© Tulkojums – Baltijas Muzeoloģijas veicināšanas biedrība

Peters van Menšs
Leontīne Meijere-van Menša

Jaunās tendences muzeoloģijā II

Ievads

Grāmata stāsta par jaunajām tendencēm muzeoloģijā, taču patiesībā tā ir par muzeja profesijas attīstību. Mūsu izpratnē profesionalitāte balstās uz trim pīlāriem: praksi, teoriju un ētiku. Ja kāda no tiem pietrūks, profesionālā struktūra sabruks. Mūsu pieeja, kas pausta šajā darbā, ir praksē balstīta teorija un teorētiski pamatota prakse. Lai gan grāmatā esam iekļāvuši īpaši ētikai veltītu nodaļu, par to tiek runāts no pirmā paragrāfa līdz pēdējam.

Šis ir mūsu grāmatas otrais izdevums. Pirmā sagatavošanai tika izmantoti triju Celjes Muzeoloģijas skolā novadīto semināru (2007, 2008, 2009) materiāli. Semināriem bija divi mērķi: pirmkārt, apzināt jaunās tendences starptautiskajā profesionālajā diskursā, otrkārt, izstrādāt metodoloģiju, kas būtu izmantojama Slovēnijas (un citu valstu) muzeju praksē. Otrā izdevuma mērķis ir līdzīgs, un tajā pievēršamies jaunajai muzeoloģiskajai praksei vai jaunumiem muzeoloģijas praksē: krājuma attīstība, mācīšanās, līdzdalība, kvalitātes novērtēšana un integrācija. Tomēr tekstā ir būtiskas izmaiņas. Kopš pirmā izdevuma publicēšanas par mūsu grāmatā aplūkotajiem jautājumiem klajā nākušas aptuveni 350 grāmatas angļu valodā, nemaz nerunājot par daudzajiem žurnāliem ar neskaitāmajiem rakstiem un grāmatām citās valodās. Protams, ka nemēģinājām apkopot šos tekstus, taču noteikti ietekmējāmies no tiem. Tajā pašā laikā mūsu pašu izpratne par šo jautājumu ir pilnveidojusies, kaut vai tāpēc vien, ka viens no mums ir atgriezies praktiskajā darbā – muzeja *Europäischer Kulturen - Staatliche Museen zu Berlin* (turpmāk – Eiropas Kultūru muzejs) direktora vietnieka amatā.

Šī grāmata nav par nākotni – ne par nākotni, kādu sagaidām, ne arī par tādu, kādu vēlamies. Grāmata ir galvenokārt par tendencēm, kas atspoguļo jauno profesionālo izpratni, jo īpaši Eiropā. Taču, kas ir tendence un kas ir jauns? Mēs nedomājam, ka idejas, kas publicētas pirms 2000. gada, šodienas praksē ir zaudējušas savu aktualitāti – gluži pretēji! Tomēr uzskatām, ka varētu būt noderīgi izvērtēt dažas idejas, kas parādījušās vai atkārtoti izvirzījušās uzmanības centrā 21. gadsimta sākumā. Tās ir idejas, kuras var identificēt kā tendences, kas ir mūs ieinteresējušas. Protams, ir daudzas tendences, kurām mēs nepieskaramies, galvenokārt laika un telpas ierobežojumu dēļ. No otras puses, mūs varētu būt aizrāvušas dažas idejas, kuras citi neraksturotu kā tendences. Katrā ziņā šis nav tendencēm veltīts akadēmisks pētījums. Šī ir mūsu personīgā vecu un jaunu ideju kolekcija, par kuru gribētu jums pastāstīt.

Lasītājs varētu brīnīties, kāpēc nerunājam par tehnoloģijām. Mēs, protams, apzināmies, cik milzīga un pieaugoša ietekme muzeja darbā ir tehnoloģijām, un esam sajūsmā par jauno informācijas un komunikācijas tehnoloģiju iespējām, kas pašos pamatos maina muzeja mijiedarbību ar auditoriju. Taču apzināmies arī to, ka, lai ko mēs rakstītu par šiem jaunievedumiem, tie būs novecojuši, pirms grāmata tiks

nodrukāta. Vēl viena piezīme: šī grāmata nav iecerēta kā rokasgrāmata. Par laimi, nesen tika publicēti "Starptautiskās muzeju studiju rokasgrāmatas" (*'International Handbooks of Museum Studies'*, 2015) četri sējumi, uz kuriem varam atsaukties. Izsakoties interneta terminoloģijā, grāmatu varētu uzskatīt par portālu. Mūsu nolūks bija pievērst uzmanību praksei un idejām, kas saistītas ar mūsdienu notikumiem, un parādīt sakarības starp tendencēm, lai palīdzētu orientēties daudzajos resursos, kas atspoguļo mūsdienu profesionālo diskursu. Bibliogrāfijā ir atsauces uz gandrīz 150 tekstiem, no kuriem 80% ir publicēti pēc 2000. gada un gandrīz 50% ir publicēti pēdējos piecos gados. Ceram, ka grāmatas saturs un plašā bibliogrāfija palīdzēs jums kā profesionāļiem, studentiem vai ieinteresētajām „citām pusēm" attīstīt savu izpratni par to, kas pašlaik notiek muzeja profesijā.

Šī grāmata nebūtu uzrakstīta bez Tanjas Roženbergaras lielā atbalsta. Mūsu ilgtermiņa profesionālās attiecības un draudzība ir piemērs tam, kā savijas profesionālās un personiskās attiecības, piešķirot mūsu darbam vērtību.

1. nodaļa

Krājuma attīstība un dinamiskā krājuma jēdziens

Kaut gan muzeji var būt ļoti dažādi, gan satura, gan izskata ziņā, tiem ir viens kopsaucējs: krājums. Viedokļi var atšķirties, vai krājums pieskaitāms muzeja mērķiem vai resursiem; citiem vārdiem sakot, vai krājums ir mērķis vai līdzeklis? Saskaņā ar mūsdienu muzeoloģijas pamatpieņēmumu, krājums ir uzskatāms par līdzekli. Tas savukārt saskan ar pieņēmumu, ka muzeja kā kultūras institūcijas specifika drīzāk ir uzskatāma par līdzekli, nevis rezultātu. Šajā nodaļā aplūkosim dažus mūsdienu risinājumus attiecībā uz šī pieņēmuma īstenošanu.

Muzeja krājums un misija

ICOM muzeja definīcijā ir norādīts muzeja un tādējādi arī krājuma veidošanas mērķis, kas ietver "mērķi izglītot, pētīt un sniegt baudījumu". Balstoties uz ICOM definīcijas secīgajām versijām, šis viedoklis ir pausts daudzās tradicionālās muzeja misijās. *Rijksmuseum* (Amsterdama) misija nosaka: "*Rijksmuseum* glabā, pārvalda, saglabā, restaurē, pēta, sagatavo, vāc, publisko un demonstrē mākslas un vēsturiskos objektus gan savās telpās, gan ārpus tām". Tomēr, pirms šī teikuma ir vēl divi citi: „*Rijksmuseum* tiek piedāvāta jauna izpratne par mākslu un vēsturi plašai, vietējai un starptautiskai mūsdienu auditorijai. Būdams nacionālais muzejs, *Rijksmuseum* piedāvā reprezentatīvu pārskatu par holandiešu mākslu un vēsturi no viduslaikiem līdz mūsdienām, kā arī svarīgākajiem Eiropas un Āzijas mākslas aspektiem." Misijā ieslēptais loģiskais pamatojums ir izteikts muzeja vīzijā: „*Rijksmuseum* savieno cilvēkus ar mākslu un vēsturi". Kaut arī vīzijā runāts par mākslu un vēsturi nevis mākslas darbiem un vēstures objektiem, top skaidrs, ka krājums ir muzeja identitātes balsts un galvenais instruments, kas ļauj savienot indivīdus ar mākslu un vēsturi. Pēc mūsu domām, *Rijksmuseum* vīzija raksturo nozīmīgu muzeju tendenci – veidot savas

esamības pamatojuma jaunu koncepciju. Galvenokārt tās ir izmaiņas uzskatos par muzeja sociālo lomu. *Rijksmuseum* vīzijā nav norādīts, kāpēc ir svarīgi saistīt cilvēkus ar mākslu un vēsturi, taču nozīmīgs solis uz priekšu ir vārda „savieno" izmantošana, kas ietver „mērķi izglītot, pētīt un sniegt baudījumu", vienlaikus izvairoties no aizbildnieciskās iespējamo variantu ierobežošanas.

Tomēr daži muzeji, domājot par muzeju kā līdzekli sociālā uzdevuma pildīšanai, joprojām ir nepietiekami skaidri formulējuši sava krājuma statusu. Berlīnes Dabas vēstures muzejs (*Museum für Naturkunde*), piemēram, formulējis šādu misiju: „Muzeja misija ir dot ieguldījumu turpmākā bioloģiskās daudzveidības saglabāšanā, īstenojot starpdisciplināru pētniecības programmu", tādējādi uzsverot savu pētnieciskās iestādes profilu. Misijā nav minēta krājuma veidošana, kas ļautu konkretizēt pētniecības veidu. Arī Dabas vēstures muzejs Londonā savā misijā nepiemin krājumu, bet dod priekšroku muzeja sociāli politiskajai lomai: „Muzeja mērķis ir apstrīdēt cilvēku uzskatus par dabu – tās pagātni, tagadni un nākotni. Mūsu mērķis ir veicināt sabiedrības diskusiju par cilvēces nākotni un dot izpratni par zinātni auditorijai visos līmeņos". Tādējādi, piemēram, šī misija ir saturīgāka nekā Berlīnes muzejam.

Atšķirība starp Berlīnes un Londonas Dabas vēstures muzeju misijām ilustrē nozīmīgu tendenci: misijā arvien skaidrāk tiek norādīti muzeja sociāli politiskie mērķi. Papētīsim to, salīdzinot trīs misijas formulējumus. Amsterdamas pilsētai veltītā muzeja misijā teikts: „Amsterdamas muzejs skaidro pilsētas vēsturi visplašākajai un daudzveidīgākajai auditorijai. Amsterdamas muzejs izaicina iedzīvotājus un apmeklētājus pilnveidot savas attiecības ar pilsētu". Gēteborgas Pasaules kultūras muzeja (Zviedrijā) misija nav tik neitrāla: „Pasaules kultūras muzeja mērķis ir darboties kā dialogu un pārdomu platformai, kurā tiek uzklausīti daudzi un dažādi viedokļi, kā arī apspriestas polemiskas un strīdīgas tēmas – tā ir vieta, kur cilvēki var justies kā mājās un tiekties pāri robežām". Tainas un Vīras lielākais reģionālais muzeju, mākslas galeriju un arhīvu pakalpojumu sniedzējs *Tyne & Wear Archives & Museums* (Ņūkāsla, Apvienotā Karaliste) sper soli tālāk: „Mūsu misija ir palīdzēt cilvēkiem atklāt savu vietu pasaulē un definēt savu identitāti, lai celtu savu pašcieņu un cieņu pret citiem". Neviens no šiem muzejiem nenoliedz sava krājuma nozīmi, taču atšķirības misiju formulējumos atspoguļo dažādas attieksmes pret krājuma statusu un lomu muzejā.

Diemžēl sabiedrības (apmeklētāji, žurnālisti un politiķi) acīs muzeji galvenokārt tiek vērtēti pēc to pastāvīgajām ekspozīcijām un izstādēm, nevis krājumiem. Tāpēc ne bez iemesla savā *Politikas formulējumā* NEMO (Eiropas Muzeju organizāciju tīkls) krājumu min kā pirmo muzeja vērtību: „NEMO uzskata, ka muzeja centrā ir muzeja krājums – bez tā nebūtu muzeja". Līdzīgi *ICOM Dabas vēstures muzeju ētikas kodeksā* (2013) uzdevumi „veidot un saglabāt dabas vēstures krājumu" tiek minēti pirms citiem dabas vēstures muzeju uzdevumiem, t.i., „veikt pētījumus un interpretēt rezultātus", „atbalstīt zinātnes un bioloģiskās saglabāšanas procesus", „veicināt sabiedrībā izpratni par dabu un tās novērtēšanu" un „sadarboties ar sabiedrību, veidojot tās uzskatus par dabas mantojumu gan muzejā, gan dabā".

Iepriekš minētajā *Politikas formulējumā* NEMO veido saikni starp krājumu un funkcijām, kas īstenojamas ar tā palīdzību: „Tas palīdz cilvēkiem noskaidrot savu vietu pasaulē un noteikt savu identitāti. Tas atspoguļo kultūras daudzveidību un ir cilvēku un tautu identitātes stūrakmens. Tas veido logu uz pasauli un pārstāv mūsu kopīgo Eiropas kultūras mantojumu". Interesanti, ka NEMO izmanto Tainas un Vīras misijas formulējumu, taču attiecina to uz krājumu. Patiesībā tieši to bija domājusi Džeina Gleistere (*Jane Glaister*), bijusī Lielbritānijas Muzeju asociācijas prezidente, runājot par *krājuma jaudu*: „Tas sniedz pierādījumus un piedāvā iespējas pētniecībai un mācībām. Tas var piešķirt statusu idejām, cilvēkiem vai kopienām, kalpot kā memoriāls un apstiprināt grupas vai indivīdu pieredzi. Tam ir ievērojama ekonomiskā ietekme, veicinot mūsdienu zinātni, radošumu un rūpniecību. Tas veido cilvēkos spēcīgu vietas, identitātes un piederības sajūtu, kas balstās pilnīgākā pagātnes izpratnē" (*Wilkinson,* 2005: 8).

Krājums un arhīvs

Šobrīd ir vērojama pieaugoša akadēmiskā interese par muzeja krājuma komplektēšanas raksturu un krājuma dabu. ICOM Starptautiskās Krājuma veidošanas komitejas dibināšana 2009. gadā ir šādas intereses piemērs. Krājuma veidošana var tikt definēta kā lēmums izņemt atsevišķus objektus no laika ritējuma, dāvājot tiem mūžīgu eksistenci. Šo procesu sauc arī par *muzealizāciju*. Precīzāk izsakoties, krājuma veidošana kā muzealizācijas forma ir dažādas izcelsmes objektu, kas nav bijuši vienkop, apvienošana vienā kopumā. Krājums rada priekšstatu par pagātni (un tagadni), lai tā būtu pieejama diskusijām tagadnē. Tā ir arī dāvana nākamajām paaudzēm, un šajā ziņā mēs varam runāt par *kultūras nodošanu* mūsdienu un nākotnes sabiedrībai.

Kad objekts tiek izņemts no sākotnējā konteksta un ievietots jaunā (t.i., muzeja) kontekstā, rezultāts ir ne tikai informācijas zudums. Objektu apvienošana krājumā var arī paplašināt ieskatu pagātnes un tagadnes notikumos, ar nosacījumu, ka krājums ir saturiski saskaņots. Šādā gadījumā iegūtā vērtība ir lielāka nekā sastāvdaļu summa. Atsevišķie objekti iegūst [daļu] savas nozīmes, konfrontējoties ar citiem objektiem un krājuma satura un organizācijas tematisko koncepciju. Šajā sakarā čehu muzeologs Zbiņeks Stranskis (*Zbyňek Stranský*) lieto terminu *tezaurācija*.

Arhīvs pārstāv cita veida muzealizāciju. Tajā uzsvars likts uz oriģinālā konteksta ievērošanu. Šis *respect des fonds*[1], kā to definējis Mišels Dišāns (*Michel Duchein*), izpaužas kā „pārvaldes, uzņēmuma, personas vai institūcijas veidoto vai lietoto arhīvu (jebkāda veida dokumenti) grupēšana, nejaucot tos ar citiem dokumentiem. Šos grupējumus sauc par attiecīgās pārvaldes, uzņēmuma vai personas arhīva *fondu*". No teorētiskā, praktiskā un ētiskā viedokļa interesanti atzīmēt, ka muzeji savā krājuma veidošanas politikā arvien vairāk mēdz izmantot arhīva metodi, piemērojot objektiem *respect des fonds* (= *principe de provenance*[2]) principu. Tas balstās pieņēmumā, ka

[1] Fonda kā veseluma respektēšana (tulkotāja piezīme).
[2] Pirmavota princips (tulkotāja piezīme).

konteksts ir objekta informatīvās vērtības neatņemama daļa un ka papildu informācija tiek saglabāta ar objektu grupām, ko „organiski radījušas un /vai uzkrājušas attiecīgās personas, ģimenes vai institūcijas to darbības un funkcionēšanas laikā" (ISAD (G) 2000: 10).

Tradicionāli šis princips tiek izmantots vēsturiskajās mājās un brīvdabas muzejos. Autentiskuma pakāpi nosaka tas, cik lielā mērā interjerā ir saglabāti objektu ansambļi, kas radīti vai uzkrāti iemītnieku (paaudžu) dzīves un darbības gaitā (*Van Mensch* 2012a). Šobrīd vērojams, ka „arhīviskais" skatiens tiek vērsts arī muzeja krājuma virzienā, domājot par krājuma vēsturi un tā dokumentālo vērtību, kas ir šīs dimensijas pamatā. Viena no galvenajām publikācijām par šo tēmu ir '*Unpacking the collection. Networks of material and social agency in the museum'* (*Byrne, Clarke, Harrison & Torrence,* 2011). Grāmatas mērķis ir atklāt „jaunus domāšanas veidus par attiecībām, kas veidojas starp objektu un indivīdu un dažādām grupām visā pasaulē" (turpat: 3). „Muzeju krājumi joprojām tiek aktīvi izmantoti sociālo attiecību veidošanā starp dažādām personām un grupām, tostarp radītājkopienām, kolekcionāriem, antropologiem (autori pievēršas etnogrāfiskajiem muzejiem), kuratoriem, izsoļu organizētājiem un muzeju administratoriem, kurus visus ir ietekmējusi mijiedarbība citam ar citu un ar materiālajiem objektiem" (turpat: 4). Acīmredzot autorus spēcīgi ietekmējusi Bruno Latūra (*Bruno Latour*) un citu radītā aktoru tīklu teorija (*Actor Network Theory*). Spert soli tālāk, pārejot no analīzes uz stratēģiju, ir liels izaicinājums. Te galvenais jēdziens ir caurskatāmība: ilgtspējīgs muzejs ir caurskatāms muzejs, muzejs, kas integrē sava krājuma vēsturi vispārējā naratīvā.

„Vieglā muzealizācija"

Kopumā muzealizācija saistīta ar atsvešinātību, proti, atsvešinātību fizisko kontekstuālo attiecību izteiksmē, kā arī atsvešinātību juridisko un intelektuālo īpašumtiesību izteiksmē. Bijušie īpašnieki vai lietotāji zaudē kontroli pār objekta izmantošanu un nozīmi. Lai ievērotu un uzturētu sākotnējās *radītājkopienas* vai *lietotājkopienas* interesi, mūsdienu muzeju ētikā ir ieviests aizgādnības (*guardianship*) princips (*Marstine,* 2011). Saskaņā ar Džanetu Mārstainu (*Janet Marstine*) „aizgādnība prioritarizē repatriāciju kā cilvēka tiesības" (skatīt 6. nodaļu), taču mēs uzskatām, ka aizgādnības princips jāpiemēro arī muzealizācijas procesā. Tad aizgādnība prioritarizētu kopīpašuma veidu, kurā muzejs un objekta radītājkopiena vai lietotājkopiena dalītu atbildību par objekta kā *dzīvā mantojuma* saglabāšanu – tas ir saglabāšanas veids, kurā mantojuma vērtība neizslēdz tā izmantošanu ārpus muzeja konteksta (*Meijer-van Mensch*, 2015). To mēs saucam par *dinamisko saglabāšanu*. Patiesībā šis princips ir vairāk pazīstams dabas aizsardzības, vēsturisko ēku, industriālā mantojuma, transporta mantojuma un nemateriālā kultūras mantojuma sfērā (*Van Mensch,* 2015b). Muzeju kontekstā dinamiskajai saglabāšanai apvienojumā ar kopīpašumu jau ir izveidojusies tradīcija etnogrāfiskajos muzejos, piemēram, *kūrēšana saskaņā ar iezemiešu tradīcijām* (*Kreps,* 2008). Tā ir satricinājusi krājuma saglabātāju tradicionālos priekšstatus par integritāti (*Clavir,* 2015). Cieņu pret [muzeja] priekšmetu fizisko integritāti arvien vairāk aizstāj cieņa pret funkcionālo vai

konceptuālo integritāti. Galvenais sasniegums bija atšķirības atzīšana starp jēdzieniem „bojājums" (*damage*) un „dabiskais nolietojums" (*normal wear*) (turpat: 392). Tā pieļauj turpināt objekta izmantošanu atbilstoši sākotnējai funkcijai, neapdraudot tā dokumentālo vērtību.

Vairākkārt esam saskārušies ar šo ideju, piemēram, saistībā ar holandiešu AIDS tekstilmozaīkas segu (*Meijer-van Mensch & De Wildt,* 2014). Grūtākais uzdevums bija atrast līdzsvaru starp segas fragmentu aktīvo (un aktīvistu) izmantošanu saskaņā ar autoru (mirušo AIDS upuru draugi un tuvinieki) ieceri un profesionālā muzeja darba procedūrām, kas ietver arī atlasi. Bija skaidrs, ka radītājkopienas līdzdalība nevar aprobežoties tikai ar atlases procesu, tai jāattiecas arī uz citām funkcijām: dokumentēšanu, saglabāšanu, restaurāciju un tikpat lielā mērā prezentāciju, jo šīs segas jēga slēpjas stāstos, ko tā ietver. Svarīgi ir tas, ka radītājkopienai kā galvenajai ieinteresētajai pusei joprojām ir piekļuve objektiem un ir tiesības izmantot tos ārpus muzeja. Šajā sakarā uzskatām, ka *mantojuma kopienas* jēdzienam, kā to definējusi Eiropas Padome (skatīt 3. nodaļu), ir izšķiroša nozīme, uzsverot visu indivīdu un organizāciju, kas ieinteresētas noteiktā mantojuma nozares tēmā, kopīgo atbildību.

Arjens Koks (*Arjen Kok*) raksturoja jēdzienu „mantojuma kopiena" attiecībā uz *jauno kolekcionēšanu* (*Kok,* 2009: 55). Viņš identificēja trīs krājuma komplektēšanas veidus: 1) muzejs kolekcionē nevis priekšmetus, bet mijiedarbību, 2) muzejs piedalās krājuma veidošanā tādā pašā mērā kā mantojuma kopiena un 3) muzejs darbojas kā indivīdu un sabiedrības grupu platforma mantojuma vākšanā. *Jaunās kolekcionēšanas* pirmā veida pamatā ir pieņēmums, ka dažās jomās privātie kolekcionāri ir sasnieguši augstu zināšanu līmeni. Muzeja uzdevums ir atbalstīt šos vācējus, piemēram, rūpējoties par kolekcijas glabāšanu, saglabāšanu un restaurāciju, kā arī radīt jaunu jēgu, izmantojot šīs kolekcijas muzeja speciālistu veidotajās izstādēs. Otrais veids attiecas uz muzejiem, kas darbojas privāto un institucionālo kolekcionāru tīklā, kurš ietver arī joprojām lietošanā esošo objektu īpašniekus. Trešais variants uzsver *pamatkopienas* un *lietotājkopienas* lomu. Vairums *jaunās kolekcionēšanas* projektu ir *pašdokumentējoši*; šo projektu mērķis ir sniegt cilvēkiem iespēju dalīties savā pieredzē, šim nolūkam nodrošinot platformu lielākas nozīmes piešķiršanai informācijai. Bet pavisam nesenos Nīderlandes un Vācijas projektos *jaunā kolekcionēšana* izpaužas arī darbā ar sabiedrību kā *kuratora partneri.* Šajos projektos muzeji vairāk uzņemas veicinātāja, nevis autoritātes lomu.

Retrospektīvā un mūsdienu komplektēšana

Izņemot dabas vēstures muzejus, kuri saskaņā ar definīciju veic mūsdienu dzīvās dabas materiālu vākšanu, muzeju krājumu veidošanas politikas parasti ir bijušas izteikti retrospektīvas. Attiecībā uz laikmetīgo mākslu vienmēr ir valdījis uzskats, ka mākslas darbiem ir nepieciešams noteikts *inkubācijas periods*, lai, veicot atlasi, netiktu pieņemti pārsteidzīgi lēmumi. Šāds *kvalificēšanās periods* sekmē *dabiskās atlases* procesu un rada nepieciešamo *intelektuālo distanci*. Mākslā šāda attieksme var radīt nopietnas finansiālās sekas. Ja nogaidīšanas periods ir pārāk ilgs, darbs var kļūt tik dārgs, ka to vairs nevar atļauties iegādāties. No otras puses, jaunākās tendences

mākslas pasaulē steidzina muzejus iegādāties mākslas darbus pat pirms to radīšanas (performances, instalācijas).

Šī iemesla dēļ, piemēram, Nīderlandes valsts muzeji ļoti atturīgi iegādājās laikmetīgo mākslu 20. gadsimta sākumā. Vienprātīgi tika uzskatīts, ka labi pārdomātu lēmumu iespējams pieņemt tikai aptuveni desmit gadus pēc mākslinieka nāves vai divdesmit piecus gadus pēc mākslas darba radīšanas. Publiskajiem dokumentiem un nekustamajiem pieminekļiem gadsimtiem ilgi tika ievērots piecdesmit gadu ilgs nogaidīšanas periods. Mūsdienās vērojamais *tagadnes sarukšanas* process gaidīšanas laiku liek saīsināt; jaunais Nīderlandes Publisko dokumentu likums ir samazinājis šo periodu līdz divdesmit gadiem.

Ideja par kritisko pārdomu perioda ievērošanu pirms laikmetīgās mākslas darbu iegādes jau sen ir atmesta. Finanšu tirgus struktūra labi pārdomātu, nobriedušu viedokli ir pārvērtusi gandrīz vai par pārmērīgu greznību. Tagadnes sarukšana, ko izraisa novecošanās procesu paātrināšanās, ietekmē arī citu profilu muzejus, jo īpaši vēstures un tehnoloģijas muzejus. Daudzu kategoriju objektu dzīves cikls ir tik īss, ka retrospektīvā krājuma veidošana ir gandrīz neiespējama. Šajā ziņā nozīmīga loma ir privātajiem kolekcionāriem. Pirmkārt, viņiem ir lielāka nosliece uzņemties risku. Daudzām objektu kategorijām viņi īsteno pirmo muzealizācijas fāzi. Tieši kolekcionāru (un tirgotāju) vidē vispirms tiek veikts kritiskās izvērtēšanas process, kas galu galā var novest pie šo objektu iekļaušanas muzeju krājumos.

