi lahko bili primerna protiutež nakupovalnim središčem, ki naj bi bili epicentri sodobnega druženja. Morda se obiskovanost res nagiba v prid slednjim, a v tujini, kot že rečeno, marsikje temu ni tako. Seveda gre levji delež pripisati bolj prazni kot polni mošnji vendar bi lahko glede na bogato kulturno dediščino pokazali mnogo več. Večjo skrb, po našem mnenju, zbuja pomanjkanje idej, ki je očitno povezano z denarjem (ob pomanjkanju bi se, ravno nasprotno, morala pokazati večja inovativnost-pa se ne).

Strinjamo se z Velkavrh Bukilico (2005: 22), ki pravi, da imajo muzeji nedvomen vpliv na skupnost, pomagajo oblikovati skupine in njihovo identiteto, spodbujajo ustvarjalnost, domišljijo in ponos, s tem pa izboljšujejo blaginjo in razpoloženje okolja. Vendar je za to treba najprej neposredno nagovoriti in navdihniti obiskovalca. Celostna podoba muzeja mora poleg svoje kvalitetno-privlačne ponudbe v svoje dogajanje vključiti obiskovalca. Ključ regeneracije muzeja in njegove nove podobe je morda v tem, da v ospredje postavi človeka ter da vsakdanje naredi zanimivo. Tako lahko muzej postane celo neke vrste gonilo mestnega življenja.

Odgovor na vprašanje o smiselnosti muzejev in utemeljenosti njihove prilagoditve lahko temelji tudi na relativno novem konceptu-njihova vloga je vitalnega pomena za oblikovanje zdrave skupnosti. Poleg izobraževalne, upravljalne, javno-servisne vloge lahko nudi tudi prostor varnosti v današnjem atomiziranem in sovražnem okolju. Muzej ostaja eden izmed redkih javnih prostorov, kamor pridejo ljudje različnih ozadij, ki uživajo v kontemplaciji ali socializaciji in izmenjavi mnenj. Muzej predstavlja varno in mirno ozadje za zgoraj naštetih aktivnosti.

Današnje kapitalistično ozadje s krčenjem državne podpore zahteva tudi od muzejev ponovno ocenitev njihove politike in virov dohodka. Magične formule ne prinese privatizacija. Muzeji potrebujejo avtonomijo hkrati s ščepcem zaščite, če želijo ostati verni svoji misiji prezervacije kulturne dediščine in razširjanja njenega pomena. Ameriški model živi na privatnih donacijah, prostovoljcih in direktorjih 'fundraiserjih', ki pa spregleda popisovanje, raziskovanje in restavriranje. Ali naj se vse zbirke prepusti privatnim rokam? Kdo bo garantiral, da se bo kolektivni spomin ohranjal s pomočjo otipljive dediščine? Mogoče bi bila rešitev v neodvisnih fundacijah s subvencijami, pridobljenimi ob specifičnih projektih namesto letne

podpore. Podobno kot pri nizozemskem modelu 'čim dlje od države' («at arm's length» glej Jaklič v Delu, 15.12.2004:10). Kulturni proračun se napaja iz državnih, mestnih in provincialnih prispevkov. Financiranje je štiriletno. O podpori odloča svet za kulturo. Izloča politiko in si prizadeva, da imajo vsi interesenti enake pogoje. Pri nas se je sicer državni prispevek, z rebalansom proračuna, kulturi povečal za poldrugo milijardo in bo v državnem proračunu dosegel 1,97 odstotka, a kljub temu premalo. Preveč imamo ustanov, ki računajo na državno podporo. Veliko muzejev se sooča tudi z vprašanjem ustanoviteljstva. Občine nočejo prevzeti odgovornosti in zato se obrnejo na državo. Pametno bi se bilo potegovati na razpisih EU za denar iz evropske malhe. Delna privatizacija bi po vsej verjetnosti izboljšala kakovost dela in motivacijo zaposlenih.

Pri nas ni konstantne pestre ponudbe odpiranja novih razstav in prenavljanja starih zbirk, saj se na njih prekomerno nabira prah. Tako stanje odvrča od obiska, še tiste, ki radi hodijo po muzejih. Muzeji bi se morali obnašati kot ponudniki, ne kot samozadostne ustanove. V Veliki Britaniji so za direktorja Prirodoslovnega muzeja v Londonu imenovali človeka, ki je bil prej direktor angleškega nakupovalnega središča in po tem zgledu doživeli porast zanimanja za kulturno dediščino (glej Vogel v Delu, 2005: 10). Razstave se morajo prilagajati obiskovalcem in biti prvenstveno namenjene njim. Stalne zbirke bi lahko poživili, da bi izizmenično prikazovali in dali poudarek na posamične tematske sklope. Skratka malo več dinamike; je čas, da se tudi slovenski muzej spremeni v multi-muzej v smislu združevanja večih funkcij kot to počno nakupovalna središča. Nudi naj drugačno paleto storitev kot slednji, naj bo latentno 'akustično' ozadje – zapomnljivo prizorišče. Prostor je dan, potrebno ga je le iznajdljivo odkriti. Da ljudje niso imuni za domiselno izdelano izvedbo ideje v prostoru in njeno dobro promocijo, kažeta tudi obiskanost razstave v Tivoliju in poletna muzejska noč.

