

UNIVERZA V LJUBLJANI

FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

TANJA PETELINŠEK

MENTORICA: asist. dr. Maruša Pušnik

MUZEJ KOT MEDIJ: SLOVENSKI ETNOGRAFSKI

MUZEJ IN NACIONALNA IDENTITETA

DIPLOMSKO DELO

LJUBLJANA 2007



IZJAVA O AVTORSTVU diplomskega dela

Spodaj podpisani/-a TANJA PETELINJEK, z vpisno številko 21017025,
rojen/-a 21.03.1981 v kraju Čelji, sem avtor/-ica diplomskega dela z naslovom:
MUZEJ KOT MEDIJSKI SLOVENSKI ETNOGRAFSKI MUZEJ IN
NACIONALNA IDENTIČETA

S svojim podpisom zagotavljam, da:

- je predloženo diplomsko delo izključno rezultat mojega lastnega raziskovalnega dela;
- sem poskrbel/-a, da so dela in mnenja drugih avtorjev oz. avtoric, ki jih uporabljam v predloženem delu, navedena oz. citirana v skladu s fakultetnimi navodili;
- sem poskrbel/-a, da so vsa dela in mnenja drugih avtorjev oz. avtoric navedena v seznamu virov, ki je sestavni element predloženega dela in je zapisan v skladu s fakultetnimi navodili;
- sem pridobil/-a vsa dovoljenja za uporabo avtorskih del, ki so v celoti prenesena v predloženo delo in sem to tudi jasno zapisal/-a v predloženem delu;
- se zavedam, da je plagiatstvo – predstavljanje tujih del, bodisi v obliki citata bodisi v obliki skoraj dobesednega parafraziranja bodisi v grafični obliki, s katerim so tuje misli oz. ideje predstavljene kot moje lastne – kaznivo po zakonu (Zakon o avtorstvu in sorodnih pravicah, Uradni list RS št. 21/95), prekršek pa podleže tudi ukrepom Fakultete za družbene vede v skladu z njenimi pravili;
- se zavedam posledic, ki jih dokazano plagiatstvo lahko predstavlja za predloženo delo in za moj status na Fakulteti za družbene vede;
- je elektronska oblika identična s tiskano obliko diplomskega dela ter soglašam z objavo diplomskega dela v zbirki »Dela FDV«.

V Ljubljani, dne 25.9.2007

Podpis avtorja/-ice: Tanja Petelinjek

MUZEJ KOT MEDIJ: SLOVENSKI ETNOGRAFSKI MUZEJ IN NACIONALNA IDENTITETA

Diplomsko delo predstavlja delovanje muzeja kot medija v sodobnosti. Prikazuje spreminjanje muzejskih praks od tradicionalnega muzeja k modernemu. Osredotočam se tudi na vlogo, ki jo ima muzej pri predstavljanju in oblikovanju nacionalne identitete. V diplomskem delu predstavim zgodovinski razvoj muzeja in njegovo povezavo z nacionalno identiteto. Muzej opredelim kot vezni člen med prostorom in časom, ker je muzej prostor, ki veže preteklost in sedanost. Nakažem prve spremembe v muzejskem prostoru in vlogo muzejske reprezentacije, kajti muzeji so prostori, ki si prilagodijo interpretacije razstavljenih predmetov. Podrobno razložim kako muzej kot medij deluje v moderni dobi in katere sodobne tehnike uporablja pri reprezentaciji razstav. Sledi študija primera, ki se nanaša na Slovenski etnografski muzej. Preko stalne razstave Slovenskega etnografskega muzeja *Med naravo in kulturo* preučujem kako muzej kot medij predstavlja slovensko nacionalno identiteto in katerih sodobnih tehnik se pri tem poslužuje. Sledi poskus ovrednotenja, ali ga pojmuje kot moderen muzej. Ugotovim, da Slovenski etnografski muzej plete srednjo pot med tradicijo in sodobnostjo.

KLJUČNE BESEDE: muzej, reprezentacija, medij, Slovenski etnografski muzej, slovenska nacionalna identiteta.

MUSEUM AS MEDIA: SLOVENIAN ETNOGRAPHIC MUSEUM AND NATIONAL IDENTITY

This thesis represents the functioning of a museum as a contemporary media. It shows the changing of museum practices starting from the traditional to the modern-ones. It focuses also to the role the museum has it with the presenting and modelling the national identity. In the thesis, there is a binding element between time and space – the museum is a space, which binds together past and present. There are also shown the first changes in the museum space and a part of museum presentation, for the museums are the spaces which adjust themselves to the interpretation of the exposed objects at the exhibition. It is being explained into the details how the museum as a media functions in the modern age and which contemporary techniques are being used while representing the exhibitions. There is also a study case of Slovenian ethnographic museum. The regular exhibition of Slovenian ethnographic museum *Med naravo in kulturo* is being studied how a museum as a media represents slovenian national identity and which contemporary techniques uses. There is an experiment of evaluation if it is being named as a modern museum. It is being realised that Slovenian ethnographical museum creates a half way between tradition and contemporarity.

KEY WORDS: museum, representation, media, Slovenian ethnographic museum, slovenian national identity.

KAZALO

1. UVOD.....	6
2. OPREDELITEV MUZEJA.....	9
2.1 Nastanek muzejev.....	10
2.2 Razvoj muzejev na slovenskih tleh.....	11
2.3 Koncept Etnografskega muzeja.....	13
2.4 Muzej, narod in nacionalna identiteta.....	15
3. SMISEL PROSTORA, ČAS IN VLOGA MUZEJA.....	17
3.1 Pomen reprezentacije v muzejskem prostoru.....	18
3.2 Muzej kot političen prostor.....	20
4. MUZEJ V MODERNI DOBI.....	21
4.1 Vpliv globalizacije na muzej.....	23
4.2 Politika muzejskega zbiranja.....	24
4.3 Muzej kot posrednik/medij med preteklostjo in sedanjostjo	25
4.4 Muzejske informacije in muzejska tehnologija.....	27
5. ŠTUDIJA PRIMERA: Slovenski etnografski muzej in nacionalna identiteta.....	29
5.1 Zgodovina slovenskega etnografskega muzeja.....	29
5.2 Oblikovanje slovenske nacionalne identitete in vloga Slovenskega etnografskega muzeja.....	31
5.3 Slovenski etnografski muzej kot medij-posredovalec slovenske nacionalne identitete.....	33
5.4 Uporaba sodobnih tehnologij v stalni razstavi Slovenskega etnografskega muzeja <i>Med naravo in kulturo</i>	40
6. SKLEP.....	48
7. LITERATURA IN VIRI.....	51

KAZALO SLIK

Slika 5.3.1: Primer slovenske ljudske noše	34
Slika 5.3.2: Primeri pokrival skozi stoletja.....	36
Slika 5.3.3: Primer Gasparijevih jaslí iz leta 1921.....	37
Slika 5.3.4: Primer žive muzejske dejavnosti, lončarstva.....	39
Slika 5.4.1: Primer sodobno ukrivljenega zaslona z gibljivo sliko, zvokom in primerno osvetlitvijo.....	42
Slika 5.4.2: Primer uporabe avdiovizualij pri opisu rabe in pomenu morskega drevaka.....	43
Slika 5.4.3: Primer talnih oken.....	44
Slika 5.4.5: Primer kolaža Gojeni ekosistemi.....	45
Slika 5.4.6: Primer kolaža pustovanje.....	46
Slika 5.4.7: Primer Etnoabecedaja.....	47

1. UVOD

Živimo v družbi, katere razpoznavni znak je računalniška tehnologija, v vlogi »osnovne proizvajalne sile«, kot pravi Haralambos (1999: 917), pa sta proizvodnja in menjava znanja, ki ga je možno prodajati. Uspešnost družbe pa se kaže predvsem s količino prodanega. V to družbo so vključeni tudi muzeji, ki so morali temeljito spremeniti svoje prvotne koncepte, če so hoteli preživeti.

Muzeji so kot časovni stroji, ki pripovedujejo zgodbe iz preteklosti. Polni so kulturnih zakladov, ki so posledica različnih kulturnih tradicij in tako predstavljajo identiteto določenih ljudi. Preteklost tako igra pomembno vlogo v dajanju smisla identiteti. Muzeji so ustanove, ki legitimizirajo nacionalne simbole preko zbirk muzejskih predmetov in njihovega predstavljanja javnostim zlasti v obliki razstav, publikacij in dogodkov, ki se navezujejo na vsebine muzejev. So se dandanes znašli v krizi? Da. Še posebej manjši muzeji izven velikih svetovnih in evropskih središč. Ljudje smo naveličani starih tradicionalnih postavitev, ki so se skozi stoletja spreminjala le s kozmičnimi oziroma tako imenovanimi »strokovnimi« dopolnitvami, ki danes sodijo le še v zgodovino muzejstva. Od muzejev pričakujemo spremembe, pogrešamo njihovo živahnost, pogrešamo dotik razstavljenega predmeta. Hočemo, da so atrakcija, da nas zabavajo in popeljejo skozi labirint skupne preteklosti.

Veliki muzeji so privlačni za množice že zaradi bogastva in posebnih umetnin, ki jih hranijo. Manjši muzeji, pa razen zbirk kulturne dediščine, ki sodijo med vrhunska umetniška dela ali dokaze skupne preteklosti, nimajo česa ponuditi s sodobno tehnologijo razvajenim obiskovalcem. Če hočejo preživeti, potrebujejo nov pristop in novo vsebino. V diplomskem delu raziskujem spreminjanje od tradicionalnega k sodobnemu, modernemu muzeju. Konec je časov, v katerih so bili muzeji »sveti kraji«, kjer se ni smelo glasno govoriti, smejati ali celo gibati, kaj šele zabavati. Zdaj morajo, če želijo preživeti, muzeji postati živi predstavljalci preteklosti, kajti imajo ogromno znanja in materiala o njej. Danes je cenjeno predvsem to, da na zabaven način obiskovalce popeljejo v preteklost kraja, zgodovinskega dogajanja ali na mesto samega dogodka. Muzejske razstave, če želijo pritegniti pozornost, morajo postati živ dogodek, prireditev in s tem razlog za obisk muzeja. Muzej je danes vpet v trende, ki jih

narekujejo mediji in potrošna kultura. Če hoče preživeti, mora v prvi vrsti spoznati potrebe obiskovalcev. Ponuditi jim mora sodobne razstave, ki temeljijo na znanosti, kulturi in zabavi. Postati mora multikulturni center, kjer lahko preživimo dan in se zabavamo.

Nov potrošniško usmerjen kapitalistični svet, v katerega je zajeta tudi slovenska družba, nam je prinesel nove tržne zakonitosti tudi na področju kulture. Zavedati se je potrebno, da obiskovalcev ni moč več pridobiti s klasičnimi muzejskimi postavitvami, kjer kraljujejo posamezni »mrtvi predmeti«, iztrgani iz konteksta zgodovinskega dogajanja, temveč jim je potrebno ponuditi nekaj novega, predvsem pa zanimivega in razburljivega. Razstave morajo biti postavljene za običajne obiskovalce, ne le za strokovnjake. Hote ali ne, so muzeji izgubili vlogo lepega kraja, z mrtvimi predmeti v vitrini, ki so na tak način postali le predmeti, ki so jih nekoč ljudje uporabljali v vsakdanjem življenju, in kot taki le pripomočki pri prikazu tega nekdanjega življenja.

Na slovenskih tleh bomo morali narediti še veliko, preden se bomo lahko v celoti odrekli preživetemu mišljenju o vlogi in nalogi muzejev. Muzeji bodo še naprej zbirali predmete preteklosti in s tem obdržali dosedanjo vlogo, toda pri razstavah preteklosti predmet danes ne more in ne sme biti več v središču pozornosti, kot zgolj objekt v vitrini, zaščiten pred obiskovalcem. S tem, ko damo predmet v vitrino, da ga zaščitimo pred erozijo časa, ga iztrgamo iz funkcionalnega okolja, naredimo ga pustega in nezanimivega. Živ muzej je muzej zgodb iz preteklosti, živ medij, ki zabava in preseneča obiskovalce. Zgodbe, ki jih posreduje in pripoveduje, morajo biti dovolj atraktivne, da pritegnejo pozornost obiskovalcev.

Le kako naj obiskovalec ve, zakaj so gorela mesta ali kako so se širile kužne bolezni, če mu muzejska zgodba tega ne pove, niti mu ne ponudi širšega konteksta nekega zgodovinskega dogajanja. Da muzejska razstava lahko danes uspe, mora govoriti sama zase, brez vodičev in razlagalcev, obiskovalci morajo preko svojih čutil zaznati preteklost, jo videti, slišati, vonjati in celo otipati. S pomočjo razstavljenih predmetov morajo zaznati smrad ali dišave srednjeveških mest, na lastnih ramenih občutiti težo srednjeveškega oklepa, ki jih bo tiščal k tlom, čelada z ozkim vizirjem pa jim bo povzročala klavstrofobijo. Razstavljeni predmeti morajo živeti, če želijo pritegniti pozornost. Muzej lahko tako obiskovalcem ponudi živo preteklo življenje, življenje, ki ga ne more ponuditi noben drug medij. Je časovni stroj, ki obiskovalce za uro ali dve postavi v čas pred tristo, tisoč ali več leti. Obiskovalci se lahko sproščeno in neobremenjeno soočijo s preteklostjo svojih prednikov in hkrati analizirajo

sedanjost ter mislijo o prihodnosti. Moderni muzej, če hoče preživeti, mora postati živ muzej. S pomočjo sodobne muzejske tehnologije, muzejskih delavnic, dogodkov, koncertov, pa mora pritegniti obiskovalce k svoji razstavi.

Cilji in raziskovalna vprašanja diplomskega dela so: prikazati, kako muzej s pomočjo sodobnih tehnologij deluje kot medij, predstaviti razlike med tradicionalnim in modernim muzejem, predstaviti delovanje muzeja kot veznega člana med prostorom in časom ter prikazati vlogo muzeja pri predstavljanju in oblikovanju nacionalnih identitet. Pri tem izhajam iz teze, da Slovenski etnografski muzej kot medij, s pomočjo sodobnih tehnik, uspešno reprezentira slovensko nacionalno identiteto in da ga posledično lahko pojmuje kot moderen muzej. Študija primera se nanaša na Slovenski etnografski muzej, ker je ta zelo primeren za predstavitev njegove vloge pri oblikovanju in gradnji slovenske nacionalne identitete, poleg tega pa muzej pri predstavitvi le-te, uspešno uporablja moderne tehnike. V analizi se opiram na kvalitativne raziskovalne metode, kot sta terensko delo opazovanja z udeležbo v muzeju in tekstualna analiza.