Kolekcionējot mūsdienu artefaktus, objektu saglabājamo aspektu apzināta izvēle ir īstenojama veiksmīgāk, nekā veidojot retrospektīvo krājumu. Katra izvēle izriet no vākšanas mērķa, bet tajā pašā laikā tā nosaka objekta informatīvo vērtību *pēciegūšanas fāzē* (*post-aquisition phase*). Viens no aspektiem ir saistība starp objekta informatīvo vērtību un tā „dzīves" posmu. Citiem vārdiem sakot: vai objekta dokumentēšana nozīmē tā ieceres, radīšanas vai patēriņa (lietošanas) posma dokumentēšanu? Vai objekts tiek dokumentēts tā izmantošanas potenciāla augstākajā fāzē vai kā objekts, kas ir fiziski un funkcionāli novecojis? Vai objekts tiek dokumentēts atbilstoši tā sākotnējai izmantošanai vai kā turpmākai izmantošanai pielāgots priekšmets? Muzejs var nolemt iegādāties objektu tieši no izgatavotāja. Tādējādi objekts kļūst par „dokumentu" ražošanas kontekstā. Alternatīva varētu būt objekta iegūšana tā izmantošanas kontekstā. Objekta paplašinātā biogrāfija pārvērš to par cita veida „dokumentu". Laikmetīgajā mākslā priekšroka tiek dota iegādei tieši no mākslinieka. Līdzīgi arī lietišķās mākslas muzeji cenšas dot priekšroku pirmajam, nevis otrajam ieguves veidam. Sociālās vēstures muzeji savukārt dod priekšroku otrajai ieguves iespējai.

Patiesībā, mēs labprātāk lietotu apzīmējumu „tagadnes dokumentēšana", nevis „mūsdienu komplektēšana". „Dokumentēšana" paplašina kolekcionēšanas sfēru no artefaktiem uz citiem informācijas avotiem, tostarp nemateriālajiem. Taču joprojām paliek atklāts jautājums, kādu laikposmu ietver jēdziens „tagadne".

Perspektīvā komplektēšana

Dažiem muzejiem perspektīvā krājuma komplektēšana zinātnes un tehnoloģiju jomā ir kļuvusi par ierastu praksi. Arhīvu pasaulē šī pieeja izpaužas kā *dokumentu pārvaldības* funkcija, kas tiek īstenota pirms arhivēšanas. Jo īpaši, uzņēmumu muzeji vai muzeji, kas saistīti ar konkrētu rūpniecības nozari, vienojas ar uzņēmumu vai nozari par tobrīd izmantošanā esošo objektu turpmāko saglabāšanu. Šādus *saglabāšanas plānus* īsteno, piemēram, Nīderlandes Nacionālais militārais muzejs sadarbībā ar Nīderlandes Aizsardzības ministriju un Nīderlandes Dzelzceļa muzejs sadarbībā ar Nīderlandes dzelzceļa uzņēmumu *Nederlandse Spoorwegen*. Šāda pieeja ir īpaši nozīmīga, jo zinātnes un tehnoloģiju jomā objektu novecošanās temps ir straujāks nekā šo objektu kultūras vērtības apjaušana. Turklāt tā piedāvā iespēju bagātināt objekta vērtību, dokumentējot tā izmantošanu *pirmsieguves fāzē*, t.i., pirms objekta iekļaušanas muzeja krājumā.

Jau tika pieminēta mākslas muzeju mūsdienu prakse iegādāties mākslas darbus jau pirms to radīšanas. Vēstures muzejiem, piemēram, militārajiem muzejiem, ir līdzīga tradīcija nolīgt mākslinieku (gleznotāju, fotogrāfu) konkrētu notikumu dokumentēšanai. To parasti uztver par tagadnes dokumentēšanas paņēmienu, taču tikpat labi to var uzskatīt par perspektīvās komplektēšanas veidu.

Krājuma attīstība

Krājuma attīstības koncepcija lielā mērā atspoguļo 21. gadsimta koncepciju, uzsverot krājuma dinamisko raksturu. Tā ietver vākšanu un izņemšanu no krājuma kā divas attīstības stratēģijas, taču tā ietver arī dokumentēšanu, uzskaiti, saglabāšanu un restaurāciju. Integrētā pieeja šīm darbībām vairo krājuma lietošanas vērtību (t.i., krājuma potenciālu muzeja misijas īstenošanā). Koncepciju var viegli savienot ar Loradžeinas Smitas (*Laurajane Smith*) apgalvojumu, ka „viss mantojums ir nemateriāls, un to var uzskatīt par kultūras nozīmes un vērtību radīšanas procesu" (*Smith* 2007: 4). Rezultātā, Smita definē mantojumu kā „kultūras procesu vai darbības saistībā ar kultūras identitātes, individuālās un kolektīvās atmiņas, sociālo un kultūras vērtību radīšanu un diskusijām par to" (*Smith,* 2007: 2). Smitas rakstītais par mantojumu kopumā var tikt attiecināms arī uz muzeja krājumu. Tas izpaužas divos līmeņos: pirmkārt, objekti, kas veido krājumu, ir mantojums un, otrkārt, krājums pats par sevi ir artefakts un var tikt uzskatīts par „kultūras procesu, kurā tiek radīta nozīme un vērtība".

Ir skaidrs, ka, mainoties ideoloģiskajai sistēmai, tiek apšaubīta esošo muzeju krājumu atbilstība. Tomēr, retrospektīvi mūsdienu komplektēšanas programmas reprezentē interesantu laika kapsulu, kurā dokumentēts, kā laikabiedri uztvēruši kādu notikumu vai laika posmu. Īstenojot retrospektīvo komplektēšanu, tiek dokumentēts, kā mainījušies uzskati par notikumiem vai laika posmiem. Dokumentārā vērtība pirmajam (t.i., retrospektīvajam) komplektēšanas veidam ne vienmēr ir lielāka (t.i., „patiesāka") par otrā (t.i., perspektīvā) veida dokumentāro vērtību. Turklāt pirmā veida komplektēšanā jebkura iejaukšanās pēcieguves fāzē rada jaunu interpretācijas

slāni, mazinot atšķirību starp pirmā un otrā veida krājumu: zināmā mērā šobrīd (re) interpretēta sena kolekcija ir tagadnes dokuments tikpat lielā mērā kā jaunradīta kolekcija. Secinājums varētu būt, ka krājuma atbilstību nenosaka (vai nosaka tikai daļēji) tās saistība ar krājuma veidošanas laikā valdošo ideoloģiju, to lielā mērā pēc izveides ietekmē arī tās regulārā reinterpretācija. Kolekcionēšana kā krājuma

retrospektīvās reinterpretācijas izpausme varētu kompensēt liecības, kas nav bijušas pieejamas krājuma veidošanas laikā. Tajā pašā laikā tā var ietvert „jaunu" liecību veidu, proti, tādu liecību, kas iepriekš par tādām netika uzskatītas, pievienošanu. Piemērs ir no objektiem sastāvošas tehniskās kolekcijas papildināšana ar mutvārdu stāstiem. Alternatīvi liecību veidi var būt nepieciešami arī, lai kompensētu objektus, kas vairs nav pieejami, jo tie, piemēram, ir iznīcināti. Secinājums varētu būt, ka pēciegūšanas reinterpretācija stimulē liecību spektra paplašināšanu, tādējādi bagātinot kolekcijas dokumentālo vērtību (*Van Mensch,* 2015a).

Ņemot to vērā, ziņojumā '*Collections for the Future'* (Muzeju krājumi nākotnei, 2005) tiek pausts atbalsts „jaunām intelektuālajām pieejām, lai tiktu spēcināts krājums". Tajā arī teikts, ka muzejiem ir „pienākums būt atvērtiem visām alternatīvajām perspektīvām" (*Wilkinson,* 2005: 14). Tas ietver pastāvīgu reflektēšanu par krājuma un to veidojošo komponentu nozīmīgumu, tostarp pārdomas par dokumentēšanas, konservācijas un restaurācijas praksi. Citiem vārdiem sakot, šī attieksme ietver dinamisku pieeju gan krājumam, gan krājuma komplektēšanai. Tāda pati pieeja ir atspoguļota Amsterdamas muzeja (*Stedelijk Museum*) misijas formulējumā: „Muzeja mērķis ir būt par mājvietu mākslai, māksliniekiem un plašai auditorijai, kur mākslinieciskās izpausmes tiek aktīvi veicinātas, prezentētas, aizsargātas, no jauna pārskatītas un atjaunotas" (mūsu izcēlums).

Šis jautājums ir viena no galvenajām ICOM Starptautiskās krājuma veidošanas komitejas (COMCOL) konferenču tēmām. COMCOL 4. ikgadējā konference (Riodežaneiro, 2013. gada 11.-17. augustā) bija veltīta tēmai „[Senāko] krājumu un to vērtību reinterpretācija un jauna izmantošana mūsdienu sabiedrības interesēs", savukārt 5. ikgadējā konferencē („Krājums un krājuma komplektēšana kara un politisko un sociālo pārmaiņu laikā", Celje, 2014. gada 3.-6. decembris) īpaša sesija tika veltīta kara laikā veidotajām kolekcijām un attieksmei pret tām pēc kara. Dalībnieki pētīja šo dinamisko kolekciju dažādos aspektus, īpaši pievēršoties to bagātināšanas iespējām ar jauniem nozīmīguma un vērtības slāņiem. Zīmīgi, ka vairums runātāju pievērsās jautājumam par jaunas jēgas un atbilstības attīstību (pielietošanu) izstāžu darbā; krājuma daudzslāņainā rakstura būtība nemaz netika apspriesta. Ir skaidrs, ka īslaicīgās izstādes var tikt izmantotas kā laboratorijas, lai pētītu krājuma jauno jēgu un atbilstību.

Eiropas Kultūru muzejs pārskata un atjauno savas kolekcijas, pielietojot aktīvo mūsdienu komplektēšanas politiku. Muzejam ir nozīmīga tekstiliju kolekcija, kurā ir vairākas tekstilmozaīkas tehnikā darinātas segas. Krājumā iekļautā AIDS tekstilmozaīkas sega no Amsterdamas (skatīt iepriekš) bija interesanta no darināšanas tehnikas viedokļa, taču, vēl svarīgāk, tā bagātināja krājuma nozīmi. Līdzīgā veidā jaunu dimensiju krājums ieguva, iekļaujot tajā Austrijas mākslinieka Gerharda Godera

(*Gerhard Goder*) skulptūru, kurā attēlota 2014. gada Eirovīzijas uzvarētāja Končita Vursta (*Thomas Neuwirth*) stāvam uz pusmēness (*Tietmeyer*, 2015). Sega un Končita ilustrē krājuma „citādošanu" (***queering the collection***), pievienojot krājumam LBGTIQ[3] perspektīvu.

Kritēriji

20. gadsimta astoņdesmitajos un deviņdesmitajos gados tika ieviesti vairāki hierarhiskās vērtēšanas modeļi, mēģinot objektivizēt muzealizācijas procesa atlases kritērijus. Kaut gan tie ir sevi apliecinājuši, piedāvātās metodes bija nepieciešams atjaunināt trīs iemeslu dēļ. Pirmkārt, jaunajai metodoloģijai bija jākoncentrējas uz procesu, nevis rezultātu. Otrkārt, pieauga vajadzība izstrādāt metodoloģiju, ko varētu izmantot visas mantojuma nozares (skatīt 5. nodaļu). Treškārt, metodoloģijai bija jāgarantē pamatkopienas un lietotājkopienas, kā arī citu interešu grupu līdzdalība. Ietekmīgas jaunās metodoloģijas piemērs ir Austrālijas Krājuma padomes publicētais „Austrālijas nozīmības modelis". Tā pirmā versija tika publicēta 2001. gadā, otrā – 2009. gadā (*Russell & Winkworth*, 2009).

Nozīmība raksturo objekta vai kolekcijas nozīmi un vērtību, pamatojoties uz izpēti, analīzi un novērtējumu attiecībā pret definēto kritēriju kopumu. Nozīmības noteikšana ir nozīmes un vērtības izpētes un izpratnes process. Tas ietver piecus galvenos posmus, un galarezultātā tiek sagatavots *nozīmības akts*. Novērtēšanai ir jābūt caurskatāmam un sadarbību veicinošam procesam, kurā izmantoti daudzveidīgi izpētes paņēmieni un dažādu zinātnes nozaru atziņas. Priekšmetu un kolekciju nozīmi un vērtību dažādas grupas un indivīdi var uztvert atšķirīgi. Nozīmības noteikšanas procesā ir jābūt konsultēšanās posmam, lai aktā tiktu dokumentētas un akceptētas dažādas nozīmes un vērtības.

Iedvesmojoties no Austrālijas metodoloģijas, Nīderlandes Kultūras mantojuma aģentūra izstrādājusi adaptētu vērtēšanas sistēmu, kas pēc intensīvas apspriešanas muzeju speciālistu vidū tika publicēta 2013. gadā ar nosaukumu '*Op de museale weegschaal*'[4] (angļu valodā publicēta 2014. gadā, skat. *Versloot ed.*, 2014). Objekti tiek vērtēti, pamatojoties uz struktūru, ko veido trīs dimensijas: iezīmes (piemēram, fiziskais stāvoklis, izcelsme), vērtība (piemēram, vēsturiskā vērtība, sociālā vērtība) un attīstības potenciāls. Pēdējais aspekts ietver, piemēram, šādus jautājumus: vai priekšmeta izcelsmes, izmantoto materiālu vai izmantošanas vēstures pētījumu rezultātā var iegūt zināšanas, kas vairo objekta kultūrvēsturisko un / vai lietošanas vērtību? Vai priekšmeta izpēte, restaurācija vai novietošana piemērotākā kontekstā var vairot tā vērtību? Tāpat kā austrāliešu modelī arī holandiešu procedūras rezultātā tiek iegūts priekšmeta *nozīmības akts*. Šim aktam vajadzētu ietvert arī ieguldījumu plānu. Salīdzinot pašreizējo novērtējumu ar attīstības potenciālu, būtu jānosaka prioritātes ieguldījumiem objektu vērtības attīstībā. Kur rodamas vērtības attīstības iespējas? Kādas aktivitātes radīs vislielāko vērtības pieaugumu?

[3] Lezbietes, geji, biseksuāļi, transseksuāļi un svārstīgie (tulkotāja piezīme).
[4] Tulkojumā no holandiešu valodas – „Muzeja svari" (tulkotāja piezīme).

Izņemšana no krājuma

Vissvarīgākais nepārtrauktas krājuma attīstības mehānisms vienmēr ir bijusi pati komplektēšana. 20. gadsimta septiņdesmitajos, astoņdesmitajos gados Nīderlandē izdotais memorands, ziņojumi, rokasgrāmatas u.c. uzsvēra komplektēšanas plāna nozīmību, kura mērķim bija jābūt, no vienas puses, aizpildīt „baltos laukumus", no otras puses, atjaunināt krājuma saturu, ietverot tajā liecības par nesenajiem notikumiem. Šajā sakarā astoņdesmito gadu beigās pēkšņi aktualizējās vārds „kvalitāte". Runājot par muzeja krājuma komplektēšanas politiku, uzstājīgāk kā jebkad, tika aicināts balstīties uz krājuma iekšējo saskaņotību un no citiem muzejiem atšķirīga profila krājuma veidošanu, pamatojoties uz skaidri noteiktiem pamatprincipiem. Taču krājuma pieaugums, citiem vārdiem sakot, nepārtraukta krājuma papildināšana var negatīvi ietekmēt krājuma kvalitāti un pieejamību. No visiem krājuma vadības instrumentiem īpaši tika uzsvērta *izņemšana no krājuma*, kas nozīmē *negatīvo komplektēšanu*. Lai optimizētu krājumus, tika ierosināta atlases metode, sadalot objektus dažādās kategorijās. Šāda atlases sistēma varētu tikt izmantota kā pamatnostādnes „*ravēšanai"*. Īpaši attiecībā uz mākslas muzejiem šajā sakarā tiek izmantots termins *atjaunināšana* (*upgrading*). Atjaunināšana, veicot „ravēšanu", tomēr nav viegli īstenojama.

Ir vairāki iemesli, lai aplūkotu jautājumu par izņemšanu no krājuma (*Davies ed.,* 2011; *Van Mensch,* 2009). Praktiskais iemesls ir telpas atbrīvošana krātuvē un uzskaites un saglabāšanas procesa atvieglošana. Šis ir jautājums par krājuma kvantitatīvo samazināšanu. Tomēr izņemšana no krājuma nav tikai kvantitatīvs jēdziens. No krājuma izņemamo priekšmetu atlase prasa iepriekšēju izvērtēšanu. Tai jāietver gan „absolūtā" nozīme (tirgus vērtība), gan relatīvā nozīme (vērtība saistībā ar muzeja mērķi un misiju). Relatīvās novērtēšanas gadījumā izņemšana no krājuma var tikt izmantota kā dinamiskās komplektēšanas politikas instruments, kur daļa krājuma tiek nomainīta pret objektiem ar augstāku vērtību. Dažiem objektiem augstā tirgus vērtība var likt daudz rūpīgāk izvērtēt to relatīvo vērtību. Šajā sakarā tiek izmantota frāze „komerciālā izņemšana no krājuma" (*commercial deaccessioning*).

Var būt dažādi iemesli, lai atteiktos no izņemšanas no krājuma – viens no tiem ir delikātās attiecības ar potenciālajiem donoriem. Varētu tikai minēt, cik lielā mērā izņemšanas politika mazinātu vēlmi dāvināt priekšmetus muzejam. Attiecībā uz modernās mākslas objektiem aktuāls varētu būt arī jautājums par mākslinieku uzticības nodošanu. Bieži muzeji, pamatojoties uz personiskām attiecībām, pērk objektus tieši no mākslinieka par pazeminātu cenu. Turklāt izņemšana var arī negatīvi ietekmēt mākslinieka karjeru (un dzīvo mākslinieku gadījumā tas var atsaukties uz viņu iztiku). Atšķirīga situācija rodas, ja krājums ir ticis veidots, pamatojoties uz vairāku muzeju savstarpēju vienošanos. Nevajadzētu pieļaut iespēju vienai no pusēm pieņemt vienpusēju lēmumu mainīt krājuma veidošanas politiku, jo īpaši, ja ir notikusi kolekciju apmaiņa.

Lai panāktu vienošanos starp muzejiem un stiprinātu muzeju pozīcijas varas institūciju acīs, bijušais Nīderlandes Kultūras mantojuma institūts 2000. gadā

izveidoja vadlīnijas muzeja priekšmetu izņemšanai no krājuma '*Leidraad voor het Afstoten van Museale Objecten'*, kas tika atjaunotas 2006. gadā. Šīs vadlīnijas tika akceptētas un tiek plaši izmantotas kā profesionālā darba norma, atlasot priekšmetus iekļaušanai un izņemšanai no muzeja krājuma. Šīs metodoloģijas pamatprincips ir: izņemšanu no muzeja krājuma veikt vienīgi ar mērķi uzlabot tā saturu un / vai novietot muzeja priekšmetu tur, kur tas var tikt izmantots vislabāk. Priekšmeti, kurus nolemts izņemt no krājuma, vienmēr vispirms jāpiedāvā citiem muzejiem, bet, ja tiem šie priekšmeti nešķiet interesanti, tad muzejs var priekšmetus pārdot, vēlams, izsolē. Ieņēmumi izmantojami vienīgi krājuma kvalitātes uzlabošanai, iegādājoties citu priekšmetu vai veicot krājuma aktīvo konservāciju vai restaurāciju.

Bezsaimnieka lietas (*disinherited goods*)

Muzeju krājumu atkārtota izvērtēšana un muzeju slēgšana rada t.s. „bāreņu kolekcijas". Holandiešu fonds *Stichting Onterfd Goed* (Bezsaimnieka lietu fonds) ir izstrādājis interesantu (un veiksmīgu) mehānismu šādu bāreņu objektu un kolekciju pārvietošanai. Fondu 2012. gadā nodibināja trīs uzņēmēji (kultūras jomā), kuri redzēja iespēju, kā šīs kolekcijas varētu tikt izmantotas, lai veidotu sabiedrības un valdības izpratni par sekām, kas rodas, ievērojami samazinot finansējumu kultūrai un, jo īpaši, kultūras mantojumam.

Fonds uzņemas no krājuma izņemto muzeja priekšmetu demontāžu (*dismantling*). Visi objekti tiek iekļauti publiskā datu bāzē un aktīvi piedāvāti potenciāli ieinteresētajām institūcijām un personām. Pēc izpētes, kas tiek veikta sadarbībā ar pieaicinātiem ekspertiem, Nīderlandes vēstures mantojumam nozīmīgie objekti tiek piedāvāti citiem muzejiem. Pārējos priekšmetus piedāvā pētniekiem, kolekcionāriem un entuziastiem internetā (fonda veikals, *Ebay, Marketplace, Etsy*, kolekcionāru mājaslapas), gadatirgos un uz vietas Hertogenbosā. Šim nolūkam fonds ir izstrādājis „adopcijas" koncepciju. Objekti ir pieejami adopcijai par tirgus vērtību. „Adoptētāji" kļūst par likumīgajiem priekšmetu īpašniekiem. Viņiem tiek lūgts pienācīgi rūpēties par objektu un nodrošināt tā pieejamību eksponēšanas vajadzībām. Katram objektam tiek izgatavots sertifikāts, kurā norādīts krājums, no kura objekts izņemts, un jaunā īpašnieka vārds un adrese. Sertifikāti veido bāreņu kolekcijas otrā mūža likumīgo ietvaru virtuālās kolekcijas veidā. Galvenā šī fonda izveides mācība ir apziņa, ka muzejs nav vienīgā vai labākā vieta mantojuma pienācīgai aprūpei. Objekti, kas nav bijuši pietiekami pievilcīgi „adopcijai", tiek piedāvāti pārstrādei. Piemēram, mākslinieki un dizaineri tiek aicināti izmantot šos objektus jaunu darbu veidošanai.

Kolekciju mobilitāte

Alternatīva izņemšanai no krājuma ir *kolekciju mobilitāte*. Ir daudz dažādu iemeslu objektu demonstrēšanai citviet noteiktā laika periodā. Piemēram, tādējādi var parādīt objektus nozīmīgā vēsturiskā kontekstā; priekšmeti var noderēt muzeju vai citu institūciju, piemēram, publisko iestāžu, pastāvīgajām ekspozīcijām; tie ļauj iepazīt muzeja vēstījumu no citas perspektīvas; šāda prakse veicina sadarbību starp dažādiem

muzejiem (*Lending for Europe,* 2005: 17). *Kolekciju mobilitāte* ir *dinamiskā krājuma* būtisks nosacījums, kā apgalvo Lielbritānijas Muzeju asociācija (*Wilkinson,* 2005: 15).

Eiropas Savienība ir virzījusi projektu *Lending for Europe* (Aizdošana Eiropai), kura mērķis ir atvieglot piekļuvi Eiropas kultūras mantojumam, veicinot kolekciju mobilitāti. Daži no projekta rezultātiem ir atrodami tīmekļa vietnē (www.lending-foreurope.eu) un rokasgrāmatā *'Encouraging collections mobility - a way forward for museums in Europe'* (*Pettersson, Hagedorn-Saupe, Jyrkkiö & Weij eds*., 2010). 2012. gadā tika publicēti arī praktiskie ieteikumi izmaksu samazināšanai, veicot kultūras priekšmetu apmaiņu starp Eiropas Savienības dalībvalstīm.

Īpašs kolekciju mobilitātes gadījums ir kopīpašums, kur objekti rotē starp īpašniekiem. Ņemot vērā mākslas darbu pieaugošo tirgus vērtību, kopīpašums kļūst par ierastu praksi. Nesens piemērs ir Nīderlandes un Francijas valdību kopīgie pūliņi divu Rembranta portretu iegūšanā, lai tos eksponētu *Rijksmuseum* un Luvrā.

2. nodaļa

Mācīšanās un pieredzes veidošana

Muzeji piedzīvo „izglītojošo pavērsienu". 20. gadsimta pēdējā ceturksnī muzeja izglītojošais darbs pārvietojās no "perifērijas" uz centru, kļūstot par būtisku muzeja darbības virzienu. Pēdējos gados ir gūta atziņa, ka svarīgāk par izglītošanu ir dot iespēju muzeja apmeklētājiem mācīties pašiem, kas atspoguļojas muzeja lomas izpratnes nozīmīgās paradigmatiskās izmaiņās. Perspektīva ir mainījusies, pārvirzoties no institūcijas (muzejs, kura misija ir nodrošināt izglītību, jo īpaši neizglītotajām masām) uz lietotāju (indivīds kā zināšanu guvējs), radot izmaiņas arī skatījumā uz mācīšanās definīciju un mācīšanās procesu. Viens no patlaban aktuālajiem jautājumiem ir saikne starp mācīšanos un pieredzi.

Konstruktīvistu skatījums

ICOM definīcijā muzejs tiek raksturots kā „sabiedrībai un tās attīstībai kalpojoša" institūcija. Kā norādījusi Bernadete Linča (*Bernadette Lynch*), muzeja pakalpojumu retorika patiesībā pazemina cilvēka nozīmi, piešķirot tam saņēmēja, bet muzejam un tā personālam – aprūpētāja lomu (*Lynch,* 2013: 219). „Pašatklāsme, izmantojot muzeju kā starpnieku, tiek veicināta, balstoties uz pieņēmumu, ka cilvēki paši nespēj radoši risināt problēmas. Tādējādi zema pašcieņa tiek pasniegta kā neredzama slimība, kas apdraud cilvēka spēju kontrolēt savu dzīvi" (turpat: 220). Definējot muzeja un tā apmeklētāju mijiedarbību kā pieredzi (skatīt zemāk) un pārdēvējot apmeklētāju par klientu, šī problēma netiks atrisināta. Šāda rīcība pat tiecas likvidēt negatīvās nianses, lai radītu harmonisku un pozitīvu iespaidu. Mēs muzeja sociālo lomu neuztveram šādi. Mēs uzskatām, ka viena no atbildēm uz Linčas uzdoto jautājumu ir rodama mācīšanās jēdziena jaunā izpratnē.

Linda Kellija (*Lynda Kelly*) ir apkopojusi domas par mācīšanās izpratni 21. gadsimtā (*Kelly*, 2011). Viņa secinājusi, ka apmeklētāji ekspozīcijām „piešķir savu jēgu un veido savus stāstus, atbilstoši savai pieredzei un interesēm". Saskaņā ar Kellijas teikto, apmeklētāji „vēlas (un sagaida), ka viņi varēs kontrolēt savu pieredzi un mācīšanos muzejā, izvēloties kādu no vairākām iespējām un daudzveidīgajām interpretācijām atbilstoši savām (indivīda vai grupas dalībnieka) interesēm un vajadzībām (*Kelly*, 2011: 5). Šāda pieeja paredz apmeklētāja kā zināšanu guvēja aktīvu lomu, turpretim pagātnē apmeklētājs tika uztverts kā muzeja veidotās stratēģijas vairāk vai mazāk pasīvs subjekts. Konstruktīvistu skatījumā šīs idejas 20. gadsimta deviņdesmitajos gados kļuva par dominējošo pieeju muzeja izglītojošajā darbā.