Muzeji ne sledijo zgolj svetovnemu razvoju in ne reflektirajo globalizacije. Njihova razširitev je v tesni povezanosti s političnimi faktorji globalizacije, ki dajejo ogrodje sodobnemu svetovnemu redu. Muzej je bil in ostaja epistemološko gledano prostor, v katerem je svet urejen, kjer le-ta, s pomočjo materialnih predmetov, postane (u)resničen, razumljen ter posredovan. Njegova vloga skozi čas zori in ponuja visoko stopnjo konsistence osnovnim strukturam, ki se kažejo v današnjem muzeju. Topogledno prispeva k globalni razpršitvi idej in podob.

Odgovor na vprašanje o perspektivah muzejev in njihovem preživetju v kapitalistično usmerjenem sistemu se po mnenju muzealcev skriva v treh »ch: chairs, charm in children« (Vogel v Delu, 27.6.2005). Po našem mnenju pa tudi v povzemanju idej drugih uspešnih (po privabljanju števila ljudi in s tem posledično denarja, ki je hočemo ali nočemo pomemben faktor za realizacijo idej in v muzeju, razstav) prostorov – v naši nalogi prostorov potrošnje.

VIRI

Adamič, Šutej Jelka in Maja Čakarič (2005) Muzejski vrvež pozno v noč. *Delo*, 20.6.: 1.

Bagnall, Gaynor (2003) »Performance and performativity at heritage sites«.

V *Museum and Society* Vol. 1(2) (2003),

<http://www.le.ac.uk/ms/m&s/m&sframeset.html> (20.2.2005).

Bojc, Saša (2004) Kdo obiskuje slovenske muzeje in galerije. *Delo*, 20.5.:14.

British Vogue: The Chanel Gala, http://www.vogue.co.uk/Gallery/The_Chanel_Gala/ (29.5.2005).

Buckley, Anthony D. (1996): Why not invent the past we display in museums?. V Gaynor Kavanagh (ur.), *Making Histories in Museums*, 42-53 London, New York: Leicester University Press.

Bufon, Zmago (1974): Začetki slovenskega meščanstva v industrijski družbi. V Fran Dominko (ur.), *Zbornik za zgodovino naravoslovja in tehnike*, 117-161 Ljubljana: Slovenska matica.

Bukilica, Vesna Velkavrh (2004) Ljubljana – »ustvarjalno« mesto?. *Ljubljana IX*(11, 12), 22-23.

Castells, Manuel (2001) Museums in the Information Era. *ICOM News* 54 (3), 4-7.

Chomsky, Noam (2005, 1999): Profit pred ljudmi. Sanje, Ljubljana.

DELO, 10.10.2004, *Nedelo*, str. 26, Indijanski lepoteč v belski trdnjavi (S. B.).

Duncan, Carol (1995): *Civilizing rituals: inside public art museums*. Routledge, London in New York.

Hetherington, Kevin (1996): The utopics of social ordering: Stonehenge as a museum without walls. V Sharon Macdonald in Gordon Fyfe (ur.), *Theorizing museums*, 152-176. Oxford in Malden: Blackwell Publishers/The Sociological Review.

Hetherington, Kevin (1998): *Expressions of Identity: Space, Performance, Politics*. SAGE Publications, London.

Hočvar, Marjan (2000): Novi urbani trendi: Prizorišča v mestih-omrežja med mesti. Znanstvena knjižnica FDV, Ljubljana.

Hočvar, Marjan (2002): Ljubljana: Konec ali začetek urbanosti ?. V Drago Kos (ur.), *Sociološke podobe Ljubljane*, 26-42. Ljubljana: FDV.

Jaklič, Tanja (2004) Nizozemska kulturna politika: Čim dlje od države. *Delo*, 15.12.: 10.

Kladnik, Darinka (1998): *Sto muzejev na Slovenskem*. Prešernova družba, Ljubljana.

Kos, Drago (2002): *Praktična sociologija za načrtovalce in urejevalce prostora*. FDV, Ljubljana.

Macdonald, Sharon (1996): Introduction. V Sharon Macdonald in Gordon Fyfe (ur.), *Theorizing museums*, 1-18. Oxford in Malden: Blackwell Publishers/The Sociological Review.

Macdonald, Sharon in Gordon Fyfe, ur. (1996) *Sociological Review: Theorizing museums*, Oxford: Blackwell Publishers.

Mihić, Ante (2005) Hrvati prihvatili kupnju na američki način. *Nacional*, 1.3.: 69-70.

Mikuž, Marjeta (2003): *Pogledi na muzeje v dobi globalizacije*. ISH Publikacije, Ljubljana.