Diplomska naloga je sestavljena iz štirih delov. V prvem poglavju prikažem zgodovinski razvoj muzeja ter njegovo vlogo pri oblikovanju in posredovanju nacionalnih identitet. V drugem poglavju na muzej gledam kot na povezovalca časa in prostora, prikažem spremembe, ki so se zgodile v reprezentaciji muzejskih predmetov, ter spremembe, ki so se zgodile v samem muzejskem prostoru. Tretje poglavje je namenjeno muzeju v moderni dobi. Že na prvi pogled se danes zdi očitno, da tradicionalne oblike muzejskega razstavljanja predmetov s samim ogledovanjem ne pritegnejo več pozornosti obiskovalcev. V tem poglavju bom prikazala spremembe, ki se danes vršijo v muzejih, da bi le-ti postali prostori, kjer lahko ljudje preživijo dan in se zabavajo. Prikazala bom, da je na spremembe v muzejskem razstavljanju vplivala globalizacija, ki je prinesla nove tehnološke inovacije in posledično zahtevnejše uporabnike le teh. Sledila bo predstavitev muzeja kot medija, ki preko razstav, kot reprezentacijskih sistemov, posreduje lastno sporočilo. Lotim se tudi predstavitve sodobnih tehnik, ki se jih poslužuje muzej v svojih razstavah. Predstavila bom študijo primera, ki temelji na Slovenskem etnografskem muzeju. Raziskovala bom, kako se je Slovenski etnografski muzej razvijal skozi zgodovino, kako se konstituira kot medij, kakšno vlogo ima pri predstavitvi slovenske nacionalne identitete, katere sodobne tehnologije uporablja v predstavitvi le-te in na koncu, ali ga lahko označimo za moderni muzej

2. OPREDELITEV MUZEJA

»Muzeji obstajajo z namenom, da pridobivajo, varujejo, ohranjajo in razstavljajo predmete, artefakte in umetniška dela različnih vrst« (Vergo 1993: 41). Starejša definicija muzeja vsebuje dva pomena. Po eni strani je muzej označen kot »mitološki prostor, v katerem je nastanjenih devet boginj poezije, glasbe in svobodne umetnosti«, torej kot prostor, v katerem prebivajo Muze (Findlen 1989: 60). Po drugi strani pa se pojem muzej nanaša na Aleksandrino knjižnico, ki je prvotno bila javno mesto, namenjeno raziskovanju in izobraževanju, ne pa zbiranju in razstavljanju umetnin (Findlen 1989: 60-2). Leta 1989 pa se je v večini držav ustalila ICOM-ova¹ definicija muzeja, ki se glasi, da je muzej neprofitna, stalna ustanova v službi družbe in njenega razvoja, odprta javnosti, ki zaradi preučevanja, izobraževanja in razvedrila pridobiva, hrani, raziskuje, komunicira in razstavlja materialne dokaze o ljudeh in njihovem okolju (glej Murphy 2004: 3). ICOM oz. Mednarodni svet muzejev je nevladna organizacija, ki ima nesporno globalno avtoriteto na muzejskem področju.

Ne glede na to, da beseda »muzej« pomeni različne stvari za različne ljudi, pa se njegove funkcije, kot jih opredeljujejo različne definicije, ne razlikujejo. Muzej služi za:

- a) ohranjanje standardov in vrednot določene civilizacije ter za demonstracijo človeških dosežkov v umetnosti in znanosti;
- b) predstavitev zgodovinskega izvora ljudi;
- c) predstavitev človeškega izvora, zgodovine in dosežkov na lokalni in regionalni ravni;
- d) poimenovanje stvari s, čimer pripomore k izobrazbi ter širši uporabi terminov;
- e) zagotavljanje pomembnih zbirk, ki so osnova za nadaljnje študije in težnja za novim znanjem.

¹ International Council of Museums je vodilna mednarodna, neprofitna in nevladna organizacija, ki povezuje muzeje vseh vrst in disciplin v svetovno komunikacijsko mrežo. Šteje več kot 21.000 članov muzejev iz 140 držav, ki sodelujejo v 115 nacionalnih in 30 mednarodnih odborih, ki so oblikovani po vsebinah muzejskega dela. Povezana je s 14 mednarodnimi organizacijami. Ustanovljena je bila leta 1946. Vzdržuje formalne odnose z UNESCO-m, ima status svetovalca pri OZN za ekonomske in socialne zadeve. ICOM predstavlja most med člani mednarodnih odborov in ostalimi člani. Posveča se ohranjanju, razvoju in posredovanju vedenj o svetovni naravni in kulturni dediščini.

2.1 Nastanek muzejev

Zgodovina muzejstva se začne mnogo prej, preden so se pojavile stavbe, v katerih so ljudje zbirali in hranili dragocene predmete in redke najdbe, ki dobijo uradno ime muzej. V klasični Grčiji so namesto besede muzej uporabljali besedo *tesauros*, kar pomeni zaklad, zakladnice pa so bile ene izmed najstarejših oblik zbiranja. Korak naprej v razvoju muzeja je pomenila ustanovitev *museion*a v Aleksandriji v 3. stoletju pred našim štetjem. Šlo je za znanstveno ustanovo z inštituti, knjižnico, zbirkami umetnosti itd. V starem Rimu so imeli cesarji v svojih palačah posebne dvorane, namenjene umetnikom. Med zbiralce uvrščamo tudi vojskovodje, ki so v svojih zbirkah prikazovali naropane dragocenosti z vojnih pohodov. Iz srednjega veka poznamo zakladnice v cerkvah in samostanih ter v vladarskih hišah.

Odkritja novih dežel, potovanja, izkopavanja antičnih spomenikov in iznajdbe so bili vzpodbujevalci zbiranja v 14. in 15. stoletju. Nastala je *Zbirka čudes*, ki je v zgodovini muzejev znana pod nemškim imenom *Wunderkammer* (Vrišer 1988). O muzejih lahko govorimo kot o »orodjih«, ki so jih, historično gledano, najprej uporabljali nosilci družbene moči: avtokracija, teokracija, kraljestva, imperiji za razkazovanje svojega družbenega statusa s pomočjo opredmetenih simbolov, s katerimi so prikazovali svojo moč. Predmeti, ki so bili razstavljeni v tej funkciji, so bili plod intenzivnega, specializiranega dela, raritete in luksuzni predmeti, torej predmeti, ki so nastali pod okriljem bogatih družb. Povečevanje vladarjev, praznovanja njihovih smrti in njihova moč, je morala biti konstantno na očeh javnosti (Olmi 1985). Muzejske zbirke niso vsebovale predmetov »navadnih« ljudi. Zbirke predmetov so bile podrejene elitnemu svetu, bile so simbol bogastva, znanja in moči v družbi, s katerimi je elita nagovarjala tiste družbene skupine, ki so bile v vrhu hierarhije (Kaplan 1996: 5). Muzeji torej niso bili prostori, namenjeni širši javnosti, ampak samo premožnejšim. V primeru, da so bili muzeji zgrajeni z namenom, da izobražujejo, razvijajo in pospešujejo razpravo, posredujejo znanost, je bil njihov dostop družbeno omejen. V takratni družbi pa so veljali le tisti ljudje, ki so imeli dovolj lastnine.

S francosko revolucijo l. 1789 se zgodi odločilen premik v zgodovini muzejev, pride do preureditve družbenega prostora muzeja, na katero vpliva pojav nove meščanske sfere.

Umetnost in kultura po Habermasu (1989) ustvarita novo »reprezentativno javnost«, ki postane odgovorna za razvoj novih institucij in praks. Proti koncu 18. stoletja pride do delitve med državo in dvorom na eni strani in ločitvijo civilne družbe ter zasebne sfere na drugi. Pojavijo se nove oblike literature, nova umetnost in nove kulturne institucije, v katerih se zbirajo ljudje. Leta 1750 se odpre prvi javni muzej v palači Luxemburg v Parizu. V Louvru pa l. 1793 odprejo veliko umetniško galerijo, ki kasneje postane nekakšna osrednja svetovna muzejska institucija.

V 19. stoletju beležimo pospešen razvoj »drugačnih« muzejev, kar je bila posledica vključenosti celotne družbe v vladajočo politiko. Nov koncept muzeja odpre vrata muzeja širši javnosti. Kot pravi Riley (1988), se odprejo možnosti, ki celo ženskam, ki prej niso imele dostopa v javno in politično življenje, omogočijo vstop v javne sfere. Muzeje podprejo predstavniki srednjega razreda, ki pridejo do moči z razvojem industrije in trgovine. Zabeležimo nove eksponate s področja likovne umetnosti in arheologije ter nove izkopanine in preučevanja spomenikov v Grčiji in Egiptu. Pod vplivom razvoja znanosti, razširjanja pismenosti in tiska se ljudje vse bolj pričnejo zavedati lastne materialne in duhovne kulture, zato se posledično razvijajo etnološki in narodni muzeji (Vrišer 1988: 6).

V 20. stoletju pa dobijo muzeji odločilno družbeno vlogo. Postanejo deležni širokega zanimanja, niso več privilegij manjšine v družbi, ampak tudi učilišča za široke množice. Izgubi se monopol nad vstopom, lastnino in razstavljanjem simbolov moči. Muzeji postanejo gostitelji različnih idej in vsebin, hkrati pa tudi tiste ustanove, ki opogumljajo široko in družbeno zelo različno javnost, da dostopi do v muzejih uskladiščenega znanja. V povojnih desetletjih se oblikuje današnja oblika muzeja. Uveljavi se prožnejši model ustanove, ki zbira, preučuje, varuje in dokumentira zbrano gradivo, vendar je s svojo interdisciplinarnostjo, analitičnimi pogledi in celostnimi prikazi družbenega razvoja bližja neke vrste kulturnemu središču.

2.2 Razvoj muzejev na slovenskih tleh

Kot pravi Peter Radics (1910: 97–104), med predhodnike muzejstva na Slovenskem uvrščamo Janeza Vajkarda Valvazorja, ter njegove velike in bogate zbirke, ki še dandanes niso v celoti poznane. Njegova zbirka je obsegala več kot deset tisoč knjig, grafike tujih mojstrov, numizmatično zbirko in zbirko starin. Že Valvazorjev zapis: «Gola večnost me je vodila ne le po Evropi, ampak nekaj let celo po Afriki daleč naokoli, da sem se gnal za prirodnimi znanostmi» (v Rupel 1969: 496), nakazuje, da je na teh potovanjih začel nastajati naravoslovni del zbirke, najbrž pa tudi njegova izjemna zbirka bakrorezov. Zagotovo pa se v maniri svojega časa in v skladu s svojimi interesi, ki jih je izkazoval v svojih delih, ni odrekel zbiranju eksotičnih zanimivosti in posebnosti, ne doma in ne na tujem. Sicer pa je iz Valvazorjevega življenjepisa razvidno, da so njegova potovanja, ki za tedanje plemiče niso bila nenavadna, trajala precej več kot desetletje, v obdobju med letom 1659 do 1672. Osemnajstletnega Valvazorja so pota najprej vodila po Nemškem, nato pa z izjemo udeležbe v vojnah proti Turkom, še v Italijo, Afriko in nazadnje v Francijo. Ko se je kasneje ustalil na svojem gradu Bogenšperk, se je usmerjal na številna študijska popotovanja po Kranjski, zavil pa je tudi na Štajersko, Koroško, v Istro itd. (Radics 1910: 91–92; Horvat 1994: 17–18; Rupel 1969: 496). Jasna Horvat meni, da je bila Valvazorjeva zbirka na Bogenšperku »značilna za tedanjo stopnjo zbirateljstva, kjer je lastnik polihistorško združeval eksponate z vseh mogočih področij in vsakovrstne redkosti in posebnosti« (Horvat 1994: 18).

Leta 1821 nastane prva poklicna muzejska institucija na Slovenskem – Kranjski deželni muzej v Ljubljani. Nastane na pobudo skupine razsvetljencev, predstavnikov takratne meščanske družbe, ki je temeljila na racionalistični spoznavni teoriji in empirizmu, vodil pa jo je baron Žiga Zois. Razmišljali so o pomenu muzeja kot varuha opredmetene narodne kulture in narave ter s tem kot najboljšega predstavnika slovenske narodne biti in samozavesti (Rogelj Škafar 1995: 213). Kranjski deželni muzej v Ljubljani je združeval vse, kar je ustvarila narava ali človeška roka. Spomine in usodo dežele ter zasluge njenih prebivalcev, kot je to opisal Petru, torej zgodovino, statistiko, prirodoslovje, tehnologijo, fiziko in matematiko, ljudske pripovedi, pravljice, ljudske pesmi, opise navad in šeg, ki so bile v navadi pri Kranjcih (Petru 1971).

Po nekaj desetletjih so muzeji pričeli nastajati tudi drugod po Sloveniji: v Celju l. 1882, v Kamniku l. 1893, istega leta tudi muzej v Ptuj in l. 1882 še šolski muzej v Ljubljani. Takratni muzeji so bili odvisni od ljubiteljev, nepoklicnih muzealcev. Po prvi svetovni vojni pa pride do prebujanja muzejske dejavnosti in do prvih začetkov bolj natančnega zbiranja. Med obema vojnama, med leti 1918 in 1941 se Kranjski muzej preimenuje v Narodni muzej. Leta 1928 se ustanovi Narodna galerija v Ljubljani, leta 1935 pa še ljubljanski Mestni muzej. Nastanejo nova muzejska društva, kulturni delavci pa imajo vse večji vpliv. Po letu 1947 se je število muzejev še povečalo. Leta 1947 je bila ustanovljena še Moderna galerija, ki je posvečena sodobni umetnosti in je kot taka varuhinja najpomembnejših slovenskih likovnih stvaritev novejšega časa. Sledi še nastanek drugih vrst muzejev, ki so imeli individualnejše profile, natančno določeno področje zbiranja in preučevanja, izoblikovale so se tudi specializirane zbirke.

2.3 Koncept etnografskega muzeja

Do 19. stoletja je bila večina predmetov, ki jih danes imenujemo »etnografski«, zbrana naključno. Preden so bili označeni kot etnografski in shranjeni znotraj etnografskega muzeja ali oddelka, je bilo šele potrebno razviti znanost, ki jih je bila sposobna identificirati kot etnografske. Razviti je bilo potrebno nov sistem klasifikacij in vzrokov, zakaj sploh zbirati. Med drugim tudi povezovanje etnografskih, etnoloških ter drugih muzejskih zbirk proti koncu 19. stoletja pripelje do ustanovitve nove družbene znanosti, antropologije. Razvoj antropologije kot akademske discipline je postal povod za razvoj etnografskih oddelkov v muzejih. V etnografskem muzeju namreč prevladuje kvalifikacijski sistem, ki temelji na geografski in družbeni razsežnosti. Predmeti, ki se nahajajo v etnografskem muzeju, zbirkah, so največkrat precej starejšega izvora.

Kadar govorimo o etnografskem muzeju ali etnografski razstavi, poudarjamo tako razstavne predmete kot materialno kulturo ljudi, ki so jih ustvarili. Etnografski muzeji ustvarjajo različne oblike reprezentacij in mobilizirajo različne klasifikacijske sisteme, ki temeljijo na antropoloških teorijah in etnografskih razstavah. O etnografskem muzeju moramo vedeti, da ne odraža naravnih razlikovanj, ampak služi bolj za oblikovanje kulture, ki doseže svoj vrh, kadar jo pogledamo skozi filtre različnih znanstvenih disciplin. V etnografskem muzeju gre za

klasifikacijo sistematičnega razlikovanja, v soglasju z določenimi pogledi na svet, prisotnimi v določenem prostoru, nikakor pa ne za goli odsev kulturnega razlikovanja (Lidchi 1997: 161–162). V katerem koli zgodovinskem trenutku je definicija etnografskega muzeja in etnologije potemtakem pojmovana kot služenje različnim oblikam kulturnih običajev.

Muzeji so se spreminjali v času in prostoru, saj so sledili družbeno-političnim in teoretskim spremembam (Čeplak 2002: 187). Na nastanek in razvoj etnografskih muzejev je močno vplival kolonializem evropskih velesil. Kolonialna etnologija 18. in 19. stoletja je bila namreč usmerjena v raziskovanje kultur ljudstev v kolonijah. Boljše poznavanje vsakdanjega življenja, družbene strukture, šeg in navad, religij, jezikov, naj bi pripomoglo k lažjemu upravljanju v kolonijah. V tej eksploziji zbiranja in odtujevanja etnografskih predmetov igra pomembno vlogo tudi tako imenovani zahodni kolonialni kontekst, za katerega je značilno, da se predmeti iz kolonialnih dežel zlivajo v matične dežele, v manjši meri pa tudi v druge evropske muzeje, ki niso pod okriljem kolonialnih velesil. Kulturni pomen teh predmetov je bil za muzeje in zbiralce v 19. stoletju razmeroma nizek. Vendar so muzeji kljub temu pogosto spodbujali zbiranje tovrstnih muzejskih predmetov pri trgovcih, lastnikih plantaž, uradnikih, misijonarjih itd. Kot trdi Ames, so s tovrstnimi zbirkami in predmeti etnografski muzeji, kot samozvani varuhi gradiva in zgodovine drugih ljudi oblikovali sporočila o nacionalni identiteti in odnosu lastnega naroda do Drugih, njihovega položaja na evropski lestvici in njihovih razlikah nasproti Nam (Ames v Barfield 2000: 332). Domače, nacionalne kulture podeželja, do sredine 19. stoletja niso bile zanimive, zanimive so postale šele s širjenjem industrializacije in urbanizacije, ki sta vplivali tudi na načine življenja na podeželju. Takrat je nastal nov tip etnografskih muzejev – muzeji nacionalnih kultur, ki so opravljali narodno buditeljsko poslanstvo. Oblikovati so se začele nacionalne identitete in nacionalna zavest, kar velja tudi za multietično Avstro-Ogrsko. Na novo nastajajoči narodi pa so potrebovali tudi prostore oz. stavbe, kjer bi te identitete tudi materialno manifestirali. Kmalu po 1. svetovni vojni in razpadu Avstro-Ogrske monarhije, posledično nastanejo tudi novi etnografski muzeji, v Ljubljani odprejo Kraljevi etnografski muzej leta 1923, v Zagrebu še leto prej, in sicer leta 1922.