Mācīšanās stratēģijas

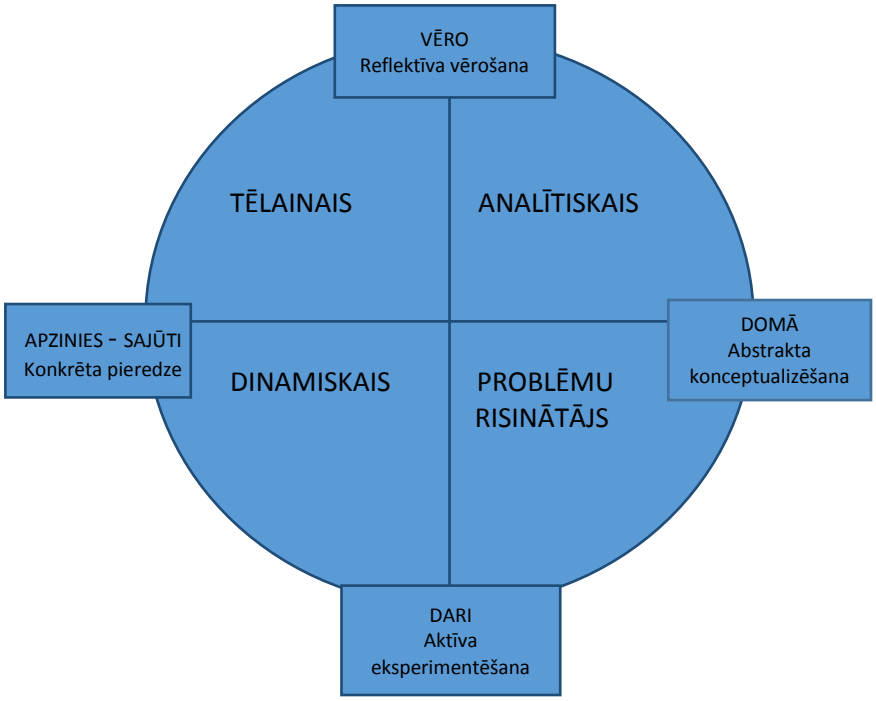
Tas, kā apmeklētājs izjūt muzeja mestos fiziskos un intelektuālos izaicinājumus, ir atkarīgs no viņa zināšanām, pieredzes, gaidām, nolūkiem un, ne mazāk svarīgi, fiziskā un garīgā stāvokļa. Nesen par dominējošo mainīgo lielumu tika atzīta apmeklētāja motivācija (skatīt turpmāk). Saistībā ar muzeja ekspozīciju parasti tiek runāts par mācīšanos un kontemplāciju. Tas nozīmē, ka ekspozīcijas saturam un formai jāatbilst apmeklētāja kompetencei. Ne velti, veidojot ekspozīcijas, formatīvā vērtēšana iegūst arvien lielāku nozīmi. Ko apmeklētājs zina par piedāvāto tēmu? Kādus tēlus un asociācijas, tostarp viltus stereotipus, apmeklētājs nēsā sevī? 21. gadsimta sākuma nozīmīga tendence ir izpratne, ka aiz šiem jautājumiem slēpjas vēl svarīgāks jautājums, uz kuru jāatbild: kā apmeklētāji mācās? Diemžēl ne visi kuratori saprot, ka apmeklētājiem nav obligāti jāmācās tāpat, kā to dara viņi.

Starp daudzajām mācīšanās teorijām divas muzejos piemērotas visbiežāk: Hovarda Gārdnera (*Howard Gardner*) *daudzveidīgo intelektuālo spēju teorija* un Deivida Kolba (*David Kolb*) *empīriskā mācīšanās teorija*, kas bieži ir saistītas. Gārdners un Kolbs savas idejas izstrādāja 20. gadsimta astoņdesmito gadu vidū, taču pagāja ilgs laiks, līdz tās iesakņojās muzejos. Viens no pirmajiem lielajiem Eiropas muzejiem, kurš savās 2001. gadā atjaunotajās britu galerijās pielāgoja ekspozīcijas dažādiem mācīšanās stiliem, bija Viktorijas un Alberta muzejs (*Durbin*, 2004). Vēlāk mācīšanās stilu integrācija ekspozīciju dizainā un to diferenciācija atbilstoši definētajām mērķauditorijām tika secīgi ieviesta arī citās Viktorijas un Alberta muzeja galerijās.

Hovards Gārdners attīstīja ideju par relatīvi neatkarīgām garīgajām spējām jeb *daudzveidīgo intelektu*. Sākotnēji Gārdners izdalīja septiņas intelektuālās spējas, kam vēlāk pievienoja vēl dažas. Viņa aprakstīto intelektuālo spēju veidi ir, piemēram, lingvistiskās spējas (labi attīstītas verbālās prasmes un jutīga skaņu, vārdu jēgas un ritma uztvere), loģiski matemātiskās spējas (spēja domāt konceptuāli un abstrakti, kā arī spēja saskatīt loģiskos un skaitliskos modeļus), vizuāli telpiskās spējas (spēja domāt tēlos un attēlos, vizualizēt tos tieši un abstrakti) un fiziski kinestētiskās spējas (spēja kontrolēt ķermeņa kustības un prasmīgi rīkoties ar objektiem). Saskaņā ar Gārdnera teoriju, šie spēju veidi nepārstāv mācīšanās stilus, jo mācoties cilvēki nekad neizmanto tikai vienu intelektuālo spēju veidu.

Deivids Kolbs ir izstrādājis modeli, kurā izšķir četrus mācīšanās veidus. Bērnisas Makartijas (*Bernice McCarthy*) *4MAT* sistēma lielā mērā balstās uz šo modeli (skatīt 1. attēlu).

Muzeji tradicionāli pievēršas cilvēkiem, kam piemīt analītiskais mācīšanās stils (t.i., cilvēkiem, kas cenšas izprast pasauli ar reflektīvo novērošanu un abstrakto konceptualizāciju). Kolba-Makartijas modelī tas ir tikai viens no četriem mācīšanās stiliem. Šī modeļa popularitāte muzeja pedagogu vidū balstās uz pieņēmumu, ka muzeji, pievēršoties ekspozīcijās visiem mācīšanās veidiem, kļūs piemērotāki plašākai auditorijai.



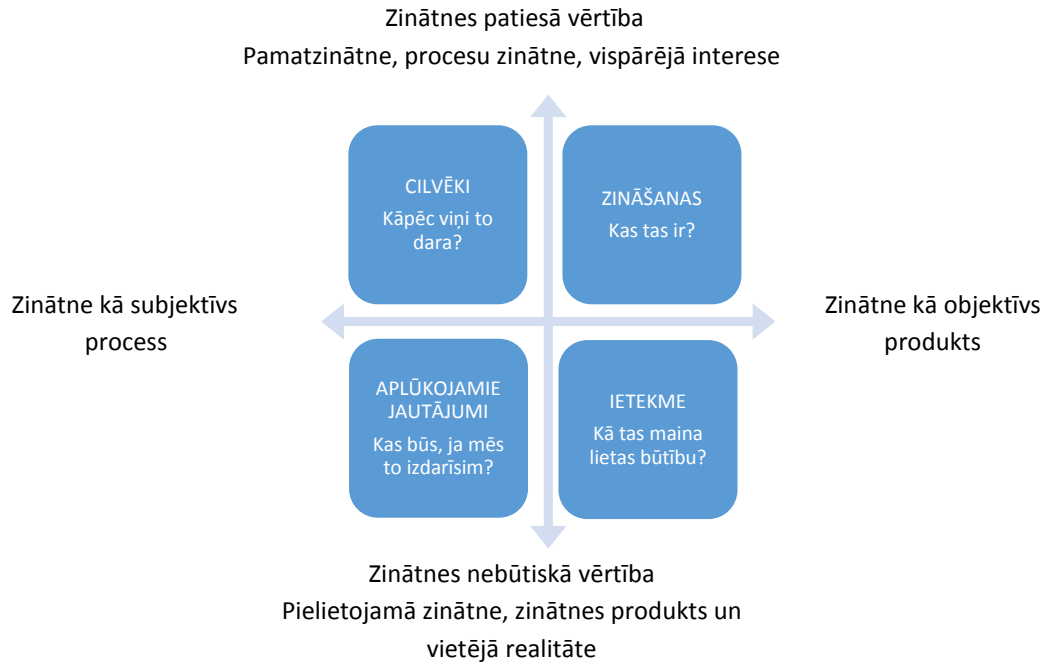
1.attēls. Mācīšanās stilu un zināšanu apguvēju veidi (pamatojoties uz Cassels,1996: 7.1. un 7.2. attēls).

Patiesībā Kolbs un Makartija šos četrus veidus uzlūko kā četrus mācīšanās procesa jeb mācību cikla posmus. Cikls sākas ar konkrētu pieredzi (APZINIES – SAJŪTI). Zināšanu apguvējs jautā, ko šī pieredze viņam nozīmē (jautājums: kāpēc?). Novērošanas un abstrakcijas procesā (VĒRO) viņš tiecas saprast (jautājums: ko?). Izglītojamais veido abstraktus jēdzienus (DOMĀ) un pārbauda tos realitātē (jautājums: kā tas darbojas?). Bruņots ar jaunām atklāsmēm (DARI), viņš saskaras ar pasauli (jautājums: kāds ir iespējamais rezultāts?). Tas noved pie jaunas pieredzes, un aplis ir noslēdzies.

Tēmas

Muzeji, pielietojot Gārdnera un Kolba modeļus, lielākoties pievēršas komunikācijas metodei, nevis saturam, ko grib atklāt. Šajā sakarā Rita Muhērjē Hofstada (*Rita Mukherjee Hoffstadt*) ir izstrādājusi praktiski izmantojamu sistēmu zinātnes ekspozīcijas tēmu apzināšanai. Viņa iepazīstināja ar savām idejām 2002. gadā, taču, tā kā raksti gandrīz netika pamanīti, ir grūti runāt par „jaunu tendenci". Tomēr mēs ticam šī modeļa pamatotībai un esam sākuši to izmantot savā praksē, kā arī vēlamies atbalstīt tā pielietošanu jebkura veida muzejā.

Šī shēma, ko var izmantot arī cita veida ekspozīcijās, ļauj savienot mācību tēmu ar mācīšanās stilu. Shēma ir balstīta uz diviem mainīgajiem lielumiem: raksturīgie zinātnes aspekti salīdzinājumā ar neraksturīgajiem aspektiem un objektīvie aspekti salīdzinājumā ar subjektīvajiem aspektiem. Pievēršanās objektīvajiem faktiem un zinātniskajiem pētījumiem nosaka ZINĀŠANU domēnu. Šo zināšanu praktiskā piemērošana nosaka IETEKMES domēnu. Zinātnes subjektīvā puse atspoguļojas ideoloģiskajās debatēs par to, kas ir patiesība un kāda ir zinātnes nozīme sabiedrībā – tas ir APLŪKOJAMO JAUTĀJUMU domēns. Visbeidzot, CILVĒKU domēns aplūko, kā indivīdi mijiedarbojas ar zinātni un zināšanām.



2.attēls. Zinātnes prezentācijas tēmu shēma (saskaņā ar Mukherjee Hoffstadt, 2002: 2.attēls).

Muhērjē minētās četras jomas iezīmē ekspozīcijai raksturīgo slāņveida struktūru, kurā katrs slānis pārstāv vienu interpretācijas un nozīmes līmeni. Šajā ziņā viņa saistīja savu modeli ar Makartijas mācīšanās stilu *4MAT* modeli. Domēns ZINĀŠANAS, piemēram, izvirza jautājumu: „Kas tas ir?". Tas saistās ar Kolba-Makartijas modeļa jautājumu: „Ko?". Jautājums „Kāpēc viņi to dara?" saistās ar jautājumu „Kāpēc?".

Vienā no Ritas Muhērjē piemēriem rādīts, kā muzeja kontekstā varētu apspriest AIDS tēmu. Atbilstoši ZINĀŠANU domēnam apmeklētājiem varētu piedāvāt iegūt zināšanas par AIDS. Šim nolūkam būtu jāizmanto vienīgi zinātniskie pētījumi. IETEKMES domēna ietvaros varētu aplūkot AIDS ietekmi, piemēram, informējot par AIDS skarto cilvēku skaitu un vīrusa nēsātāju atklāšanas metodēm. Saistībā ar CILVĒKU domēnu varētu atstāstīt dažādu cilvēku pieredzi saistībā ar AIDS. Tie varētu būt stāsti par slimnieku cīņu ar AIDS, par AIDS upuru draugiem un ģimenēm vai cilvēkiem, kas pētījuši izārstēšanās gadījumus. Visbeidzot, JAUTĀJUMU domēna ietvaros varētu aplūkot AIDS globālās veselības kontekstā un piedāvāt atšķirīgus sabiedrības uzskatus. Te varētu stāstīt par AIDS smagi skartajām valstīm, kuru līderi nav ticējuši, ka HIV vīruss ir AIDS izraisītājs (*Mukherjee Hoffstadt,* 2002: 15).

Motivācija

Mācīšanās stils pilnā mērā neizskaidro, ko apmeklētājs patiesībā dara muzejā un kāda jēga ir viņa iegūtajai pieredzei. Džons Folks (*John Falk*) izstrādāja ar identitāti saistītas motivācijas teoriju (*Falk,* 2009; *Falk & Dierking,* 2013). Sākotnēji viņš izdalīja piecas vispārīgas kategorijas: pētnieki, koordinatori, profesionāļi vai amatieri, piedzīvojumu meklētāji un „lādētāji". „Lādētāji", piemēram, ir apmeklētāji, kas meklē galvenokārt kontemplatīvu garīgo un / vai atjaunojošo pieredzi. Viņi uztver muzeju kā patvērumu no saspringtās ikdienas. Koordinatori, no otras puses, apmeklē muzeju, galvenokārt, lai mācītos no citu pieredzes. Zīmīgi, ka individuālais muzeja apmeklētājs dažādos apmeklējumos var izpausties atšķirīgās lomās.

Džona Folka teorija ir izmantota 2012. gada Dānijas muzeju aptaujā (*Braendholt Lundgaard,* 2012). Aptauja apstiprināja, ka motivācija patiešām būtiski ietekmē apmeklētāju apmierinātību ar muzejā pieredzēto. Dabas vēstures muzeju apmeklētāju vidū „koordinatori" ir sastopami daudz biežāk nekā citu veidu muzejos, bet – kā jau to varētu sagaidīt – „lādētājus" visbiežāk var sastapt mākslas muzejos. Dānijas aptaujas empīriskie pētījumi nav skaidri atklājuši, cik lielā mērā motivācija ir noteicošāks faktors nekā izglītība vai vecums. Tomēr, ir skaidrs, ka muzejiem ir jāpārvērtē savs potenciāls, lai kaut ko jēgpilnu piedāvātu ikviena motivācijas tipa apmeklētājiem.

Pieredzes ekonomika

Pēdējos gados arvien dinamiskāk attīstās ideja par kultūras pasākumu un pieredzes ekonomiku. Džozefs Pains (*Joseph Pine*) ir konkretizējis dažas idejas un pieredzi šajā sfērā un izveidojis teorētisko ietvaru. Kopā ar Džeimsu Gilmoru (*James Gilmore*) viņš sarakstīja grāmatu '*The Experience Economy*' (Pieredzes ekonomika, 1999), kas kļuva par bestselleru gan biznesa, tematisko parku un atrakciju pasaulē, gan muzejos.

Pains un Gilmors apraksta piecus ekonomiskās vērtības attīstības posmus. Saskaņā ar tiem, mēs esam liecinieki pārejai no ekonomikas, kuras pamatā ir pakalpojumi, uz pieredzē balstītu ekonomiku. Piemērojot šo modeli muzejiem, varētu teikt, ka agrāk muzeji darbojās kā vietas, kurās tiek sniegti pakalpojumi. Šie pakalpojumi ietvēra objektu demonstrēšanu un informācijas sniegšanu. Muzeji ieņēma savu „nišu", jo

neviena cita institūcija nesniedza līdzīga veida pakalpojumus. Tā kā izglītības kompetence kultūras jomā 20. gadsimta septiņdesmitajos gados strauji pieauga, arī muzeja pakalpojumu tirgus strauji paplašinājās. Muzeji ieguldīja ievērojamus resursus, lai nodrošinātu arvien jaunus pakalpojumus, izstādes un izglītojošās programmas, cerot piesaistīt arvien vairāk patērētāju.

Tomēr 20. gadsimta deviņdesmito gadu beigās muzeju apmeklējumu kopējam apjomam bija tendence samazināties. Tas, iespējams, bija saistīts ar pāreju no pakalpojumu ekonomikas uz pieredzes ekonomiku. Pieredzes ekonomikā pieredze ir produkts, nevis pakalpojums. Muzeji nonāca atpūtas nozarē, kurā tie spiesti konkurēt, nodrošinot pieredzes gūšanu. Apmeklējumu skaita samazināšanos varēja ietekmēt tas, ka citas institūcijas vairāk piedāvāja to, ko meklēja auditorija: pieredzi. Tāpēc ir svarīgi, lai muzeji uzdotu sev jautājumu: „Kas ir pieredze un kā tā var celt muzeja piedāvājuma vērtību?"

Paina un Gilmora teorija saskan ar popularitāti guvušo Filipa un Neila Kotleru (*Philip and Neil Kotler*) darbu (*Kotler,* 1999*; Kotler & Kotler,* 1998, 2007). Savā muzeju piedāvājuma *specifiskās pieredzes* struktūranalīzē Filips un Neils Kotleri piedāvā saikni starp Paina un Gilmora ekonomisko pieeju un Džona Folka un Linas Dīrkingas mācīšanās perspektīvas psiholoģiju (*Falk & Dierking,* 1992, 2013). Piecpadsmit gadus pēc šo ideju ieviešanas var secināt, ka pieredze ir kļuvusi par vienu no ietekmīgākajiem jēdzieniem muzeja praksē. Jauna attīstības tendence varētu būt tieksme definēt pieredzi saistībā ar emocijām un mēģinājumi personalizēt pieredzi.

Emocionālais pavērsiens

2014. gadā Eiropas kultūru muzejs atklāja izstādi par Pirmo pasaules karu ar nosaukumu '*Der gefühlte Krieg'* (Kara laika izjūtas). Izstāde, kuras kuratore bija Džeina Redlina (*Jane Redlin*), pievērsās kara laika emocijām: mīlestībai, naidam, bailēm, līdzjūtībai, bēdām. Tādējādi muzejs sekoja nozīmīgai mūsdienu tendencei vēsturisko un humanitāro zinātņu jomā, kas tiek identificēta kā „emocionālais pavērsiens" vai „afektīvais pavērsiens" (*Athanasiou, Hantzaroula & Yannakopoulos eds.,* 2008). Izmantojot sēras kā piemēru, Jērns Rūzens (*Jörn Rüsen*) skaidroja, kā dziļas emocijas iespējams konceptualizēt vēsturiskā kategorijā, kas atklāj uz nākotni vērstas vēsturiskās domāšanas (ar visiem tās izziņas rīkiem) jaunās iespējas (*Rüsen,* 2008). Garāmejot viņš piemin pašu vēsturnieku emocionalitāti, kas ļauj raksturot emocionalitātes izpausmes trijos līmeņos: vēsturiskās emocijas, vēsturnieku un muzeju kuratoru emocijas un apmeklētāju emocijas. Līdz šim emocijas netika uztvertas kā vēstures pētniecības objekts; vēsturnieki savā profesionālajā pētniecības darbā neuzticas emocijām kā modalitātei, un muzeji ir ļoti atturīgi savu apmeklētāju emocionalitātes izpausmju provocēšanā. Šeilas Vatsones (*Sheila Watson*) rakstā par emocijām tiek atzīta visu triju līmeņu emociju nozīme vēstures muzejos (*Watson,* 2015). Pirms tam ir bijuši pieejami arī dažu citu autoru, piemēram, Sandras Dadlijas (*Sandra Dudley*) un Andreas Vikemas (*Andrea Witcomb*) raksti par šo tēmu (*Dudley,* 2010; *Witcomb,* 2010).

Personalizācija

Folks un Dīrkinga apgalvo, ka muzeja pieredzi nosaka trīs komponenti: fiziskais konteksts, sociālais konteksts un personiskais konteksts. Pieredzes kvalitāti iniciē tas, ko apmeklētājs redz (dzird, saož un, iespējams, sajūt). Vienlaikus pieredze ir ļoti sociāls pasākums. Patiešām, daudzi apmeklētāji ierodas muzejā ar partneri, ģimeni vai draugiem. Šajā ziņā pieredzes veidošanā piedalās arī pārējie ekspozīcijā un muzeja ēkā esošie apmeklētāji un, protams, muzeja darbinieki. Šāda *personiski ietekmēta pieredze* (*PFE*) būtiski ceļ apmierinātības līmeni, taču palielina arī vērtību, ko rada uzņemšana, izglītība, personāla attieksme un baudījuma gūšanas iespēja (*Dilenschneider*, 2014, 2015).

Kolīna Dīlenšnaidere (*Colleen Dilenschneider*) ir identificējusi personalizāciju kā vienu no svarīgākajām zīmola evolūcijas tendencēm (*Dilenschneider*, 2014, 2015). Viņa pamanījusi plaši pieaugošo neieinteresētību pret grupu ekskursijām un standartizētu pieredzi. Patiesībā, mēs dzīvojam *postdemogrāfiskā patēriņa* laikmetā: „Cilvēki – jebkura vecuma un visos tirgos – veido savu identitāti brīvāk nekā jebkad. Tā rezultātā patēriņa modeļus vairs nenosaka „tradicionālie" demogrāfiskie segmenti, piemēram, vecums, dzimums, dzīvesvieta, ienākumi, ģimenes stāvoklis u.c." (*Trendwatching* 2014, 2015).

Taču apmeklētājs vēlas <u>jēgpilnu</u> personisko pieredzi. Ar pielāgotu pieredzes piedāvājumu nepietiek. Klienti vēlas paši kontrolēt savu pieredzi, lai guvums būtu nozīmīgs. Tas saskan ar Paina un Gilmora cerībām, ka pieredzes ekonomika tiks īstenota ar ekonomiku, kas balstās uz pārveidojumiem, citiem vārdiem sakot, tādu ekonomiku, kurā „apmeklētājs ir produkts". Tas līdzinās tam, ko Bīts Hāhlers (*Beat Hächler*) ir aprakstījis kā *sociālo scenogrāfiju* (*Hächler*, 2015). Šādas ekspozīciju veidošanas mērķis ir radīt nozīmīgas personīgās pieredzes ietvarus dialoģiskajā mijiedarbībā. Personalizēšana tiek izmantota divos līmeņos: identificēšanās ar ekspozīcijas naratīvā ietvertās personas biogrāfiju un analītisku pārdomu provocēšana par ekspozīcijā izvirzītajiem jautājumiem. Šāds ekspozīciju veidošanas paņēmiens ir raksturīgs Empātijas muzejam – tā ceļojošajai izstādei, kuras pamatā ir kultūras teorētiķa Romāna Kriznarika (*Roman Krznaric*) idejas, un viņa grāmatai „Empātija" (2014). Viena no projekta daļām ir „cilvēku bibliotēka". Cilvēku bibliotēka ir starptautiska kustība, kas aizsākās Dānijā 2000. gadā. Bibliotēkā var aizņemties grāmatu, bet cilvēku bibliotēkā „aizņemas" reālu personu, ar kuru var sarunāties. Šī metode tika pārņemta no Berlīnes Ebreju muzeja, kur izstādē '*Die ganze Wahrheit*' (Pilnīga patiesība, 2013) brīvprātīgie bija pieejami sarunai par to, ko nozīmē būt ebrejam.

Autentiskums

Paina un Gilmora izpratnē transformācijas pieredzes jēdziens ir cieši saistīts ar autentiskuma jēdzienu. 2007. gadā viņi publicēja darba „Pieredzes ekonomika" turpinājumu ar nosaukumu „Autentiskums. Ko patērētāji patiešām vēlas?". Saskaņā ar

Painu un Gilmoru „autentiskums kļūst [...] par jaunu aspektu, uz kuru jutīgi reaģē patērētājs [...] pasaulē, kas arvien vairāk tiek piepildīta ar apzināti un sensacionāli iestudētiem piedāvājumiem, arvien nereālākā pasaulē, kurā patērētājs izvēlas pirkt vai nepirkt, pamatojoties uz to, cik realitātei atbilstošs viņam šķiet piedāvājums" (*Pine un Gilmore*, 2007b). Autori saista autentiskuma jēdzienu ar artefaktiem muzeja (muzeja kā ēkas un muzeja kā institūcijas) kontekstā. Individuālā artefakta līmenī, kā arī muzeja kā institūcijas līmenī muzejam ir jāatbild uz diviem galvenajiem jautājumiem: 1) vai tas ir patiess pret sevi un 2) vai tas pauž patiesību. Klients (apmeklētājs) sniegs savu atbildi uz šiem jautājumiem. Tā kā muzeji konkurē ar citām iniciatīvām izklaides nozarē, tiem ir jāiemācās vadīt klientu uztveri attiecībā uz autentiskumu. Būtiskākais jautājums attiecas uz muzeja godīgumu un caurskatāmību.

3. nodaļa

Līdzdalība

Nebūs pārdroši apgalvot, ka jaunās muzeoloģijas *kustība ir radusies, lai ietekmētu tradicionālos, nostabilizējušos muzejus. Galvenais šo izmaiņu aspekts ir sociālā iekļaušana. Demokrātisks muzejs (*Fleming*) ir iekļaujošs muzejs (*Sandell*) un, tādējādi, atsaucīgs (*Lang, Reeve & Woollard*) un iesaistošs muzejs (*Black*). Iekļaušanas, pieejamības, pārstāvniecības un līdzdalības principi pakāpeniski pārvirzās no muzeja priekšplāna (piemēram, izstāde vai izglītojošā programma) uz dibenplānu (piemēram, vākšana, saglabāšana un dokumentēšana). Mūsdienu muzeoloģija pieprasa iekļaujošu muzeju, kas ir atsaucīgs un iesaistošs, bet vairāk par visu – līdzdalību veicinošs.*

Jaunā muzeoloģija

Virzienu, kurā izcelta muzeoloģijas sociālā nozīme, ir pieņemts saukt par *jauno muzeoloģiju*. To var uzskatīt par vispārēju terminu dažādām muzeoloģiskās teorijas un prakses formām. *Kopienas muzeoloģija, sociālā muzeoloģija, tautas muzeoloģija, aktīvā muzeoloģija, iesaistošā muzeoloģija, ekomuzeoloģija* un *teritoriālā muzeoloģija* ir šīs jaunās muzeoloģiskās paradigmas dažādās formas un paveidi. Trīs sociālās iekļaušanas aspekti (pieejamība, līdzdalība, pārstāvība) arvien biežāk tiek atzīti un uztverti kā ilgtspējīgas attīstības pamatnosacījumi. Lesteras Universitātes Muzeju studiju skolas pasniedzējiem – Eilīnai Hūperei-Grīnhilai (*Eilean Hooper-Greenhill*), Džoselīnai Dodai (*Jocelyn Dodd*), bet galvenokārt Ričardam Sandelam (*Richard Sandell*) – bija izšķiroša loma sociālās iekļaušanas koncepcijas attīstībā un šī jēdziena piemērošanā muzeja praksē. 2008. gadā tika izveidots Starptautiskais Iekļaujoša muzeja institūts, kas regulāri publicē rakstus un organizē konferences, taču būtībā [sociālā] iekļaušana ir kļuvusi par mūsdienu muzeoloģijas galveno iezīmi, ko apliecina, piemēram, ICOM 2010. gadā pieņemtā *Kultūras daudzveidības harta*.

