

## MUZEJI NA INTERNETU

*“Deskati” po internetu danes ni več stvar prestiža, temveč že kar nuja vsakega aktivno pišočega posameznika. Računalnik za marsikoga še vedno ni tako dostopen, kot je telefon, vendar pa se v Sloveniji že pojavljajo cyber-cafeji, ki nudijo poleg običajne pijače tudi računalnik z internetom. Kakšno veliko znanje za brskanje po mreži ni potrebno, vendar pa mora biti posameznik kar spreten oziroma trdno odločen, da iz ponujene množice nekoristnih informacij dobi tisto, ki jo zares potrebuje, in se ne prepusti užitkom zapeljevanja drugih, mogoče (malček) mikavnejših ponudb. Ni treba veliko in že lahko iz spletne strani muzejske zbirke v Narodnem muzeju pristaneš na športni strani celjskih rokometašev, kjer so predstavljeni vsi igralci, njihove fotografije in posebnosti.*

Internet je zasvojil ljudi, tako je postal enakovreden medij časopisu, radiu in televiziji. Po besedah Brana Ferrera je internet postal pomemben tudi za promoviranje muzejev in njihovih izdelkov (Feren 1996, 126). Lahko bi se celo reklo, da je internet učinkovitejši od drugih medijev, saj spletna stran določenega muzeja na internetu pokaže, da muzej uspešno sledi sodobnim smernicam razvoja.

Razlike med spletnimi stranmi muzejev na internetu so velike. Računalniška grafika, njena izdelava in tehnika so tako napredovali, da ni več tako pomembno, ali je muzej na internetu ali ne, temveč, kako se v okviru navedenega medija predstavlja. Začetna stran s fotografijo stavbe muzeja, ki ji sledijo splošne informacije, nekaj strani opisov, kaj muzej počne in kaj vse zbira, ni več dovolj. Spletna stran muzeja mora biti

oblikovana tako, da predstavlja čim realnejšo podobo muzeja. Tridimenzionalne fotografije, kratki podnapisi, čim večja izbira ikon oziroma poglavij in podpoglavij, različne teme in sveže informacije morajo virtualnega obiskovalca pritegniti tako, da ostane na spletni strani muzeja čim dlje, kar skuša muzej doseči tudi v realnosti, z resničnimi obiskovalci.

*Archives & Museum Informatics* so letos že drugič zapored organizirali konferenco na temo Muzeji in internet, ki je potekala v Kanadi, v Torontu, od 22. do 25. aprila. Na tridnevni konferenci so razpravljali o uporabi interneta v muzejih, problemih in napakah, predstavili so nove tehnološke izboljšave in ponudbo. Muzealci so se lahko vključili tudi v številne delavnice, v katerih so se lahko naučili specifičnih znanj o uporabi interneta na svojem področju. Tudi letos so na tej konferenci izbrali najboljše spletne strani muzejev, ki so bile razdeljene v šest kategorij: najboljša spletna stran muzeja za virtualno razstavo, za pridobivanje novih članov, za strokovnjake v muzejih, za izobraževanje, za raziskovanje in najboljša spletna stran muzeja na splošno. Lahko si jih ogledate na [www.archimuse.com/mv98/frame-best.html](http://www.archimuse.com/mv98/frame-best.html). Posebno vredna ogleda muzejska stran je nagrejena virtualna razstava španskega muzeja *El Pais* ([diarioelpais.com/muva2/](http://diarioelpais.com/muva2/)). Imeli boste občutek, da se zares sprehajate v njem.

Ustvarjalci spletnih strani slovenskih muzejev se bodo morali še precej potruditi, da bodo dosegli takšen nivo, kot so ga predstavile zmagovalke najboljših spletnih strani muzejev na konferenci v Torontu. Pohvalno je, da ima večina večjih slovenskih muzejev spletno stran na internetu, vendar je ta preskromna tako po videzu kot vsebini. Muzeji so predstavljeni kot referat, v katerem je na nekaj straneh opisana njihova dejavnost, predstavljene so zbirke z nekaj fotografijami, napisane pa so še osnovne informacije, kdaj je muzej odprt in kolikšna je vstopnina. Naslov vseh slovenskih muzejev lahko najdete na [www.2.arnes.si/~ljprirod6/](http://www.2.arnes.si/~ljprirod6/), kjer pa vam je na voljo še mnogo drugih naslovov svetovnih muzejev, predstavljenih na internetu.