Van Mensch klasificira etnografske muzeje kot specializirane muzeje (1992: 241). Kot kriterije razvrstitve je izbral vrsto predmetov, ki jih muzeji hranijo in razstavljajo. Po njegovi definiciji se muzeji ukvarjajo z interpretiranjem lastne in tujih kultur. Dejstvo je, da dandanes muzealci po vsem svetu posvečajo veliko pozornosti zbiranju, ohranjanju, raziskovanju in

interpretiranju otipljivih predmetov, kajti le s takšno natančno analizo lahko prikažejo, katera identiteta pripada kateremu narodu. Muzeji so tako postali prostori raziskovanja, razvoja skupnosti, interpretacije dediščine in izobraževanja.

2.4 Muzej, narod in nacionalna identiteta

Kulturni zakladi so rezultati različnih kulturnih tradicij in predstavljajo enega izmed temeljnih dejavnikov, ki označuje določeno identiteto ljudi. Preteklost igra odločilno vlogo pri dajanju smisla identiteti, ne glede na to, ali je identiteta individualna ali kolektivna. Identiteta pogosto temelji na povezavi posameznika z drugimi posamezniki. Lahko pa je opredelimo tudi drugače. Ljudje nase gledamo kot na člane določene skupnosti, etnične skupine ali naroda na primer. Skupaj tvorimo celoto. Na tak način lahko razdelimo tudi dediščino, na individualno dediščino, kulturno, državno in narodno dediščino. Družbe skozi vrsto generacij prenašajo identiteto, preko katere se oblikuje tudi kultura spomina. Tako nastanejo skupen jezik, simboli, grbi, oblačila, zgradbe, obredi, praznovanja in proslavljanja. Pretekli viri so torej podpora identitetam v sedanjosti. Tukaj lahko v pomembni vlogi nastopi tudi muzej. Muzeji so prostori, v katerih je predstavljena preteklost, ki igra odločilno vlogo pri razumevanju identitete, so namreč čuvaji resničnih predmetov, ki so povezava s preteklostjo. Po Karpu (1992: 25) lahko na muzeje gledamo kot na topilce zmrznjenih državljanov, ki pripadajo določeni civilni družbi, kajti so prostori, ki odmrznejo identitete in jih predstavijo preko muzejskih programov in razstav.

Sprva so muzeji služili kot pripomočki za predstavljanje zasebnih zbirk identitet. S francosko revolucijo, po letu 1789, pa se na muzeje prične gledati širše, postanejo orodja za predstavitev narodne zavesti. Postanejo javne institucije, namenjene celotnemu narodu, razstavljeni predmeti pa služijo za kolektivno identifikacijo naroda (Healy 1994: 38). Po Hallu (1997: 31) se »Naš« narod vedno definira v odnosu do »Drugega«. Identiteta namreč pomeni istost in hkrati drugačnost. Drugi so tisto, kar mi nismo. Vsak narod pa je nosilec lastne identitete. Narod in nacionalna identiteta sta tako kompleksna konstrukta, sestavljena iz številnih medsebojno povezanih komponent: etnične, kulturne, ozemeljske, jezikovne gospodarske in pravno-politične. Označujejo ju solidarnostne vezi med člani skupnosti, te pa združujejo

spomini, miti in tradicije, ki si jih delijo (Rogelj Škafar 2003: 36). Za vsako nacionalno identiteto je torej pomembna iznajdba zgodovine naroda, pri čemer se v muzejih reprezentirajo zgodbe oz. podane so interpretacije preteklosti. Muzej ima moč, da z različnimi reprezentacijami preteklosti ohranja materialne predmete na način, da določena dejanja in ideje postavlja v ospredje in zakriva druga. To počne preko vizualne in prostorske oblike muzeja. S tem, ko muzeji objavljajo določeno verzijo zgodovine in ponujajo lastne interpretacije razstavljenih predmetov, postanejo mediji, ki komunicirajo z obiskovalci in jih učijo, kako biti član določene nacionalne skupnosti, katere skupne prednike imajo, kje je njihov izvor, kateri so njihovi običaji, navade, simboli, pa tudi, kdo so njihovi sovražniki itd. Muzeji nas učijo, da je vsaka identiteta zgodovinsko in kulturno posebna. Za narode je njihovo medsebojno razlikovanje zunanji znak za njihovo »notranjo povezanost«. Muzeji so tako vezni člen ideje, da »imamo svojo specifično zgodovino« - kolektivno vrednost in osebne spomine. Igrajo odločilno vlogo pri prevzemanju artefaktov iz drugih kultur, kar je pomembno za obstanek teh artefaktov, prav tako pa so pomembni simboli, ki so preneseni preko narodnih mej. S pomočjo teh artefaktov se obiskovalcem namreč lahko sporoča, da je na tem prostoru obstajal ali obstaja nek narod. Predstavitve ločenih kultur so učinkovit način predstavljanja ideje, da je kulturno razlikovanje »ujeto v njih« in da prepotovani prostor pomeni srečanje z oddaljenimi kulturami (Lidchi 1997). Muzeji so na tak način sposobni povezati dve časovni pripovedki: razločevalno nacionalno, ki en narod ločuje od drugega in povezovalno nacionalno, ki prikazuje narod kot zmagovito celoto. Skozi različne artefakte vse to istočasno predstavijo in razvrstijo po določeni zaporednosti. To je del muzejske tehnološke magije. Njihov cilj je, da privabljajo ljudi, da bi si z njihovo pomočjo ustvarili občutek narodne pripadnosti in hkrati občutek razlikovanja od drugih. V ljudeh tako vzbujajo občutke stabilnosti, hkrati pa tudi občutke razlikovanja.

Dandanes kot posledica naraščajočih globalnih premikov in rasti modernih telekomunikacij prihaja do prenosa tujih identitet. Ustvarjajo se nove, hibridne identitete, ki so izključene iz lokalnih in tradicionalnih orodij, ne samo iz narodnih in etničnih, ampak tudi iz sorodstev in razredov (Giddens 1990; Giddens 1991). Na drugi strani pa se še vedno privilegira določene »etnične« ali »narodne« identitete (Caglar 1997: 174). V tem oziru se pojavi vprašanje, kako naj muzej vse to predstavi. Muzej pri tem opravlja specifično nalogo, in sicer odgovori na vprašanje, katera zgodovina in spomini pripadajo določenemu narodu, prepozna razlike med identitetami in jih interpretira na način, da pokaže podobnosti in razlikovanja med njimi. Muzeji so tega zmožni zato, ker vedno upravljajo z artefakti, preko katerih izražajo svoj

pogled na identiteto, ta pogled pa je odvisen tudi od tega, kako na muzej gleda celotna družba (Rogelj Škafar 2003: 42). Muzeji so torej prenašalci preteklosti v sedanost, pripomorejo h gradnji individualne in kolektivne identitete, ko nam kažejo, kdo smo bili včasih in kdo smo danes.

3. SMISEL PROSTORA, ČAS IN VLOGA MUZEJA

Muzej je v prostorskem smislu lahko vezni člen med preteklostjo in sedanostjo. Prostor namreč lahko interpretiramo kot kraj, ki je vedno v procesu eksperimentiranja, ki se pojavlja skozi čas in, ki ni nikoli statičen. Premikanje skozi prostor pomeni premikanje skozi čas. To je ena izmed možnih povezav med prostorom in časom. Po Tuanu prostor naredi čas vidljiv (v Walsh 1992: 150). Kadar naredimo korak v muzejskem prostoru, naredimo korak skozi čas. Logično je, da ne moremo obiskati enega prostora več kot enkrat, ker se le-ta neprestano razvija skozi čas (Prince v Walsh 1992: 150). Prostori se nenehno spreminjajo in naša zaznana sedanost je vedno oblika preteklosti. Prav tako, kot se spreminjajo prostori, se spreminjajo tudi naše zaznave le-teh. Gre namreč za križanje preteklosti in naših vsakodnevnih izkušenj, ki so predstavljene skozi muzej.

Ključ, da se človek lahko locira v določenem prostoru in času, leži v njegovih kognitivnih oz. mentalnih shemah (Walsh 1992: 150). Vsako razumevanje prostora je vezano na določeno področje in s tem definirano kot: »Prostor, znotraj katerega živi in dela večja količina ljudi. Je osnova za posameznikovo individualno in družbeno mobilizacijo, ki aktivira in razširja tiste pravice, ki se nanašajo na družbena, kulturna in ekonomska področja« (Cooke v Walsh 1992: 151). Ljudje morajo razviti veščine, ki jim omogočajo razumevanje prostora, v katerem se nahajajo. Muzej nam tako s svojimi artefakti lahko nazorno pokaže, kako so se prostori spreminjali skozi čas in se povezovali z drugimi prostori (Walsh 1992).

Muzeji kot posredniki preteklosti morajo prvotno razviti veščine, s pomočjo katerih omogočajo ljudem razumevanje muzejskega prostora. Ena izmed teh veščin je njihova zmožnost, da pojasnijo, kako in zakaj so bili zgrajeni. Razumevanje muzejskega prostora po Walshu lahko ponazorimo s štiridimenzionalnim prostorom (1992: 153). Prve tri dimenzije so

fizičnega izvora (dolžina, višina, širina), lahko jih zaznamo v vsakem trenutku, četrta pa je čas. Časa ne moremo najti med običajnimi sestavinami preteklosti, kot je napredek skozi zgodovino dogodkov, ampak je dimenzija oziroma specifična značilnost prostora ali predmeta, ki prikazuje potek in spremembe, ki so se vršile skozi zgodovino. Čas postane v muzeju vidljiv preko razstavljenih muzejskih predmetov. Muzeji se morajo zato ukvarjati s promocijo smisla prostora, tako da upoštevajo procese, ki so se vršili na določenem prostoru. Sebe morajo predstavljati kot vozlišče v mreži produkcije, opredeliti morajo lastno fizično zgradbo preko razlage različnih materialnih virov, na primer iz vode, gline, kamnov itd. Na tak način nam lahko na enem mestu prikažejo, kako so si različni prostori razlagali različne vire skozi čas in prostor (Walsh 1992). Potrebno je tudi, da muzeji natančno pojasnijo, da so obstoječa časovna križanja in križanja kulturnih podobnosti le domneva.

Podobnost med sedanostjo in preteklostjo je uporabno orodje za muzeje, še posebno za tiste, ki predstavljajo zbirke moderne materialne kulture. Vse muzejske razstave, ki temeljijo na podobnosti, je zato potrebno zelo natančno preučiti, da lahko ugotovimo, iz katerega zgodovinskega obdobja artefakti izhajajo. Predmetov namreč ni moč interpretirati v izolaciji, zunaj konteksta. Predmeti kot del materialne kulture imajo pomene, kadar so med seboj v odnosu. Materialno kulturo lahko interpretiramo v okviru mreže obstoječih odnosov oz. obstoječih predmetov znotraj določenih družbenih odnosov. Tako naj bi bila naloga sodobnih muzejev, razviti razstave, ki omogočajo ekonomske, družbene, politične in ritualne povezave med ljudmi in prostori, ter ponudijo širše kontekste, v katere so ti predmeti umeščeni in ne le predmetov samih, popolnoma iztrganih iz specifičnega kulturno – zgodovinskega teksta.

3.1 Pomen reprezentacije v muzejskem prostoru

Muzej je prostor, ki združuje različne predmete iz različnih časovnih obdobjih v skupnem prostoru. Združuje nedokončan čas v zaključenem prostoru, torej je po eni strani časovni prostor in po drugi brezčasen prostor. V muzeju se obiskovalci srečujejo z razlikovanjem med predmeti in njihovimi predstavitvami. Muzejske razstave se razlikujejo po njihovih interpretacijah. Brez interpretacije in brez reprezentacije razmerij med predmeti in pojmovnimi strukturami muzej ne more biti institucija. Muzej je namreč prostor

reprezentacije, če si sposodim Foucaulta (1970), ker razlikuje med predmeti in besedami oziroma med predmeti in pojmovnimi strukturami.

Interpretacija v muzeju je način, s pomočjo katerega so muzejski predmeti razloženi. Reprezentacija pa je prostor med predmeti in njihovimi razlagami. Ko določen predmet prestopi muzejska vrata, mu muzej pripiše določeno oznako. V prvi vrsti je že od dejavnosti, s katero se muzej ukvarja odvisen pomen tega predmeta. Jasno je, da obstaja več vrst muzejev, od umetniških, zgodovinskih, etnoloških itd. Vsak od teh tipov je nosilec lastnih idej in sistema predstavitve predmetov. Ko predmet vstopi v muzej, mu ta izbere oziroma dodeli lasten kontekst. Tako npr. lahko določena slika v umetniškem muzeju predstavlja slavnega slikarja, v zgodovinskem ponazarja človeka določenih let, v etnološkem pa prikazuje način slikanja, značilnega za določeno kulturno skupino. Muzeji se sami odločajo, kakšno zgodbo želijo z razstavljenimi predmeti posredovati in kakšen pomen nosijo ti predmeti. Na tak način dajejo predmetu nov pomen. Zbirke in razstave muzejskih predmetov so obstajale že pred 17. stoletjem, vendar je »prostor reprezentacije« možen le v institucijah, ki interpretirajo predmete. Muzeji so nosilci »dokumentov« iz različnih zgodovinskih obdobj, ki se soočajo s problemi predmetnega poimenovanja:

»Klasična doba« (1650–1800) je prinesla zgodovini pikolovske raziskave zgodovinskih predmetov... Dokumenti sodobne zgodovine niso drugačne besede, drugačni teksti ali zapiski, ampak so prosti prostori, v katerih so predmeti razvrščeni drug poleg drugega: posušene rastline, zbirke, nasadi. Prostor te zgodovine ni ponazorjen kot časoven pravokotnik v katerem so ljudje postavljeni eden blizu drugega. Grupirani so glede na njihove skupne značilnosti, ter označeni le z imeni. O njih ni znano nič drugega kot njihova imena (Foucault 1970: 131).

Dejstvo, da so začetne muzejske zbirke bile neme, je dokaz, kako bistvenega pomena je interpretacija muzejskih predmetov. Predmeti na razstavah so že dejansko analizirani, s pomočjo postavitve, ki se nanaša na sistem klasifikacije oziroma na »red narave«. Muzeji ne razstavljajo predmetov, ampak razstavljajo načine, s pomočjo katerih se predmeti nanašajo na besede, imena in pojme. Rečem lahko, da razstavljajo sisteme reprezentacij. Predmeti morajo biti interpretirani sorazmerno z reprezentacijskim sistemom, ki ni nikoli v celoti skladen s predmeti. Obiskovalci muzejev morajo sami pri sebi premisliti, katero konceptualno shemo v resnici predstavlja določen muzejski predmet.