Harta aicina atzīt un respektēt „visas kultūras daudzveidības un bioloģiskās daudzveidības formas vietējā, reģionālā un starptautiskā līmenī un atspoguļot šo

daudzveidību visas pasaules muzejos visās politikās un programmās" (mūsu izcēlums). Harta tiecas veicināt „funkcionējošus un stingrus ietvarus iesaistīto pušu, vietējās sabiedrības grupu, kultūras iestāžu un oficiālo aģentūru aktīvam ieguldījumam ar atbilstošiem konsultāciju, sarunu un līdzdarbošanās procesiem, kā noteicošo elementu nodrošinot īpašumtiesības uz tiem". Mūsu personīgā interese par jauno muzeoloģisko domāšanu un praksi pēdējos gados ir sekmējusi aktīvu iesaistīšanos projektos, kas saistīti ar iepriekšminēto principu sfēru (skatīt, piemēram, *Meijer-van Mensch, 2011a, 2011b, 2012a, 2012b, 2013a, 2013b, 2014; Meijer-van Mensch, Kawecka & Janus, 2013; Meijer-van Mensch & Tietmeyer eds., 2013; Meijer-van Mensch & De Wildt, 2014*).

Līdzdalības paradigma

ICOM *Kultūras daudzveidības hartā* paustie priekšstati vērojami mantojuma definīcijā, muzeju organizatoriskajos modeļos, sadarbības tīklos un dažādu kopienu līdzdalībā. Princips „kā noteicošo elementu nodrošinot īpašumtiesības uz tiem (procesiem)" parasti tiek skaidrots kā *dalītas atbildības* princips: kopīga muzeja darbinieku atbildība, kopīga organizāciju un interešu grupu atbildība *mantojuma kopienu* sadarbības tīklos un kopīga muzeju un to *radītājkopienu (pamatkopienu)* atbildība. Šis princips ietver diskusiju par muzeja darbinieku lomu un atbildību. Mūsdienu muzeoloģijā šiem jautājumiem pievērsušies daudzi autori, kuri izmanto tādus jēdzienus kā *līdzdalīgā komplektēšana, sabiedrības vadīta komplektēšana, kopīga izveide, kopīga aizgādnība* un *sociālā aizgādnība*. Apvienojot Kristīnas Krepsas (*Christina Kreps*) un Loradžeinas Smitas idejas, varētu teikt, ka galu galā līdzdalība nozīmē pārstāvības un atlases procesu atbrīvošanu no *autoritatīvā mantojuma diskursa* (skatīt 6. nodaļu). „Identificējot un nosaucot materiālos un nemateriālos elementus, kas veido cilvēka vidi, indivīdi apzinās tiesības uz savu pasauli un iegūst kontroli pār to" (*Kreps*, 2003:10).

ProAm revolūcija

Čārlzs Ledbiters (*Charles Leadbeater*) un Pols Millers (*Paul Miller*) radīja terminu *ProAm revolūcija* (2004). Viņi secināja, ka „20. gadsimtu ietekmējis profesionāļu skaita pieaugums. Toties tagad ir parādījusies jauna amatieru paaudze…". Viņu publikācija ir pamats šķirtnes pārvarēšanai starp profesionāļiem un amatieriem: „*Pro-Am* darbojas kā amatieri galvenokārt tāpēc, ka viņiem tas sagādā prieku, taču savai darbībai viņi izvirza profesionālus standartus" (*Leadbeater & Miller*, 2004:20). Ledbiters un Millers skata profesionāļus un amatierus kā nedalāmu vienību: „pilntiesīgie speciālisti ir vienā spektra galā, bet turpat līdzās ir topošie profesionāļi (mācekļi un praktikanti), daļējie profesionāļi (kas ievērojamu daļu no saviem ienākumiem pelna ar šādām aktivitātēm) un bijušie profesionāļi (bijušie profesionālie darbinieki, kas turpina darboties pēc profesionālās karjeras beigšanas)" (*Leadbeater & Miller*, 2004:23). Šīs pēdējās trīs „tikpat kā" profesionāļu grupas ir *ProAm*.

Amatierprofesionālis vai profesionālamatieris ir „jauns sociālais hibrīds", kas kļūst arvien nozīmīgāks. Arī muzejiem jāapzinās, piemēram, pensionēto *ProAm* potenciāls. Diseldorfas pilsētas muzejs (Vācija) izstrādājis infrastruktūru pensionēto iedzīvotāju iesaistīšanai muzeja darbā, izmantojot viņu (kā pirmavotu) zināšanas par neseno pilsētas vēsturi. Kā „sociālie darbinieki" šie *ProAm* darbojas gan priekšplānā (ekskursiju vadīšana), gan dibenplānā (dokumentēšana).

Digitālā līdzdalība

Digitālās līdzdalības (*crowdsourcing*) princips ir gūt labumu no amatieru un profesionāļu pilna spektra zināšanām. *Digitālā līdzdalība* ir samērā jauns termins līdzdalības diskursā. Šo terminu ieviesa Džefs Hovs (*Jeff Howe*) 2006. gadā. Divus gadus vēlāk viņš publicēja grāmatu par šo tēmu'*Crowdsourcing. How the power of the crowd is driving the future of business*' (Digitālā līdzdalība. Kā pūļa spēks virza nākotnes uzņēmējdarbību). Saskaņā ar Hovu, *digitālā līdzdalība* ir „akts, kura rezultātā darbs, kuru tradicionāli veic nozīmētas personas (parasti darbinieki), tiek uzticēts kā ārpakalpojums nenoteiktai, parasti lielai cilvēku grupai publiska aicinājuma veidā". Citiem vārdiem sakot, tā vietā, lai izmantotu ekspertu zināšanas, tiek meklēta pūļa gudrība, pieņemot, ka tajā varētu būt kāds līdz šim nezināms, zinošāks eksperts vai ka daudzu ekspertu sadrumstalotās zināšanas varētu veidot jaunu izpratni. Pastāv skaidra saikne starp Hova koncepciju par *digitālo līdzdalību* un Džeimsa Surovicka (*James Surowiecki*) 2004. gadā izdoto grāmatu '*The wisdom of crowds. Why the many are smarter than the few*' (Pūļa gudrība. Kāpēc daudzi ir gudrāki nekā daži).

Ir interesanti atzīmēt, ka gan *ProAm koncepcija*, gan *digitālās līdzdalības koncepcija* pietuvojas 18. gadsimta zinātnisko biedrību un to muzeju darba metodēm. Lai arī „pūlis" to laiku kontekstā aprobežojās ar diezgan selektīvu sabiedrības grupu, jaunas zināšanas tika radītas (un kolekcijas tika veidotas), izmantojot tādu ārnodrošinājumu kā publisks aicinājums. Līdzdalība kā Jauns apgaismības laikmets?

Līdzinieku konceptualizēšana

ProAm revolūcija piedāvā jaunu *prakses kopienas* definīciju. *Prakses kopiena* ir jāsaprot kā „neoficiāls, pašorganizējošs līdzinieku tīkls ar dažādām prasmēm un pieredzi noteiktas prakses vai profesijas ietvaros. Šādas grupas vieno biedru vēlme palīdzēt citiem (daloties ar informāciju) un nepieciešamība pilnveidot savas zināšanas (mācoties no citiem)" (*Business Dictionary Online,* 2011). Ir skaidrs, ka *ProAm revolūcijas* kontekstā *līdziniekos* iekļaujami arī *ProAm* grupas pārstāvji.

Attiecībā uz mantojumu, *prakses kopienas* jēdziens būtu saistāms ar *radītājkopienas* un *lietotājkopienas* jēdzieniem. *Pamatkopiena* (= *radītājkopiena*) ir termins, ko parasti izmanto *izcelsmes kopienas* (proti, sabiedrības, no kuras kolekcija cēlusies) apzīmēšanai (*Peers & Brown eds.,* 2003). Arī muzeja lietotāji kopā ar apmeklētājiem kā vissvarīgāko no grupām var tikt konceptualizēti kā kopiena. Tā ir *skaidrojošā kopiena* (*Hooper-Greenhill*, 1999). *Mūsdienu kopienas* jēdziens, kas izmantots

„ICOM Muzeju ētikas kodeksā" (2006) apvieno *radītājkopienas / pamatkopienas* un *lietotājkopienas* jēdzienus. Būtībā mūsdienu kopienas parasti ir *pilnvarotājkopienas,* kas ir galvenās ieinteresētās puses muzeju radīšanā un uzturēšanā. Diseldorfas Pilsētas muzeja sociālo darbinieku piemērs liecina, ka *ProAm* grupa var iemiesot saikni starp visiem minētajiem kopienu veidiem. Viņi veido *aizrautības kopienu* (*Proctor*, 2010: 40), ar savu aizrautību kļūstot par visu iesaistīto pušu virzītājspēku. Mēs gribētu redzēt tevi, lasītāj, kā šīs grāmatas aizrautības kopienas locekli!

20. gadsimta deviņdesmitie gadi bija pagrieziena punkts jaunās līdzdalības paradigmas piemērošanai muzeju un kultūras mantojuma jomā. Internets, jo īpaši sociālie mediji, aicināja apšaubīt tradicionālās kopienas koncepcijas. 2004. gadā Tims Oreilijs (*Tim O'Reilly*) ieviesa *Web 2.0* jēdzienu, lai pievērstu uzmanību globālā tīmekļa potenciālam *lietotāju radītā satura* uzkrāšanā. Izzūdot atšķirībai starp interneta lietotāju un satura radītāju, jaunā paradigma muzeja darbā tika nodēvēta par *museum 2.0,* kas ietver visu kopienu apvienošanos. Tā kā internetam nav robežu, tad ģeogrāfiskās definīcijas, kas netieši ietvertas pamatkopienas un mūsdienu kopienas jēdzienos, vairs nav derīgas. Kopienas konceptuālā vienotība un „vieta" ir pazudusi.

Mantojuma kopiena

Kopienas arheoloģijā izšķir vietējās mantinieku kopienas, mantinieku kopienas, kas nav vietējās, un vietējās kopienas, kas nav mantinieces. Šāda iedalījuma atbilstība mūsdienu muzeoloģijā tiek apšaubīta, jo īpaši ņemot vērā iepriekš minēto interneta ietekmi (*Meijer-van Mensch, Kawecka & Janus*, 2013). Šai sakarā ir ieviests jauns jēdziens *mantojuma kopiena*. Šo jēdzienu ieviesa Eiropas Padome 2005. gadā izstrādātajā *Vispārējā konvencijā par kultūras mantojuma vērtību sabiedrībai* (pazīstama arī kā Faro konvencija). Mantojuma kopiena tajā definēta kā kopiena, ko „veido cilvēki, kas augstu vērtē specifiskus kultūras mantojuma aspektus, kurus tie vēlas uzturēt un nodot nākamajām paaudzēm". Interesanti, ka definīcijā nav atsauces uz telpu un teritoriju, kā arī „nav atsauces uz vietējo, reģionālo vai pasaules nozīmi. Tāpat ievērības cienīgs ir fakts, ka tajā nav noteikti sociālie, nacionālie, etniskie, reliģiskie, profesionālie parametri vai iedalījums šķirās. Mantojuma kopiena tādējādi var tikt veidota, ignorējot teritoriju un sociālās grupas. To neietekmē ne vieta, kurā mantojums atrodas, ne tās locekļu, kuri var piedalīties pat no liela attāluma, sociālais statuss" (*Dolff-Bonekämper*, 2009: 71).

Mantojuma kopienas, kultūras identitātes un teritorialitātes jēdzienu savienošana (*Ardell et. al.*, 2015; *Zagato*, 2015) ir mantojuma kopienas jēdziena atzīšanas neveiksmīga ierobežošana. Konvencijas mērķis ir atbalstīt cilvēku vēlmi apvienoties, pamatojoties uz brīvu izvēli. Tas saskan ar vienu no *Frīburgas deklarācijas par kultūras tiesībām* (2007) principiem, ka indivīdam ir tiesības identificēties ar jebkuru kultūras kopienu pēc viņa brīvas izvēles (*Zagato*, 2015: 143). Deklarācijā runāts par „kultūras kopienu", ar to saprotot „personu grupu, kurai ir kopīgas iezīmes, kas veido vienotu kultūras identitāti, ko tā paredz saglabāt un attīstīt". Šāda kopiena tiek uztverta kā atvērta sabiedrība: „Ikvienam ir tiesības, neatkarīgi no valstu robežām,

brīvi identificēties vai neidentificēties ar vienu vai vairākām kultūras kopienām, kā arī mainīt savu izvēli. Nevienam nedrīkst uzspiest kultūras identitāti vai tikt asimilētam kādā no kultūras sabiedrībām pret viņa gribu". Tas ir kolektīvās grupēšanās veids, kas izceļ konkrētās sabiedrības raksturu, kuras locekļi, izkliedēti telpā, pastāvīgi un brīvprātīgi atkārtoti apliecina savu apņemšanos" (*Chiara Bortolotto*, citēts *Zagato,* 2015: 159).

Šo Eiropas konvenciju īstenoja Beļģijas flāmu kopiena, 2008. gadā izdodot *Kultūras mantojuma likumu* (*Erfgoeddecreet).* Ar šo likumu tika pieņemts arī mantojuma kopienas jēdziens, lai gan ar nelielu, bet atbilstošu, grozījumu. Definīcijā vārds „cilvēki" tika aizstāts ar frāzi „organizācijas un cilvēki". Tādējādi likums uzsver to, kas ir netieši norādīts Konvencijā: sadarbību starp dažādiem valsts, privātajiem un brīvprātīgajiem partneriem. ICOM-Itālija pārveidoja jēdzienu *mantojuma kopiena*, radot jēdzienu *ainavu kopiena* (*Sjēnas Muzeju un ainavu harta*, 2014). *Ainavu kopienas* varētu sadarboties, aizsargājot vēsturiskās ainavas. Pat ja Hartā runāts par sadarbību starp [mantojuma] institūcijām un sabiedrību, teksts, šķiet, „atgriežas" pie tradicionālās cilvēku un vietas vienotības.

Līdzdalības formas

Līdzdalība ir visaptverošs termins. Tas tiek lietots dažādiem mērķiem un vajadzībām. Attiecībā uz mērķiem, *līdzdalība* var tikt izmantota kā auditorijas veidošanas metode vai, radikālākā veidā, kā sociālās aktivitātes forma. Attiecībā uz metodoloģiju, ir lietderīgi izmantot Ninas Saimonas (*Nina Simon*) tipoloģiju līdzdalības formu īpašību identificēšanai. Grāmatā '*The Participatory Museum'* (2010) Nina Saimona izšķir četras līdzdalības formas: veicinošā (*contributory*), sadarbības (*collaborative*), koprades (*co-creative*) un *hostinga* jeb atbalstošā (*hosted*). Saimona aizguvusi savu tipoloģiju no Rika Bonija (*Rick Bonney*), kas 2008. gadā vadīja Amerikas Neformālās zinātniskās izglītības attīstības centra (SLZP) projektu *Sabiedrības līdzdalība zinātniskajā pētniecībā*. SLZP ziņojumā definēti trīs modeļi sabiedrības līdzdalībai zinātniskajā pētniecībā: veicinošais, sadarbības un koprades modelis. Saimona pievienoja tiem ceturto: *hostingu*. *Hostings* ir modelis ar vismazāko līdzdalības pakāpi.

Saimonas tipoloģija aptuveni atspoguļo to, cik lielā mērā sabiedrība tiek iesaistīta dažādos zinātniskās pētniecības posmos. „Veicinošajos projektos zinātnieki kontrolē datu vākšanas procesu. Viņi formulē testa jautājumus, vada datu vākšanu un analizē rezultātus. Sadarbības projektos iedzīvotāji vāc datus, taču arī analizē rezultātus un sagatavo secinājumus sadarbībā ar zinātniekiem. Koprades projektos publika formulē testa jautājumus, bet zinātnieki vienlaikus veido zinātniskās shēmas, lai risinātu kopienu interesējošos jautājumus" (*Simon,* 2010: 186). Ņemot vērā kritiku par līdzdalības nezinātnisko raksturu, ir interesanti atzīmēt, ka svarīgs Saimonas iedvesmas avots šajā jomā ir bijusi pieredze dabas zinātnes projektos. Saimona to izmantojusi, nosakot kultūras institūciju jomai atbilstošos principus: „Veicinošajos projektos apmeklētāji tiek iesaistīti darbībās ar ierobežotiem un specifiskiem

objektiem, kā arī procesos, kuru darbības vai idejas kontrolē institūcijas. Veicinošajām aktivitātēm raksturīgās vienojošās platformas ir komentāru „dēļi" un personīgo stāstu „kioski". Sadarbības projektos apmeklētāji kā aktīvi partneri iesaistās institucionālo projektu īstenošanā, kurus rosinājušas un pilnā mērā kontrolē attiecīgās institūcijas. (..) Koprades projektos kopienas locekļi jau no sākuma darbojas kopā ar institūcijas personālu, definējot projekta mērķus un izstrādājot programmu vai izstādi, kas atbilst sabiedrības interesēm" (turpat: 187).

Muzejos, šķiet, pārsvarā tiek īstenoti veicinošie vai sadarbības līdzdalības projekti. Turklāt lielākā daļa no tiem attiecas uz izstāžu veidošanu vai krājuma papildināšanu. Bet kā ir ar līdzdalību dokumentēšanā, saglabāšanā un izpētē? Pēc mūsu domām, līdzdalībai nevajadzētu aprobežoties ar „priekšplāna" darbībām, bet tai vajadzētu izpausties arī „dibenplāna" aktivitātēs.

Līdzdalības stratēģija tagadnes dokumentēšanā

Līdzdalībai ir būtiska nozīme tagadnes dokumentēšanā. Kā rakstījusi Zelda Beivīstoka (*Zelda Baveystock*), šāda veida projektiem ir vairāki mērķi: viens no tiem ir „...vākt materiālus nākotnes vajadzībām, protams, taču tikpat nozīmīgs mērķis ir arī attiecību veidošana ar cilvēkiem, piedāvājot esošajai auditorijai iespējas izteikties vai citādi pašizpausties. Sadarbojoties ar muzeju, cilvēki piedalās kultūras kapitāla veidošanā, demistificējot muzeja būtību un vākšanas politiku; citiem vārdiem sakot, veidojot cilvēku vajadzībām atbilstošu muzeju un atspoguļojot šos centienus muzeja saturā" (*Baveystock* 2008: 97). Tas, protams, ir pareizi attiecībā uz vākšanu vispār, taču 2007. gada 15.-16. novembrī Stokholmā notikušās konferences *Vienojošā vākšana* (*Connecting Collecting*) ievadā Eva Fāgeborga (*Eva Fägerborg*) un Elīna fon Unge (*Elin von Unge*) skaidri pauda, ka jo īpaši „mūsdienas kā īpaša pētniecības joma muzeju nozarē (..) raisa jaunus, kopīgus jautājumus" (*Fägerborg & Von Unge,* 2008: 7).

Pirmā COMCOL konference tika veltīta tēmai *Tagadnes dokumentēšanai lietojamās līdzdalīgās stratēģijas* (Berlīne, 2. novembris, 2011) (*Meijer-van Mensch & Tietmeyer eds*., 2013). Gadījumu izpēte parādīja, ka līdzdalības projekti, papildus bagātinot zināšanas par instūcijām, nodrošina projektu dalībniekus ar visaptverošāku zinātnisko un muzeoloģisko metodoloģiju. Dalībnieki iegūst labāku izpratni par muzeja darba specifiku, kas veicina cilvēkos piederības izjūtu muzejam un sajūtu, ka viņi ir tā [ilglietojuma] „akciju turētāji".

Profesionālisms

Muzeja darba kā profesijas izveidošanās rada arvien pieaugošāku varu un kontroli. Šie procesi skar juridisko un intelektuālo īpašumtiesību problemātiku, kas summējas jautājumā „Kam pieder mantojums?". Profesionāļi bieži apgalvojuši, ka viņiem ir morālas tiesības piešķirt objektiem nozīmi un iekļaut tos savās kolekcijās. Šīs morālās tiesības tika leģitimētas, uzsverot muzeja kā akadēmiskās iestādes nozīmi. To darot, kuratori sliecās monopolizēt mantojuma definīciju. Kā institucionālo kolekciju

glabātāji viņi pievienoja intelektuālajām īpašumtiesībām juridiskās īpašumtiesības. Līdzdalība lielā mērā saistās gan ar iepriekšējo īpašumtiesību uz mantojumu respektēšanu, gan arī šo īpašumtiesību turpmāku respektēšanu pēcieguves kontekstā. Tas nenozīmē automātisku atteikšanos atzīt muzeja kā akadēmiskās pētniecības iestādes nozīmību. Jaunā muzeoloģija nav pretrunā ar [akadēmiskajiem] pētījumiem, tā pievieno tiem jaunu perspektīvu.

Inventarizējot, kas ir „ārā" un kas ir „iekšā", Nensija Proktore (*Nancy Proctor*) secināja, ka „kuratoru kā ekspertu" laiks ir beidzies, un viņu vietu ieņēmuši „kuratori kā līdzstrādnieki un brokeri" (*Proctor*, 2010: 35). *Brokeris* ir persona, kas organizē darījumu starp pircēju un pārdevēju (un saņem komisiju, kad darījums ir pabeigts). Darījumu amplitūda ir no ēkām un akcijām (biržas mākleris) līdz laulībām (savedējs). Flāmu kultūras mantojuma organizācija FARO ir ieviesusi *kultūras mantojuma brokeri* (*erfgoedmakelaar*) kā jaunu profesiju mantojuma nozarē (*Vantomme et al*., 2011). Precīzāk sakot, kultūras mantojuma brokera galvenais uzdevums ir kārtot darījumus starp sabiedrību un kultūras mantojuma organizācijām.

Profesionāļa kā brokera lomas konceptualizācija nav tālu no profesionāļa kā *veicinātāja* jēdziena. Tāpat kā brokeris, arī koordinators saistīts ar profesionālo jomu (ar savām definīcijām, standartiem un ētikas kodeksu). Starptautiskā Veicinātāju apvienība definē veicināšanu kā „procesu, kurā persona, kas ir pieņemama visiem grupas dalībniekiem, kas ir būtībā neitrāla un kam faktiski nav lēmumu pieņemšanas pilnvaru, diagnosticē un kā starpniece iejaucas grupas darbībā, ar savu rīcību tiecoties palīdzēt grupai uzlabot tās spēju identificēt un risināt problēmas un pieņemt lēmumus, lai vairotu grupas efektivitāti". Šai apvienībai koordinatora neatkarība ir vissvarīgākais faktors. Galvenais jautājums ir, cik lielā mērā muzeja profesionālis var būt vai tam jābūt neatkarīgam.

Profesionālās neatkarības spektra vienu galējo pozīciju veido vecmodīgie kuratori, kuri iepriekšējā tekstā tika mazliet stereotipizēti, uzsverot viņu autoritāti un autonomiju. Viņus interesē tikai viņu pašu praktizējošā kopiena, kā arī muzeju un universitāšu kolēģi kā līdzinieki. Viņu lēmumu pieņemšanas procesos netiek ierādīta nozīmīga loma ne radītājkopienai, ne mūsdienu kopienai. Otra galējība ir kopienu muzeju projektu īstenotāji, kas redz sevi kā konkrētas mūsdienu sabiedrības gribas izpildītājus.

Vairumā gadījumu muzeja profesionāļa kā brokera, veicinātāja, starpnieka vai moderatora loma atradīsies starp šīm galējībām, atzīstot, ka muzeja profesionālis nevar būt neatkarīgs vai neitrāls. Kaut gan, mijiedarbībā ar mūsdienu kopienām profesionāļi var gūt labumu no kompetencēm, ko uzskaitījusi Starptautiskā Veicinātāju apvienība, galu galā muzeja profesionālis ir viena no īpaši ieinteresētajām pusēm. Šī interese ir saistīta ar pašu profesionalitātes definīciju. Galvenais šajā definīcijā ir septiņu galveno pienākumu atzīšana (skatīt 6. nodaļu). Būdami koordinatori, muzeju profesionāļi kā savu atbildību uztvers līdzdalību sekmējošas vides radīšanu un uzturēšanu ar nolūku kultivēt kultūras izpratni un jutību. Viņi palīdzēs kopienai vai grupai analizēt tās pieredzi. Visādā ziņā viņi uzsāks diskusiju par profesionālo atbildību. Veicināšanai patiešām ir jāietver caurskatāmība.

4. nodaļa

Kvalitātes izvērtēšana

Lai pārvarētu mūsdienu ekonomiskos un sociālos ierobežojumus, muzejiem jāatrod ilgtspējīgs līdzsvars starp institūcijas resursiem un institūcijas rezultātiem. Kvalitātes izvērtēšanai var izmantot dažādas metodes. Indikatoru noteikšana un izmantošana novērtēšanas procesā sekmē racionāla analītiskā modeļa izveidi, kas, no vienas puses, ir vispārēji piemērojams un, no otras puses, respektē konkrētās institūcijas specifiku. Šāda analīze nav pilnībā objektīva. Izvērtēšanas modeļa struktūra atspoguļo skatījumu uz muzeja iedabu, un šī modeļa pielietojums ietver priekšstatu par muzeja ieguldījumu sabiedrības attīstībā.

Diskusijas par kvalitāti

„21. gadsimta muzeji ir transformācijas vietas (*places of transition*). Iedzīvotāju grupas, kam tie kalpo, kļūst aizvien daudzveidīgākas. Informācijas ieguves un kultūras veidošanās procesus ietekmē tehnoloģijas. No muzejiem kā publiskām institūcijām tiek sagaidīta atsaucība un pielāgošanās šīm izmaiņām situācijā, kad valsts investīcijas samazinās", ar šādiem vārdiem Kerola Skota (*Carol Scott*), Džoselīna Doda un Ričards Sandels (*Richard Sandell*) sāk savu analītisko pārskatu par muzeju vērtībām veltītajām mūsdienu publikācijām (*Scott, Dodd & Sandell*, 2014). „Muzejiem," viņi saka, „ir jācīnās par publisko resursu ieguvi, pamatojot vērtības, ko tie piedāvā indivīdiem un sabiedrībai kopumā".