MLADINA, 28.2.2000, povzeto po *The Economist*, str.50-52, Muzejska vročica.

Mljač, Matej (2005) Arhitektura podrejena umetnosti. *Sobotna priloga*, 14.5: 32-33.

- Murphy, Bernice L.** (2004) From Specialist Reference to Social Recognition and Service. *ICOM News* 57 (2), 3.
- Podkrižnik, Mimi** (2005) Slovenska umetnost še vedno noče med množice. *Delo*, 22.2.: 12.
- Pogačnik, Andrej** (2005) Ljubljana: Manhattan ali Salzburg? *Delo*, 11.1.: 5.
- (1994) Slovar slovenskega knjižnega jezika. DZS, Ljubljana.
- Schweibenz, Werner** (2004) The Development of Virtual Museums *ICOM News* 57 (3), 3.
- Slovenski etnografski muzej http://www.etno-muzej.si/razstave_index.php (18.7.2005).
- Suhadolc, Janez** (2005) Umrl je moj Mestni muzej. *Delo*, 9.4.: 6.
- Suhadolnik, Gorazd** (2005) Papež vodnih parkov. *Delo*, 22.4.: 6.
- Štaudohar, Irena** (2005) Tako svet vidijo ptice. *Žurnal*, 27.5.: 50.
- Šutej, Jelka Adamič** (2005) Kje je Petkovškovo pismo? *Delo*, 21.6.: 9.
- Tavčar, Lidija** (2003) : Zgodovinska konstitucija modernega muzeja kot sestavine sodobne civilizacije. ISH Fakulteta za podiplomski študij, Ljubljana.
- Tavzes, Miloš** ur. (2002): Veliki slovar tujk. Cankarjeva založba, Ljubljana.
- Trampuž, Ljerka** (2000) Kako pravilno motiviran obiskovalec ugotovi bistvo razstave. *ARGO* 43 (1), 149-150.
- Trampuž, Ljerka** (2001) Muzej, razstave in obiskovalci. *ARGO* 44 (1), 105-107.
- Tomažič, Agata** (2005) Če ni lepa, tudi zanimanja ne bo pritegnila. *Sobotna priloga* (intervju s fotografom Yann-Arthusom Bertrandom), 21.5.: 20-21.
- Urry, John** (1995): Consuming places. Routledge, London.
- Urry, John** (1996): How societies remember the past. V Sharon Macdonald in Gordon Fyfe, *Theorizing museums*, 45-65. Oxford in Malden: Blackwell Publishers/The Sociological Review
- Uršič, Matjaž** (2002): Veliko mesto malih nakupov - 'To je moje mesto'. V Drago Kos (ur.), *Sociološke podobe Ljubljane*, 62-77. Ljubljana: FDV.
- Vodovnik, Dejan** (2005) V Atlantisu 90 delovnih mest. *Delo*, 20.4.: 6.
- Vodovnik, Dejan** (2005) Atlantis v Ljubljani odprl vrata, jeseni začno graditi drugega v Velenju. *Delo*, 22.4.: 3.
- Vogel, Milan** (2004) Prijazen dom za ljudi in muzejske predmete. *Delo*, 16.12.: 12.
- Vogel, Milan**(2005) V svetu več muzejev zaprejo, kot odprejo. *Delo* (Intervju z dr. Marjeto Mikuž), 27.6.: 10.
- Vrišer, Sergej** (1988) Osnove muzeologije. *Likovni odsevi*, 3-65.
- Weil, Stephen E.** (2002): Making museums matter. Smithsonian books, Washington. Wired New York: MoMA Museum of Modern Art, http://www.wirednewyork.com/museums/moma/moma_sculpture_garden.jpg (27.6.2005).
- Wired New York: MoMA Museum of Modern Art, <http://www.wirednewyork.com/museums/moma/moma2.jpg> (27.6.2005).
- Žerovc, Beti** (2004) Večji koraki na poti k modernemu muzeju. Delo (intervju z muzejsko svetovalko Lidijo Tavčar), 8.9.: 12.
- Zgonik, Alenka** (2005) Tržni zakoni vse bolj veljajo tudi v muzejih. *Delo* (članek prirejen po Le Mondu), 24.1.: 5.
- Zlobec, Marijan** (2005) Fojbiranje umetnosti. *Delo*, 24.1.: 9.

PRILOGE

PRILOGA 1: Prepis intervjuja z bodočim sociologom

PRILOGA 2: Prepis intervjuja z arhitektko

PRILOGA 3: Prepis intervjuja z interaktivnim dizajnerjem

PRILOGA 4: Prepis intervjuja z zgodovinariko

PRILOGA 1: Intervju z bodočim sociologom (obiskovalec)

Zanima me, če si v otroštvu obiskoval muzeje ali ne?

Hodil sem le takrat, ko smo šli s šolo. Spomnim se, da smo v osnovni šoli obiskali Kobarški muzej in Tehniški muzej v Bistri.