Muzeji so se skozi zgodovino spreminjali in bili različno organizirani. Razlikovali so se po predstavitvi javnosti kot prostori reprezentacije. Muzeji v 18. stoletju niso ponujali tekstualne interpretacije predmetov, ta se pojavi šele v 19. stoletju kot rezultat pedagoških, družbenih in političnih sprememb v pojmovanju muzejskih predmetov (glej Bennett 1995; Hooper-Greenhill 1992, 2000). Muzeje iz 19. stoletja pa lahko poimenujemo tudi »modernistični muzeji« (Hooper-Greenhill 2000). Z naraščajočo razpoznavnostjo omejitev prejšnjega modela muzeja, z družbenim in kulturnim učenjem kot primarnim ciljem muzeja, so muzejske razstave pričele s spodbujanjem obiskovalcev muzeja, da sami preučijo, v kakšnem razmerju so muzejski predmeti z njihovimi predstavami in kako bi jih lahko interpretirali tudi drugače.

3.2 Muzej kot političen prostor

S francosko revolucijo leta 1789 naj bi muzeji postali javni prostori, ki niso več namenjeni le elitam, ampak celotni javnosti. Njihovi primarni nalogi postaneta izobraževanje celotne javnosti in hranjenje kulturne dediščine. Vendar do celotne realizacije, da muzeji postanejo javni prostori, v tem času še ni prišlo.

V 19. stoletju se pojavita novi politični reformi, ki vplivata na spremembo muzejskega prostora. Reformi od muzeja zahtevata, da objavi nov skupek razmerij med muzejem, njegovimi razstavami in javnostjo. To muzeju omogoča bolj enakopravno delovanje v demokratični in pluralni družbi. Prva reforma je temeljila na principu javnih pravic in sicer: »Muzeji morajo biti enako dostopni vsem državljanom« (Bennett 1995: 90). Tako muzeji postanejo predstavniki celotne javnosti, vendar je del muzejskih razstav še vedno bil nepravilčen. Muzejske razstave še vedno niso bile namenjene ženskam. Osredotočene so še vedno bile na elitno kulturo, pri tem pa so izključevale ženske in druge nižje družbene skupine (Bennett 1995: 90).

V ospredje stopa nova naloga muzejske politike, da vzpostavi nov skupek razmerij med muzejskimi razstavami, njihovimi organizatorji in obiskovalci. Pozornost je potrebno nameniti procesu prikazovanja udeležencem v tem procesu in odnosu med muzejem in obiskovalci. V muzeju obstaja delitev med skritim muzejskim prostorom, v katerem se proizvaja znanje, in muzejem kot javnim prostorom, v katerem je posredovano to znanje, kot

produkt muzejske oblasti. Greenhill je mnenja, da če želimo prekiniti tak način oblasti, je kuratorjem potrebno odvzeti njihovo nalogo, da organizirajo razstave na način, ki podpira ostajanje ljudi zunaj muzeja (v Bennett 1995). Muzej namreč mora delovati kot orodje za javno debato.

Drugo protislovje, ki se zgodi v 19. stoletju, pa temelji na principu reprezentativne enakosti, ki zahteva, da naj muzeji primerno predstavijo kulture in vrednosti drugih skupin prebivalcev (Bennett 1995: 90). Tako se oblikuje demokratičen prostor, ki je dostopen vsem. Tedanja muzejska politika je od muzeja zahtevala, da prevzame odgovornost v primeru nepravilne, neuravnotežene ali krivične predstavitve, npr. ob izključitvi spola, razreda ali drugih vzorcev obrobnosti, in da to dopolni (Bennett 1995: 91, 97).

Dandanes pa se muzeji ne srečujejo več z zgoraj navedenimi problemi, temveč s finančnimi pritiski. Njihova glavna naloga postaja pritegnitev čim večjega števila obiskovalcev. Z namenom, da bi zadostili tem težnjam, po letu 1960 pričnejo z uvajanjem nove muzejske politike. Da bi muzeji postali zanimivi za široko občinstvo, se v njih pričnejo pojavljati računalniške razstave, zasledimo lahko nove preureditve prostorov in muzejske trgovinice. Poleg zgoraj navedenega pa veliko muzejev išče rešitev za finančne probleme v sponzorskem in vladnem denarju, kar jim posledično zmanjšuje njihovo moč, saj morajo tako pogosto predstavljati sponzorske in državne ideje ter informacije.

4. MUZEJ V MODERNI DOBI

Dolgo časa se je na muzeje gledalo kot na temne, svečane prostore, ki varujejo tradicionalno kulturo. Od leta 1960 naprej pa smo priča poglobljenim debatom o njihovi strukturi in funkciji, drzne obnove muzejev pa so tudi spremenile njegov pomen. Niso več le institucije, namenjene varovanju in razstavljanju predmetov, niti niso več le zatočišča manjšin (Canclini 1995). Če povzamem po Hooper-Greenhillovi, so muzeji postali prostori, kjer se oblikuje novo znanje preko pripovedovanja posameznikov in identitet (2000: 142, 152).

Sodobni muzeji se nanašajo na muzeje, ki razstavljajo družbeno zgodovino, etnologijo, znanost in tehnologijo ter umetnost. Tradicionalne muzeje smo analizirali preko kategorij

zbranih, raziskovanih in razstavljenih predmetov. Sodobne pa analiziramo preko načinov, na katere predstavljajo razstavljenе predmete. Pogosto se nahajajo v modernih stavbah, ki pritegnejo pozornost podobno kot to počnejo trgovinske izložbe, povezujejo tudi sodobno kulturo množičnih medijev in popularno kulturo. Njihova notranjost je napolnjena z novimi tehnologijami in strategijami, s katerimi želijo postati spektakel, ter se tako približati motorizirani industriji, kinu in turizmu. Sodobni muzeji ponujajo nove strategije reprezentacije, ki se zelo razlikujejo od tradicionalnih. Kombinirajo kulturno zgodovino razstav s sodobno umetnostjo ter spodbujajo nasprotovanja, ki temeljijo na navidezno neskladnih razstavah. Vse to počnejo z namenom, da bi zabavali in pritegnili občinstvo. Da bi muzeji pritegnili pozornost obiskovalcev, vedno bolj posnemajo druge popularne dogodke: računalniške razstave z družbenimi igrami, spremembe v razstavnem prostoru, muzejske trgovinice pri izhodih iz turističnih mest.

Prihodnost muzeja je v tem oziru v tem, da se predstavi kot del industrije prostega časa in ponudi ljudem, kar želijo. Ljudje so željni sodobnih razstav, ki temeljijo na znanosti in tehnologiji, knjig, revij, zapiskov za samopostrežno uporabo. Muzeji, če hočejo preživeti, morajo zato postati prostori srečevanja, kjer lahko preživimo dan, se zabavamo, postati morajo multikulturni centri. V tej luči med njimi in drugimi dejavnostmi, kjer lahko ljudje preživijo prosti čas, ne sme biti nekih velikih razlik.

Muzeji v moderni dobi dajejo svojim zbirkam življenje, kajti muzejski predmeti pred muzealizacijo nimajo vrednosti. Sodoben muzej je po Groysu cerkev in ne pokopališče za predmete. Kot pravi Groys (2002: 67), v muzeju predmeti doživijo preporod, kajti tu so krščeni, obujeni k novemu življenju. Muzeji se v sodobni civilizaciji množijo. Vse preveč stvari postaja podobnih muzejem, opozarja Groys. Če se muzej razmnoži, če gre število struktur, podobnih muzeju, v neskončno, se ta razlika postopoma izničuje. V naši kulturi pa neskončnost ne reprezentira muzej, ampak medij. Prav z mediji se uveljavi umetnost, ki jo pogosto zmotno označujemo za »muzejsko«. Muzejski predmeti se morajo v medijih legitimirati tako, da se prikažejo kot nenavadni in nevsakdanji. Mediji pa so vse bolj tudi tisti, ki dokončno dajo pečat umetnosti, povedo, kaj je označeno za umetnost in kaj ne (Groys 2002).

V sodobnem muzeju smo priča medijski umetnosti, ki je v muzeju nastanjena v obliki npr. video-instalacij, računalniških razstav itd., to pa s sabo prinaša tudi specifično moč.

Tradicionalen muzej je bil temen prostor, sodoben pa je s pomočjo tehnik svetel, kajti na tak način pritegne obiskovalčevo pozornost takrat, ko to želi. Na tak način muzej prikazuje to, kar je postal v medijski dobi, prostor skrivnosti in zarot. Nekoč je obiskovalec muzeja prezrl muzejsko svetlobo, ker je bil pozoren na eksponate, danes prezre zatemnitev, ki so pogoj za opazovanje medijske umetnosti v muzejskem prostoru. Dandanes se je potrebno zavedati, da je za uspešnost muzeja zelo pomembno prav njegovo zavezništvo z množičnimi mediji in z industrijo turizma, kajti šele tako lahko postane učinkovitejši za kulturno razširjanje.

4.1 Vpliv globalizacije na muzej

Globalizacija ni prinesla le novih tehnologij in nove ekonomije, ampak je vplivala tudi na dajanje smisla življenju ljudi. Globalno razširjena množična komunikacija je spremenila pričakovanja ljudi na vseh področjih, tudi na kulturnem (Van den Bosch 2005: 81). Muzeji in turizem so po mnenju Van den Boscheve najhitreje rastoče industrije v modernem svetu, zato je globalizacija vplivala tudi nanju (2005: 81).

Na muzeje je vplivala predvsem na dva načina. Kot posledica globalizacije se pojavi množično preseljevanje ljudi, od migrantov do kulturnih turistov. Ti pa s seboj prinesejo nove identitete, navade in učinke. Multiple kulturne identitete in preneseno novo znanje tako pričnejo izpodbijati državne muzeje. Muzeji morajo zatorej postati pozornejši pri razstavah in nazorno posredovati informacije o tem, kaj predstavljajo in kako to počnejo, z namenom, da ločijo lastne identitete od tujih. Pomembno vlogo igrajo v državi. Izobražujejo državljane in predstavljajo nacionalno identiteto turistom in drugemu globalnemu medijskemu občinstvu. Lokalna in nacionalna posebnost pa se v soočenju z globalizacijo križata z raznoliko populacijsko mobilnostjo, kar zmanjšuje reprodukcijo lokalne kulture. Glavni izziv morajo zato muzeji videti v tem, da prepoznajo tuje identitete, kar jim omogoča, da izpostavijo svojo, nacionalno, ki je drugačna (Van den Bosch 2005: 85). Muzeji morajo razviti takšno politiko zbiranja, ki bo znala ločiti med »našim« in »tujim«, brez da bi privilegirala ene ali druge.

Druga novost, ki jo je prinesla globalizacija v muzeje, pa je njihovo natančno preučevanje občinstva. Če želijo muzeji pritegniti široko občinstvo, kot to počnejo denimo nakupovalni

centri, morajo najprej spoznati potrebe obiskovalcev. Muzeji se tako pričnejo ukvarjati z vprašanji, kaj je tisto, kar pritegne pozornost obiskovalcev, kakšne razstavne vzorce želijo gledati obiskovalci, kako se odzivajo na razstave. V razstavah se pojavljajo nove tehnologije, s pomočjo katerih muzeji skušajo pritegniti občinstvo. Jasno je, da je ne glede na vse, ena izmed primarnih vlog muzeja danes maksimizacija profita in njegova težnja k razvoju razstav, ki bi v prvi vrsti »prodale veliko vstopnic«. Tako muzeji z globalizacijo postajajo prostori za dogodke, delavnice, ki vse bolj uspešno konkurirajo drugim dejavnostim prostega časa ljudi.

4.2 Politika muzejskega zbiranja

Muzejske razstave se po Handlerju (1997) nanašajo na prostore, ki so bili izbrani, da postanejo simboli narodne razstave ali zgodovine. Sprva so bile osredotočene na sam muzejski predmet, po letu 1960 v muzejsko ospredje pridejo klasifikacijski problemi, sistem znanja, ki ga predstavlja muzej in zbiralci določenih predmetov (Elmer&Cardinal v Laine Dailey 2006). V začetku leta 1980 se center zanimanja preusmeri na muzejski prostor, v katerem se nahaja razstavljeni predmet (Sherman&Rogoff v Laine Daley 2006). Od leta 1990 pa beležimo »muzejski bum«, poveča se število muzejev in njihovih dejavnosti (Sherman&Rogoff v Laine Dailey 2006).

V muzejskih razstavah po letu 1990 postane pomembno, kdo razstavlja in kako. Muzeji se pričnejo osredotočati na spremembe. Center pozornosti se usmeri na samega avtorja razstavnega predmeta in na tehnike predstavitve tega predmeta. V ospredju ni več notranje zbiranje, pomembno postane zunanje, ki temelji na različnih javnostih in skupnostih, katerim služi muzej (Weil 2004: 284). Poveča se tudi vloga muzejskih obiskovalcev. Muzeji želijo predstaviti zbirke na čim bolj atraktiven način, da bi z njimi pritegnili širše občinstvo. Posledično se pričnejo ukvarjati s svojim občinstvom, na način, da spoznavajo njihove potrebe. Če hoče muzej zadovoljiti raznoliko občinstvo, mora najti inovativne načine v razstavah, s katerimi bo zadovoljil še tako zahtevne obiskovalce. V muzejih se tako prične pojavljati sodobna komunikacijska tehnologija, ki se uporablja za pritegnitev obiskovalčeve pozornosti.

4.3 Muzej kot posrednik/medij med preteklostjo in sedanjostjo

Muzeji so v sodobnih družbah, po Pušnikovi (2005), zakladnice narodove zgodovine, prikazujejo nam, kako naj se ljudje spominjamo preteklosti, pomagajo pri oblikovanju kolektivnih spominov in nacionalnih identitet. Tu so kot taki s svojimi razstavljenimi artefakti medij za prenos specifičnih informacij. Po Silvestronu (1994) so muzeji tesno vpeti v »sporočevalski posel«, kajti ponujajo razstave predmetov z namenom, da ljudem nekaj sporočajo, da izobražujejo, informirajo in zabavajo. Ravno sporočevalska funkcija muzejev je tista, ki me v nadaljevanju pripelje do zanimivih podobnosti med muzeji in drugimi komunikacijskimi mediji v sodobni družbi.

Muzejske razstave delujejo kot medij, ker skozi zbirke predmetov predstavljajo različne kronološke čase. Zgodovinski čas se preko razstave spremeni v sporočevalski čas, ki je primeren za razstavne predmete. Muzejsko sporočilo je izraženo s pomeni muzejskih predmetov kot dokazi v preteklosti in z organizirano predstavitvijo znanosti, kot dela kulturnih informacij. Razstave na tak način postanejo kreativna umetnost v prostoru, pridružujejo se jim razstavni predmeti in znanje o njih. Skupaj tvorijo unikaten sistem, komunikacijsko definirano sporočilo, ki odkriva nove oblike muzeologije predmetov. Za učinkovito muzejsko razstavo morajo kuratorji, oblikovalci in tehniki izbrati primerne razstavne predmete, panele, vsebine in naslove ter prave metode, s katerimi bodo dosegli želeni učinek. Te izbire na nek način omejujejo obiskovalčevo mišljenje, kajti usmerijo ga k določeni interpretaciji in razumevanju muzejskega predmeta (Lidchi 1997). Če povzamem po Lidchijevi, muzej kot medij predstavlja svoje razstavljenе predmete največkrat v treh oblikah (1997: 171). Najpogostejši medij so fotografije, ki so prenosnik kompleksnega sporočila, obiskovalec jih lahko v celoti razume šele, ko prehodi celotno razstavo. Drugi pogost razstavni medij so (steklene) vitrine, ki postavijo zbrani predmet v distancirano okolje (Plates v Lidchi 1997: 173). Razstavnim predmetom dajejo individualne identitete. Zadnja oblika pa so slike, ki so imitacije različnih predmetov oz. nadomestki teh predmetov (Plates v Lidchi 1997: 173).

Muzeji pa vsebujejo tudi predmete same, bodisi originale bodisi kopije. Predmeti ne govorijo le sami po sebi in izstopajo iz skupnega nereda obiskovalčeve zaznave stvari (Valery 1964).

Obiskovalce vabijo k neslišnim dialogom, jih zabavajo in jim pomagajo, da zaznajo razlike med njimi. Muzeji tako nenehno komunicirajo s svojimi obiskovalci. Vrednost muzejskih predmetov je jasna samo v muzeološkem kontekstu. Izražena je na časovni osi, kjer so se skozi življenjsko obdobje predmeta shranjevale sledi časa in dogodkov, ki so vplivali na njegovo materialno obliko.