Pēdējo piecu gadu laikā gandrīz visu Eiropas valstu nacionālās muzeju asociācijas ir organizējušas sanāksmes, lai diskutētu par kvalitāti un rezultātu mērīšanu. Šis solis ir nepieciešams, lai muzeja darbā īstenotu profesionālās ētikas principus. Tādējādi diskusijas par kvalitāti norit divos līmeņos: par muzeja misijas sociālo nozīmi un to, kādā mērā misija atspoguļojas muzeja aktivitātēs un produktos. Stīvens Veils (*Stephen Weil*) bija ne pirmais un arī ne vienīgais vadošais muzeologs, kurš pievērsās kvalitātes jautājumiem, taču viņa darba rezultāti turpina ietekmēt jaunas muzeju darbinieku paaudzes veidošanos. Gandrīz visās jaunajās publikācijās par muzeja vērtību ir atsauces uz viņa darbiem. Veils apgalvoja, ka kvalitātes definīcija nedrīkst pamatoties uz iekšējo procedūru efektivitāti un lietderību. Viņš pamatoja svarīgo atšķirību starp „produktu" (*output*) un „rezultātu" (*outcome*): muzeja būtībai nevajadzētu raksturot „kaut ko", tai jābūt "priekš kāda" (*Weil,* 1999). Veils apkopoja dominējošo retoriku, paziņojot, ka „Muzeji vairs nav vērtība pati par sevi. [..] Muzeji joprojām var paust labus nodomus, taču šodien no muzejiem tiek gaidīta pozitīvā ietekme" (*Weil,* 2007: 204).

Kvalitāte un standarti

Amerikas Muzeju asociācijas (AMA) Akreditācijas programma „radās no muzeju vēlmes definēt sasniedzamus kultūras un izglītības pakalpojumu profesionālos standartus, pirms kāds tos nav uzspiedis viņu vietā" (2011). Šī norāde uzsver divus

kvalitātes diskursa aspektus: profesionālie standarti un paškontrole. Muzeju kopiena ir ieinteresēta saglabāt iespējami lielāku autonomiju un uztver profesionālos standartus kā galveno līdzekli tās sasniegšanai. Bez tam muzeji un muzeju organizācijas, rosinot publiskas debates par vērtībām un kvalitāti, cenšas stiprināt savas pozīcijas sabiedrībā. Ne bez pamata AMA dokumentam par standartiem un labo praksi ir dots nosaukums „Amerikas Savienoto Valstu muzeju izcilības raksturojums".

Jebkuram snieguma novērtēšanas veidam ir nepieciešami standarti (t.i., „pieņemti un atzīti piemēri, attiecībā pret kuriem var vērtēt un mērīt citus" *Jura Consultants*, 2003:2). Standarti nav universāla patiesība. Tie ir pastāvīgi jāpārbauda un jāaktualizē. Piemērs ir klimata kontroles standarts: jaunais standarts, pieļaujot temperatūras un relatīvā mitruma svārstības, nodrošina ievērojamu enerģijas izmaksu ietaupījumu, tādējādi samazinot oglekļa emisiju, vienlaikus neradot apdraudējumu kolekciju glabāšanas apstākļiem (*Hatchfield,* 2011). Cits piemērs ir *Muzeju dokumentēšanas principu priekšraksts*, ko izstrādājusi ICOM Starptautiskā Dokumentēšanas komisija (2007). Šis standarts vēl neiekļauj vadlīnijas attiecībā uz līdzdalību (skatīt 3. nodaļu).

Muzeju vērtība

Ap 1990. gadu profesionāļi kritiski apsvēra muzeju darbības rezultātu mērīšanas iniciatīvu. Kā noteikt darbības rezultātu izvērtēšanas rādītājus? Vai rādītāji, kas ir viegli saskaitāmi un izmērāmi (piemēram, apmeklētāju skaits) ir arī būtiskākie? Bija vērojama vispārēja pretestība uzņēmējdarbības modeļu piemērošanai muzejos. 20. gadsimta deviņdesmito gadu beigās, galvenokārt sakarā ar valdību tendenci uzlūkot muzejus kā sociālās un kultūrpolitikas īstenošanas līdzekļus, darbības rezultātu mērīšana tika aizstāta ar ietekmes novērtējumu. Ietekmes novērtējums saistās ar attiecībā uz muzeja mērķauditoriju īstenotās politikas rezultātiem, tā mērķis ir noteikt, vai ir sasniegti izvirzītie uzdevumi. Tomēr būtiskākais jautājums bija, kā mērīt ietekmi ilgtermiņā. Daudzi autori kritizēja šādu mērījumu instrumentālo paradigmu. Meklējot alternatīvu, tika ieviests vērtības jēdziens kā bāzes parametrs muzeju atbilstības novērtēšanai.

Virknē publikāciju Kerola Skota ir detalizēti aprakstījusi šī diskursa evolūciju (*Scott,* 2007, 2013, 2015), parādot, kā muzeju nozare aizvien sekmīgāk īsteno vērtības mērīšanu. Tomēr vēl 2015. gadā viņa secināja, ka jautājums par vērtības mērīšanu vēl ir jārisina. „Vērtība, izrādās, ir sarežģīts jēdziens" (*Scott,* 2015: 105). Tomēr ir veikti pasākumi, lai raksturotu vērtību kvalitatīvā un kvantitatīvā izteiksmē intelektuālās, emocionālās un garīgās subjektīvās kultūras pieredzes noteikšanai. Tā ir aprakstīta kā *patiesā vērtība*, kas ir daļa no tā dēvētās *kultūras vērtības*, kura, savukārt, piedalās *sabiedriskās vērtības* veidošanā. *Patiesā vērtība* ir definēta arī kā *lietojumvērtība* (*Scott, Dodd & Sandell,* 2014). Jēdzienu *kultūras vērtība* kultūras institūcijas radīja kā instrumentu sabiedriskās politikas vajadzībām (*O'Brien,* 2013: 148–149), bet jēdziens *sabiedriskā vērtība* attiecas uz plānotajiem rezultātiem, kas dod labumu publiskajā sfērā (*Munley,* 2013; *Scott,* 2013: 3). Noderīgu kopsavilkumu, sniedzot priekšlikumus vērtību un rādītāju tipoloģijā, kas nepieciešama mērīšanai, ir piedāvājusi Kerola Skota

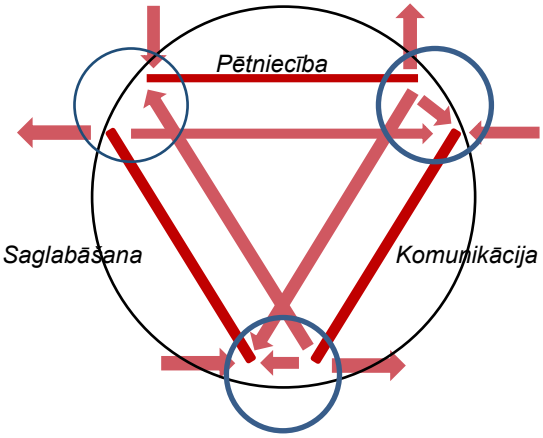
lekcijā, kas tika nolasīta ICOM Starptautiskajā Mārketinga un sabiedrisko attiecību komitejā (*Scott,* 2011).

2015. gadā NEMO radīja četrdaļīgu struktūru muzeju vērtību uzlabošanas stratēģijai (*NEMO,* 2015a, 2015b). Šī struktūra pamatojas četrās vērtībās: sabiedriskā vērtība, krājuma vērtība, izglītojošā vērtība un ekonomiskā vērtība. NEMO definēja katras vērtības misiju. Attiecībā uz sabiedrisko vērtību, NEMO mērķis ir izcelt tās vērtības, ko muzejs dod sabiedrībai, iekļaujot savās programmās jautājumus par veselību, sociālo taisnīgumu, nabadzību, izglītību, iecietību un sapratni. Attiecībā uz krājuma vērtību, tiek pieņemts, ka katram cilvēkam ir tiesības piekļūt muzeja krājumam un darboties ar to, un šai iespējai jābūt maksimāli nodrošinātai. Ir jāpanāk, lai muzeji pilnībā varētu izmantot digitalizācijas piedāvātās iespējas, palielinot muzeja nozīmi un paplašinot muzeja piedāvāto pakalpojumu klāstu un kvalitāti, tādējādi bieži vien piesaistot jaunas auditorijas. Attiecībā uz izglītojošo vērtību, NEMO vēlas atbalstīt muzejus, lai politikas veidotāji novērtētu tos kā bagātīgu mācību vidi un sabiedrības iesaistīšanas vietu. Visbeidzot, attiecībā uz ekonomisko vērtību, NEMO vēlas nodrošināt, lai muzeji tiktu novērtēti un atbalstīti kā pilsētu un reģionālās plānošanas un dzīves kvalitātes uzlabošanas nozīmīgas vērtības (aktīvi). Turklāt NEMO mērķis ir panākt, lai muzeji tiktu atzīti un atbalstīti kā būtiski tūrisma nozares dalībnieki un lai tiktu pamanīts muzeju ieguldījums radošajās industrijās. Katras vērtības misija ir papildināta ar vīziju, problēmu raksturojumu un politikas mērķiem. Kopā šie formulējumi piedāvā skaidru, mūsdienīgu priekšstatu par muzeju sabiedrisko nozīmi.

Sistēmiskā pieeja

Lai varētu savienot muzeju praksi ar pašreizējo retoriku par produktu, rezultātu, vērtību un kvalitāti, mēs izstrādājām modeli (*Van Mensch,* 2004). Šis modelis vizualizē sistēmisko pieeju muzeja fenomenam. Tajā muzejs tiek uzlūkots kā saistītu apakšsistēmu kopums. Izšķir trīs apakšsistēmas: saglabāšana, pētniecība un komunikācija. Vadības zinības literatūrā šādas apakšsistēmas ir aprakstītas kā stratēģiskās biznesa vienības atbildības centrs.

Detalizētākā analīzē katru apakšsistēmu var sadalīt vēl sīkākās apakšsistēmās. Saglabāšanas jomas apakšsistēmas ir: fiziskā aprūpe (konservācija, restaurācija) un administratīvā aprūpe (reģistrācija, dokumentācija); komunikācijas apakšsistēmas ir: ekspozīcijas, izglītojošās aktivitātes un pasākumi. Muzejā visas apakšsistēmas ir savstarpēji saistītas vienā veselumā, jo vienas sistēmas darbības produkti kalpo kā citas sistēmas, jeb teorētiski – visu pārējo apakšsistēmu, ieguldījumi. Piemēram, kā dažus no saglabāšanas apakšsistēmas darbības produktiem var minēt atbilstoši konservētus un atbilstoši dokumentētus objektus. Šie objekti izmantojami par ieguldījumu pētniecības un komunikācijas apakšsistēmām. Pētniecības apakšsistēmas darbības rezultāts ir zināšanas par objektiem. Šīs zināšanas kalpo par ieguldījumu komunikācijas apakšsistēmai (piemēram, izstāžu veidošanā), taču vienlaikus ir resurss arī saglabāšanas apakšsistēmai un ir, piemēram, papildinājums dokumentācijai.



Muzejs kā kompleksa ieguldījumu-produktu sistēma.

Apakšsistēmu attiecības var raksturot kā iekšējo tirgu, kur satiekas piegāde (darbības rezultāti jeb produkti) un pieprasījums (ieguldījumi). Ir iespējami arī konfliktējoši pieprasījumi. Piemēram, pētniecībai pret objektiem var būt citādi nosacījumi nekā komunikācijai. Tāda ir situācija dabas vēstures muzejos.

Šādi raksturoti darbības rezultāti jeb produkti ir *starpprodukti*, jo tie kalpo kā ieguldījums citām apakšsistēmām. Daži darbības rezultāti jeb produkti ir *galaprodukti*, jo tie tiek piedāvāti ārējā tirgū, lai apmierinātu ārējās vajadzības. Ekspozīcija ir tradicionāls gala produkts. Muzejs var dažādot savus produktus un tādējādi palielināt savu sabiedrisko un ekonomisko ilgtspēju, pārvēršot *starpproduktus galaproduktos* vai arī definējot jaunus darbības produktus. Daudzi muzeji ir attīstījuši prasmi atrast *pārdodamus produktus*, un arvien vairāk muzeju iznomā daļu savas kolekcijas, padarot to par ieņēmumu avotu.

Šī modeļa mērķis nav tikai produktu portfeļa analīze. Modelis palīdz noteikt to, kas muzeja darbībai ir nepieciešams un kā tas saistās ar sabiedrības vajadzībām. Tādējādi šis modelis varētu palīdzēt muzejiem izvairīties no savas misijas kompromitēšanas, tiecoties pēc peļņas gūšanas. Šāds secinājums izriet no pašreizējās retorikas, ka muzejam ir jābūt sociāli atbildīgam, veicinot pilsonisko līdzdalību, darbojoties kā sociālo pārmaiņu aģentam vai jutīgu sociālo jautājumu moderatoram (*Janes & Sandell*, 2007: 10), taču galvenais jautājums šajā kontekstā ir: „Kādi muzejam specifiskie produkti šim nolūkam būtu izmantojami, nemaz jau nerunājot par finansiālo ilgtspēju?”

Mācīšanās vispārējie rezultāti

Lielbritānijā tika investēts ievērojams finansējums, lai sekmētu muzeju sociāli politisko lomu. Muzeji pretendēja uz tiesībām tikt uztvertiem kā zināšanu institūcijas, taču šī pretenzija bija jāpamato ar datiem. Daļēji šīs prasības dēļ Lesteras Universitātes Muzeju studiju departaments nodibināja Muzeju un Galeriju pētniecības centru (MGPC) (1999). Šī institūcija izstrādāja muzeju izglītojošās ietekmes mērīšanas instrumentu. MGPC izveidoja instrumentu kopu, ko pasūtīja bijusī Muzeju,

bibliotēku un arhīvu padome (MBAP). Šīs instrumentu kopas kodols ir koncepcija par mācīšanās politikas vispārējiem rezultātiem (MPVR). Pētniecības rīks, ko izstrādāja MGPC, ir interesants ar to, ka sasaista apmeklētāju un/vai lietotāju mācīšanās procesu ar mācīšanās mērķiem, ko formulējis muzejs. Instrumentu kopa ir veidota tādējādi, lai dažādi muzeji paši varētu izvērtēt savas programmas un spētu apstiprināt rezultātus bez kompleksām metodoloģiskām zināšanām. Ņemot vērā instrumentu kopas plašo pielietojumu, MBAP izvirzīja mērķi panākt tā zināmu standartizāciju.

„Muzeju, bibliotēku un arhīvu darbības uzlabošanas pašpalīdzības ietvars" ir izskaidrots tīmekļa vietnē *Inspired learning for All* (skat. bibliogrāfijā norādītos interneta resursus). Vietnes mērķi ir: palīdzēt muzejiem novērtēt savas stiprās puses un plānot uzlabojumus; iegūt pierādījumus tam, kādu ietekmi dod vispārējās izglītojošās aktivitātes un kādi ir vispārējie sociālie rezultāti; uzlabot muzeja stratēģiskos un operatīvos darbības rezultātus. Atslēgas vārds ir *mācīšanās* (skat. 3.nodaļu). Novērtēšanas instruments ietver divas pieejas mācīšanās procesa rezultātu noteikšanai: vispārējie mācīšanās politikas rezultāti un vispārējie sociālās politikas rezultāti.

Ir pieci vispārējie mācīšanās politikas rezultāti, kas raksturo, ko un kā cilvēki mācās muzejos: 1) zināšanas un sapratne, 2) prasmes, 3) attieksme un vērtības, 4) prieks, iedvesma un radošums, 5) aktivitāte, uzvedība un attīstība. Katru vispārējo mācīšanās politikas rezultātu var iedalīt vairākos specifiskākos politikas rezultātos. Vietnē ir atrodama detalizēta informācija, kā izmantot intervijas un aptaujas, lai novērtētu izglītojošo programmu politikas rezultātus. Bez tam ir trīs politikas rezultātu jomas, kas attiecas uz valdības politikas prioritātēm (vispārējie sociālās politikas rezultāti): spēcīgākas un drošākas kopienas, veselība un labklājība, sabiedriskās dzīves stiprināšana. Vietne *Inspired learning for All* sniedz papildu informāciju par konkrētākiem politikas rezultātiem un rezultātu rādītājiem, ko var izmantot novērtēšanā.

Veicot pārvaldības izmaiņas, Lielbritānijas valdība samazināja virkni „rokas attāluma" aģentūru un nolēma slēgt MBAP. 2011. gada 1. oktobrī MBAP pienākumus muzeju un bibliotēku nozarē pārņēma Anglijas Mākslas padome (*Arts Council England*). Tas varētu iezīmēt jaunas politiskās vēsmas, kur muzeju sociālajai un izglītības darbībai ir ierādīta mazāka loma. Tomēr tanī pašā laikā modeli, ko bija attīstījis MGPC / MBAP, bija pārņēmušas institūcijas ārpus Lielbritānijas, izveidojot savas nacionālās versijas. Reinvarda Akadēmijas pētījumā (kas tika uzsākts 2010. gadā) kļuva skaidrs, ka modelis ir ļoti jutīgs valodas aspektā. Modeļa ieviešana Nīderlandē prasīja vairāk nekā vienkāršu tulkojumu no angļu valodas. Teksts bija jāpielāgo specifiskajām kultūras tradīcijām.

Izcilības vērtēšana

Muzeju ekspozīciju vērtēšanai var izmantot vairākas metodes: pētījumi par apmeklētājiem, fokusa grupu analīze, zinātniskā (t.i., satura) analīze un kolēģu

vērtējums (*peer review*). Visas metodes galvenokārt ir orientētas uz lietderību, nevis efektivitāti.

Ietvars ekspozīciju izcilības vērtējumam no apmeklētāja perspektīvas (*Framework for Assessing Excellence in Exhibitions from a Visitor-Centered Perspective*) ir izstrādāts, pamatojoties uz projektu *Izcili tiesneši* (Čikāga, 2000–2003), ko īstenoja muzeju speciālistu grupa. Sadarbojoties ar NAME (Muzeju ekspozīciju nacionālā apvienība) un ASTC (Zinātnes un tehnoloģiju centru apvienība), Beverlijs Serels (*Beverly Serrell*) no šī projekta attīstīja izcilības vērtēšanas rīku. Apkopojoša kontrollapa *Ietvars ekspozīciju izcilības vērtējumam no apmeklētāja puses* ir pieejama vietnē *ExhibitFiles* (*Ekspozīciju dizaineru un veidotāju kopienas vietne*, ko uztur Zinātnes un tehnoloģiju centru apvienība). Metode ir identificējusi četrus izcilas ekspozīcijas kritērijus: izcila ekspozīcija ir komfortabla (tā palīdz apmeklētājiem justies ērti – gan psiholoģiski, gan fiziski), iesaistoša (tā iesaista apmeklētājus darbībā), iedrošinoša (tā nodrošina apmeklētājiem bagātīgas iespējas justies veiksmīgam un intelektuāli kompetentam) un jēgpilna (tā nodrošina apmeklētājam būtisku pieredzi). Analizējot katru kritēriju, tiek aplūkoti tā dažādi aspekti un apkopotais rezultāts izteikts ballēs no 1 (izcili) līdz 6 (neproduktīvi).

Minētā metode ir saistīta ar Amerikas Muzeju asociācijas izstrādāto *Muzeju ekspozīciju un izcilības indikatoru standartu*. Šo standartu veido sešas kategorijas: auditorijas reakcija (vai apmeklētāji par ekspozīciju atsaucas labi un vai atsauksmes atbilst ekspozīcijas mērķiem), saturs (vai ekspozīcijā ir respektēta satura integritāte), krājums (vai pienācīgi ir ievēroti konservācijas un drošības aspekti), interpretācija un komunikācija (vai ekspozīcijas informācija jeb vēstījums ir skaidrs un konsekvents), dizains un izpildījums (vai izmantotie mediji un to telpiskais izvietojums, dizains un fiziskais pielietojums atbilst ekspozīcijas tēmai, tematikai, kolekcijai un auditorijai), ergonomika: cilvēku komforts, drošība un pieejamība (vai ekspozīcija ir fiziski pieejama, vai apmeklētāji jūtas ērti un droši, aplūkojot ekspozīciju).

Ilgtspēja

Kvalitātes definīcijā galvenais jēdziens ir *ilgtspēja*. Pašlaik ar labu muzeju saprot tādu muzeju, kas spēj parādīt sava piedāvājuma ilgtspējīgo ieguldījumu muzeja misijas īstenošanā, ieņēmumu veidošanā (resursi, nauda) un sabiedrības atzinības iegūšanā (kvalitāte). Turklāt, ieinteresētās puses arvien vairāk vēlas zināt, cik lielā mērā muzejs veicina sociālās vides un dabas ilgtspējīgu nākotni.

Britu muzejs ir viens no muzejiem, kādu rodas arvien vairāk – ar ilgtspējīgas attīstības politiku (pieņemta 2007. gadā). Šīs politikas formulējums sākas ar apliecinājumu, ka „Britu muzejs apzinās, ka tā darbība saistībā ar enerģijas un ūdens izmantošanu, atkritumu radīšanu, tā darbinieku pārvietošanās un darbības modeli, ar precēm, ko muzejs iegādājas, ietekmē sabiedrību un vidi gan lokālā un reģionālā, gan globālā mērogā" (1.1. paragrāfs). Šis ir interesants un būtisks pavērsiens, jo ilgu laiku tikai dabas, vēstures un zinātnes muzeji izrādīja bažas par savas darbības ietekmi uz vidi. Šo pavērsienu ir sekmējušas muzeju organizāciju iniciatīvas. Piemēram,

Lielbritānijas Muzeju asociācijas interneta vietnē ir īpaša lapa ar noderīgu informāciju, piemēram, ilgtspējas kontroles lapa (skat. bibliogrāfisko sarakstu).

Brošūrā „Ilgtspēja un muzeji. Iespēja izvēlēties" (*Davies & Wilkinson*, 2008) Muzeju asociācija min trīs ilgtspējas veidus: ekonomiskā ilgtspēja, sociālā ilgtspēja un vides ilgtspēja. Ilgtspēja ir raksturota kā „efektivitāte ar sirdsapziņu", un ilgtspējīgas darbības galvenais aspekts ir maksimāli iespējamās ietekmes panākšana ar efektīvi pieejamu resursu limitētu izmantošanu. Tas, patiesībā, attiecas uz visiem resursu veidiem – no finanšu resursiem līdz enerģijas un materiālajiem resursiem un cilvēku iesaistīšanās. Tiek norādīts, ka ilgtermiņa ilgtspēja nozīmē muzeju kļūšanu sociāli atbildīgākiem. Sociālā atbildība ir raksturota kā muzeju centieni „uzlabot sabiedrību un mazināt kaitējumu, kur tas nodarīts" (*Davies & Wilkinson*, 2008: 11). Galu galā „muzeji var kļūt ilgtspējīgi tikai tad, ja tie sadarbojas ar cilvēkiem un pievērš uzmanību sabiedrībā aktuālajiem jautājumiem, tostarp, gan īstenojot profesionālās programmas ārpus muzeja, gan personīgi piedaloties pasākumos, kas pārsniedz privātās intereses" (*Marstine, Dodd & Jones*, 2015: 87).

Iepriekšminētajā brošūrā Muzeju asociācija piemin kādu interesantu ilgtspējas blakus aspektu: tajā teikts, ka ilgtspēja „sniedz jaunas iespējas kolekciju interpretācijā un auditorijas uzrunāšanā, tā piedāvā jaunus veidus, domājot par vecajām problēmām, piemēram, kolekciju aprūpe, finansiālā stabilitāte, kā arī attiecības ar vietējo sabiedrību. Tā vedina uz visu resursu labāku izmantošanu, pārskatāmības uzlabošanu un sociālo atbildību, kā arī mudina uz izcilību, inovācijām un radošumu" (*Museums Association*, 2008:5). Tādējādi ilgtspējas koncepcija ir cieši saistīta ar kvalitātes jēdzienu.

5. nodaļa

Integrētā mantojuma perspektīvas

Muzeji ir kultūras informācijas ainavas daļa. Patlaban vērojama pieaugoša tendence veidot muzeju tīklus un citas mantojuma iniciatīvas; atšķirība starp institucionālajām un privātajām iniciatīvām pazūd, tāpat izzūd atšķirība starp jēdzieniem in situ *un* ex situ. *Saistībā ar šīm tendencēm rodas nepieciešamība pēc integrēta un integrāla skatījuma uz mantojumu. Eiropas Kopiena ierosinājusi lietot frāzi „kultūras atmiņas institūcija" kā paplašinātu terminu. Turklāt parādās jaunas metodes, kurās tiek integrētas tradicionālās metodes. Kā jaunās prakses piemērs minams kultūras biogrāfijas modelis. Jaunie mediji ir radījuši visu veidu mantojuma avotu savienošanas potenciālu vietējo naratīvu [kopīgai] veidošanai un piekļuves nodrošināšanai.*

No integrētiem muzejiem uz integrētu pieeju mantojumam

„Jaunais pilsētas muzejs ir sava veida muzeoloģiskā prezentācija, izmantojot pašu pilsētu kā ekspozīciju", raksta Roterdamas Vēstures muzeja Komunikācijas un izglītības departamenta vadītājs Žaks Bērgers (*Jacques Börger*) (*Börger*, 2010: 113).

„Pašvaldības muzejam saviem apmeklētājiem ir jāpiedāvā iespējas iepazīt pilsētu [..] dažādās vietās visā pilsētas teritorijā. [..] Šādas struktūras radīšana ir svarīgāka nekā tūkstošiem objektu vākšana [..]" (*Börger*, 2010: 113-114). Šis ir tikai viens no piemēriem, kas raksturo arvien straujāk izzūdošo tradicionālo atšķirību starp *in situ* un *ex situ*. Tā ir daļa no apjomīgāka procesa, kas sākās 20. gadsimta septiņdesmitajos gados līdz ar integrētā muzeja koncepcijas parādīšanos. Termins tika piedāvāts 1972. gada UNESCO apaļā galda sanāksmē, kas bija veltīta tēmai *Muzeju loma un virzība mūsdienu pasaulē* (Santjago, Čīle) un kas iegāja vēsturē ar Keneta Hadsona (*Kenneth Hudson*) sacerējumu '*Museums for the 1980s*' (*Hudson*, 1976). Pateicoties interneta iespējām, jo īpaši veidojumam, kas pazīstams kā *Web 2.0*, integrācija ir kļuvusi par vienu no galvenajām mūsdienu muzeoloģijas tendencēm.

Tomēr *Web 3.0* koncepcijas ieviešana sakrīt ar nopietnu tendenci uztvert mantojuma sektoru kā veselumu no integrāla-integrēta skatījuma perspektīvas. Nacionālajā un starptautiskajā līmenī integrētā politika un tiesību akti aizstāj specifiskos dokumentus. Piemēram, 2014. gada jūlijā Eiropas Komisija iesniedza priekšlikumu *Ceļā uz integrētu pieeju Eiropas kultūras mantojumam*, atbalstot jaunus mantojuma pārvaldības modeļus, kuros iekļauta kultūras, fiziskā, digitālā, vides, cilvēka un sociālā mantojuma dimensija. Starptautiskās bibliotēku (IFLA), arhīvu (ICA), muzeju (ICOM), pieminekļu un ievērojamu vietu (ICOMOS) un audiovizuālo arhīvu (CCAAA) organizācijas sadarbojas tīklā LAMMS (bibliotēkas, arhīvi, muzeji, pieminekļi un ievērojamas vietas), kas ir ietvars kopīgām iniciatīvām autortiesību un citu juridisko jautājumu, politiskās lobēšanas, kultūras mantojuma aizsardzības un saglabāšanas, pasaules digitālo bibliotēku un standartizācijas jomās. Vietējā līmeņa mantojuma iestādes sākušas sadarboties vai pat apvienoties. LAM (bibliotēkas-arhīvi-muzeji) vai reizēm MLA vai GLAM (G – galerijas) ir jau pazīstami akronīmi mantojuma diskursā (*Yarrow, Clubb & Draper*, 2008).