Sta te navdušila, če si izrecno omenil ta dva?

Ja, na nek način že. Osebnostno so mi najbolj všeč muzeji tehnične smeri. Ko sem bil otrok, me muzeji niso ne vem kako privlačili. Kulturno-naravoslovne dneve smo jemali bolj za zabavo.

Če bi bili eksponati bolj priljudno postavljeni, npr. celoten zgodovinski potek bolj domišljeno predstavljen, bi te bolj pritegnilo? Ali bi pustilo globji vtis?

Predvidevam, da se v vsakem muzeju potrudijo, da naredijo razstavo optimalno.

No, ja toda kljub temu se vidijo razlike.

Ali se spomniš obiska v Židovskem muzeju v Berlinu?

Seveda. Vse se mi je zdelo predimenzionirano.

Zakaj?

Skorajda preveč stvari je bilo postavljenih na ogled. Všeč so mi bile sicer interaktivne zadeve, kjer si se lahko usedel, poslušal, gledal in izvedel dodatne zanimivosti v večih jezikih. Bilo je dobro poskrbljeno za mlajše .

Kateri muzej ti je bil najbolj všeč?

Najbolj všeč do sedaj mi je bil Tehnični muzej v Münchnu; ni primerljiv z ostalimi, kar sem jih obiskal. Zelo me zanima vojaška zgodovina. Notri so bila predstavljena letala, helikopterji naravne velikosti. Fascinantna je bila več kot 50 m visoka raketa, ki si jo lahko občudoval z večih nadstropij. Impresivno.

Ti je pomembno, da je zraven eksponata pano, ki podrobneje opisuje njegovo zgodovino, namembnost? In da je v različnih jezikih?

Bistveno se mi zdi, da me eksponat pritegne. Vse drugo je sekundarnega pomena. Če me nekaj pritegne, potem seveda je pomembno, da je zraven tabla z dodatnimi informacijami. Če me pa ne zanima, je pa v muzejih takoalitako preveč stvari na kupu, tako da ni možno prebrati vsega. Enostavno preveč informacij na kupu, če bi se vsakemu razstavljenemu predmetu želel enakovredno posvetiti. Bolje je, da je manj eksponatov ali manjši muzej-tematsko ožji, da si lahko vzameš čas in več odneseš. Če je muzej velik ni potrebno, da so zraven panoji s podrobnostmi – z vsemi detajli, važni so eksponati, da fascinirajo.

Kaj meniš o skansnih, ki točno prikažejo, preteklo življenje?

Skanska kot takega nisem imel še prilike obiskati. Na podobno vižo so srednjeveški smnji, predvidevam. Zelo zanimivo. Živo. Kot pa da opazuješ mrtve predmete in besede, ki skušajo orisati preteklost. Zato je v muzejih še toliko bolj pomembno, da so eksponati tematsko povezani in sledijo logičnemu sosledju dogodkov.

Kje vidiš povezavo s sociološkega vidika? Zakaj se tebi zdijo muzeji zanimivi, če sploh?

Sociologija se ukvarja s preučevanjem družbenega reda, ustvarjanjem sožitja, sožitjem med različnimi sloji. Muzej izraža neko skupno zgodovino slovenskega naroda oz., narodov nasploh. Ni več toliko pomembno, kdo je bil glavni akter v preteklosti (z današnjega gledišča) skozi čas je slojevska pripadnost izgubila na ostrini. Muzej je tako s svojo vsebino lepilo, izraža narodno identiteto.

Shranjevanje eksponatov je nekaj naravnega, tradicija. Vsak predmet, ki (naj bi jo nosil) nosi zgodbo, je potrebno ohraniti za naslednje generacije. Če že ne drugega je interesantno skozi nek predmet spoznati, kakšno tehnologijo so ljudje včasih uporabljali.

Muzej izraža eno identiteto posameznika, naroda. Muzeji se mi zdijo pomembni za ohranjanje kulturne dediščine naroda. V materialnih ostankih preteklosti je zapisana duša naroda. Npr. kako je potekal razvoj tehnologije (tudi znanje) tukaj in kako drugje. Muzejska dejavnost omogoča, da opazujemo paralele v razvoju več kultur, hkrati pa tudi razhajanja. Materialni dokazi nam pričajo o stikih kultur. Druga funkcija muzejev je, da opozarja na zgodovinsko pomembne dogodke kot je npr. svetovna vojna. Slike in npr. vojaški material živo pričajo o dogodkih in s tem opozarjajo na potencialno nevarnost. Osvešča ljudi o vojnih grozotah in s tem pozitivno vpliva na pacifikacijo družbe.

Človek z leti začne bolj ceniti določene stvari, zato mislim, da bom intenziviral obiske muzejev.

PRILOGA 2: Intervju z arhitektko (potencialna oblikovalka razstav in obiskovalka muzejev)

Obiskuješ muzeje? Od otroških let?