Muzejske zbirke tako niso le skupek muzejskih predmetov, ampak so živ organizem, ki v določenih situacijah lahko igrajo vlogo muzejskega predmeta, ki je viden kot celota. Naloga muzeja kot medija je, da preko razstavljenih artefaktov obiskovalcem pomaga, da se spominjajo preteklosti, da se o njej učijo in da preko razstav prepoznajo lastno zgodovino in dediščino. Podatke o razstavljenem predmetu lahko muzeji prenesejo v medijski tekst, na papir, ilustracijo, film ali video kaseto, torej na nek medij. Tako postanejo muzejski predmeti objavljeni, funkcionirajo pa lahko neodvisno od razstavljenih predmetov v muzeju. Na tak način prispevajo k stabilizaciji znanja o razstavah v muzeju.

Muzej kot medij je posrednik znanja, sprememb, izkušenj in odgovorov na obiskovalčeva vprašanja. Danes zabava in informira, pripoveduje zgodbe, podaja argumente, njegov cilj pa je zadovoljstvo, ugodje in izobrazba obiskovalcev. Naloga muzeja kot medija v povezavi s kulturo množičnih medijev v poznem 20. stoletju sprožijo vprašanja, kakšna oblika medija je muzej, kako muzej sporoča in kakšen je njegov delež v sodobni medijski kulturi (Silverstone v Schweibenz 1998). Jasno sicer lahko razlikujemo med muzejem in tradicionalnimi množičnimi mediji, kot so časopisi, radio in televizija. Za muzeje je značilno, da zasedajo fizičen prostor, predmete, ki dovolijo obiskovalcem, da se potikajo med njimi. Taka vrsta povezave pa z množičnimi mediji ni mogoča, saj so ti samo posrednik med prostori, ki jih ne morejo nadzirati (Silverstone v Schweibenz 1998).

Kljub temu, da obstajajo razlike v povezavi med muzeji in množičnimi mediji, pa po Treinenu (1980; 1993) zasledimo presenetljive povezave med obnašanjem muzejskega občinstva in občinstva množičnih medijev. Ljudje, ki obiskujejo muzeje, in ljudje, ki uporabljajo množične medije, imajo mnogo skupnega. Skupno jim je »aktivno dremanje«, brezciljna aktivnost, ki strmi k vzdrževanju trajnih dražljajev (Treiner v Schweibenz 1998: 187). V muzeju se to »aktivno dremanje« pojavlja v obliki »kulturnih izložbenih oken«, ki nakazujejo obnašanje obiskovalcev. Obiskovalci se leno sprehajajo med muzejskimi predmeti in tako dolgo, kot vedo nekaj o razstavljenih kategorijah predmetov, tako dolgo ti predmeti zadostujejo za

oplemenitev njihovega dosedanjega znanja. Vse drugo preprosto zavračajo. To nakazuje, da večina muzejskih obiskovalcev s svojim obiskom ne pridobi celotne vrednosti muzeja. To pa pomeni, da morajo muzeji postati bolj atraktivni za obiskovalce, če želijo zagotoviti več informacij in zabave oz. kombinacijo obojega.

V sodobni medijski družbi je zatorej pomembna predvsem kombinacija informacij in zabave, kajti muzeji tekmujejo za svoje občinstvo z drugimi dejavnostmi, s katerimi se ljudje ukvarjajo v prostem času, ter z množičnimi mediji, ki uporabljajo različne informacijske in komunikacijske tehnologije z namenom, da postanejo atraktivnejši za občinstvo (MacDonald 1996: 1). Z namenom, da bi muzeji postali atraktiven medij, lahko po vsem svetu opazimo uvajanje novih oblik komuniciranja in učenja v muzeju, ki temeljijo na vzajemni igri med muzeji in občinstvom. Na tak način težijo k novim oblikam predstavljanja in interpretiranja informacij o preteklosti, da bi le te zadovoljile njihovo občinstvo.

4.4 Muzejske informacije in muzejska tehnologija

Dandanes so muzeji bolj kot kadar koli v zgodovini del industrije prostega časa. Soočajo se s spremembami v oblikovanju razstav, da bi pritegnili čim večje število obiskovalcev in ohranili dragoceno dediščino. Na tehnologijo muzeji gledajo kot na partnerja, ki jim pomaga pri vzpostavljanju ravnotežja med zabavo občinstva in njihovim učenjem. Prav tako je tehnologija pot do večje učinkovitosti v posredovanju muzejskih zgodb.

Po letu 1980 je bilo konec obdobja tradicionalnih muzejev. Muzeji, ki so želeli preživeti, so morali začeti iskati nove poti razvoja. Konča se mišljenje, da razstavljeni predmeti govorijo sami o sebi. Ključ za razumevanje muzejskih predmetov je namreč predvsem v njihovi komunikaciji (Treinen v Schweibenz 1998: 188). Pomen znanja, ki ga posreduje muzej, je vse večji, kajti muzejski obiskovalci od muzeja zahtevajo atraktivne informacije, ki bodo potešile njihovo radovednost o muzejskih zbirkah (Hooper-Grenhill 1995: 28). Informacije morajo zato vsebovati temeljne značilnosti razstavljenega predmeta, kot tudi njegovo interpretacijo. V primeru, da obiskovalci ne dobijo teh informacij, muzejskih predmetov ne morejo razumeti, niti ne morejo vzpostaviti povezave z njimi. K uspešnemu delovanju muzeja vodi povezanost

med muzejskimi predmeti, informacijami in obiskovalci, kajti le tako lahko muzej deluje kot enoten medij. Povezanost je kvaliteta, ki omogoča sodobnemu muzeju, da prekorači sposobnosti tradicionalnega muzeja v posredovanju informacij. Ta sposobnost sodobnega muzeja je lahko realizirana na različne komunikacijske načine, danes se vse bolj realizira v razstavljanju predstavitev digitalnih del, v uporabi vizualnih podob, kot so fotografije, ilustracije, muzejske delavnice, računalniške igre, virtualna realnost, v uporabi video tehnike in v muzejskih internetnih straneh. Koncept sodobnega muzeja prikazuje, kako so lahko omejitve v tradicionalnih muzejih nadomeščene z muzejsko povezavo z občinstvom v sodobnem muzeju. Na tak način je obiskovalcem omogočen atraktiven dialog z muzejem.

Sodobni muzeji, ki so usmerjeni predvsem na obiskovalce in ne več na muzejske predmete, skušajo doseči svoje predvidene obiskovalce. Pri tem igra pomembno vlogo tudi internet, ki je idealni komunikacijski sistem in hkrati tudi baza znanja. Muzejem omogoča, da predstavijo svoje predmete in informacije tudi oddaljenemu občinstvu. Porast digitalnih oblik muzejev v zadnjih letih vodi k novim oblikam muzejev, ki oplemenitijo muzejske predmete z novimi informacijami v klasičnem muzeju. Muzejski obiskovalci komunicirajo z muzeji na specifičen način, muzejske predmete dojemajo iz treh vidikov (Falk & Dierking 1992: 2). Prvi vidik je osebni, vključuje osebne zaznave, izkušnje, znanje in motivacijo, drugi je družbeni vidik, ki se nanaša na družbeno okolje, v katerem se vrši obisk, in zadnji je fizični vidik, ki se nanaša na arhitekturo zgradbe in na predmete, ki se nahajajo v njej. Obiskovalci želijo videti vsebino in se pri tem zadovoljiti (Falk & Dierking 1992: 13). Izkušnje muzejskih obiskovalcev z muzejem so odvisne od njihovih pričakovanj obiska in od njihove povezanosti z muzejskimi podatki. Podatki o muzejskih predmetih, ki nimajo vrednosti, niso uporabni za ljudi, saj jih niso sposobni interpretirati in analizirati. Muzeji za to pogosto prenesejo center predmetov v elektronski prostor, kajti le tako lahko predstavljajo zgodbe kultur, zgodovinski kontekst, ljudi in prostore prek danih predmetov (Donovan v Schweibenz 1998).

V modernem muzeju gre za postavitev zbirk, ki so sestavljene iz digitalnih predmetov in so predstavljene preko kopice različnih medijev. Povezanost med različnimi vidiki tako sodobni muzej tudi dvigne nad tradicionalne metode komuniciranja. Na tak način postaja muzej bolj prilagodljiv potrebam in interesu obiskovalcev. Kot pravi Bearman, je moderni muzej muzej »brez zidov«, odprt za dialog z obiskovalci (Bearman v Schweibenz 1998).

5. ŠTUDIJA PRIMERA: SLOVENSKI ETNOGRAFSKI MUZEJ IN NACIONALNA IDENTITETA

V praktičnem delu diplomske naloge se osredotočam na Slovenski etnografski muzej, kjer bom poskušala ugotoviti, kako muzej kot medij reprezentira slovensko nacionalno identiteto in katerih sodobnih tehnik se pri tem poslužuje. Pri tem izhajam iz teze, da Slovenski etnografski muzej s pomočjo sodobnih tehnik uspešno predstavlja slovensko nacionalno identiteto, zato ga posledično lahko opredelimo kot moderen muzej. Najprej bom predstavila razvoj Slovenskega etnografskega muzeja skozi zgodovino. Preučila njegovo vlogo, ki jo ima kot vzdrževalec in nosilec nacionalne identitete. V nadaljevanju bom razložila vlogo kolektivnega spomina, ki vpliva na to, kako obiskovalci vidijo razstavljenе predmete. Z analizo stalne razstave Slovenskega etnografskega muzeja *Med naravo in kulturo* pa bom prikazala, kako muzej kot medij reprezentira slovensko nacionalno identiteto in katerih sodobnih tehnik se pri tem poslužuje. V študiji primera bom uporabila metodi opazovanja z udeležbo in tekstualno analizo.

5.1. Zgodovina Slovenskega etnografskega muzeja

Pobuda za nastanek zgodovinskega muzeja se je pojavila v zadnjem desetletju 18. stoletja, v razsvetljenem krogu Žige Zoisa. Eden izmed predstavnikov tega kroga je bil Valentin Vodnik, ki je bil zagovornik ideje, da je muzej eno izmed primernih sredstev za predstavitev ljudske narodne biti, ki zajema tako opredmetene kot zapisane dosežke ljudske kulture. Do sredine 19. stoletja namreč še težko govorimo o narodni zavesti. Bolj je bila »deželna« zavest tista, ki je takratne muzealce vodila predvsem na geografska območja dežele Kranjske v okviru Avstro-Ogrske monarhije in ne na celotno etnično ozemlje, ki ga danes naseljujejo Slovenci. Leta 1821 je bil tako ustanovljen Kranjski deželni muzej, ki je zajemal naslednja področja: zgodovinsko, statistično, prirodoslovno, tehnično in fizično. Etnološka tematika se je pojavljala v zgodovinskem področju, v raziskovanju in zbiranju ljudskih pripovedi, pravljič, pesmi in opisov običajev.

Zasluge za premik v razvoju etnološke miselnosti na Slovenskem pripisujemo Matiji Murku, profesorju slovanske filologije na univerzah v Gradcu, Leipzigu in Pragi. Ukvarjal se je z odnosi med predmeti in njihovim poimenovanjem, kar je vodilo k intenzivnim študijam o razvoju predmetov materialne kulture. Podal je prve predloge, kaj vse naj bo v muzejih zbrano, kdo naj zbira in kako naj se zbrano dokumentira. Njegove študije v takratnem času niso naletele na odmev v muzejski praksi. Šele leta 1921, se na pobudo Nika Županiča, doktorja zgodovine in prvega izobraženega slovenskega etnologa in antropologa, ustanovi Kraljevi etnografski inštitut v okviru Narodnega muzeja v Ljubljani. Naloge ustanovljenega muzeja so bile, da pospešuje narodopisje, antropologijo in zgodovino ljudske umetnosti, da zbira te vrste materialov, jih preučuje in hrani v svojih razstavnih zbirkah. Prevladovalo je mišljenje, da bi bile zbirke, nastale na tak način, narodu zrcalo in ponos (Rogelj Škafar 1993).

Leta 1926 nastane prvi muzejski glasnik *Etnolog*, ki ga je zasnoval Niko Županič, v njem pa so bila objavljena obširna poročila o delu muzeja. Teme, ki so se pojavljale v glasniku, so bile povezane z zgodovinskim razvojem slovenske ljudske arhitekture, vražami, ljudsko glasbo in ljudsko plastiko. S svojim pisanjem je Slovence pozival k darovanju etnografsko pričevalnih predmetov muzeju (Rogelj Škafar 1993: 7). Za muzej so bili namreč zanimivi čim starejši predmeti, ki bi s svojimi posebnostmi tako dokazovali starost slovenskega naroda. Po tematiki sta bila najbolj zanimiva tekstil in ljudska umetnost.

Ob koncu petdesetih let se pojavita dve razpravi, ki se nanašata na etnografski muzej. Prva razprava zagovarja tezo, da predmet etnologije ni le preteklost, ampak tudi sedanost. Druga pa zagovarja tezo, da slovenske ljudske kulture ni mogoče pojmovati kot nekaj enovitega, nespremenljivega in prastarega, zaradi vpliva sosedstva drugih kultur (Rogelj Škafar 1993: 10). Te razprave so vodile do nastanka *Slovenskega etnografa*, glasnika muzeja, ki je nadomestil predvojnega *Etnologa*. K izpopolnitvi muzejskih zbirk je spodbujal tako, da bi muzej predstavljal popolno podobo slovenskega ljudskega življenja, spodbujal k preureditvi evidence o predmetih, gradnji lastne muzejske zgradbe, raziskavi terena, vzgoji novih strokovnjakov ipd. To je vodilo k napredku etnološkega raziskovalnega dela.

Po letu 1960 se etnologija definira kot specializirana disciplina historiografskega značaja, ki se posveča raziskovanju vsakokratnih, običajnih, tipičnih kulturnih oblik vsakdanjega življenja tistih družbenih slojev in skupin, ki dajejo neki etnični skupini ali nacionalni enoti specifičen značaj (Rogelj Škafar 1993: 14). To je bilo obdobje izredne razstavne dejavnosti.

Razstave so prikazovale noše, ljudsko gospodarstvo, ljudsko umetnost, obrt in arhitekturo skupaj z notranjo opremo Slovencev, zlasti v preteklosti. Ob koncu sedemdesetih let so bili za muzejske razstave še vedno najpomembnejši predmeti in možno okolje, iz katerega so izvirali. Za etnologijo so bile pomembne vse plasti prebivalstva v preteklosti in sedanjosti ter odnosi, ki so jih imeli nosilci načinov življenja do kulturnih sestavin. Muzejski predmeti postanejo tako medij za razkrivanje načina življenja.

Slovenski etnografski muzej do začetka devetdesetih let preteklega stoletja sploh ni imel lastne hiše, niti primerne in dovolj velikega stalnega in občasnega razstavnega prostora. Če povzamem po Smrdeljevi, sploh ni ustrezal polni vsebini besede muzej (2004: 18). Po dolgih prizadevanjih si je izbral svoje mesto na Metelkovi. Leta 1995 se prične snovanje stalne razstave Med naravo in kulturo, ki jo še dandanes širijo. V devetdesetih letih preteklega stoletja se v muzeju pričnejo uporabljati računalniški programi za iskanje podatkov in dokumentiranje muzejskih predmetov, zaživi pedagoška služba, ki skrbi za stike z javnostmi in za popularizacijo etnologije preko muzeja v družbi. Ponovno oživi muzejsko glasilo *Etnolog*, kot naslednik predvojnega *Etnologa* in *Slovenskega etnografa*. V muzeju se vršijo muzejske delavnice, v katerih imajo obiskovalci možnost, da se seznanijo s tradicijo in preteklostjo.