Integrācijas principi

Mantojuma integrāciju var vērot daudzās 20. gadsimta pēdējā ceturkšņa un 21. gadsimta norisēs. Integrācija izpaužas četros līmeņos:
1) akadēmisko disciplīnu integrācija;
2) muzeogrāfisko disciplīnu integrācija;
3) mantojuma disciplīnu integrācija;
4) integrācija ar sabiedrību.

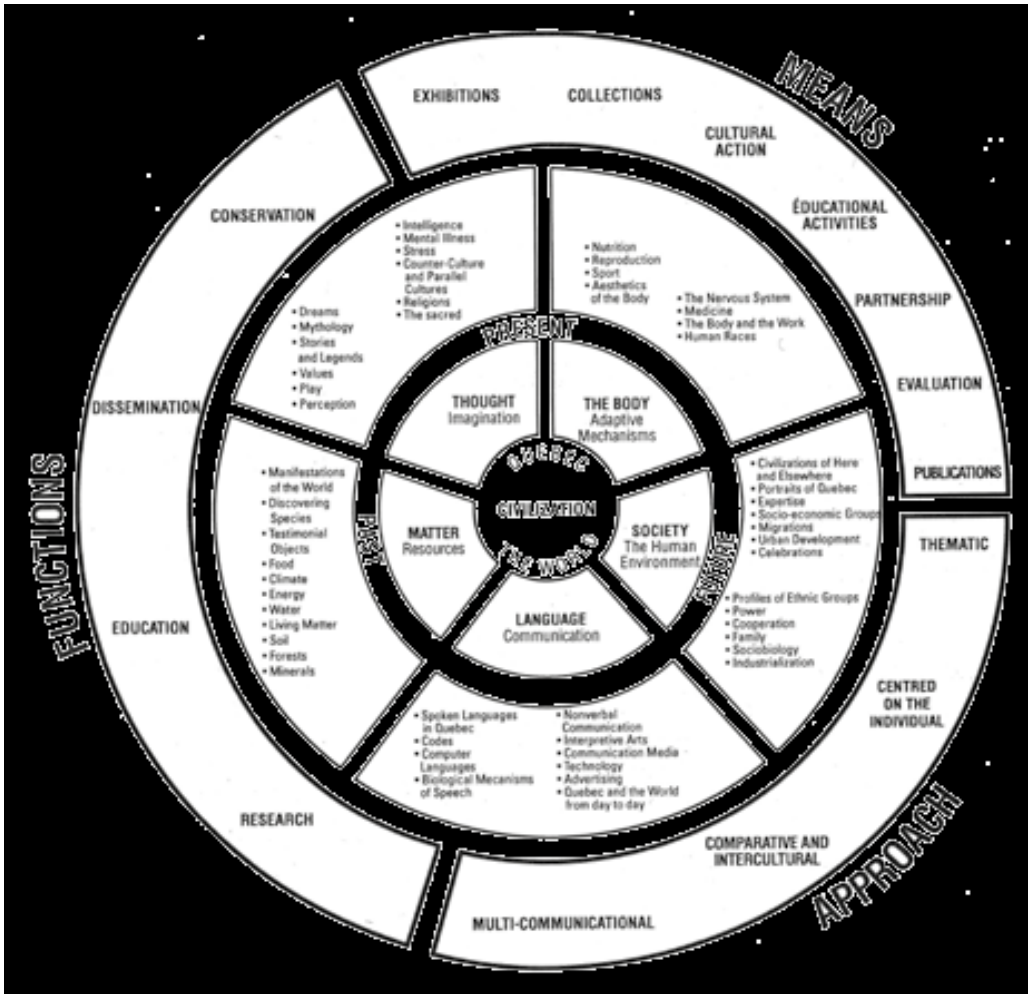
Akadēmisko disciplīnu integrācija īpaši attiecas uz muzejiem, kuri veidojuši zinātņu nozarēm atbilstošas kolekcijas, tādējādi sadrumstalojot krājumu. Ar mantojumu saistīto darbību pastiprinātas profesionalizācijas rezultātā, pamatojoties uz tehnisko specializāciju, ir tikušas nodalītas vairāk vai mazāk labi definētas profesijas, piemēram, restaurators, reģistrators un muzejpedagogs. Muzeoloģijas jeb muzeju studijas ir tikai viena no specializācijām plašākā mantojuma jomā. Tām pielīdzināmas ir, piemēram, bibliotēku studiju un arhīvu studiju disciplīnas.

Vēlme uzlabot muzeju integrēšanos sabiedrībā sekmējusi (pamatojoties uz vietējo kopienu aktīvu iesaistīšanos) jaunu muzeju formu rašanos (kopienas muzejs, apkaimes muzejs, ekomuzejs). Šīs vēlmes mūsdienu versijas atspoguļo tādi jēdzieni kā sociālā iekļaušana, sociālā aizgādnība un *museum 2.0* (skatīt 3. nodaļu). 1972. gadā publicētajā dokumentā *Integrētā muzeja pamatprincipi* sociālā atbilstība tiek saistīta ar integrēto pieeju akadēmiskajām disciplīnām: „Risināmo problēmu daudzveidība un dažādība beidzot piespiedīs mūsdienu cilvēku uzlūkot pasauli kā vienotu veselumu. Tas nozīmē, ka šīs tendences rezultātā ir jāveidojas integrētiem muzejiem, kuru tēmas, kolekcijas un ekspozīcijas ir saistītas cita ar citu un ar dabas un cilvēces sociālo vidi". Kaut arī joprojām ir daudz muzeju, kas ievēro 19. gadsimtā piekopto specializāciju, pieaug to muzeju skaits, kas praktizē 20. gadsimta beigās ieviesto starpdisciplinaritātes principu. Tas atspoguļojas Starptautiskās Muzeju padomes starptautisko komiteju nosaukumos. Trīs salīdzinoši jaunas komitejas ietver dažādus muzejus, kas balstās integrētās perspektīvās: DEMHIST (Vēsturisko māju-muzeju starptautiskā komiteja), ICMEMO (Memoriālo muzeju, kas veltīti publisko noziegumu upuru piemiņai, starptautiskā komiteja) un jo īpaši CAMOC (Pilsētas muzeju krājumu un aktivitāšu starptautiskā komiteja).

Integrācijas organizēšana

Integrācijas pakāpe atspoguļojas muzeja organizatoriskajā struktūrā. Tajā pašā laikā „organizatoriskā struktūra un kultūra veido iekšējo dzinēju, kas darbina muzeju un kam ir būtiska ietekme uz muzeja spēju pildīt savu unikālo misiju attiecībā pret tās kopienu un auditoriju" (*Anderson,* 2013: 192).

Civilizācijas muzejs (Kvebeka, Kanāda) ir viens no pirmajiem lielajiem muzejiem, kura koncepcija tika veidota saskaņā ar integrēto pieeju. Muzejs apmeklētājiem tika atvērts 1988. gadā. Šis ir kopienas muzejs un arī identitātes muzejs, jo tas atspoguļo Kvebekas sabiedrību. Tas ir tematisks muzejs tādā nozīmē, ka visas aktivitātes tiek organizētas saistībā ar noteiktām tēmām, kas sniedz padziļinātu ieskatu Kvebekas pagātnē, tagadnē vai nākotnē. Kā rakstīja dibinātājdirektors Rolāns Arpāns (*Roland Arpin*): „Tēma apvieno zināšanu elementus, par kuriem vēlams komunicēt: tā izveido saiknes starp šiem elementiem, ļaujot tiem ieviest skaidrību un dot skaidrojumu citam par citu, kā arī sniedz jaunu nozīmīgu informāciju, kas bijusi izolēta un grūti atrodama. Tematiskā pieeja Civilizācijas muzejā uzsver starpdisciplināro bagātību" (*Arpin,* 1992: 37).



*Civilizācijas muzeja koncepcija, Kvebeka (*Arpin, *1992: 35).*

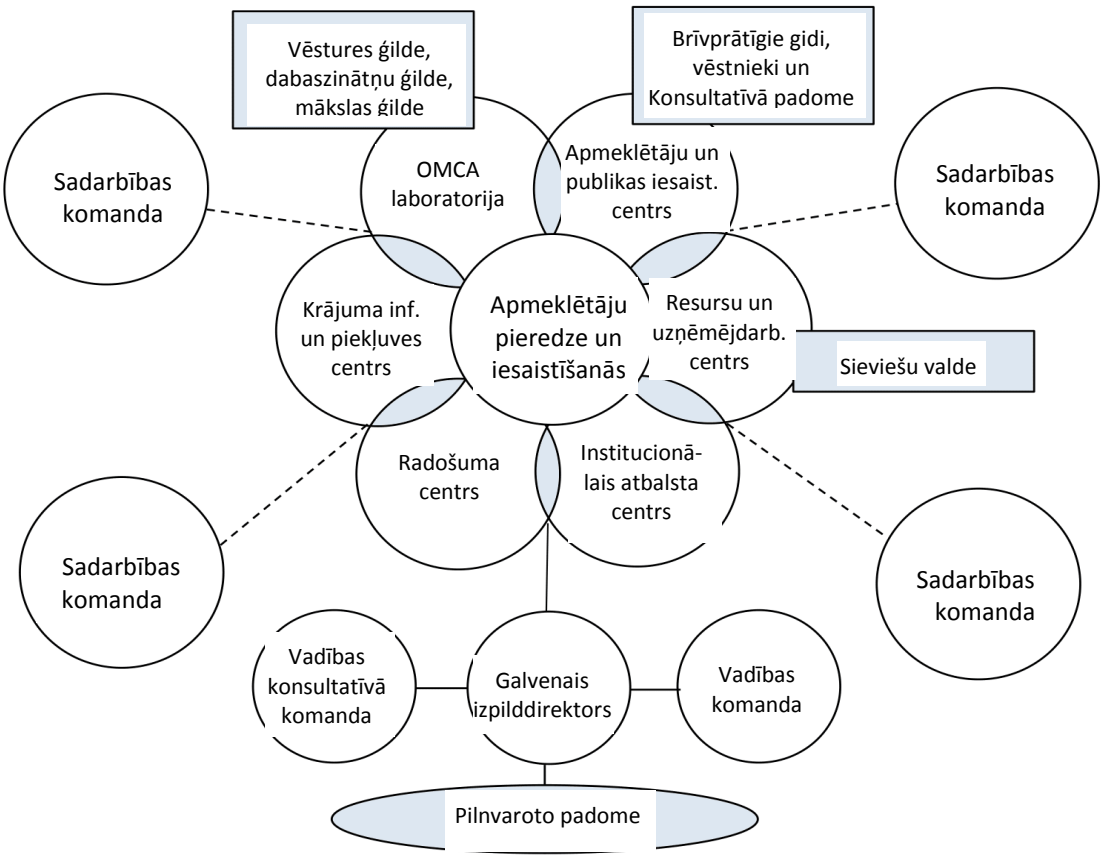
Šis modelis attēlo muzeja sākotnējo konceptuālo struktūru. Modeļa centrā ir civilizācijas jēdziens (Kvebekā un pasaulē). Ir analizēti pieci civilizācijas aspekti: sabiedrība (cilvēka dzīves vide), valoda (komunikācija), matērija (resursi), domas (iztēle) un cilvēka ķermenis (adaptīvie mehānismi). Katrs aspekts ir izvērsts vairākās tēmās. Ārējais aplis ietver funkcijas, līdzekļus un metodes. Katrai no šīm trim dimensijām, saskaņā ar plurālistisko pieeju, ir pielāgots „kaleidoskops, kurā, novietojot līdzās elementus, kas bijuši attālināti, katra rotācija rada jaunu attēlu un citu dinamiku, tādējādi liekot elementiem mijiedarboties koordinētā kustībā" (*Arpin,* 1992: 39).

Šis modelis paredzēja muzeju koncepcijas revīziju 20. gadsimta pēdējā – 21. gadsimta pirmajā desmitgadē, ko atspoguļo jaunās paaudzes misiju formulējumi (skatīt 1. nodaļu). Uzsvars uz civilizāciju (sabiedrība, kopiena) izceļ krājuma nozīmi kā vienu no līdzekļiem misijas sasniegšanā. Tas rezultējas koncepcijā un organizatoriskajā struktūrā, kas veicina akadēmisko, muzeogrāfisko un mantojuma disciplīnu integrēšanos.

Viena no visnovatoriskākajām šobrīd ir Oklendas muzeja organizatoriskā struktūra (Kalifornija, ASV), kas radīta 2011. gadā (*Anderson,* 2013; *Rein,* 2014). Viens no šīs

struktūras svarīgākajiem mērķiem ir panākt sabiedrības iesaistīšanos un bagātināt apmeklētāju pieredzi, šos uzdevumus iekļaujot katrā muzeja darbības aspektā. Ir seši centri, kas pārstāv šī muzeja darbības pamatvirzienus: Apmeklētāju un publikas iesaistes centrs, Radošuma centrs, Krājuma informācijas un piekļuves centrs, OMCA

*Oklendas muzeja, Kalifornija, ASV, organizatoriskā struktūra (*Anderson, *2013: Figure 5.3).*



(jeb muzeja) laboratorija, Resursu un uzņēmējdarbības centrs un Institucionālais atbalsta centrs (*Anderson*, 2013. gadam). Katrs darbinieks ir strukturāli piesaistīts kādam no centriem, taču darba lielākā daļa norit savstarpēji darbojošās komandās, nevis centru ietvaros. Centriem ir jābūt „porainiem", atspoguļojot galveno principu: muzejs pats ir „porains" attiecībā pret tā publiku un kopienu.

Mantojuma disciplīnu integrācija

Nesen ir sākusies jauna veida mantojuma institūciju veidošanās, apvienojot „vecās" institūcijas. Kā spilgts piemērs šajā sakarā minama organizācija CODA (Nīderlande, Apeldorna), kas veidojusies, apvienojot vietējos vēstures un mākslas muzejus, pilsētas arhīvu un publisko bibliotēku. „Mūsu sākumpunkts ir optimāla modeļa atrašana, lai panāktu produktu un pakalpojumu plūsmas sinerģiju, tādējādi palielinot sabiedrības izpratni un radot saikni starp daļām tā, lai veselums būtu lielāks nekā tā atsevišķo daļu summa. (..) Ar CODA izveidošanos ir radītas jaunas mājas: ikvienam pieejama vieta,

kur satiekas māksla, kultūra, informācija, izglītība. Iztēle, pieredze un uztvere ir mūsu produktu un pakalpojumu atslēgvārdi," teikts CODA tīmekļa vietnē.

Institūciju apvienošana liek pārskatīt tradicionālos principus un procedūras visos līmeņos. Institūciju misiju pārformulēšana ir pamats atkārtotai procesu un procedūru izvērtēšanai. Būtiska problēma joprojām var būt katrai nozarei specifiskā metodoloģija, piemēram, reģistrācija un dokumentēšana. Katrai mantojuma nozarei ir atšķirīga metadatu definīcija. *Web 3.0* lietojumprogrammas var atrisināt daļu no šīm problēmām, taču visakūtāk ir nepieciešams izglītot jaunus speciālistus, kas izprot dažādās nozares un spēj „veidot tiltus" starp tām.

Tīkli

1990. gadā Nīderlandes kultūras ministrs ieviesa jēdzienu „Nīderlandes krājums" kā atskaites sistēmu visiem Nīderlandes publiskajiem muzejiem. Visu publisko kolekciju kopums tika uztverts kā „organisks veselums". Privātās kolekcijas (un privātie muzeji) nekad nav bijuši iekļauti šajā koncepcijā. 2015. gada 26.-28. oktobrī COMCOL savā ikgadējā konferencē Seulā pārrunāja Dienvidkorejas privātkolekciju un muzeju situāciju. Atšķirībā no Nīderlandes, Korejā privātie muzeji ir izveidojuši spēcīgus tīklus, ko atbalsta valsts muzeji.

Pasaulē arvien pieaug tīmekļa vietņu un portālu skaits, veicinot sadarbību starp dažādām mantojuma un zināšanu institūcijām. Eiropas līmenī viens no vērienīgākajiem projektiem ir *Europeana* (www.europeana.eu). *Europeana* tika uzsākta 2008. gadā, ar mērķi padarīt Eiropas kultūras un zinātnes mantojumu pieejamu sabiedrībai. Projektā, ko finansē Eiropas Komisija, iesaistītas vairāk nekā 180 mantojuma un zināšanu organizācijas visā Eiropā. Līdzīgs projekts ir *Global Memory Net* (www.memorynet.org), kas uzsākts 2000. gadā. Šie divi projekti ir piemēri sadarbībai plašākā mantojuma jomā. Bez tam ir daudz sadarbības projektu katras mantojuma nozares ietvaros. Piemēram, ASEMUS (Āzijas un Eiropas muzeju tīkls; http://asemus.museum) ir muzeju starpkultūru tīkls, kas, īstenojot sadarbības pasākumus, veicina savstarpējo sapratni un sekmē muzeju krājumu informācijas apmaiņu un izmantošanu.

Integrētās metodes izstrādē digitalizācijai un internetam ir svarīga nozīme kā katalizatoram. Ir daudz nacionālu un starptautisku iniciatīvu, kuru pamatā ir plaša mantojuma izpratne. Dažreiz šo iniciatīvu „vecā" izcelsme joprojām saglabājusies nosaukumā (piemēram, žurnāls *Archives and Museum Informatics*), bet bieži vien tiek izmantota jaunā terminoloģija (piemēram, *International Cultural Heritage Informatics Meeting*). Mēs saskatām arī spēcīgu muzeju vides deinstitucionalizēšanas tendenci. Jaunas formas ar jaunu jēgu (attiecībā uz piedalīšanos, piekļuvi un pārstāvību) rodas, ieviešot jaunās tehnoloģijas. Internets paver iespējas jaunām mantojuma definīcijām un jaunām līdzdalības formām; mobilā telefonija piedāvā jaunas iespējas izbaudīt pieredzi *in situ* un dalīties savās emocijās.

Internetā balstītu tīklu nepieciešamību pamata līmenī ilustrē mūsdienu ansambļu, piemēram, uzņēmumu un rūpnīcu tehnikas, iekārtu un arhīvu, dokumentēšanas

problēma. Robežlīnija starp objektiem (piemēram, iekārtas un produkti), no vienas puses, un divdimensiju dokumentiem (piemēram, rasējumi, rēķini, reģistri), no otras puses, ir visai nenoteikta. Neraugoties uz to, objekti parasti nonāk muzejos, uzņēmumu arhīvi – vietējos vai provinces arhīvos. Bet kāds ir ne tik labi definētu kategoriju, piemēram, grīdas plānu un rasējumu, liktenis? Šajos jautājumos vienošanās par atbilstošu metodiku nav panākta. Bet tomēr pat tad, ja tiktu panākta skaidra un konkrēta vienošanās starp muzejiem un arhīviem par kopīgo atbildību, var rasties problēmas. Arhīvi pielieto no muzejiem atšķirīgus atlases un klasifikācijas kritērijus, un tas laika gaitā var novest līdz domstarpībām, kad arhīvi vairs nespēj atbildēt uz muzeju jautājumiem. No otras puses, problēmas var radīt arī muzeju darbošanās ar arhīvu materiāliem. Interneta tīkli problēmu neatrisinās, taču tie piedāvā iespēju (atkal) apvienot konkrēta uzņēmuma vai fabrikas izkliedēto mantojumu.

Gatavojoties ICOM Ģenerālajai konferencei Milānā 2016. gadā, ICOM Itālijas Nacionālā komiteja (ICOM-Itālija) pieņēma Sjēnas Hartu par muzejiem un kultūrainavām (2014). Ņemot vērā vēsturisko ainavu aprūpes fragmentāro raksturu, šajā hartā ierosināts izveidot mantojuma institūciju (un vietējo kopienu) tīklu, lai aizsargātu vēsturiskās ainavas. ICOM-Itālija uzskata, ka muzejiem būtu jāuzņemas iniciatora loma šajā procesā. 2016. gada ICOM Ģenerālās konferences publikācijā ir piedāvāts jēdziens "*musei diffusi"* (paplašināts muzejs): „Muzeji ir atbildīgi par kultūras ainavām; tiem jākļūst [..] par paplašinātiem muzejiem un vietējā mantojuma interpretācijas centriem [..], par ainavu vēsturisko un kultūras vērtību aizbildņiem un ilgtspējīgas attīstības veicinātājiem". Šī koncepcija sasaucas ar ekomuzeja ideju, tikai bez sociāli politiskās dimensijas. Tādējādi jēdziens "*musei diffusi"* nav tik radikāls kā Fionas Kameronas (*Fiona Cameron*) piedāvātais plūstošā muzeja (*liquid museum*) jēdziens, kas pamatojas Zigmunda Baumana (*Zygmunt Bauman*) priekšstatos par plūstošo modernitāti (*Cameron*, 2010, 2015). Plūstošais muzejs „vairs nav iecerēts tikai kā hierarhisks, slēgts vai piesaistīts fiziskai vietai". Tas saistās ar „[muzeja] pašreizējo institucionālo struktūru un robežu izzušanu". „Tā kā plūstošās institūcijas ir izkliedētas, tad to relāciju sarežģītība padara izmaiņas iteratīvas un nelineāras, ar neparedzamām sekām un vairākiem efektiem. Jēdziens par muzeju kā pārmaiņu aģentu arī ir pārveidots plūstošā muzeja ietvarā, konstatējot, ka šī loma izpaužas kā dinamiska mijiedarbība starp dažādiem elementiem kā iteratīviem procesiem lielāku konfederāciju ietvaros, nevis kā liela mēroga pārmaiņas" (*Cameron*, 2015: 358).

Web 3.0

Terminu *Web 3.0* 2006. gadā radīja Džons Markofs (*John Markoff*) no laikraksta *The New York Times*, atsaucoties uz „domājamu interneta pakalpojumu trešo paaudzi, kas ietver to, ko varētu saukt par „saprātīgo tīmekli" – piemēram, semantiskā tīmekļa un mikroformātu izmantošana, dabiskās valodas meklēšana, datu ieguve, mašīnmācīšanās, elektroniskie intelektuālie aģenti un mākslīgā intelekta tehnoloģijas –, kas akcentē tehnoloģiju atviegloto informācijas izpratni, lai nodrošinātu produktīvāku un intuitīvāku lietotāja pieredzi" (*Spivack*, 2006). No vienas puses, tas attiecas uz iespēju veidot saiknes starp dažādām datu bāzēm, no otras puses, tas saistās ar iespēju radīt rezultātus,

kas pielāgoti lietotāja īpašajām vajadzībām. *Web 3.0* neaizstāj *Web 2.0*, bet tas ļoti labi var iekļaut tā principus.

Muzeja vai mantojuma (*Museum 3.0*, *Heritage 3.0*) kontekstā tas nozīmē, ka mantojuma institūciju datu bāzes ir savienotas (*Meijer-van Mensch*, 2014). Pārnestā nozīmē *Museum 3.0* vai *Heritage 3.0* attiecas uz sadarbību kopumā. Šī sadarbība var būt saistīta ar tēmu vai vietu. Tādējādi parādās skaidra saikne starp jēdzienu *Heritage 3.0* un mantojuma kopienas jēdzienu (*Meijer-van Mensch & Van Mensch*, 2010b). Daži no daudzsološākajiem internetā balstītiem sadarbības projektiem starp dažādām mantojuma institūcijām ir saistīti ar vietu un tādiem jēdzieniem kā kultūras biogrāfija vai *lieux de mémoire*. Šo projektu veiksme ir lielā mērā atkarīga no iespējas iegūt būtisku informāciju *in situ* ar mobilo ierīču palīdzību, kas savienotas ar GPS (*Van Mensch*, 2005).

Topogrāfiskais pagrieziens

Kādu laiku, vismaz Eiropā, „vietai" kā fiziskai parādībai praktiski nebija nozīmes vēsturiskajās un socioloģiskajās teorijās. Pat mantojuma sfērā, kas ietvēra telpisko dimensiju, tai bija nenozīmīga loma. Vēsturiskā izpēte pievērsās abstraktām tēmām, piemēram, „strādnieki" vai „sievietes", bet politiskās pārmaiņas pēc Berlīnes mūra krišanas un Centrāleiropas „jaunatklāšana" Rietumeiropas domāšanā veicināja „vietas" renesansi humanitārajās un sociālajās zinātnēs. Mūsdienās arheologi ietver ainavu savā analīzē. Pieminekļus arvien biežāk aplūko saistībā ar pilsētas (vai lauku) kontekstu. Gan muzejos, gan arhīvos tiek pievērsta pienācīga uzmanība objektu izcelsmes vietas atbilstībai. Pastāv pieņēmums, ka, analizējot fizisko kontekstu, mantojums visā tā sarežģītībā ir labāk saprotams.

Vācijā vēsturnieks Karls Šlēgels (*Karl Schlögel*), kādreizējais profesors no Frankfurtes pie Oderas, ieviesa un kļuva par topogrāfiskās pieejas kanonisku figūru. Ne velti Viadrinas Eiropas Universitāte, kas atrodas Vācijas un Polijas pierobežas pilsētā Frankfurtē pie Oderas, tagad ir pazīstama ar kultūras studijām saistībā ar vietu. Tam ir liela nozīme, „jaunatklājot" Centrāleiropu Rietumu akadēmiskajā domāšanā. Tas ietekmē un iedvesmo. Faktiski tas ir viens no galvenajiem iemesliem, kāpēc mēs vēlējāmies izveidot Muzeoloģisko studiju centru šajā vietā.

Pašreizējais uzsvars uz „vietu" godina vairāku 20. gadsimta sākuma ietekmīgu domātāju veikumu. Īpaši jāatzīmē tādi autori kā Moriss Halbvahs (*Maurice Halbwachs)* un Valters Benjamins (*Walter Benjamin*), kuri tika kanonizēti 20. gadsimta beigu muzeoloģijā, īpaši Vācijā. Benjamina nepabeigtais darbs "*Das Passagen Werk"* ir īpaši iedvesmojis daudzus autorus, ieskaitot mūs. Šajā grāmatā Benjamins attīsta savu vides novērtēšanas un nozīmīguma piešķiršanas metodi. Benjamins vēlējās izjust telpu *in situ*, tajā organiski iegremdējoties kā klaidonis (*flâneur*) un vērotājs. Halbvahs, bet arī Benjamins, izprata „vietu" galvenokārt kā cilvēku radītas konstrukcijas, un līdz ar to pēc viņu domām „vietai" ir svarīga loma iedzīvotāju kolektīvajā atmiņā. Dažas desmitgades vēlāk arī Mišels de Kartjē (*Michel de Certeau*) apcerēja kājām iešanas un mijiedarbības starp gājēju un pilsētu nozīmi

(*L'invention du quotidian*, 1980). Šos uzskatus var atpazīt Gerarda Roijakersa (*Gerard Rooijakkers*) piedāvātajā termina „kultūras biogrāfija" skaidrojumā un aprakstā par tās izzināšanas iespējām, apmeklējot konkrētu vietu (*Rooijakkers*, 1999., 2005). Saskaņā ar Roijakeru, šis termins attiecas uz stāstiem par reģionu un ainavu. Taču ainavas pašas neko nestāsta. Vēsturiskās liecības kalpo tikai kā fons. Faktiskā kultūras biogrāfija, Roijakers norāda, izpaužas tajā, kā cilvēki mijiedarbojas ar ainavu un kā cilvēki piešķir tai nozīmi. Tā nav vēsture pati par sevi, tā ietver vairākas paaudzes senu pagātni. Īsāk sakot, „katras biogrāfijas pamatā ir naratīva struktūra".