Če je zanimiva razstava obiščem, če ne pa ne. Kot otrok sem rada hodila na raznovrstne delavnice. Kadar smo šli s šolo, mi je bilo vedno všeč.

Ti je katera razstava prav posebej ostala v spominu? Da te je prijetno presenetila, njena postavitve...?

Od Leonarda da Vinci...joj, preveč jih je. V Benetkah, ko imajo predstavitve sodobne umetnosti (iz vsake države) v paviljonih. Vsak paviljon je presenečenje zase.

...od Dalija v Španiji postavitev slik v njegovi hiši..celoten ambient

...od Aalvarja Alta studio, še vedno živi naprej

Se spomniš npr. Kobariškega muzeja, ki je bil nagrajen?

Bolj slabo se spomnim postavitve, zdi se mi, da mi je bilo všeč. V spominu mi je bolj ostala bolnica Franja.

Kaj meniš o skansnih?

V Skandinaviji so zelo domišljeni. To me zelo zanima, šla bi pogledat tudi v Rogatec, a še nisem imela prilike. Res lahko vidiš način/tip gradnje, pripomočke, način življenja....

Se ti zdi pomembno, da se ohranja, da zveš kaj se je dogajalo v preteklosti? Recimo, ko prideš na eno razstavo, kjer so razpostavljeni eksponati....kaj te pritegne? Kako si predstavljaš tako tebi na kožo pisano razstavo (npr. o arhitektu Alvarju Aalto-u)?

Splošni podatki, biografija, dela. Povezava z sodobno umetnostjo, vzporednice. Na tak način kot so npr. predstavljeni mostiščarji v Narodnem muzeju. Da je zraven predmeta, zemljevid, kje in kdaj so ga našli, opis obdobja...da si ustvariš širšo sliko, da si res lahko zapomniš.

Kaj meniš o uporabi interaktivne tehnologije?

Imam pozitivno mnenje. Predvsem koristna je za predstavitev eksponata otrokom, ki si stvari lažje zapomnijo skozi igro, mogoče jih tako tudi bolj pritegne. Za otroke je, po mojem mnenju takoalitako potrebno ubrati drugo pot, ko osmišljamo razstavo.

Kot tisti muzej v Tamperah (Finska), kjer so otroci skozi makete, računalniško simulacijo in naracijo Muminov (karakter iz njihovih risank) spoznavali zgodovino Finske.

Če bi imela neomejeno denarja za postavitev razstave....

Odvisno od tematike...

Treba je biti pozoren na obliko prostora, razsvetljavo, vrstni red postavitve, invalidom (drugačna vidna perspektiva) in slepim dostopno...vsekakor pa v več jezikih informacijski panoji, saj je na nek način namenjeno tudi tujcem, ki nas skozi kulturno dediščino spoznavajo. Važna je predvsem kvaliteta ne zgolj kvantiteta. Če je preveč, si ne zapomniš in ne ceniš tistega, kar vidiš. Če je razstava predolga, ti stopnja koncentracije pada. Tako da se je pri postavljanju razstave potrebno zavedati neke časovne omejenosti.

Spomnim se razstave aboriginske umetnosti v Cankarjevem domu in za popestritev razstave bi lahko v ozadju igrala njihova tradicionalna glasba, lahko tudi njihova sodobna ob modernejših slikah. Lahko bi bile tudi projekcije narave zraven, da bi

lahko lažje razumeli, zakaj pravzaprav rišejo 's pikicami'. Ne samo da vizualno dojameš sliko, temveč globlje.

Potrebno je dati poudarek tudi na kvalitetno in domiselno oglaševanje in promocijo razstave z natančnimi informacijami. Nepopolne informacije te lahko odvrnejo. Oglaševanje razstav je absolutno premalo intenzivno.

Ali ste na faksu poslušali konkretno teorijo, kako umestiti eksponate v prostor in načrtovati razstave?

Ne na žalost nič konkretnega, vem pa, da je nekaj ljudi pisalo diplomsko nalogo na to temo-postavljanje razstave.

Kaj se najbolj spomniš od Leonarda da Vincija?

Poleg njegovih skic so bili narejeni modeli, tako da si v realnosti videl mehanizme, si lažje predstavljal njihovo delovanje in si morda lažje zapomnil. Fino je, če se da kakšne modele dotikat. Dobiš celostno sliko. Skratka animirat vse čute.

Spomnim se tudi naloge pri da Vinciju, kako bi se ti lotil istega problema; tako je vsak povedal svojo- različno rešitev od drugega za isti problem. Spoznaš, kako lahko na več možnih načinov prideš do iste rešitve.

Ali se ti zdijo vodstva pomemben sestavni del? Ali se ti raje sama sprehodiš ali vzameš vodstvo, če je možnost?

Vodstvo je že v redu, samo velikokrat je prevelika gužva, da ne slišiš. Boljša rešitev so posneta vodstva oz., da so manjše skupine. Ali pa da greš enkrat čez razstavo z vodičem, drugič pa sam, če te zadeva zanima. Če je razstava dobro postavljena, niti ne rabiš vodiča.