5.2 Oblikovanje slovenske nacionalne identitete in vloga Slovenskega etnografskega muzeja

Po principih nacionalne mitologije naj bi vsak narod imel svojo dušo, iz česa naj bi izviral poseben način mišljenja in čustvovanja in kot tak pripomogel k oblikovanju posebnega narodnega jezika in kulture. Na tej osnovi se je pričelo zbiranje mitov, legend, narodnih pesmi in pripovedk ter poudarjanje materinega jezika. Zgodovinska mitologija Slovencev se pričinja s spominom na Karantanijo kot samostojno slovensko državo in na obred ustoličevanja koroških vojvod na knežjem kamnu pri Krnskem gradu (Nečak 1997: 20).

Oblikovanje slovenske nacionalne identitete je bila nujnost ali vsaj posledica razmer (Moritsch 1997: 34). Če povzamem po Rogelj Škafarjevi, (2003) sta bila jezik in kultura glavni gonilni sili pri nastanku slovenskega naroda in utrjevanju slovenske nacionalne

identitete. V 2. polovici 18. stoletja je bilo v takratnih osnovnih šolah uvedeno tudi poučevanje slovenskega jezika, kar je počasi pripomoglo k zarisu meje slovenskega etničnega ozemlja. Slovenščina je bila uvedena z namenom, da se širi in veča znanje prebivalstva.

V začetku 19. stoletja se prične utrjevanje slovenske kulturne identitete. Slovenci smo postali moderen političen narod, s prvim političnim programom »Zedinjena Slovenija« leta 1848. Za konstrukcijo slovenske nacionalne identitete je značilno, da je nastala v času hudih nacionalnih bojev, ko se je slovenskemu narodnemu programu po robu postavil vsenemški nacionalni program (Rogelj Škafar 2003: 38). Vendar je slovenski katoliški duhovščini in narodnjaški inteligenci v relativno kratkem času uspelo oblikovati enovito narodno identiteto in jo posredovati slovensko govorečemu prebivalstvu. Narodna identiteta se je krepila predvsem s pomočjo jezika in kulture (Moritsch 1997: 36–37).

Pred prvo svetovno vojno smo bili Slovenci že razvit narod z lastno kulturo, znanostjo, umetnostjo, jezikom in lastno politično voljo. V tem času pa so se pojavila tudi razmišljanja o vlogi muzejev v družbi z vidika njihove vloge pri oblikovanju nacionalne identitete (Kaplan 1996: 5). Da bi se ohranila kulturna dediščina, ki je bila sprva v lasti elit, so le to preusmerili k ljudem kot nacionalno dediščino, ki je tako postala dostopna v muzejih za obogatitev, izobraževanje in utrjevanje nacionalne identitete (Rogelj Škafar 2003). Tako so muzeji dobili pomembno vlogo pri ustvarjanju nacionalne identitete s posredovanjem muzejskih predmetov ali zbirk v vlogi simbolov nacionalne države. Muzeji so postali orodje za definiranje naroda (Rogelj Škafar 2003: 40).

Slovenski etnografski muzej hrani zbirko predmetov, katere nosilci so bili ljudje, živeči na slovenskem etničnem ozemlju. S pomočjo zbirke se tako nenehno legitimira narod. Predmeti, ki se nahajajo v zbirki, so večinoma kmečkega izvora, kar potrjuje, da je bila večina slovenskega prebivalstva do konca 2. svetovne vojne kmečkega porekla (Rogelj Škafar 2003). V tem duhu so se v muzeju zbirali podatki o ljudski kulturi, o narodnem slogu, o gradnji hiš z njihovo notranjo opremo in narodni noši. Slovenski etnografski muzej torej preko razstavljenih predmetov razkriva družbenozgodovinske korenine, na podlagi katerih so bile v preteklih obdobjih zbrane zbirke določenih predmetov »ljudske kulture«. Zbrani predmeti so bili uvrščeni v muzej, ker so bili uvideni kot nacionalno pomembni in tako reprezentirajo opredmeteno zavest o »nas«. Naloga muzeja je, da interpretira preteklost s pozicije sedanjega stanja in predmetom, kot opredmetenim simbolom neke skupnosti, določi pomen z današnje

perspektive. Tako muzej ohranja materialne predmete in okoli njih gradi novo resničnost. To je njegova glavna naloga pri kulturnem razvoju (Rogelj Škafar 2003: 42). Medij, v okviru katerega se ta rekonstrukcija dogaja, je razstava, dopolnjena s sodobnimi tehnikami.

5.3 Slovenski etnografski muzej kot medij – posredovalec slovenske nacionalne identitete

Muzej kot medij danes služi za produkcijo in reprodukcijo različnih diskurzov. Lahko je posrednik določene miselnosti, kar pomeni, da določene poglede naturalizira, jih naredi naravne. Kot pravi Pušnikova (1999), medij lahko vpliva na posameznike tako, da jih povezuje v skupnosti in tako krepi občutenje nacionalnosti, uči jih, kako biti član nacionalne skupnosti. Slovenski etnografski muzej je v tem oziru medij, saj nam preko razstavljenih predmetov ponuja vednost o skupnih prednikih, skupnem izvoru, starodavnih običajih, navadah, simbolih, skupnem sovražniku, ki lahko ogrozi »slovensko bit«. Etnografski muzej torej legitimizira nacionalne simbole preko zbirk muzejskih predmetov ter jih predstavlja javnosti v obliki razstav, publikacij in dogodkov. Vidna vsebina muzeja, če povzamem po Rogelj Škafarjevi, je medij za signaliziranje identitete, izražene z opredmetenimi identifikacijskimi simboli (2003: 32).

S tem, ko muzej predstavlja kulturo, pa prispeva tudi k njenemu spreminjanju. Posebnost Slovenskega etnografskega muzeja kot medija je v tem, da odstranjuje predmete iz njihovega prvotnega konteksta in jih umešča v nov kontekst, značilen za etnografski muzej. Muzej z ohranjanjem materialnih predmetov gradi okoli njih novo resničnost. To je njegova glavna funkcija pri spreminjanju kulture oz. kulturnem razvoju (Rogelj Škafar 2003: 42). Medij, v katerem se gradi nova resničnost okoli muzejskih predmetov, je muzejska razstava. Razstave v Slovenskem etnografskem muzeju so oblikovane tako, da nagovarjajo predvsem oči obiskovalcev. Prikazujejo »spomenike« ljudi, imena, jezike, simbole, grbe, oblačila, obrede proslavljanja in praznovanja. Slovenski etnografski muzej, če povzamem Bennetta (1995), je sfera vidnosti, kajti videnje podob v muzeju potrdi obiskovalčevo verjetje. Slovenski etnografski muzej, s pomočjo videnja razstav ustvarja pri obiskovalcih podobo »skupne domovine« tako, da v njih vzbuja čustva ponosa, ki naj bi jih gojili do »domačega ozemlja«. Vse to omogoča s pomočjo stalne razstave *Med naravo in kulturo*, ki je razdeljena na več

sklopov, preko katerih obiskovalce seznanja s slovensko dediščino. *Predmeti življenja, predmeti poželenja* je razstavni sklop, ki predstavlja predmete označene kot tipično slovenske, ter prikazujejo spreminjanje ljudstva v narod. Razstava zajema gospodinjske predmete: posode, žličnike, likalnike; pohištvo: skrinje, zibelke; stavbarska dela: okenske mreže; slovensko ljudsko nošo, ki jo Slovenski etnografski muzej predstavlja kot tipično slovensko oblačilo. Prvotno je bila ljudska noša poimenovana kot kmečka noša, kajti nosilo jo je preprosto ljudstvo-kmetje. Šele kasneje je bila preimenovana v ljudsko, kajti obsegala je noše različnih stanov, tako obrtnikov, delavcev in kmetov, ki se glede na družbeni sloj med sabo ločujejo tudi v oblačenju (glej Makarovič 1971: 17). Kot razlaga Makarovičeva (1971: 37), je ženska noša vsebovala krilo z modercem, pod katerega so se oblačile rokavce. Spodnja krila, predpasniki, različna pokrivala in obuvala ter nadaljne vrhnja oblačila, nakit in okras, ki je izpopolnjeval žensko nošo določenega območja. Moški so nosili dokolenske hlače, srajco, telovnik in razna vrhnja oblačila, obuvala, pokrivala ter dopolnila, ki so izpopolnjevala moško opravo. S pomočjo ljudske noše Slovenski etnografski muzej obiskovalcem prikazuje razvoj kulture oblačenja na Slovenskem, narodno nošo predstavlja kot tipično slovensko oblačilo in zato je pripovedovalec zgodbe o slovenstvu.

Slika 5.3.1:



V muzeju predstavljena slovenska ljudska noša od 2. polovice 19. stol. do 1. polovice 20. stol.
Vir: Petelinšek, 2007.

Slovenski etnografski muzej preko razstavljenе narodne noše obiskovalce stimulira, da se spominjajo prvotne slovenske kulture oblačenja in da pridobijo določeno znanje o njej. Poleg tega pa jih stimulira, da narodno nošo dojamejo kot pomemben del za predstavitev slovenske nacionalne identitete. S pomočjo ljudske noše torej Slovenski etnografski muzej predstavlja kulturo oblačenja na različnih slovenskih področjih, ki je v muzeju združena in predstavljena kot tradicionalno slovensko oblačilo. Muzej lahko potemtakem, če se navežem na Bourdiejevo (1994: 121) teoretsko perspektivo, definiramo kot institucijo s svojim lastnim ritualom, ki obiskovalcem muzeja neprestano govori, kakšna je njihova identiteta. Torej, karkoli Slovenski etnografski muzej spregovori in sporoči, na tak način ponuja družbeno definicijo in identiteto, hkrati pa vzpostavlja meje do drugih navzven.

Tudi preko razstavnega sklopa *Potrebno in nepotrebno* Slovenski etnografski muzej predstavlja slovensko identiteto na način, da nam prikazuje predmete, ki so Slovence spremljali skozi prostor in čas s potrebo po hrani, oblačenju, željo po luksuzu, lepoti, vrednotah, ki jih izražamo skozi zunanjo podobo.

Razstavni sklop vsebuje perilo: spodnje hlače, majice; obleke: hlače, telovnike, krila; vrhnja oblačila: plašče, suknjiče; pokrivala: avbe, klobuke, rute; obuvala: coklje, copate, čevlje. Tukaj bi izpostavila predstavitev tipičnih slovenskih pokrival, ki tako Slovence ločijo od drugih narodov, kot to sporoča razstava. Muzej postavi pokrivala v nacionalni kontekst in na tak način reprezentira slovenskost za nazaj, v čase, ko te še niti ni bilo. Glava je že od nekdaj najprominentnejši del telesa, zato je nadvse primerna za sporočanje okolici. Na primer: v 15. stoletju naj bi bile tipično moško pokrivalo čepice ter nizki valjasti klobuki z ozkimi, okroglo zavihanimi kraji. Konec 16. stoletja se pojavijo kapucasta pokrivala, ki so bila podaljšana celo do pasu (Baš 1970: 17–19). Sedemnajsto stoletje je prineslo mehkejšе kape in spalne avle. Konec 18. stoletja se pojavijo togi cilindi (Baš 1992: 41,48; Vrišer 1993). Devetnajsto stoletje pa je bilo zaznamovano s klobuki, od slamnatih do različnih vrst kap. Ta pokrivala so se obdržala do 2. svetovne vojne. Predstavnice ženskega spola so v 15. stoletju nosile predvsem rute, redko avbe in čepice. V 16. stoletju, predvsem v plemiškem in meščanskem okolju, postanejo pomembne raznovrstne avbe. Kmetice so bile najpogosteje pokrite s pečami (Baš 1970: 19–22). Šele v 18. stoletju se pojavijo klobuki, slamniki in kape, vendar so ta pokrivala še vedno v manjšini. Konec 18. stoletja nam prinese damske klobuke. Damski klobuki se uporabljajo še dandanes, vendar prav tako kot so v preteklosti, tudi sedaj doživljajo

nenehne spremembe. Vse to pripoveduje razstava, torej ne le o pokrivalih, ampak tudi zgodbo o slovenstvu.

Slika 5.3.2:



Primeri pokrival skozi stoletja, od avb na levi strani slike, do damskih slamnatih klobukov na desni
Vir: Petelinšek, 2007.

Slovenski etnografski muzej z reprezentacijo in interpretacijo pokrival skozi stoletja potrjuje in vzdržuje določeno nacionalno orientacijo. S pomočjo pokrival lahko zaznamo razlike med posameznimi družbenimi sloji, kajti določeno pokrivalo je bilo namenjeno določenemu sloju. Tako pokrivala ponujajo obiskovalcem dokaze o njihovih koreninah. Na tak način muzej deluje kot medij, ker s pomočjo zbranih in razstavljenih zbirk predstavlja predmete, ki so jih uporabljali predniki, danes pa so pomembni, ker so simboli slovenske nacionalne identitete. Kot sem že omenila, nam muzej s pomočjo razstavljenih zbirk daje občutek, da smo »mi« od nekdaj takšni in takšni, s svojim zgodovinskim poslanstvom. Pri tem igra pomembno vlogo kolektivni spomin, ki po eni strani zaobsega kolektivni spomin o dogodkih, po drugi pa kulturni spomin, ki poskuša slediti zgodovini vse do pravirov, najstarejših izročil, oblik organizacije in naselitve (Suppan v Rogelj Škafar 2003: 41). Kolektivni spomin je konstrukt komunikacijskega procesa ter poudarja simbole in rituale določene skupine.

To počne tudi Slovenski etnografski muzej, preko razstavnega področja *Družbeno in duhovno*, ki preko razstavljenih predmetov prikazuje ljudsko kreativnost v oblikovanju socialnega in duhovnega sveta in ritualov. Ta razstavni sklop vsebuje predmete ljudske likovne umetnosti kot avtentično slovenske. Razstavljene so slike na steklu, poslikane panjske končnice, ljudska glasbila, jaslice. Tukaj bom izpostavila jaslice, ker je v času božiča muzej razstavljal več kot 60 različnih jaslic, iz različnih materialov, ki so jih ustvarili različni mojstri. Jaslice predstavljajo rojstvo Jezusa Kristusa, poklon pastirjev in Sv. Treh kraljev. Za slovenski narod so pomembne, ker je njihova postavitvev in uprizoritev v božičnem času ena izmed najpomembnejših tem za ljudi. Jaslice naj bi Slovenci sprejeli v preteklosti in jih prilagodili narodnemu značaju. Postale so svojevrsten izraz vere v božično skrivnost in dobile značilno obliko, ki je sestavni del ljudske umetniške tvornosti. S pomočjo jaslic nam Slovenski etnografski muzej prikazuje običaj verovanja prednikov. Slovenske jaslice so torej božični simbol in hkrati tudi nacionalni simbol, ki je že v preteklosti družil Slovence, zato so pomembne pri ohranjanju navad in običajev Slovencev. Slovenski etnografski muzej hrani redke primere jaslic, mednje sodijo redke Gasparijeve jaslice iz leta 1921.

Slika 5.3.3:



Gasparijeve jaslice iz leta 1921, desno spodaj
Vir: Petelinšek, 2007.

Slovenski etnografski muzej je torej buditelj »slovenskega« spomina, saj ljudem pomaga pri spominjanju o skupni preteklosti preko specifičnih predmetov tako, da obiskovalci v muzejskih reprezentacijah preteklosti najdejo tudi sebe, svoje korenine in dediščino. Preko razstavnih sklopov Slovenski etnografski muzej svojim obiskovalcem neprestano pripoveduje, kdo so in kaj morajo biti. Če parafraziram Bourdieua, to počne na način, da obiskovalcu hkrati reprezentira identiteto in mu jo vsiljuje, ko jo izraža pred vsemi (v Pušnik 2005: 412). Muzejske reprezentacije tako vplivajo na procese konstruiranja nacionalne realnosti in na oblikovanje kolektivnih odzivov ljudi, saj za posameznika »vstop« v muzej ni zgolj vstop v neko stavbo in gledanje del, ampak je ritualiziran sistem družbenih dejanj (Canclini 1995: 115). Osnovna naloga muzeja je, da s pomočjo muzejskih reprezentacij ustvari v posamezniku podobe preteklosti oziroma oblikuje njegovo razumevanje preteklosti, ki je definirana s pomočjo omejenega kolektivnega spomina in zamejenega članstva zamišljenih nacionalnih skupnosti, kot jih definira Anderson (1998).