Iepriekšminētais ir savienojams ar koncepciju "*lieu de mémoire*" (atmiņu vieta), ko ieviesis franču vēsturnieks Pjērs Norā (*Pierre Nora*), lai gan Norā izpratnē jēdziens "*lieu*" ietver ne tikai fizisko vietu. Šajā kontekstā "*lieu*" vairāk ir metaforiska nozīme (piemēram, "Marseljēza" ir *lieu de mémoire*). Četru sēriju holandiešu filmā "*Plaatsen van herinnering"* (piemiņas vietas) (2005-2007), Nacionālā vēstures muzeja digitālajā projektā *Plaatsen van herinnering* un vietnē *Plaatsen van betekenis* (nozīmīgas vietas) jēdziens "*plaats*" (vieta) lietots burtiski. Tās ir vietas, ko var aplūkot un uz kurām var doties, vietas, kas saistītas ar kolektīvām atmiņām. Divos Vācijas projektos (*Deutsche Erinnerungsorte* un *Erinnerungsorte der DDR*), termins "*Erinnerungsort*" (atmiņas vietas) tiek lietots atbilstoši Norā sākotnējai koncepcijai.

Jaunu dimensiju jēdzienam „atmiņu vieta" ir devis Steins Reinderss (*Stijn Reijnders*). Reinderss ieviesa jēdzienu "*plaatsen van verbeelding*" (iztēles vietas) attiecībā uz vietām, kas saistītas ar [publisku] stāstu, taču arī vietām, kas rosina iztēli kā romānu un filmu darbības vietas (*Reijnders*, 2011). Teo Meders (*Theo Meder*) saista jēdzienu ar vietu zīmološanu, ar naratīvu mantojuma tūrisma mārketingu (*Meder*, 2010). Šeit svarīgi ir kā vecie, tā mūsdienu stāsti. Reinderss kā piemēru min televīzijas seriāla „Inspektors Morss" izmantošanu Oksfordas zīmološanā. Patiesībā, pašreiz ekskursijās saistībā ar kino lielāka uzmanība tiek pievērsta Harija Potera filmēšanas vietām, nevis stāstam par inspektoru Morsu.

Topogrāfiskā pieeja prasa visaptverošu un integrētu skatījumu uz mantojumu, tas ir, tādu pieeju, kurā nozīmīgas ir visas mantojuma nozares. Vēstures liecības un stāstus dokumentē daudzas dažādas mantojuma institūcijas: muzeji, arhīvi, bibliotēkas, kā arī pieminekļu, dabas un ainavu aizsardzības institūcijas, bet arī institūcijas, kas saistītas ar nemateriālo kultūras mantojumu (tautas deju kolektīvi u.c.). Kopā šīs institūcijas veido „vietas" atmiņu. Šis process ietver ne tikai saglabāšanu un informācijas pieejamību. Tajā galvenais ir nozīmīgums. Tas atspoguļojas ICOMOS Deklarācijā par vietas garu (Kvebeka, 2008). Šī deklarācija vērš uzmanību uz vietas kultūras biogrāfijas integritātes saglabāšanu. Jēdziens „vietas nozīme" ir aizstāts ar jēdzienu „vietas gars", lai uzsvērtu vietas dzīvo, sociālo un garīgo iedabu.

6. nodaļa

Muzeju ētika

Profesionalitātes jēdziens balstās uz ētiskām vērtībām. Jaunās tendences attiecībā uz profesionāļu lomu muzejos prasa tradicionālo ētikas principu pielāgošanu, jo tās izjauc līdzsvaru starp profesionālo un institucionālo ētiku. Muzeju nozares ētikas kodeksos vairumā gadījumu tādi jēdzieni kā ilgtspēja, līdzdalība un integrācija vēl nav iekļauti. Pašreizējie kodeksi pievēršas jautājumiem, kas skar muzeju un kopienu attiecības, taču mūsdienu norises prasa jaunas kopienas jēdziena definīcijas. Savukārt tas rada nepieciešamību pārdomāt mijiedarbību starp kopienām un muzejiem.

Ētika un profesionalitāte

Muzeja darbs par profesiju kļuva 19. gadsimta beigās. Pirmās paaudzes ētikas kodeksus var uzskatīt par iekšupvērstas tendences izpausmi, kad uzmanība tiek pievērsta darbības metodēm un profesionālajai rīcībai, bet mazāk – uz āru vērstiem muzeja pakalpojumiem un sabiedrībai. Šo uz autoritāti balstīto un hegemonisko diskursu ir raksturojusi Loradžeina Smita (*Laurajane Smith*), nosaucot to par *autorizētā mantojuma diskursu* (*Smith*, 2006). Profesionālo principu kanonizācija vairāk vai mazāk bija pabeigta 20. gadsimta divdesmitajos gados, un daudzi no šiem principiem joprojām tiek uzskatīti par profesionalitātes stūrakmeņiem. Tomēr autorizētā mantojuma diskurss 20. gadsimta pēdējās desmitgadēs piedzīvoja arvien lielākus pārbaudījumus, kā rezultātā radās jaunas profesionālisma koncepcijas, radot jaunu skatījumu uz profesionālo ētiku.

Jaunās paradigmas ideāla izpausme ir *līdzdalīgais muzejs*, muzejs, kas savā naratīvā iekļauj lietotāja veidoto saturu, radot šo vēstījumu kopīgi (skatīt 3. nodaļu). Šim nolūkam ir nepieciešamas jaunas autoritātes definīcijas, kā arī jaunas definīcijas muzeja un jebkura indivīda, personas grupas, organizācijas vai politiskās vienības, kam var būt pasīva vai aktīva interese par muzeja pausto pārliecību, attiecībām. Tā kā vairums nacionālo un starptautisko kodeksu ir formulēti pirms līdzdalības kā svarīga muzeja darba principa atzīšanas, tajos netiek risināti jautājumi par autorizāciju un ar to saistītajām problēmām.

Pretrunīgā atbildība

Muzeju ētika sākas ar galvenās atbildības (piemēram, muzeja profesionāļa pamatpienākumu) atzīšanu. Šie jautājumi iezīmē iespējamās konfliktu zonas, kuras interesē ne tikai muzeja profesionāļus. *ICOM Muzeju ētikas kodeksā* (2004) šīs iespējamās konflikta zonas ir strukturētas astoņās nodaļās, katru nodaļu sākot ar profesionālās uzvedības galvenajiem principiem. Bet beigās muzeja speciālistu intereses ir jāsaskaņo ar citu ieinteresēto pušu interesēm. Var apgalvot, ka izpratne par

to, kas padara rīcību ētisku, nesaistās tik daudz ar to, cik lielā mērā tiek ievērotas pamatnostādnes, bet gan ar to, kas tiek apspriests sarunu procesā.
Pamatojoties uz ICOM un citu muzeju organizāciju kodeksiem, var identificēt septiņas konfliktu zonas (*Meijer van Mensch*, 2013). Tiek sagaidīts, ka muzeja speciālistam jāizturas atbildīgi pret:
1) objekta izgatavotāju (un pirmo lietotāju) un sabiedrību, kuru viņš pārstāv (piemēram, *pamatkopiena vai lietotājkopiena*);
2) objektu, krājumu un tā informatīvo vērtību (ieskaitot estētiskās un emocionālās vērtības);
3) muzeju, ar kuru speciālistam ir darba attiecības;
4) cilvēkiem, kas nodrošina darbības īstenošanu, sniedzot finansiālu atbalstu;
5) muzeja un ārpusmuzeja kolēģiem, tostarp speciālistiem, kas pārstāv nemuzejiskās institūcijas, piemēram, akadēmiskajiem pētniekiem (piemēram, *profesionāļu kopiena*);
6) ekspozīciju un izstāžu apmeklētājiem un citu aktivitāšu dalībniekiem;
7) sabiedrību kopumā, šodien un nākotnē.

Šajā sarakstā muzejs un objekts ir tikpat nozīmīgi sarunu procesa dalībnieki kā dažādās kopienas. Tas izriet no Bruno Latūra idejas par objekta kā starpnieka funkciju. Objekti ir jāuztver kā relācija, un tāpēc tie ir šķīrējtiesas un arī ētisko jautājumu apspriešanas līdzekļi.

Veidojošās kopienas

Kopiena ir sociāls veidojums un tādējādi saistīta ar varas jautājumiem. Kopienu definēšana var izpausties kā kontroles akts, nevis kā muzeja lēmumu pieņemšanas procesa atklātības nodrošināšana. Žurnāla '*International Journal of Heritage Studies'* (16. sēj., 2010, nr.1-2) speciālizlaidums veltīts kopienas definēšanas problēmai un šī jēdziena lietošanai mantojuma praksē. Rakstā par šo jautājumu Emma Votertona (*Emma Waterton*) un Loradžeina Smita atzīst, ka mantojuma sektorā „dominē konkrēts kopienas jēdziens, tāds, kas ignorē faktu, ka realitātes reprezentācijai var būt spēcīga ietekme uz jebkuru grupu" (*Waterton and Smith*, 2010: 9). Viņas secina, ka mantojuma procesā „tiek ne tikai ignorētas reālās kopienas, bet arī institucionalizēta sagrozītā identitāte" (*Waterton and Smith*, 2010: 12).

ICOM ietvaros *kopiena* joprojām ir galvenais jēdziens diskursā par sabiedrības lomu muzejos. Tas atspoguļojas *ICOM Muzeju ētikas kodeksā*. Kopš 20. gadsimta septiņdesmitajiem gadiem šis kodekss ir ievērojami mainījies līdzi paradigmu izmaiņām. „Jauno" paradigmu var atpazīt pēc kopienas jēdziena lietojuma. Visbiežāk ir minēta *izcelsmes kopiena* (t.i., kopiena, no kuras priekšmeti un kolekcijas ir cēlušās). Termins *pamatkopiena* ICOM kodeksā netiek izmantots. Muzejiem ir īpaša atbildība pret šīm kopienām, jo „muzeja krājums atšķiras no parasta īpašuma – tas koncentrētā veidā raksturo valsts, reģiona, vietējo, etnisko, reliģisko vai politisko identitāti" (6. nodaļas princips). Otrkārt, kodeksā runāts par *mūsdienu kopienu*, kas apzīmē kopienas, kurām muzejs paredz kalpot. Kodeksā nav skaidri noteikta atšķirība

starp jēdzieniem *izcelsmes kopiena* un *mūsdienu kopiena*, taču ir interesanti atzīmēt, ka pastāv atšķirība, kā muzejs izmanto no šīm kopienām iegūto krājumu. Lai gan muzeji tiek aicināti ievērot cilvēka cieņu un abu minēto kopienu īpašās vērtības, tikai mūsdienu kopienu kolekciju „izmantošanā ir jārespektē šīs kopienas pašcieņa, tradīcijas un kultūra. Šādas kolekcijas jāizmanto nolūkā sekmēt cilvēku labklājību, sabiedrības attīstību, toleranci un cieņu, aizstāvot multisociālās, multikulturālās un multilingvālās izpausmes" (6.7. pants). Tas liecina par interešu konfliktu starp pamatkopienām, kam muzeji nekalpo, un mūsdienu kopienām, kas darbojas kā *veidojošās kopienas*.

Līdzdalības ētika

Līdzdalības paradigma saistās ar būtisku muzeoloģisko rīku un procesu demokratizāciju, jo vairākas puses tiek iesaistītas dažāda līmeņa lēmumu pieņemšanā attiecībā uz mantojumu, gan muzejā, gan ārpus tā (skatīt 3. nodaļu). Starptautiskā Sabiedrības līdzdalības asociācija (*iap2*) ir izstrādājusi divus dokumentus: *Sabiedrības līdzdalības pamatvērtības* un *Sabiedrības līdzdalības īstenotāju ētikas kodekss*, kurus var izmantot jebkurā ar muzeju saistītā līdzdalības projektā. Viena no *iap2* identificētajām pamatvērtībām: „Sabiedrības līdzdalība veicina ilgtspējīgu lēmumu pieņemšanu, atzīstot un popularizējot visu dalībnieku, tai skaitā lēmumu pieņēmēju, vajadzības un intereses". Cita pamatvērtība nosaka: „Sabiedrības līdzdalība paredz iesaistīt dalībniekus, nosakot līdzdalības veidus". Minētajā kodeksā cita starpā ir runāts par cieņu pret kopienām (7. princips): „Mēs izvairīsimies no stratēģijām, kas draud polarizēt kopienas intereses vai kas vadās pēc principa „skaldi un valdi"". Tajā ietvertais netiešais pieņēmums paredz, ka kopienas ir viendabīgas vai ka līdzdalība vismaz nedrīkst novest pie iekšējā konflikta. „[Līdzdalība] tomēr negarantē vienlīdzību sarunās par muzeju jautājumiem. Gluži pretēji, sfēras, kurās ieinteresētās puses nodibina attiecības ar muzejiem un savā starpā, bieži raksturo konflikti un domstarpības" (*Meijer-van Mensch*, 2013: 44). Tāpēc īpaši nozīmīga ir „dalībnieku iesaistīšanās, nosakot līdzdalības veidus". Tā ietver lēmumus par to, kurš tiek aicināts vai kam tiek ļauts runāt kopienas vārdā, vai kuri piemēri (tiešā vai netiešā veidā) tiek pieņemti kā reprezentatīvi.

1999. gadā '*Journal of Business Ethics*' speciālizlaidums bija veltīts līdzdalības ētikas jautājumiem. Galvenā uzmanība tika pievērsta *līdzdalības pārvaldībai* (piemēram, darbinieku uzticēšanās stiprināšanai). Šajā kontekstā līdzdalību var interpretēt kā „ieguldījumu firmas sociālajā kapitālā" (*Bouckaert & Lohr*, 1999: 95). Līdzdalība kā muzeju *korporatīvās pilsonības* daļa var tikt uzskatīta par ieguldījumu sabiedrības *kultūras kapitālā*. Kultūras kapitāla radīšanu *Lord Cultural Resources* identificēja kā muzeju nākotnes atslēgu. Šis pamatprincips ir ietverts visos viņu projektos.

Svarīgs līdzdalības ētikas aspekts ir uzticība: „Kāpēc viņiem (darbiniekiem, kopienām) jātic, ka līdzdalības retorika un prakse ietver kaut ko vairāk kā instrumentālo pielāgošanos?" (*Bouckaert & Lohr*, 1999: 86). Uzticība ir viens no galvenajiem *iap2 ētikas kodeksa* principiem: „Mēs veiksim un atbalstīsim pasākumus,

kas visos dalībniekos veido uzticību procesam" (3. princips). Jebkura alianse starp muzejiem un citām pusēm (muzejiem, mantojuma institūcijām, kopienām) ir balstīta uz uzticību, jo īpaši uzticību starp cilvēkiem (*Argandoña,* 1999). Šis ir nozīmīgs novērojums, jo daudzkārt līdzdalības projektus vada cilvēki, kas pieņemti amatā uz laiku.

Satura kontrole

2012. gadā Muzeju nākotnes centrs kopā ar Muzeju ētikas institūtu (abi ASV), "lai iegūtu un sintezētu ētikas jautājumos pieredzējušu cilvēku viedokļus", veica prognozēšanas uzdevumu, izmantojot Delfu metodi. Pirmie divi raundi ļāva izveidot sarakstu ar sešiem ētiskas dabas jautājumiem, kuri piedzīvos nozīmīgas izmaiņas nākamajās desmitgadēs. Viens no tiem ir „satura kontrole", kas koncentrējas uz kuratoru neatkarību un personāla un akadēmisko ekspertu zināšanām pretstatā sabiedrības īstenotai pārzināšanai un sabiedrības līdzdalībai satura radīšanā".

Šaja jautājumā bažas rada satura radīšanas kvalitāte, īstenojot sabiedrības līdzdalību, bet jo īpaši ļaunprātīgu nodomu iespēja. Problēmas ar *Wikipedia* šajā sakarā ir tikušas plaši apspriestas. Nesen Džefs Hovs, kas ieviesa *digitālās līdzdalības* jēdzienu, atzina, ka toreiz viņš varētu būt bijis pārāk naivs. Tā nebija nejaušība, ka COMCOL, CAMOC un ICOM-Eiropa organizētajā konferencē par līdzdalības stratēģijām (Berlīne, 2011. gada 31. oktobris – 1. novembris) tieši Inka Bercs (*Inka Bertz*) norādīja uz pārāk atvērtas attieksmes slazdiem. Inka Bercs ir Berlīnes Ebreju muzeja krājuma vadītājs. Tas ir muzejs, kas savas tēmas dēļ ļoti labi apzinās briesmas, kuras rodas, nekontrolējot saturu.

ICOM Muzeju ētikas kodeksā teikts: „Muzejam ir jānodrošina, lai izstādēs un ekspozīcijās piedāvātā informācija būtu pamatota, precīza un pasniegta ar atbilstošu cieņu pret pārstāvētajām ļaužu grupām vai uzskatiem" (4.2. pants). Kodeksa iepriekšējā versijā (*Profesionālās ētikas kodekss*, 1986) ir norādīts: „Muzejam jācenšas nodrošināt, lai informācija, ko tas publicē, izmantojot jebkādus līdzekļus, ir precīza, godīga, objektīva un pamatota akadēmiskajos pētījumos un atzinumos" (2.9. pants). Nav „pamatoti un precīzi" ierosināt, lai „godīgs un objektīvs" tiktu aizstāts ar „pasniegta ar atbilstošu cieņu pret pārstāvētajām ļaužu grupām vai uzskatiem", taču interesanti, ka „objektīvs" vairs nav minēts kā prasība. Jaunajā tekstā atzīts, ka attiecībā uz interešu kopienām (pamatkopienas, mūsdienu kopienas) muzeja speciālistam nevajadzētu pretendēt uz objektīvo patiesību. No otras puses, ir žēl, ka godīgums kā prasība ir zudis. Godīgums un pārredzamība ir pamatvērtības mijiedarbībā starp muzejiem un to dažādajām ieinteresētajām pusēm.

Interesanti, ko kopienas var pieprasīt attiecībā uz objektivitāti un patiesību saistībā ar tās vēsturi un identitāti? Vai kopienām (vai viņu runasvīriem) pēc definīcijas vienmēr ir taisnība? Kopienu pārstāvībā varētu būt stereotipizēta citādība. Daļēji šī stereotipizācija attiecas uz reālo situāciju, kādā dzīvo cilvēki, piemēram, būdami kultūras minoritātes grupa vairākuma kultūrā ar atšķirīgām vērtībām. Piemērs ir migrantu kopienas, kas tiecas piešķirt ideāli tipiskām identitātes konstrukcijām lielāku

nozīmi, nekā viņu izcelsmes valstī. No otras puses, stereotipizācija var būt arī rezultāts specifiskām cerībām attiecībā uz muzeja atbalstu (skatīt 3. nodaļu).

Cilvēki un dzīvnieki

2013. gadā ICOM Ģenerālajā asamblejā tika pieņemts *Dabas vēstures muzeju ētikas kodekss*. Tas ir pirmais ICOM kodekss specifiska profila muzejiem. Protams, vispārējie principi ir tādi paši kā ICOM vispārējā kodeksā, tikai tie ir izstrādāti detalizētāk. Piemēram, dabas vēstures kodekss ir detalizētāks attiecībā uz cilvēku mirstīgajām atliekām. *Izcelsmes kopienas* vietā, tajā runāts par *mūsdienu pārstāvjiem* un *pēcnācējiem*. „Jebkura [cilvēku mirstīgo atlieku] eksponēšana, pārstāvība, izpēte un / vai izņemšana no krājuma jāveic, it visā konsultējoties ar saistītajām personām (mūsdienu pārstāvjiem / pēcnācējiem)" (1D. pants). Arheoloģiskajā kontekstā tas rada interesantus jautājumus par „pēcnācēja" definīciju un to, cik lielā mērā „mūsdienu pārstāvis" un „pēctecis" būtu uzskatāmi par sinonīmiem. Kaut arī kodeksā skaidri runāts par konsultēšanos, nevis nodošanu īpašumā, no tā izriet pašreizējā retorika, kas uzsver izcelsmes kopienu, radītājkopienu un pēcnācēju interešu pārākumu.

Runājot par faunas atliekām, *Dabas vēstures muzeju ētikas kodekss* atbalsta citu principu. Dzīvnieku atliekām ir „jābūt izstādītām ar godu un cieņu, neatkarīgi no sugas vai to izcelsmes" (1D. pants). Goda un cieņas jēdzieni kultūras jomā ir formulēti šādi: „Ir saprotams, ka „gods" var tikt interpretēts dažādi, atkarībā no valsts, institūcijas, kā arī zemes, kultūras vai tautas, no kuras cēlies faunas materiāls. Institūcijām būtu jāizstrādā vadlīnijas, kas atbilst to videi un auditorijai, un jāpiemēro tās konsekventi" (turpat, mūsu izcēlums). Acīmredzot šeit vadošās ir mūsdienu kopienu intereses. Šajā ziņā ir interesanti, ka pielikumā kodekss vērš uzmanību uz „taksidermijas mākslu un tās kultūras mantojuma nozīmi". Pilnīgā pretstatā vispārējam principam attiecībā uz rūpēm par cilvēku mirstīgajām atliekām, dzīvnieku atlieku musealizācijas procesa materiālais atspoguļojums ir respektējams. Tas, starp citu, atbilst pārredzamības principam.

Pārredzamība

Radikāla pārredzamība ir viens no „jaunās muzeju ētikas" stūrakmeņiem, kā to norāda Džaneta Mārstaina (*Janet Marstine,* 2011: 14-17). Nīderlandē notikušā gadījuma izpēte ilustrē, kāpēc ir svarīgi, lai muzeji atklāti „atsegtu tiem risināmās problēmas, kā arī to, uz kādiem jautājumiem muzejiem jārod atbildes lēmumu pieņemšanas gaitā un cik plaša ietekme ir šiem lēmumiem" (*Janet Marstine,* 2011: 14).

2009. gada 30. aprīlī ikgadējo Karalienes dienas svinību laikā Apeldornā kāds cilvēks ietrieca savu automobili parādes dalībnieku pūlī, cenšoties trāpīt izrotātajam kabrioleta tipa autobusam, kurā sēdēja karaliskā ģimene. Karaliskā ģimene palika neskarta, taču, triecot automašīnu cauri šķēršļiem, cieta klātesošie. Septiņi cilvēki gāja

bojā un daudzi tika smagi ievainoti. Autovadītājs Karsts Teits (*Karst Tates*) mira, automašīnai atsitoties pret pieminekli. 2010. gada septembrī Nīderlandes televīzijā tika paziņots, ka Apeldornas muzejs ir ieguvis automašīnas *Suzuki Swift*, kuru Karsts Teitss izmantoja šausminošajā uzbrukumā, vraku. Lai gan muzeja direktoram tika dota iespēja paskaidrot savu motivāciju, kāpēc vraks tika iegādāts, ziņu dienesta, tāpat arī lielākās daļas nākamās dienas avīžrakstu tonis bija kritisks. Vairākas holandiešu avīzes aicināja savus lasītājus reaģēt uz muzeja lēmumu. Daži arī intervēja vietējos politiķus. Interesanti, ka, izņemot muzeja direktoru, muzeju speciālisti praktiski netika intervēti; arī viņi paši nesniedza savu skaidrojumu medijos.

Apeldornas vietējie politiķi demonstrēja vāju izpratni par muzeja misiju un krājuma veidošanas nozīmi misijas īstenošanā. Mērs pauda sašutumu par muzeja iniciatīvu. Pēc viņa domām muzejam nevajadzētu pievērsties šim notikumam, jo Apeldornas iedzīvotājos tas uzjunda pārāk spēcīgas emocijas. Par kultūru atbildīgais domnieks nevēlējās uzskatīt šo vraku par vēsturisku dokumentu, jo tas, pēc viņa domām, vēl bija pārāk jauns. Viens no pilsētas domes pārstāvjiem pauda bažas, ka vraks varētu tikt uzskatīts par mākslas darbu. Visās intervijās netika skaidri noteikta atšķirība starp krājuma komplektēšanu un eksponēšanu, lai gan muzejs uzsvēra, ka tas negrasās eksponēt vraku tuvākajā nākotnē.

Šie paši jautājumi tika izvirzīti laikraksta lasītājiem tiešsaistē. Visbiežāk izmantotais arguments pret šī vraka saglabāšanu bija cieņa pret upuru radiniekiem. Interesanti, ka dažos komentāros tika pausts, ka automašīnas vraka muzealizēšana (šis termins gan netika lietots) varētu pārvērst vainīgo par varoni. Neatkarīgi no tā, ir skaidrs, ka daudzi respondenti vēlētos, lai muzejs pievērstos pozitīvām tēmām.

Karsta Teitsa radinieki nepiekrita automašīnas vraka muzealizēšanai un sāka tiesas procesu, lai vraku iznīcinātu. 2011. gada augustā tiesa pieņēma lēmumu par labu radiniekiem. Apeldornas muzejs nevaicāja šajos notikumos tieši vai netieši iesaistīto personu viedokli. Apeldornas muzejs tika apsūdzēts par upuru radinieku jūtu neievērošanu. Šo atzinumu pēc gada paziņoja tiesnesis, kas vadīja tiesu, kurai bija jāizlemj, vai auto vraks būtu iznīcināms.

Daži respondenti raksturoja muzeja lēmuma pieņemšanas procesu kā kultūras elites „antisociālas" uzvedības piemēru. Iniciatīva iegādāties pretrunīgi vērtētu objektu tika nodēvēta kā „pretēja visām normām un vērtībām", jo pats auto tika raksturots kā ētikas un morāles trūkuma piemērs (viens no vainīgajiem). Satraucošs pretrunu aspekts ir tas, ka, ārpus populistiskas kritikas par kultūras eliti un tās rotaļlietām (mākslas muzeji!), bija jūtams nopietns sabiedrības izpratnes trūkums par muzeja darbu. Muzejiem ir svarīgi būt gataviem iesaistīties atklātā dialogā ar visām sabiedrības grupām ne tikai par saturu, bet arī par metodēm (*Van Mensch*, 2012b).