Ravno sem se spomnila, da mi je všeč kombinacija muzejske kafeterije in prodajne galerije, kjer prodajajo kopije slik/plakati z razstave. Ali, da gre za neke vrste umetniško galerijo, kjer s sedečega položaja in ob pitju kave opazuješ izobešene slike. Pri nas bi tudi lahko npr. prodajali replike mostiščarskega nakita. Manjka nam muzejskih trgovinic.

Katera tema bi te pritegnila, ti je blizu, da bi načrtovala razstavni prostor?

Več stvari, od umetnika-slikarja, kiparja, fotografa...v bistvu ni je teme, ki je ne bi. Npr. zanimivo bi se mi zdelo sodelovati pri obnovi skansna v Rogatcu. Potrebno je preučiti zgodovinska dejstva.

Fora razstav oz. vsega tega je, da znaš dobro naplesti zgodbo, da je rdeča nit, ki se suvereno vleče od začetka do konca brez konfuznosti. Kot pri arhitekturi-za hišo mora vedno stati zgodba. Ker smo ljudje bolj vizualni tipi oz. lažje dojemamo 3 d prostor, moramo poleg panojev vedno postaviti tudi makete kot npr. pri arhitekturi; pri maketah boš vedno našel največ ljudi.

Ali boš v prihodnosti bolj intenzivno obiskovala muzeje?

Več, več, s tem si izostriš kritični čut.

Pri postavljanju razstave bi moralo sodelovati več strokovnjakov z različnih področij-odvisno od teme. Npr. arhitekti, zgodovinarji, sociologi, pedagogi.... Vendar zopet ne preveč strokovnjakov na kupu, ker potem pride do balasta in se nekako nič ne da zmenit.

Pozdravljam tip razstave kot je hiša poskusov, ki je zanimiva tako za otroke in odrasle. ...pa delavnice, ki naj bodo tudi za odrasle ne zgolj za otroke. Ravno pred kratkim je bila delavnica za izdelavo srebrnega in zlatega nakita za odrasle...vse lepo in prav, a je bila zeloooo draga (vodil jo je znan oblikovalec nakita); poleg tega, da si moral plačati njega, si moral tudi sam kupiti material. Tu bi moralo na pomoč priskočiti npr. ministrstvo, ali dotična ustanova, ki to gosti, ker drugače je pač nesmisel imeti delavnice, če se jih nihče zaradi previsoke cene ne udeleži.

Literatura, ki jo prodajajo ob izidu razstav je ravno tako absolutno predraga. Če bi imeli poleg muzejev tudi kafeterije ali restavracije bi resnično lahko zanimali vse čute s tem, ko bi ponujali 'tematsko obarvano' hrano v skladu s temo razstave (če bi šlo za neko zgodovinsko razstavo).

PRILOGA 3: Intervju z interaktivnim dizajnerjem (že sooblikoval razstave in je hkrati tudi obiskovalec)

Si od majhnega veliko obiskoval muzeje ali ne?

Ko sem bil majhen, sem jih kar nekaj obiskal v spremstvu staršev. Kot tinejdžer si v takem obdobju, ko te to toliko ne interesira, pa še pri nas ni toliko zanimivega za videt. V zadnjem času pa so muzeji postali moja strast. Mogoče zato, ker več potujem. Naši muzeji se mi zdijo precej podpovprečni.

Kateri muzej te je navdušil?

V Torinu-Museo di cinema, večkrat nagrajen, ostal v spominu, je v zelo lepi stavbi; ogromen zvonik, super prostor. Celostna podoba je perfektna. Torino je mesto magije-tudi muzej poskuša biti nekaj mističnega-film kot magija. V več nadstropjih; drugo, tretje nadstropje govorita o razvoju filma in fotografije. Prvi del je tehnični, kjer vse zveš o filmu in fotografiji z Michelangelovo camera obscura v naravni velikosti, veliko eksperimentov lahko sam preizkusiš-tu spoznaš celo zgodbo. Zatem se muzej prelevi v izkušnjo filma z znanimi filmi, postri...na koncu je ogromna kinodvorana , kjer ležiš na tleh in filme producirajo na kupolo. Za piko na i pa v steklen zvonik pelje lift, s katerega si loh ogledaš vsa nadstropja. Skratka vse je do potankosti domišljeno. Londonski Science museum in nizozemski Nemo...

V Science museumu je bila nedavno The great exhibition of pain. Zopet je bil poln nekih interaktivnih stvari; npr. zaprtimi komorami/kioski s 'push me button', katerega si pritisnil in lahko gledal kako so npr. Nemci delali obdukcije na Židih.

Hongkongški zgodovinski muzej; dobesedno podrli stare hiše (celotno mesto) in ponovno sestavili v naravni velikosti v muzejski stavbi.