Preko razstavnega sklopa *Voda in zemlja* mu to tudi uspeva, saj s pomočjo razstavljenih predmetov nudi obiskovalcem specifično razumevanje preteklosti. V tem sklopu muzej predstavlja tradicionalna orodja za lov in ribolov: pasti, mreže, osti; poljedeljska orodja: motike, srpe, kose; sadjarska in vinogradniška orodja, ter značilne obrti od lončarstva, pletarstva, kovaštva do tkalstva. Obiskovalcu vse predstavlja kot tipično slovensko. Izpostavila bi lončarsko dejavnost, ki jo muzej predstavi kot eno izmed najstarejših obrti na Slovenskem. Izdelava lončenih izdelkov je predstavljena kot tipična slovenska rokodelska dejavnost, ki dandanes žal izumira. Slovenski etnografski muzej preko razstavljenih lončarskih izdelkov iznajde tradicijo prednikov in jo predstavi kot nacionalno pomembno. Poleg razstavljenih lončarskih izdelkov muzej ponuja tudi živo lončarsko dejavnost, z namenom, da bi obiskovalcem natančneje prikazal postopek izdelovanja lončenih izdelkov in oblikovanja gline.

Slika 5.3.4:



Živa muzejska dejavnost, lončarstvo
Vir: www.etno-muzej.si/loncar, 2007.

Slovenski etnografski muzej nam preko domačih obrti prikazuje, kako pomembno vlogo so imele te dejavnosti za najrazličnejša področja človekovega vsakdanjika. Prikazuje nam spretnosti in znanja ter mojstrska in unikatna dela, ki so nastala v preteklosti, danes pa jih muzej reprezentira kot temeljne »umetnine«, ki so nosilke slovenske nacionalne identitete. S pomočjo razstavljenih predmetov torej Slovenski etnografski muzej deluje kot rešitelj spomina. Zaslužen je za ohranjanje nacionalne identitete, saj besede in mišljenje povezuje s specifičnimi zgodovinskimi dogodki, ki so umrli, vendar pa so ostali muzejski teksti. S svojimi razstavnimi zbirkami muzej ohranja slovensko tradicijo, mite. Obiskovalcem razkriva družbenozgodovinske korenine, na osnovi katerih so bile v preteklih obdobjih zbrane zbirke določenih predmetov »ljudske kulture«. Te zbirke so bile takrat razumljene kot tiste, ki pričajo o »narodu« ter njegovi tradiciji. V Slovenski etnografski muzej so bile umeščene, ker so v določenem času veljale za nacionalno pomembne in pričevalne. Muzej je razstavljenim predmetom podelil vlogo nacionalnih simbolov, ki je pred vstopom v muzej niso imeli. S pomočjo muzeja, ki je zaslužen za iznajdbo tradicije, razstavljeni predmeti dandanes predstavljajo opredmeteno zavest o Slovencih.

5.4 Uporaba sodobnih tehnologij v stalni razstavi Slovenskega etnografskega muzeja Med naravo in kulturo

Z namenom, da bi Slovenski etnografski muzej presegel tradicionalne okvire razstavljanja, se poslužuje sodobnih tehnologij, s katerimi želi pritegniti pozornost obiskovalcev in jih zabavati. Kot pravi Pušnikova (2005), ima vsak muzej svoj način odkrivanja preteklosti, ki nam jo prikazuje preko različnih estetiziranih podob, z namenom, da bi zapolnil vrzeli, ki so posledica pomanjkljive ali nejasne vsebine. Eden izmed načinov je uporaba muzejske tehnologije, ki se jo poslužuje tudi Slovenski etnografski muzej. V muzeju lahko zasledimo povečane izseke fotografij, risbe, lepo oblikovane steklene vitrine z razstavnimi predmeti, avdiovizualne kolaže in žive delavnice, kar nudi ljudem občutek, da so del muzejskega dogajanja. Razstavni predmeti na tak način pripovedujejo posebne zgodbe o preteklosti, saj lahko tako v obiskovalcih vzbujajo številna ugodja, občutke ponosa, domačnosti in varnosti (Pušnik 2005: 421).

Stalna razstava Slovenskega etnografskega muzeja *Med naravo in kulturo* je sestavljena iz različnih zbirk s področja gospodarstva, prometa, obrti, trgovine, bivalne kulture, tekstila, oblačilne kulture, socialne in duhovne kulture, kulture likovnega obzorja, kulture slovenskih izseljencev, etničnih manjšin in zunajevropskih kultur. Prikazuje nam odnose med naravo in kulturo, posameznikom in družbenimi skupinami. Razstavne zbirke imajo estetsko razporejene razstavne predmete, ki jih spremljajo vizualni zapisi na ekranih, katerih namen je prikaz funkcije ali načina izdelovanja tipov predmetov, razstavljenih v vitrinah. Vsak razstavni sklop nosi tudi drugačno barvo sten. Avdiovizualij ni premalo, niti preveč. Uporabljene so pri oživitvah »nemih« predmetov, s katerimi je obiskovalcem prikazana vpetost predmeta v avtentičen prostor, ki pa je v muzeju še vedno zgolj rekonstrukcija. V središču pozornosti so razstavljeni predmeti, ki pripovedujejo zgodbe o njih in o ljudeh. Vsi napisi, naslovi in spremljevalni teksti in avtorska dela kustosov so postavljeni v soodvisnost predmeta s človekom in okoljem.

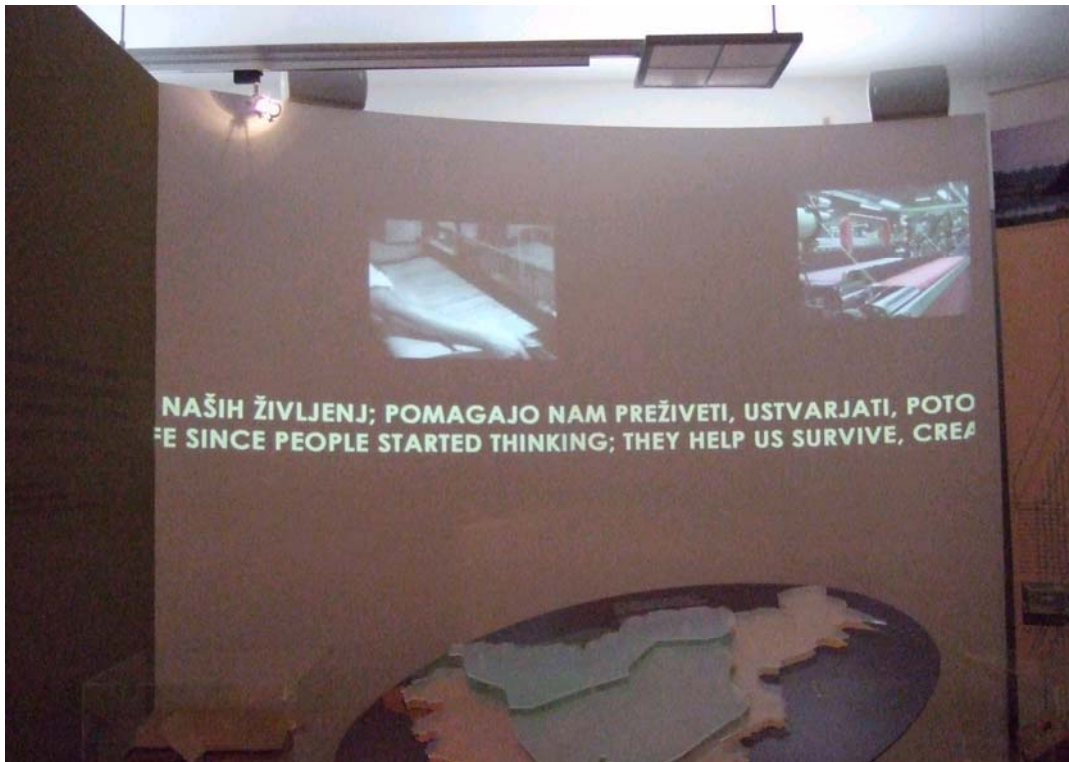
V stalni razstavi *Med naravo in kulturo* se Slovenski etnografski muzej poslužuje informacijsko-komunikacijske tehnike, elektronskih medijev in zvočnih kulis, ki igrajo ključno vlogo pri rekonstrukciji konteksta predmeta in pri njegovi oživitvi. Muzej ne pretirava

z moderno tehnologijo, uporabljena je le v tolikšni meri, da predmet oživi in prikaže njegovo vpetost v avtentični prostor. Še vedno je v ospredju sam razstavni predmet, ki je opremljen z vizualnimi zapisi na ekranih, ki prikazujejo funkcionalnost predmeta. Slovenski etnografski muzej torej ne bazira na moderni tehnologiji, ampak v ospredje postavlja resničen razstavni predmet, ki je podprt z informacijsko tehnologijo, ki je podrejena predmetu.

V prvem delu stalne razstave *Med naravo in kulturo* zasledimo uporabo multivizije, etnografskega filma in avdiovizualne kolaže. Razstava obiskovalce v uvodu vodi od Predmetov življenja in predmetov poželenja, do razstavnega področja o Vodi in zemlji, nadalje do Potrebnega in nepotrebnega, Družbenega in duhovnega, Odseva daljnih svetov, na koncu pa je postavljen zabavni kotiček EtnoAbecedaš.

Razstavni sklop *Predmeti življenja, predmeti poželenja* vsebuje multivizijo *Kdo sem, Kdo smo*, ki nam z gibljivo sliko, fotografijami, govorom, ilustracijo, zemljevidom in glasbo prikazujejo delitev Slovenije na štiri etnološka območja – alpsko, mediteransko, osrednje-slovensko in panonsko. Prikazuje stavbne tipe, skupna narečja, glasbo, plese in narodno nošo. Sredi razstave je atraktiven pano, na katerem se izmenjujejo podatki o pomembnosti teh predmetov v vsakdanjem življenju. Z namenom, da bi Slovenski etnografski muzej v največji meri aktiviral obiskovalce, da bi postali aktivni udeleženci v razstavnem procesu, jim v tem področju razstave ponuja tudi gumb, na katerega pritisnejo, če želijo izvedeti celotno zgodbo o razstavljenih predmetih.

Slika 5.4.1:



Primer sodobnega ukrivljenega zaslona z gibljivo sliko, zvokom in primerno osvetlitvijo
Vir: Petelinšek, 2007.

V razstavnem sklopu, posvečenem ribištvu, *Voda in zemlja* zasledimo etnološki film Spomini nabrežinskega ribiča, ki dopolnjuje zgodbo čupe Marije, ki je edini povsem ohranjen morski drevak in tudi največji predmet razstave. Kot pravi Valnčič Furlanova (2006: 244), so čupe slovenski ribiči v Tržaškem zalivu uporabljali vso do sredine druge svetovne vojne in Slovenski etnografski muzej je eno zadnjih odkupil od Babčevih iz Nabrežine. V filmu Zdravko Caharija Babčev pripoveduje o svoji družini, posebnem načinu tunolova in čupah. Ekran je skrbno in premišljeno postavljen nad razstavljeni predmet, tako obiskovalcem omogoča, da s pomočjo filmske projekcije spoznajo predmet v avtentičnem ambientu, ki ga gledajo na zaslonu. Obiskovalcem je na voljo tudi pritisk na gumb, s katerim si izberejo slovensko ali angleško različico filma.

Slika 5.4.2:



Primer uporabe avdiovizualij pri opisu rabe in pomenu morskega drevaka

Vir: Petelinšek, 2007.

Rdeča nit razstave teče vzporedno s predstavitvijo zbirk, ki prikazujejo odvisnost človekovega materialnega sveta z naravnim, kar je vizualizirano s talnimi vitrinami, v katerih so naravni materiali in plodovi.

Slika 5.4.3:



Primer talnih oken
Vir: Petelinšek, 2007.

Skozi celotno razstavo se prepletajo kolaži avdiovizualnih zapisov, ki jih je mogoče zaslediti na devetnajstih manjših ekranih. Kolaži vsebujejo vizualne zapise, ki prikazujejo potek delovanja in uporabe določenega razstavnega predmeta. Tako na primer razdelek *Voda in zemlja*, ki vsebuje razstavne predmete s področja obrti, obrtnih orodij, izdelkov, lova in ribolova, s kolažem *Gojeni ekosistemi* ob razstavnih vitrinih z motikami prikazuje tako tradicionalne kot moderne načine obdelovanja zemlje. Ta razstavni sklop vsebuje še tri druge avdiovizualije, ki prikazujejo živinorejo, proizvodnjo obrt in suhorobarstvo. Ekрани so prilagojeni višini oči, vendar so dostopni tudi mlajšim obiskovalcem.

Slika 5.4.5:



Kolaž *Gojeni ekosistemi* predstavlja tradicionalne kot moderne načine obdelave zemlje
Vir: M. Habič, 2006.

Kolaži so tesno vpeti v razstavo, z dimenzijami ekranov pa so še vedno zelo podrejeni razstavljeni pripovedi. Sestavljeni so iz relativno kratkih vizualnih zapisov, ki so predstavljeni glede na logiko dogajanja. So dejansko predmet pričujočega članka. Zanimiv je avdiovizualni kolaž *Osebni videz*, ki se nahaja v razstavnem oddelku *Potrebno in nepotrebno*. Odgovori na vprašanje, kako nas vidijo drugi in kako se vidimo sami. S tem, ko se obiskovalec postavi pred ekran, ga mala kamera, skrita nad ekranom posname, tako lahko v njem vidi samega sebe.

Razstavni področji *Družbeno in duhovno*, ter *Odsev daljnih svetov*, ki sledita razstavnemu oddelku *Potrebno in nepotrebno*, sta prav tako predstavljeni s pomočjo uporabe sodobnih tehnologij. Področje *Družbenega in duhovnega* vsebuje predmete, povezane z ljudsko umetnostjo, šegami, ljudskimi glasbami in ljudsko religioznostjo, ki jih predstavlja kot tipično slovenske. Razstavljeni predmeti so skrbno varovani v razstavnih vitrinah ter osvetljeni z reflektorji. V tem razstavnem sklopu najbolj pridejo do izraza trije ekрани, ki so postavljeni ob razstavljenih predmetih. Na enem ekranu je poleg kurenta prikazano pustovanje, na drugem poleg pirhov običaji krašenja pirhov, igre in na tretjem *Žive jaslice*.

Slika 5.4.6:



Kolaž pustovanje ob tradicionalni slovenski maski Kurentu
Prikazuje orače iz Haloz in Markovcev
Vir: Petelinšek, 2007.

Tik pred koncem stalne razstave se nahaja razstavni sklop, ki prikazuje *Odseve daljnih svetov*. V njem se nahajajo predmeti iz zunajevropskih zbirk, ki dokumentirajo življenja drugih narodov. Tukaj je v ospredju tudi avdiovizualija, in sicer dokumentarni film Toma Križnarja o življenju Nub.

V zadnjem razstavnem sklopu pa se nahaja *EtnoAbecedaž*, ki poskrbi, da tudi najmlajši obiskovalci osvojijo čim več znanja, ki ga ponuja muzej. *EtnoAbecedaž* v labirintu naniza etnološke predmete in teme od A do Ž, na tak način pa otroke seznanja z etnološko dediščino. S to novostjo Slovenski etnografski muzej odpira novo stran pri populiziranju zbirk, namenjenih najmlajšim. Tradicionalne metode se spremenijo v stimulativne in tako najmlajši obiskovalci pridobivajo nova znanja na igriv način. Glavno vodilo je abeceda. Etnografske predmete in pojme, ki so na razpolago otrokom, uvajajo črke, ki so razvrščene v nekakšnem labirintu. Če za primer vzamem črko Č, le ta odpira predal s čipkami, tako je otrokom na razpolago ogled tako ročno izdelanih kot industrijskih čipk. Otroci tako preko igre s pomočjo

črk spoznavajo predmete Slovenskega etnografskega muzeja in se s pomočjo sodobnih muzejskih tehnik in tehnologij tudi učijo o slovenstvu.

