

raznolike dogodke v osebnem življenju Petra Nagliča in tudi življenju lokalne in širše skupnosti, v kateri je živel. Govorijo o Nagličevih popotovanjih od domačega praga v Šmarci, bližnjih in daljnih krajev po ožji in širši domovini do tujih dežel, ki jih je obiskoval kot romar. Šporar je umestil fotografsko gradivo v kar enaindvajset tematskih sklopov oziroma poglavij.

Svoj pogled na interpretacijo fotografskih vsebin in razstavne zgodbe so v katalogu dodali tudi kustosi Slovenskega etnografskega muzeja. Med drugim so opozorili na tiste tematske sklope v fotografskem in drugem predmetnem gradivu, za katere so ocenili, da so dajali Nagličevemu življenju in delu posebno težo in rdečo nit. To pa so bile ščetarska obrt, ki je Nagličevi družini omogočila preživetje, zanimanje za fotografijo in želja po potovanjih oz. romanjih.

Poleg fotografij, ki jih je posnel Peter Naglič, so v katalogu prikazane fotografije ambientalne postavitve razstave, fotografije posameznih razstavnih vitrin, napoljenih z osebnimi in družinskimi predmeti Nagličeve rodbine, in katalog (seznam) razstavljenega predmetnega gradiva, ki ga hrani Nagličev nečak Matjaž Šporar.

Andrej Dular

359

Praznovanja med tradicijo in sodobnostjo: povzetki: znanstveni posvet ob 90-letnici Slovenskega etnografskega muzeja: Ljubljana, 16–17. oktober 2013 (ur. Nena Židov). Ljubljana: Slovenski etnografski muzej, 2013, 28 str.



V zborniku *Praznovanja med tradicijo in sodobnostjo* smo objavili program in povzetke devetnajstih referatov, ki so bili predstavljeni na znanstvenem posvetu, s katerim smo v letu 2013 obeležili 90-letnico Slovenskega etnografskega muzeja. V prvem sklopu z naslovom *Praznik muzeja – muzej o praznovanjih* so povzetki referatov sodelavk Slovenskega etnografskega muzeja Polone Sketelj *Vrata kot simbolni prehodi življenja*, Janje Žagar *Osebni videz kot obeležje praznovanja*, Nene Židov *Tradicionalna pustovanja kot del lokalne, regionalne in nacionalne identitete*, Sonje Kogej Rus *Dediščina – prazniki – ustvarjanje pri otrocih* in Maje Kostric *Kako praznike praznujemo?*

V sklopu *Prazniki v historični perspektivi* so predstavljeni povzetki referatov Marjetke Balkovec Debevec *Šolski prazniki in praznovanja*, Ane Vrtovec Beno in Ane Bezek “Kaj takega še nismo doživeli na Slovenskem”, Mojce Zajc *Las Fallas*, Mihe Poredoša *Praznovanje Virgen de Cocharcas na prehodu med tradicijo in sodobnostjo* in Maje Dolinar *Praznovanje Eid–Al–Adha v sodobnem Maroku*.

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

360

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