

V sklopu *Prostorske in družbene razsežnosti praznikov* objavljamo povzetke referatov Marije Klobčar *Opredejeni z ritualom*, Urše Šivic *Glasba – bistveni ali obrobní element sodobnega koledovanja*, Mojce Ravnik *Naborniki v letnih šegah vasi Ukve v Kanalski dolinim*, Boruta Žerjala in Juša Škrabana *“Fantovska Boljunec”*, Vita Hazlerja *Vinski svetniki*, Mojce Ramšak *Vinske kraljice kot blagovne znamke*, Saše Poljak Istenič *Prazniki med dediščino, identiteto in trajnostnim razvojem*, Tjaše Rotar Kokalj *Praznična prehrana v vasi Zabrekve nad Škofjo Loko* in Anje Moric *Praznovanja kočevskih Nemcev v ZDA, Kanadi, Avstriji in Nemčiji*.

Nena Židov

Marketing muzejev: teorija in praksa v slovenskih muzejih (ur. Nina Zdravič Polič in Mihael Kline). Ljubljana: Slovenski etnografski muzej, 2013, 191 str., ilustr. (Zbirka Priročniki SEM)



Priročnik *Marketing muzejev: Teorija in praksa v slovenskih muzejih*, je četrta publikacija iz zbirke Priročniki Slovenskega etnografskega muzeja. Osvetljuje vprašanja, kaj je marketing in kaj pomeni v kontekstu javne ustanove, kakršna je muzej. Obravnava sodobno marketinško komuniciranje in uporabnost marketinške prakse kot temeljne muzejske dejavnosti, ki služi poslanstvu muzeja. Muzejem se namreč priporoča, da gledajo na marketing kot na družbeni in upravljavski proces in da morajo nenehno slediti aktualnim družbenim spremembam. V njem je izpostavljeno, da so začeli muzeji uveljavljati marketinška načela komuniciranja zaradi globalnih sprememb v svetu in ekonomskih razlogov.

Priročnik vsebuje deset vabljenih avtorskih prispevkov in študij primerov. Osem so jih napisali muzejski strokovnjaki iz različnih slovenskih muzejev, ki se ukvarjajo z marketinško prakso komuniciranja, dva pa zunanja strokovnjaka.

Lili Šturm v prispevku *Uveljavljanje znamke muzeja* razkriva na primeru Poletne muzejske noči moč dogodka v marketingu; Tamara Bregar in Borut Rovšnik obravnavata različne pristope raziskovanja za oblikovanje uspešnega komuniciranja z občinstvom; Anja Zorko piše o izzivih in priložnostih sponzorstva in partnerstva; Urša Vodopivec v prispevku *Spletno komuniciranje muzejev* predstavlja prehod iz analognega v digitalno komuniciranje in marketing; Andreja Breznik pod naslovom *Načrtovanje marketinških aktivnosti* izpostavlja nujnost planiranja z uporabo marketinških orodij za uspešno delovanje muzeja; Tanja

Rožembergar in Brane Kovič obravnavata vlogo upravljanja identitete muzeja skozi vizualno podobo in Nina Zdravič Polič pa utemeljuje, zakaj je prišlo v muzejih do uveljavljanja uporabe načel marketinga.

Zadnje poglavje Priročnika je edini povsem teoretični prispevek dr. Mihaela Klineta. V prispevku *Celostni model skrbništva, marketinga in znamčenja muzeja* razširi razpravo na uporabo širšega modela marketinga in znamčenja muzejev.

Knjiga zapolnjuje vrzel na področju muzealske stroke kot tudi na področju marketinga, marketinškega komuniciranja in znamčenja. Koristila bo vsem, ki raziskujejo, načrtujejo, izvajajo, kontrolirajo in vrednotijo rezultate poslanstva, vizije, strategije, opredeljenih širokih poslovnih in ozkih specialističnih ciljev v muzejih in galerijah.

VOLPI LISJAK, Bruno: *O zgodovini in dediščini slovenskega morskega ribištva*. Ljubljana: Slovenski etnografski muzej; Križ: Ribiški muzej tržaškega primorja, 2013, 150 str., ilustr. (Zbirke s te ali one strani? = Collezioni di qua o di là del confine?; 5)



Peta knjiga iz *Zbirke s te ali one strani?*, s katero se predstavljajo slovenski muzeji z “druge strani meje”, prinaša zanimiv pregled več kot tisočletnega avtohtonega slovenskega ribištva med Trstom in Timavo, ki je v letih po drugi svetovni vojni povsem zamrlo. Nanj nas veže spomin, ujet v Ribiškem muzeju tržaškega primorja v Križu pri Trstu. V knjigi se seznanjamo z vzponom in zatonom slovenskega ribištva na Tržaškem, prinaša pa tudi bogat pregled najbolj značilnih načinov ribolova, plovil in druge kulturne dediščine, ki je povezana z morjem. Katalog muzejskih predmetov, rib in upodobitve ribiških naprav iz 19. stoletja zaokrožujejo bogato ilustriran katalog, ki je dragocen pričevalec tega dela slovenske zgodovine.

Knjiga *O zgodovini in dediščini slovenskega morskega ribištva* je torej okvir in dopolnitev stalne razstave v Ribiškem muzeju tržaškega primorja v Križu pri Trstu. Slikovita vasica na kraškem robu je bila do druge vojne skupaj s sosednjimi vasi območje slovenskega ribištva in simbol odprtosti Slovencev proti širnim morskim obzorjem. Njihovo življenje je bilo namreč od naselitve tesno povezano z ribištvom in drugimi dejavnostmi, te pa so v muzeju prikazane s pričevalnimi predmeti in dokumenti, ki jih je za razstavo pripravila restavratorska ekipa Slovenskega etnografskega muzeja. Razstavo in katalog je vsebinsko in oblikovno