Slika 5.4.7:



Primer *EtnoAbecedaž*, ki na izviren način preko igre seznanja otroke z etnološko dediščino
Vir: Petelinšek, 2007.

Z *EtnoAbecedažem* se zaključí zadnji razstavni sklop stalne razstave Slovenskega etnografskega muzeja. Vendar razstava se nikoli ne konča. Živi naprej, ne le s pomočjo razstavljenih predmetov, ampak tudi s pomočjo modernih tehnologij. Le te so v Slovenskem etnografskem muzeju izbrale srednjo pot. Sodobna tehnologija obiskovalca ne zaslepi tako, da ne bi opazil primarne funkcije razstavnega predmeta, ampak je dodana bolj kot dodatek. Na premišljen način so postavljeni ekrani, da lahko zainteresirani obiskovalci s filmskih projekcij spoznavajo predmete v njihovih prvotnih funkcijah, kajti brez njih bi razstavljeni predmeti v obiskovalčevih očeh ostali le »nemi razstavljeni predmeti«. V razstavi zasledimo veliko sodobnih tehnik od video- in multimedijskih projekcij, do dotikalnih ekranov. Slovenski etnografski muzej je s takšno uporabo sodobne tehnologije na dobri poti, da se v celoti približa sodobnim svetovnim trendom v muzejskih razstavah. Kljub temu, da so

audiovizualizacije zelo pomembne pri razstavah, pa Slovenski etnografski muzej v samo središče še vedno postavlja predmet, torej s tem ohranja tradicionalne načine razstavljanja

6. SKLEP

Muzeji so že od nekdaj orodje za predstavitev nacionalnih identitet. Z različnimi interpretacijami preteklosti ohranjajo materialne predmete, ki so pripadali določenemu narodu na način, da določena dejanja postavljajo v ospredje in zakrivajo druga. S pomočjo muzejskih reprezentacij objavljajo določeno verzijo zgodovine in obiskovalce učijo, kako biti član določene nacionalne skupnosti. Preko razstavljenih predmetov prenašajo preteklost v sedanost. Premikanje skozi muzej je za obiskovalca premikanje skozi preteklost.

Muzeji so bili sprva namenjeni le varovanju in razstavljanju predmetov. Današnja tržno usmerjena družba, pa je vplivala tudi na spremembe v njihovi vlogi in podobi. Končuje se obdobje tradicionalnih muzejev. Danes muzeji postajajo prostori srečevanja, kjer lahko ljudje preživijo dan in se zabavajo. Nahajajo se v modernih stavbah, ki pritegnejo pozornost ljudi, njihova notranjost pa je polna novih tehnologij, s pomočjo katerih posredujejo znanje. Muzeji s prirejanjem razstav postajajo prava industrija. Predvsem v zahodnoevropskih muzejih so pred slabimi dvajsetimi leti na široko odprli vrata elektronskim medijem in najrazličnejšim informacijsko-komunikacijsko tehnološkim učinkom z namenom, da bi pritegnili obsežnejše občinstvo. Vzroke za elektronske medije v muzejih lahko iščemo predvsem v neizprosnih tržnih zakonih, ki so muzealce prisilili k izumljanju novih oblik predstavljanja eksponatov. Posledično se tovrstni muzeji lahko pohvalijo s povečanim obiskom.

Glede na raziskano lahko rečem, da se muzeji dokaj uspešno kosajo z drugimi množičnimi mediji v posredovanju podatkov. Preko muzejskih razstav, ki so opremljene s sodobnimi informacijsko-komunikacijskimi tehnikami, prikazujejo nacionalno identiteto in izobražujejo državljane. Muzejske razstave delujejo kot medij, ker skozi zbrane zbirke predmetov predstavljajo različne kronološke čase. Na tak način utrjujejo obiskovalčevo mišljenje, ter ga spodbujajo k določeni interpretaciji in razumevanju muzejskega predmeta. Obiskovalcem pomagajo, da se spominjajo preteklosti, in da s pomočjo razstavljenih predmetov prepoznajo

lastno zgodovino in dediščino. Tako muzeji s pomočjo uporabe sodobnih tehnik postajajo živ medij, ki obiskovalcem omogočajo ne le da vidijo razstavni predmet, ampak ga imajo možnost slišati, vonjati ali celo otipati. Z razstavami prikazujejo vezi med preteklim in sedanjim, med tradicijo in sodobno kulturo. So zakladnice, namenjene doživljanju, razmišljanju in srečevanju s kulturno dediščino.

Današnje kapitalistično ozadje pa je vplivalo tudi na spremembo vloge muzejev na slovenskih tleh. Še posebej opazno je to v Slovenskem etnografskem muzeju, ki deluje kot predstavnik in konstruktor slovenske nacionalne identitete. S pomočjo razstavljanja zbirk, deluje kot medij, ki izumlja stare tradicije in jih prikaže kot tipično slovenske. Pri tem si pomaga z uporabo sodobnih informacijsko-komunikacijskih tehnik, z namenom, da bi pritegnil čim večje število obiskovalcev. Vendar so zbirke, ki jih muzej vsebuje, še vedno predstavljene na tradicionalen način, nameščene so v vitrinah z lastno osvetlitvijo, prilagojeno klimo, kar jim zagotavlja najboljše pogoje hranjenja. Sodobna tehnologija, ki razsvetljuje razstavljene predmete, je prav tako postavljena na tradicionalen način. Fotografije, ki se nahajajo ob razstavljenem predmetu, filmi, ki govorijo o njem, so v enakovredni ali celo podrejeni poziciji razstavnemu predmetu. Nadgradnjo tradicionalne postavitve zasledimo v smiselnem vrstnem redu muzejskih predmetov.

Slovenski etnografski muzej pa nam ne ponuja le predmetov, ki predstavljajo slovensko nacionalno identiteto. Ponuja nam več. Z namenom, da bi postal »živ«, zanimiv za raznoliko publiko, nam ponuja programe različnih delavnic, ki so namenjene tako otrokom, kot starejšim. Obiskovalcem ponuja živo muzejsko dejavnost, kjer se lahko preizkusijo v tkalski spretnosti, lončarski dejavnosti ali preizkusijo svoje fotografske sposobnosti. V samem muzeju se vršijo različna predavanja, plesni tečaji in koncerti. Starejšim in mlajšim je na razpolago sodobno dvigalo, ki omogoča dostop do razstave tudi tistim, ki jim hoja povzroča težave. Po ogledu razstave se obiskovalci lahko odpočijejo v mirni muzejski kavarni s prečudovito teraso, kjer občasno potekajo glasbeni in kulturni dogodki.

»Oddaljenim« obiskovalcem je na razpolago pregledno in ažurno postavljena internetna stran Slovenskega etnografskega muzeja, kjer si lahko pridobijo vse informacije o stalni in drugih občasni razstavah, dogodkih, delavnicah. Na internetni strani je obiskovalcem na voljo tudi spletna razstava delničarstva na slovenskem, ogledajo si lahko tudi praznovanje prvega maja, ter velikonočne običaje v preteklosti.

Slovenski etnografski muzej je hiša novih idej, fascinira nas s svojo dejavnostjo, odprtostjo, interaktivnostjo, z idejami, ki oživljajo stavbo samo. Kljub temu, da so muzejski predmeti postavljeni na tradicionalen način, vsebujejo pravšnjo mero avdiovizualne tehnologije, s katero po mojem mnenju uspešno konkurirajo z drugimi svetovnimi muzeji. Virtualni in realni svet se v muzeju uspešno prepletata.

Potrjujem tezo, da Slovenski etnografski muzej s pomočjo informacijsko-komunikacijskih tehnik uspešno deluje kot medij pri predstavljanju in konstrukciji slovenske nacionalne identitete. Na nek način izbira pri razstavljanju srednjo pot med tradicijo in sodobnostjo.

7. LITERATURA IN VIRI

- Anderson, Benedict (1998/1983): *Zamišljene skupnosti: o izvoru in širjenju nacionalizma*. Ljubljana: Studia humanitatis.
- Barfield, Thomas (1997): *The dictionary of anthropology*. Oxford: Blackwell.
- Bosch van den Annette (2005): *Museums. Constructing a Public Culture in the Global Age*. London: Routledge.
- Baš, Angelos (1970): *Noša na Slovenskem v poznem srednjem veku in 16. stoletju*. Ljubljana: MK.
- Bennett, Tony (1995): *The birth of the Museum*. London: Routledge.
- Bourdieu, Pierre (1994/1991): *Language & Symbolic Power*. Cambridge: Polity Press.
- Caglar, Ayse S. (1997): »Hyphenated Identities and the Limits of «Culture»«. V Tariq Madoon in Pnina Werbner (ur.): *The Politics of Multiculturalism in the New Europe: Racism, Identity and Community*, 169–186. London: Zed Books.
- Canclini, Nestor Garcia (1995): *Hybrid cultures: Strategies for Entering and Leaving Modernity*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Čeplak Mencin, Ralf (2002): The splendour and miscry of ethnographic museums. *Mediterranean Ethnological Summer School* (4), 187–198.
- Falk, John H. in Lynn D. Dierking (1992): *The Museum Experience*. Washington: Walesback Books.
- Findlen, Paula (1989): "The Museum: Its Classical Etymology and Renaissance Genealogy." *Journal of the History of Collections* (1), 59–78.
- Foucault, Michel (1970): *The Other Things*. London: Routledge.
- Giddens, Anthony (1990): *The Consequences of Modernity*. Cambridge: Polity Press.
- Giddens, Anthony (1991): *Modernity and Self-Identity*. Cambridge: Polity Press.
- Groys, Boris (2002): *Teorija sodobne umetnosti: izbrani eseji*. Ljubljana: Študentska založba.
- Habermas, Jurgen (1989): *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society*. Cambridge, Mass: MIT Press.
- Hall, Stuart (1997): *Representation: Cultural Representation and Signifying Practices*. London: Sage Publications.

- Handler, Richard (1997): *The New History in an old Museum: Creating the Past at Colonial Williamsburg*. Durham: Duke University Press.
- Haralambos Michael, Holborn Martin (1999): *Sociologija: teme in pogledi*. Ljubljana: DZS.
- Hardt, Hanno (2002): Vizualna kultura v kulturnih študijah. V Aleš Debeljak, Peter Stankovič, Gregor Tomc in Mitja Velikonja (ur.): *Cooltura: uvod v kulturne študije*, 315–327. Ljubljana: Študentska založba.
- Hooper-Greenhill, E. (1992): *Museums and the Shaping of Knowledge*. London: Routledge.
- Hooper-Greenhill, E. (2000): *Museums and Interpretation of Visual Culture*. London: Routledge.
- Horvat, Jasna (1994): Zbirke – predhodnice muzejev. *Argo* (36/37), 15–19.
- Kaplan, Flora E. S. (1996): Introduction. V Flora E. S. Kaplan (ur.): *Museums and the making of »ourselves«: the role of objects in national identity*, 3–15. London: Leicester University Press.
- Karp, Ivan, Christine Kreamer in Adrienne S. Lavine (1992): *Museums and Communities: The Politics of Public Culture*. Washington: D.C.
- Laine Dailey, Taren (2006): *Museums in the age of neoliberalism: a multi – sided analysis of science and health museums in the U.S.* Dostopno na http://etd.gsu.edu/theses/available/etd-12032006-111240/unrestricted/Dailey_Taren_L_200612_ma.pdf (20. april 2007).
- Lidchi, Hanrietta (1997): »The Politics of Exhibiting other Cultures«. V Stuart Hall (ur.): *Representation: Cultural Representation and Signifying Practices*, 161–162. London: Sage.
- MacDonald Sharon (1996): *Theorizing Museums: An Introduction*. Oxford: Blackwell.
- MacDonald Sharon (1998): *The politics of display: museums, science, culture*. London: Routledge.
- Makarovič Marija (1971): *Slovenska ljudska noša*. Ljubljana: Slovenski etnografski muzej.
- Mensch, Peter van (1992): *Towards a methodology of museology*. PhD thesis. University of Zagreb.
- Moritsch, Andreas (1997): Narodna identiteta – nujnost ali anahronizem? V Dušan Nećak (ur.): *Slovenska narodna identiteta skozi čas: zbornik*, 33–40. Ljubljana: Oddelek za zgodovino FF (Historia).

- Murphy, Bernice L. (2004): The Definition of the Museum. From Specialist Reference to Social Recognition and Service. *Newsletter of the International Council of Museums* (57), 2.
- Nečak, Dušan (1997): Avstrija. Jugoslavija. Slovenija: slovenska narodna identiteta skozi čas. V Avstrija. Jugoslavija. Slovenija: *slovenska narodna identiteta skozi čas: zbornik*, 19–24. Ljubljana : Oddelek za zgodovino FF (Historia).
- Olmi, Giuseppe (1985). »Science-honour-metaphor: Italian cabinets of the sixteenth and seventeenth centuries«. V Olive Impey and Arthur MacGregor (ur.): *The Origins of Museums*, 5–16. Oxford: Clarendon Press.
- Petru, Peter (1971): Misli ob stopetdesetletnici Narodnega muzeja. *Argo* 10 (1), 3–34.
- Radics, Peter (1910): *Johann Weikhard Feiherr von Valvasor*. Ljubljana: Kleinmayr&Bamberg.
- Riley, Denise (1988): *Am I That Name? Feminism and the Category of »Women« in History*. London: Macmillian.
- Pušnik, Maruša (1999): Konstrukcija slovenske nacije skozi medijsko naracijo. *Teorija in praksa* (36), 796–808.
- Pušnik Maruša (2005): Fotografija v muzeju kot arhiv kolektivnega spomina: ljubezen do zgodovine. *Teorija in praksa* (42), 408–429.
- Rogelj Škafar, Bojana (1993): *Slovenski etnografski muzej-sprehod skozi čas in le delno skozi prostor*. Ljubljana: Slovenski etnografski muzej.
- Rogelj Škafar, Bojana (1995): Slovenski etnografski muzej od ustanovitve do danes. V Rajko Muršič in Mojca Ramšak (ur.): *Razvoj slovenske etnologije od Štreklja in Murka do sodobnih etnoloških prizadevanj: zbornik prispevkov s kongresa*, 213–220. Ljubljana: Slovensko etnološko društvo.
- Rogelj Škafar, Bojana (2003): Etnološki muzeji in nacionalna identiteta : Slovenski etnografski muzej. *Etnolog* (13), 38–52.
- Rupel, Mirko (1969): Janez Vajkard Valvasor. V Mirko Rupel (ur.): *Valvasorjevo berilo*, 495–516. Ljubljana: Mladinska knjiga.
- Schweibenz, Werner (1998): *The "Virtual Museum": New Perspectives For Museums to Present Objects and Information: Using the Internet as a Knowledge Base and Communication System*. Dostopno na http://is.uni-sb.de/projekte/sonstige/museum/virtual_museum_ISI98.htm (20. april 2007)
- Silverstone, Roger (1992): *The Medium is the Museum*. London/New York: Routledge.
- Valenčič F. Nadja (2006): Avdiovizualni kolaži na stalni razstavi Med naravo in kulturo. *Etnolog* (16), 239–242.

- Valery, Paul (1964): *Man and the seashell*. New York: Pantheon.
- Vergo, Peter (1989/1993): *The New Museology*. London: Reaktion Books.
- Vrišer, Sergej (1988): Osnove muzeologije. *Likovni odsevi* (7), 5-7.
- Walsh, Kevin (1992). *The representation of the past: museum and heritage in the post-modern world*. London: Routledge,
- Weil, Simone (1983): *An inventory of art museum roles*. Washington: Smithsonian Institution Press.
- Weil, Stephen (2004): *Collecting Then, Collecting Today: What's the difference?* New York, Toronto, Oxford: Alta Mira Press.