Všeč so mi muzeji, kjer izkušnja ni samo ena, kjer ni zgolj branja...da je veliko medijev, da je kombinirano. Rad imam lepo zdizajnirane stvari, slikovno bogate, smiselne in da jih lahko domov odnesem. Cd-ji so super samo so redki oz. jih nikjer ni. Če imajo muzeji internetni naslov, prej pogledam, preden obiščem. Npr. Tate Modern- lahko vidiš/ogledaš razstave, ki se dogajajo zgolj on-line-virtualna razstava.

Ti kot interaktivni dizajner, če bi imel neomejen budžet, katera sredstva bi vklopil v razstavo?

Eno pošteno ekshibicijo verjetno ni enostavno postaviti, to dela več ljudi. Najprej je potrebno imeti nek koncept, arhitekta, ki zna usmeriti ljudi skozi prostor. Moraš pogledati, kaj v ta prostor lahko vtakneš, kakšne medije npr. za film bi bila ustrezna projekcija. Lahko imaš kioske, robotke, avdiodele-slušalke, zvočne stebre. Nadalje je pomembno kje bodo ljudje sedeli, kako se bodo gibali, kaj jim boš povedal.

Ali ste pri študiju obravnavali to temo – oprema, postavljanje razstav?

V 1. letniku, v okviru faksa smo šli na Japonsko. Vzeli smo veliko fotoaparatorov in kamer. Ko smo prišli nazaj, smo imeli veliko maso medijskih nosilcev. Zbrali smo najboljše; kratke izseke zmontirali na en film – po temah, film razrezali na dele, fotke posortirali po temah. Teme so bile pokrite z glasbo, filmom in fotografijami. Naredili inštalacijo: japonska dnevna soba z blazinami in mizico, ko si se usedel se je mizica razprla. Okrog so bile obešene fotke na steno: Zraven vsake so bile footnote (kartice za prepoznavanje z vgrajenim čipom) z natisnanim tekstom, lahko si jih vzel in jih dal na mizico (ki je bila dejansko display) in potem se je odrolal filmček s spremljajočo glasbo.

Pri predavanjih niste obravnavali konkretne teorije ?

Obravnavali nismo...

Vse je šov. Naša predavanja...mi smo interaktivno tehnologijo...vse je še v povojih pri nas sploh...spoznavali praktično. Konkretno smo se ukvarjali s set designom, to je produkcija, dirigiraš tasks drugim. Soočali smo se s problemom, kako pri konstruiranju inštalacije peljati neko smiselno zgodbo, da ima neko štreto . Delali smo zanimiv project – zopet s temi čipnimi kartami, vgradili smo jih v lupe za scavenger hunt za otroke (hodili so okrog po prostoru in ko so prišli do slike, so jo poskenirali in se igrali detektive v sestavljanju zgodbe). To bi bilo zanimivo za muzej, da otroke pripraviš do tega, da čimveč spoznajo, da sami iščejo brez preobilnih govoranc.

No, saj ravno v muzejih je važno, da je za otroke v muzejih posebej prirejeno...pri nas bolj slabo razvito.

V tujini imajo to super urejeno, tu nisem videl teh reči. Kot majhnemu mi je vse razložil oče. Zdaj imamo to hišo eksperimentov, ki je pomilovanja vredna.

Londonski Science museum je krasen, tja lahko pripelješ otroke in jih pustiš in grejo sami naokoli...Vse je zelo smiselno zasnovano. Cel muzej je sestavljen za vse, ni posebej za otroke in odrasle. Narejen je pametno, tako da tudi otroci razumejo.

Veliko oddaj po TV in radiu npr. in muzejev na nek način pomiluje otroke, kot da so mentalno na nižjem nivoju, kot da so mali butlji. Seveda drži, da pač vsega ne dojemajo tako kot odrasli samo ni treba iti v ekstreme.

Ja, na preprost način predstaviti stvari je bolj zakomplicirano in večja umetnost kot komplicirana razlaga.

Všeč so mi muzeji, kjer lahko kaj delam...

Kako bi npr. lahko bolj zanimivo naredil razstavo slik?

Če te slike v zaporedju govorijo neko zgodbo, jih je smiselno zložiti v meriran film in ga predstaviti v več manjših zaprtih prostorih v okviru kioskov najbrž. Če so slike zbirka umetniških del...lahko imaš, videl sem že, orodje s katerim si poskušal te slike pokvariti, če ne drugega se ti vtisne v zavest...ali pa da omogočiš ljudem, da si jo odnesejo s sabo, da jo sami poskušajo narisat.

Kaj pa glasba?

Z glasbo je veliko problemov. Zahteva veliko produkcije. Obstajajo sistemi-tehnologije, s katerimi je moč delati razna zvokovna okolja, pokrajine, kamor ti vneseš nabor zvokov in se to naključno integrira v prostoru.

Slike je težko predstaviti, da bi bilo vsem zanimivo...