Slovenski etnografski muzej najdete pod naslovom [www.etno-muzej.si](http://www.etno-muzej.si). Njegova spletna stran je poleg Muzeja novejšje zgodovine, Narodnega in Prirodoslovnega muzeja ena izmed boljših spletnih strani muzejev v Sloveniji, v svetovnem pogledu pa sodi v povprečje, mogoče za nacionalno institucijo celo podpovprečje. Spletna stran SEM obiskovalcu nudi splošen vpogled v dogajanje muzeja. Predstavljene so lastne in gostujoče razstave ter razstave SEM, ki





gostujejo po drugih muzejih v Sloveniji. Obiskovalec lahko dobi informacije o trenutnih dogodkih ter preteklih in bodočih muzejskih delavnicah. Muzejske zbirke so le našteje, tu in tam pa so vključene še fotografije zanimivih predmetov. Poglavlje o muzeju (oddelkih in dejavnostih, zgodovini in muzeju danes in jutri) še pripravljajo. Pohvalno je, da se je SEM odločil tržiti svoje publikacije tudi preko interneta. Nudijo seznam katalogov razstav, ki so dostopni v knjižnici, na žalost pa se jih ne da kupiti. Spletna stran je napisana v slovenskem in angleškem jeziku. Zanimivo je, da potencialne obiskovalce tudi na internetu opozarjajo, da se je muzej preselil na novo lokacijo, na voljo pa je tudi zemljevid, ki kaže zarisano pot do institucije.

Če si ogledamo vse slovenske muzeje na internetu, lahko opazimo, da nobeden ne izpolnjuje svojega poslanstva v celoti. Po besedah Brana Ferrena bodo muzeji v prihodnosti morali na internetu vzpostaviti novo avtoriteto, ki bo temeljila na istem nivoju in isti konkurenci, kot jo ima zdaj muzej zunaj računalniške domišljije. Muzealci se bodo morali zavedati, da na internetu ni več pomembno, kje določeno slavno sliko vidiš in v katerem muzeju se nahaja, saj jo lahko vidiš v tem trenutku, na računalniku. Ljudje si celo z lastnimi spletnimi stranmi ustvarjajo svoje muzeje, ki dobivajo večje število obiskovalcev kot prave spletne strani slavnih muzejev. Tako imenovani "kvazi muzeji" so si ustvarili svoj muzejski izdelek, svojo podobo in svojo identiteto. To pomeni, da bodo ljudje tudi s pomočjo interneta vzpostavljali muzejsko doživetje, poskrbeti pa bo treba, da bo pravo (Feren 1996, 144).

Glavni namen interneta je dvosmerna komunikacija med uporabnikom in ponudnikom. Večina slovenskih muzejev internetu tega ne priznava ali pa tega dejstva ne zna izkoristiti. Slovenski etnografski muzej sicer nudi splošni e-mail, na katerega lahko nasloviš vsa možna vprašanja, kakšnih drugih informacij pa muzealci s strani obiskovalcev na internetu ne morejo dobiti. Svojih virtualnih obiskovalcev niti ne napotijo k temu, da lahko svoje predloge in mnenja pišejo na določen naslov. V

tujini se že poslužujejo različnih "trikov", ki ponudnikom prinašajo dragocene podatke o njihovih uporabnikih. Lep primer je anketa, ki jo večina rada izpolnjuje. Z anketami bi lahko muzeji poleg že omenjenih podatkov o uporabnikih prejeli tudi razne predloge, kritike in pohvale.

Po besedah Jarrattove se v tem scenariju za muzeje lahko pojavi ena sama nevarnost. V svetu podob, računalniških informacij oziroma interneta lahko postanejo muzeji tako imenovane "steklene hiše". Od trenutka, ko muzej ustanovi spletno stran na internetu, se "razgali" pred vsem občinstvom. Vse nadaljnje delo vodstva, kustosov, osebja v odnosih z javnostjo, oddelka za trženje in drugih, je na ogled celotni "cyber" javnosti. Resda trenutno uporablja internet le določena skupina ljudi, vendar pa se bo to v prihodnosti zagotovo spremenilo. Prav vsak bo lahko izvedel tisto, kar želi ali potrebuje vedeti. Iz kupa ponujenih informacij pa se bo uporabnikom interneta pojavila nova težava, in sicer vprašanje, kaj je resnično in kaj ne (Jaratt 1996,26).

#### Seznam literature:

- FEREN, Bran 1996: New tools to help museums perform their work. V: Museums for the new millennium. Washington
- JARRATT, Jennifer 1996: External factors affecting organisations. V: Museum for the new millennium. Washington