Ja, koliko je to sploh želja muzejev, pritegniti velike mase ljudi...pri nas mogoče že. Kako pritegniti folk? Zdi se mi, da je Moderna galerija... Kiberpipa uspešna pri tem. V Moderni so vedno neki event, začela je furat nek prepoznaven lifestyle. Če je problem muzejev to, da potrebujejo konstanten obisk...je verjetno smiselneje muzeje zasnovati, tako da so manj izobraževalni, da so bolj tematski parki, kamor greš po neko izkušnjo in te toliko stimulira, da želiš tja ponovno priti. Zbirko, ki jo ima muzej, predstavljaš v ciklih - na pol leta menjaš razstave. Konstantno vabiš ljudi tja. To imajo lepo rešeno v Science museumu v Londonu: enkrat so računalniki na sporedu, drugič medicina... Vse skupaj je treba dinamizirati, sproducirati.... Kam iti po denar?

Ministrstvu za kulturo smo zdizajnirali spletno stran; zasnovan je kot avotironičen portal...narejen kot borza, da ko umetniki rabijo denar, se logirajo na spletno stran in po najhitrejši poti do njega pridejo.

PRILOGA 4: Intervju z umetnostno zgodovinarco (obiskovalka in oblikovalka)

2001 je bila obletnica Slovenskega splošnega društva. Danes so ženske znova izpostavljene na političnem in družbenem področju. Zdelo se mi je primerno to razstavo narediti, da bi pokazala, kako so se ženske včasih organizirale in skušale prodreti v javno življenje...

Kako si se lotila razstave?

Govori o zgodovini društva. Prvo sem pregledala gradivo, ki ga hrani Zgodovinski arhiv Ljubljana in na podlagi gradiva sem se odločila, kako bom postavila razstavo (če pač ne bi bilo nobenega gradiva, je ne bi mogla). Prvo sem izpostavila najbolj aktivne ženske, ki bile predsednice in tajnice društva ter spodbujale ostale. Drugo pa je predstavljal različne poklice teh včlanjenih žensk (poštnih uradnic, zdravnic, gospodinj)... Dejstvo je, da so prevladovale v tem društvu učiteljice; prevladujoč poklic v tem času. Bilo je 11 panojev. Vmes smo postavili tudi vitrine; bile so pri tistih panojih, kjer smo izpostavili posamezne članice – prikazan časopis *Ženski svet*, ki je spodbujal ženske, da so začele drugače razmišljati o izobraževanju, vzgoji otrok, volilni pravici, modi.

Koliko denarja si porabila za to?

Pravzaprav nič. To razstavo bi drugače naredila, če bi imela na razpolago denar. Zagotovo bi se pokonzultirala z arhitektom. Uporabila bi moderne panoje, ki so v bistvu plakati. Bilo bi barvitejše. Drugače sem vse sama skenirala, in lepila na panoje. Razstava je glede na nični vložek denarja dovolj dobro izpadla in bila solidno postavljena.

Ste imeli kakšne eksponate?

Pravih eksponatov ni bilo, zraven smo dali arhivsko gradivo-njihove dokumente, časopise. Da prostor ne bi bil monoton smo obesili zaveso, ki je simbolizirala prelom med 19. in 20. stoletjem, dali zraven stare stole, mizo, sliko in ročno nakvačkan prt; večina žensk se je v tistem času izobraževala na področju obrtništva. Fino bi bilo, če bi imeli še kakšno lutko.

Naredili smo tudi video kaseto, ki pa ni bila v neposredni povezavi z razstavo-no na nek način že – o šolah naših babic. Razstava o njih je bila nekaj let prej samo v

Arhivu republike Slovenije (kot neke vrste drugi del razstave o dekletih in šoli), medtem ko je razstava Dekleta in šola potovala po celi Sloveniji.

Si sodelovala še pri kakšni razstavi?

Sem, pri večih (Dekleta in šola, Šole naših babic, Imeli so dve domovini...). Vendar sem večinoma pisala uvodne članke in pripravljala gradivo.

Kateri muzej ti je najbolj ostal v spominu?

Všeč so mi predvsem tisti, ki vabijo obiskovalce, da aktivno sodelujejo (npr. Hiša eksperimentov v San Franciscu in Parizu). Židovski muzej v Berlinu je bil zelo barvit, tudi gostujoče razstave v Palazzo Grassi o Majih, Etruščanih etc. v Benetkah, ki so v primerjavi z Židovskim precej minimalistične a kljub temu učinkovite. Židovski muzej obiskovalca nenehno 'sprašuje', medtem ko v Palazzo Grassi razstava bolj govori neko zgodbo, ki ji ti slediš; imajo odlične knjižice, ki niso katalogi in če tisto na koncu prebereš, ko si ogledaš razstavo, si zapomniš za vse življenje. Spomnim se tudi kvalitetne razstave v Muzeju kočij v Remingtonu (Kanada); ni bila dolgočasna, kljub neprenehno ponavljajoči se temi in obsežnosti.