Otra labākā aizgādņi

Paleontologs un ražīgs autors (par evolūcijas tēmām) Stīvens Džejs Gūlds (*Stephen Jay Gould*) apzīmēja dabas vēstures muzejus kā *otra labākā aizgādņus*: „Kad kodols un būtība ir zuduši, mums atliek diskutēt par atliekām un relikvijām, [..] bet, kad mēs

esam zaudējuši dzīvu būtni cilvēka ļaundarības dēļ, kas var būt cildenāk par reizēm nožēlojamu fragmentu uzticīgu saglabāšanu un precīzu dokumentēšanu" (*Gould,* 1996: 281). Zināmā mērā *ICOM Muzeju ētikas kodeksu* var uzskatīt par izpausmi tam, ko Gūlds raksturojis kā „cildeni". Tomēr kodekss atzīst muzejus kā „otro labāko" variantu. Kodeksa 1. nodaļā teikts: „Muzeji ir atbildīgi par materiālo un nemateriālo dabas un kultūras mantojumu". 2. nodaļā tiek norādīts, ka „Muzeju pienākums ir veidot, saglabāt un pilnveidot savu krājumu, lai dotu ieguldījumu dabas, kultūras un zinātnes mantojuma saglabāšanā". Panti par likumīgajām īpašumtiesībām, izcelsmi, lauka darbiem, kulturāli sensitīvo materiālu, dzīvajām kolekcijām u.c. liecina, ka krājuma papildināšana un saglabāšana ir pakļauta vispārējai atbildībai par cilvēces mantojuma saglabāšanu. Šajā kontekstā būtiska ir termina *saglabāšana* (*safeguarding*) izmantošana.

Saglabāšana kā galvenais jēdziens parādījās saistībā ar rūpēm par nemateriālo kultūras mantojumu. *UNESCO Ieteikumā par tradicionālās kultūras un folkloras saglabāšanu* (1989) un *UNESCO Konvencijā par nemateriālā kultūras mantojuma saglabāšanu* (2003) saglabāšana ir definēta kā „darbības, kuru mērķis ir nodrošināt nemateriālā kultūras mantojuma dzīvotspēju, ieskaitot tā identifikāciju, dokumentēšanu, pētniecību, saglabāšanu, aizsardzību, popularizēšanu, vērtības nostiprināšanu, tālāknodošanu, it īpaši ar formālās un neformālās izglītības palīdzību, kā arī atdzīvināt šāda mantojuma dažādus aspektus". Šādi definēta saglabāšana Muzeju ētikas kodeksa kontekstā var iezīmēt jaunas profesionālās ētikas tendences rašanos.

Citās konvencijās izmantoti jēdzieni: aizsardzība (*protection*) un saglabāšana (*preservation* vai *conservation*). Salīdzinājumā ar šiem terminiem, *saglabāšana*, atbilstoši tās specifiskajam lietojumam 2003. gada Konvencijā, ienes jaunu pieeju. UNESCO definīcijā runāts par mantojuma dzīvotspējas nodrošināšanu un mantojuma dažādu aspektu atdzīvināšanu. Tā uzsver dinamisku pieeju saglabāšanai. Tas saistās ar to, ko mēs esam nosaukuši par „vieglo muzealizāciju" šīs grāmatas 1. daļā.

Aizgādnības ētika

Līdzās *radikālai pārredzamībai* (skatīt iepriekš) Džaneta Mārstaina piemin divus citus „jaunās muzeju ētikas" stūrakmeņus: *sociālā atbildība* un *aizgādnība*. Aizgādnību ir identificējis Stjuarts Deiviss (*Stuart Davies*) kā 21. gadsimta muzeju pamatvērtību (*Davies,* 1994: 35). Lai gan pastāv cieša saikne starp jēdzieniem „aizsardzība" un "aizgādnība", mēs gribētu uzsvērt atšķirīgo. Aizgādnība (arī pārvaldība) attiecas uz muzeju atbildību rūpēs par mantojumu. Tomēr šis termins nav neitrāls. Gan Mārstaina, gan Deiviss izmanto šo jēdzienu, lai apšaubītu krājuma juridiskās un intelektuālās īpašumtiesības. Mēs izmantojam aizsardzības jēdzienu kā metodi, proti, kā vienu no aizgādnības metodēm līdzās saglabāšanai.

ICOM Muzeju ētikas kodeksā par aizgādnību teikts: „Muzeji, kuriem ir savs krājums, pārvalda to sabiedrības un tās attīstības interesēs. [..] Sabiedrības uzticībai raksturīgs ir pārvaldības jēdziens, kas ietver īpašumtiesību likumību, pastāvību, dokumentēšanu, pieejamību un atbildīgu izņemšanu no krājuma" (2. nodaļa, princips). Pēc Mārstainas

un Deivisa uzskatiem, minētais ne vien ietver piekļuvi kā galveno vērtību, bet arī var saistīties ar īslaicīguma jēdzienu. Kā raksta Mārstaina: „Aizgādnība piešķir prioritāru nozīmi repatriācijai kā cilvēktiesībām un uzsver tādu attiecību stiprināšanu, ko iedvesmo kultūras „īpašuma" atpakaļ atdošana" (*Marstine*, 2011: 19).

Šī viedokļa radikāla interpretācija nozīmētu, ka izņemšana no krājuma ir ētisks pienākums ne vien tāpēc, ka tā veicina *krājuma attīstību* (skatīt šī darba 1. nodaļu), bet arī tāpēc, ka tā var veicināt atziņu, ka „[mantojumam] ir iezīmes, kas nav parastam īpašumam – tās var ietvert ciešas saiknes ar nacionālo, reģiona, vietējo, etnisko, reliģisko vai politisko identitāti" (*ICOM Muzeju ētikas kodekss*, 6. nodaļa, princips). Jautājums nav tikai un vienīgi par piekļuvi un īpašumtiesībām postkoloniālajās valstīs, šis jautājums attiecas arī uz Eiropu. Eiropas politiskā pārstrukturēšana pēc Habsburgu impērijas krišanas, pēc Otrā pasaules kara un pēc 1989. gada radīja joprojām lielā mērā neapspriestus ētiskas dabas jautājumus par aizgādnību un īpašumtiesībām.

Sociālais aktīvisms

Lesteras universitātes Muzeju studiju skolas vadītājs Ričards Sandels iestājas par to, ka muzejiem jāieņem aktīvista nostāja, un tai jāizpaužas arī muzeja rīcības ētikā (*Sandell*, 2000). Sandels norāda uz „atjaunojušos interesi par muzeju potenciālu radoši, ar saviem unikālajiem resursiem reaģēt uz plašu sociālo nevienlīdzību un raizēm par vides saglabāšanu" (*Sandell*, 2011: 129). Grāmata '*Re-Presenting Disability*' ir viena no daudzām Lesteras publikācijām, kas pēta muzeja kā aktīvista potenciālu, lai virzītu sabiedrības viedokli jautājumos, piemēram, par nevienlīdzību un netaisnību, kā arī, lai veicinātu turpmāku eksperimentēšanu un praksi (*Sandell. ed.* 2002; *Sandell, Dodd, and Garland-Thomson*, 2010).

2013. gadā ICOM Starptautiskā Muzeju menedžmenta komiteja (INTERCOM) kopā ar Starptautisko Cilvēktiesību muzeju federāciju (FIHRM) izdeva paziņojumu, ka abas organizācijas „noraida jebkādas neiecietības un diskriminācijas formas un aicina visu valstu valdības cienīt un godāt dažādas politiskās, seksuālās un reliģiskās izvēles un mudināt savas muzeju kopienas pētīt šos dažādos jautājumus, nebaidoties no cenzūras vai politiska spiediena" (Rio deklarācija, 2013. gada 13. augusts). Šī deklarācija bija muzeju un cilvēktiesību sanāksmes rezultāts. INTERCOM ir pieņēmusi cilvēktiesības kā vienu no galvenajām rūpēm, uzskatot, ka „būtiska muzeju atbildība ir, kur vien iespējams, būt aktīviem, veicinot daudzveidību un cilvēktiesību ievērošanu, cieņu un vienlīdzību attiecībā uz jebkuras izcelsmes, ticības un kvalifikācijas cilvēkiem" (Toreonas deklarācija, 2009. gada 10. novembris).

Kaut arī sociālā aktīvisma principi varētu nebūt viegli īstenojami Eiropas kontinentālajā vidē, tie var kalpot par svarīgu iedvesmas avotu. Kā Ričards Sandels raksta publikācijas par ētiku, aktīvismu un cilvēktiesībām nobeigumā: „Arvien vairāk empīrisko pētījumu atbalsta viedokli, ka muzeju pieņemtajiem lēmumiem attiecībā uz savu krājumu, ekspozīcijām un interpretāciju ir sociāla ietekme un sekas. Tieši šī uzlabotā izpratne par muzeju, es apgalvoju, atbalsta aktīvista ētiskās izpratnes

iedzīvināšanu muzeja darbā, lai tas no malā stāvētāja kļūtu par virzītājspēku" (*Sandell*, 2011: 143). Tas atbilst Dženiferas Baretas (*Jennifer Barrett*) novērojumam, ka „pieaugošais apelācijas sūdzību skaits cilvēktiesību jautājumos ir potenciāls, lai muzeji un muzeju profesija kļūtu par pārmaiņu aģentiem" (*Barrett*, 2015: 94).

Šajā sakarā būtiska ir tendence, ka jēdziens *sociāli atbildīgs muzejs* (*Janes*, 2007: 141) pakāpeniski tiek aizstāts ar jēdzienu *sociāli mērķtiecīgs muzejs*. Šo jēdzienu 2012. gadā piedāvāja Muzeju studiju skola (Lestera), raksturojot to kā „dinamisku, vitālu institūciju, kam ir bagātas attiecības ar dažādām auditorijām; kas piekopj līdzdalību un kopradošu praksi un ir cilvēku ikdienas dzīves daļa; kas tiecas veicināt progresīvas sociālās vērtības un, tajā pašā laikā, ir plaši atzīts kā dialogu un debašu vieta; kas strādā, sadarbojoties ar institūcijām kultūras nozarē un ārpus tās, lai radītu dinamisku, iekļaujošu un taisnīgāku sabiedrību". Būtībā mūsdienu muzeoloģijas galvenais jēdziens ir muzeja morālais faktors (*Marstine*, 2011: 5). To mēs esam pieņēmuši kā galveno principu savā darbā, tostarp šajā grāmatā. Kā norādījām ievada pašā sākumā: „Mūsu izpratnē profesionalitāte balstās uz trim pīlāriem: praksi, teoriju un ētiku. Ja kāda no tiem pietrūks, profesionālā struktūra sabruks. Mūsu pieeja, kas pausta šajā darbā, ir praksē balstīta teorija un teorētiski pamatota prakse. Lai gan grāmatā esam iekļāvuši īpaši ētikai veltītu nodaļu, par to tiek runāts no pirmā paragrāfa līdz pēdējam". Jā, muzejs kā morāles aģentūra, patiešām!

Atsauces

Gail Anderson (2013) 'Reflections on organizational transformation in the twenty-first century', in: Robert R. Janes ed., Museums and the paradox of change (Routledge, London, 3rd edition) 192-204.

Nicolas Adell, Regina F. Bendix, Chiara Bortolotto & Markus Tauschek eds. (2015) Between Imagined Communities and Communities of Practice. Gottingen Studies in Cultural Property (8). https://www.univerlag.uni-goettingen.de/bitstream/handle/3/isbn-978-3-86395-205-1/GSCP8_adell.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Antonio Argandona (1999) 'Sharing out in alliances: trust and ethics', Journal of Business Ethics 21 (2-3): 217-228.

Roland Arpin (1987) Musee de la Civilisation. Misson, Concept and Orientations (Musee de la Civilisation, Quebec).

Roland Arpin (1992) Musee de la Civilisation: concept and practices (Musee de la Civilisation, Quebec).

Athena Athanasiou, Pothiti Hantzaroula & Kostas Yannakopoulos eds. (2008) Performing emotions: Historical and Anthropological Sites of Affect. Historein (8). http://www.nnet.gr/historein/historeinfiles/histvolumes/hist08/historein8-intro.pdf

Jennifer Barrett (2015) 'Museums, human rights, and universalism reconsidered', in: Andrea Witcomb & Kylie Message eds., Museum Theory. The International Handbooks of Museum Studies 1 (John Wiley and Sons, Chichester) 93-115.

Zelda Baveystock (2008) 'Relevance and representation. The state of contemporary collecting in the UK', in: Eva Fagerborg & Elin von Unge eds., Connecting Collecting (Nordiska Museet, Stockholm) 96-100. http://www.sverigesmuseer.se/wp/wp-content/uploads/2012/12/3494.pdf

Frank Bergevoet, Arjen Kok & Mariska de Wit eds. (2006) Dutch guideline for deaccessioning of museum objects (Netherlands Institute for Cultural Heritage, Amsterdam). http://cultureelerfgoed.nl/sites/default/files/publications/dutch-guidelines-for-deacessionung-of-museum-objectslamo.pdf

Graham Black (2005) The engaging museum. Developing museums for visitor involvement (Routledge, London).

Jacques Borger (2010) 'The contemporary, the city and the city-museum', Quotidian (2): 111-113. http://www.quotidian.nl/vol02/nr01/a07

Rick Bonney et al. (2009) Public participation in scientific research. Defining the field and assessing its potential for informal science education (Center for Advancement of Informal Science Education, Washington) http://caise.insci.org/uploads/docs/PPSR%20report%20FINAL.pdf

Luk Bouckaert & Albert Lohr (1999) 'The Ethics of Participation', Journal of Business Ethics 21 (2-3): 95-96.

Ida Braendholt Lundgaard ed. (2012) User survey 2012 (Danish Agency for Culture, Copenhagen) http://issuu.com/kunststyrelsen/docs/user_survey_2012

Sarah Byrne, Anne Clarke, Rodney Harrison & Robin Torrence eds. (2011) Unpacking the collection. Networks of material and social agency in the museum (Springer, New York).

Richard Cassels (1996) 'Learning styles', in: Gail Durbin ed., Developing museum exhibitions for lifelong learning (Museums & Galleries Commission, London) 38-45.

Fiona Cameron (2010) 'Liquid governmentalities, liquid museums and theclimate change', in: Fiona Cameron & Lynda Kelly eds., Hot topics, publicculture, museums (Cambridge Scholars, Newcastle) 112-128.

Fiona Cameron (2015) 'The liquid museum. new institutional ontologies fora complex, uncertain world', in: Andrea Witcomb & Kylie Message eds.,Museum Theory. The International Handbooks of Museum Studies 1 (John Wileyand Sons, Chichester) 345-361.

Miriam Clavir (2015) 'Preserving the physical object in changing cultural contexts', in: Annie E. Coombes & Ruth B. Phillips eds., Museum transformations. The International Handbooks of Museum Studies 4 (John Wiley and Sons,

Chichester) 387-412.

Annie E. Coombes & Ruth B. Phillips eds. (2015) Museum transformations. The International Handbooks of Museum Studies 4 (John Wiley and Sons, Chichester).

Peter Davies ed. (2011) Museums and the Disposals Debate (MuseumsEtc, Edinburgh).

Stuart Davies (1994) 'A sense of purpose: rethinking museum values and strategies', in: Gaynor Kavanagh ed., Museum provision and professionalism (Routledge, London) 31-38.

Maurice Davies & Helen Wilkinson (2008) Sustainability and museums. Your chance to make a difference (Museums Association, London). http://www.museumsassociation.org/download?id=16398

Colleen Dilenschneider (2014) Personalizing the Onsite Experience Increases Satisfaction in Visitor-Serving Organizations (DATA) http://colleendilen.com/2014/05/07/personalizing-theonsite-experience-increases-satisfaction-in-visitor-servingorganizations-data/

Colleen Dilenschneider (2015) Six Ways Personalization Trends Are Affecting Museums and Cultural Centers (DATA) http://colleendilen.com/2015/05/06/six-wayspersonalization-trends-are-affecting-museums-and-culturalcenters-data/

Gabi Dolff-Bonekamper (2009) 'The social and spatial frameworks - What is new in the Faro Convention?', in: Robert Palmer et al., Heritage and Beyond (Council of Europe, Strasbourg) 69-74. http://www.coe.int/t/dg4/cultureheritage/heritage/identities/PatrimoineBD_en.pdf

Sandra H. Dudley (2010) 'Museum materialities. Objects, sense and feelings', in: Sandra H. Dudley ed., Museum Materialities. Objects, Engagement, Interpretations (Routledge, London) 1-17.

Gail Durbin (2004) 'The Educational Basis for the Galleries', in: Christopher Wilk & Nick Humphrey eds., Creating the British Galleries at the V&A. A Study in Museology (V&A Publications, London) 37-47.

Eva Fagerborg & Elin von Unge eds. (2008) Connecting Collecting (Nordiska Museet, Stockholm). http://www.sverigesmuseer.se/wp/wp-content/uploads/2012/12/3494.pdf

John Falk (2009) Identity and the Visitor Experience (Left Coast Press, Walnut Creek).

John Falk & Lynn Dierking (1992) The Museum Experience (Whalesback Books, Washington).

John Falk & Lynn Dierking (2013) The Museum Experience Revisited (Left Coast Press, Walnut Creek).

David Fleming (2008) The democratic museum. Keynote speech MA Conference, Liverpool 6 October 2008 http://www.museumsassociation.org/download?id=17446

Stephen Jay Gould (1996) Dinosaurs in a Haystack. Reflections in Natural History (Jonathan Cape, London).

Beat Hachler (2015) 'Museums as spaces of the present. The case for social scenography', in:

Michelle Henning ed., Museum Media. The International Handbooks of Museum Studies 3 (John Wiley and Sons, Chichester) 349-369.

Pamela Hatchfield (2011) 'Crack Warp Shrink Flake. A new look at conservation standards', Museum 90 (1): 40-44.

Michelle Henning ed. (2015) Museum Media. The International Handbooks of Museum Studies 3 (John Wiley and Sons, Chichester).

Eilean Hooper-Greenhill (1999) Museums and interpretative communities. Paper presented at "Musing on Learning" Seminar, Australian Museum, 20 April 1999. http://australianmuseum.net.au/Uploads/Documents/2004/paper2.pdf

Kenneth Hudson (1976) Museums for the 1980s (UNESCO, Paris).

Jeff Howe (2008) Crowdsourcing. How the Power of the Crowd is Driving the Future of Business (The Crown Publishing Group, New York).

ISAD(G) (2000) General International Standard Archival Description (International Council of Archives, Ottawa). http://www.ica.org/10207/standards/isadg-generalinternational-standard-archival-description-second-edition.html

Robert R. Janes (2007) 'Museums, social responsibility and the future we desire', in: Simon J. Knell, Suzanne MacLeod & Sheila Watson eds., Museum Revolutions. How museums change and are changed (Routledge, London) 134-146.

Robert R. Janes ed. (2013) Museums and the paradox of change (Routledge, London, 3rd edition).

Robert R. Janes & Richard Sandell (2007) 'Complexity and creativity in contemporary museum management', in: Richard Sandell & Robert R. Janes eds., Museum Management and Marketing (Routledge, London) 1-14. http://upir.ir/934/Museum-Management.pdf

Jura Consultants (2003) Performance Management in Museums. Final Report (Scottish Museums Council/Jura Consultants, Edinburgh).

Lynda Kelly (2011) Learning in the 21st century museum. Paper given at The Open and Learning Museum conference, 11-12 October 2011, Tampere (Finland) http://www.lemproject.eu/library/books-papers/learning-inthe-21st-century-museum

Arjen Kok (2009) 'Het Nieuwe Verzamelen in Zoetermeer', in: Andre Koch & Jouette van der Ploeg, eds, 4289 Wisselwerking. De Wonderkamer van Zoetermeer. Verslag van een geslaagd museaal experiment (Stadsmuseum Zoetermeer, Zoetermeer) 54-58.

Neil Kotler (1999) 'Delivering experience: marketing the museum's full range of assets', Museum News 78 (3): 30-33.

Neil Kotler & Philip Kotler (2007) 'Can Museums be All Things to All People. Missions, goals, and marketing's role', in: Richard Sandell & Robert R. Janes eds., Museum Management and Marketing (Routledge, London) 313-330.

Philip Kotler & Neil Kotler (1998) Museum Strategy and Marketing: Designing Missions, Building Audiences, Generating Revenue and Resources (John Wiley & Sons, Hoboken).

Christina Kreps (2003) Liberating Culture. Cross-Cultural Perspectives on Museums, Curation, and Heritage Preservation (Routledge, London).

Christina Kreps (2008) 'Indigenous curation, museums, and intangible cultural heritage', in: Laurajane Smith & Natsuko Akadawa eds., Intangible Heritage (Routledge, London) 193-208.

Caroline Lang, John Reeve & Vicky Woollard (2006) The Responsive Museum. Working with audiences in the twenty first century (Ashgate, Farnham).

Charles Leadbeater & Paul Miller (2004) The Pro-Am Revolution (Demos, London). http://www.demos.co.uk/files/proamrevolutionfinal.pdf

Lending to Europe. Recommendations on collection mobility for European Museums (Netherlands Ministry of Education, Culture and Science, The Hague 2005). http://www.lending-for-europe.eu/fileadmin/CM/public/documents/policy/Lending_to_Europe.pdf

Bernadette Lynch (2013) 'Through the looking glass: changing social relations in the museum', in: Robert R. Janes ed., Museums and the paradox of change (Routledge, London, 3rd edition) 216-225.

Janet Marstine (2011) 'The contingent nature of the new museum ethics', in: Janet Marstine ed., The Routledge Companion to Museum Ethics. Redefining Ethics for the Twenty-First-Century Museum (Routledge, Abbington) 3-25.

Janet Marstine ed. (2011) The Routledge Companion to Museum Ethics. Redefining Ethics for the Twenty-First-Century Museum (Routledge, Abbington).

Janet Marstine, Alexander A. Bauer & Chelsea Haines eds. (2013) New Directions in Museum Ethics (Routledge, London).

Janet Marstine, Jocelyn Dodd & Ceri Jones (2015) 'Reconceptualizing museum ethics for the twenty-first century. A view from the field', in: Conal McCarthy ed., Museum Practice. The International Handbooks of Museum Studies 2 (John Wiley and Sons, Chichester) 69-95.

Conal McCarthy ed. (2015) Museum Practice. The International Handbooks of Museum Studies 2 (John Wiley and Sons, Chichester).

Theo Meder (2010) 'Volkscultuur en identiteit. Het volksverhaal als icoon van de lokale gemeenschap', Levend Erfgoed 7 (2): 14-21.

Leontine Meijer-van Mensch (2011a), Stadtmuseen und „Social Inclusion". Die Positionierung des Stadtmuseums aus der „New Museology"', in: Claudia Gemmeke

& Franziska Nentwig ed., Die Stadt und ihr Gedachtnis. Zur Zukunft der Stadtmuseen (transcript, Bielefeld) 81-92.

Leontine Meijer-van Mensch (2011b) ‚Welches Museum fur wen? Besucher und Museum – zwei Welten prallen aufeinander', in: Matthias Henkel ed., Wie viel Museum braucht eine Stadt? (museen der stadt nurnberg, Nurnberg) 85-93.

Leontine Meijer-van Mensch (2012a) ‚Von Zielgruppen uz Communities. Ein Pladoyer fur das Museum as Agora einer vielschichtigen Constituent Community', in: Susanne Gesser, Martin Handschin, Angela Jannelli & Sibylle Lichtensteiger eds., Das partizipative Museum. Zwischen Teilhabe und User Generated Content. Neue Anforderungen an kulturhistorische Ausstellungen (transcript Verlag, Bielefeld) 86-94.

Leontine Meijer-van Mensch (2012b) 'Embracing participatory collecting: a new way of defining professionalism', in: Jacques Battesti ed., Que reste-t-il du present? Collecter le contemporain dans les musees de societe (Editions Le Festin, Bordeaux) 146-151.

Leontine Meijer-van Mensch (2013a) ‚Vom Umgang mit den Wunschen und Vorstellungen des Besuchers', in: Barbara Christoph & Gunter Dippold eds., Das Museum in der Zukunft – neue Wege, neue Ziele!? (Bezirk Oberfranken/Servicestelle fur Museen, Bayreuth) 117-126.

Leontine Meijer-van Mensch (2013b) 'New challenges, new priorities: analyzing ethical dilemmas from a stakeholder's perspective in the Netherlands', in: Janeth Marstine, Alexander A. Bauer & Chelsea Haines eds., New Directions in Museum Ethics (Routledge, Lonon) 40-55.

Leontine Meijer-van Mensch (2014) ‚Museum 3.0 und die Wende zur Teilnahme', in: Michele Barricelli & Tabea Golgath eds., Historische Museen heute (Wochenschau Verlag, Schwellbach) 15-23.

Leontine Meijer-van Mensch (2015) ‚Die Musealisierung von Lebendigkeit – Ein Widerspruch in sich?', in: Barbara Keller, Stefan Koslowski, Cornelia Meyer & Ulrich Schenk eds., Lebendige Traditionen ausstellen (Hier und Jetzt, Baden) 96-109.

Leontine Meijer-van Mensch, Dorota Kawęcka & Aleksandra Janus (2013) 'Partizipative Strategien zum Schutz judischen Kulturerbes in Polen', in: Felix Ackermann, Anna Boroffka & Gregor Lerch eds., Partizipative Erinnerungsraume. Dialogische Wissensbildung in Museen und Ausstellungen (transcript Verlag, Bielefeld) 207-220.

Leontine Meijer-van Mensch & Peter van Mensch (2010a) ‚From disciplinary control to co-creation. Collecting and the development of museums as praxis in the nineteenth and twentieth century', in: Encouraging collections mobility – a way forward for museums in Europe (Finnish National Gallery/Erfgoed Nederland/Institut fur Museumsforschung, Helsinki/Amsterdam/Berlin) 33-53.

Leontine Meijer-van Mensch & Peter van Mensch (2010b) 'Plaatsen van het gebeuren. Digitale ontsluiting van betekenis en herinnering', MM Nieuws 2010 (6): 6-7.

Leontine Meijer-van Mensch & Elisabeth Tietmeyer eds. (2013) Participative Strategies in Collecting the Present. Berliner Blatter Heft 63 (Panama Verlag, Berlin).

Leontine Meijer-van Mensch & Annemarie de Wildt (2014) 'AIDS Memorial Quilts. From mourning and activism to heritage objects', in: Sophie Elpers & Anna Palm eds., Die Musealisierung der Gegenwart. Von Grenzen und Chancen des Sammelns (transcript Verlag, Bielefeld) 87-106.

Peter van Mensch (2004) ‚Museology and management: enemies or friends? Current tendencies in theoretical museology and museum management in Europe', in: Eiji Mizushima ed., Museum management in the 21st century (Museum Management Academy, Tokyo 2004) 3-19. http://www.icom-portugal.org/multimedia/File/V%20Jornadas/rwa_publ_pvm_2004_1.pdf

Peter van Mensch (2005) 'Annotating the environment. Heritage and new technologies', Nordisk Museologi 2005 (2): 14-27. http://www.nordiskmuseologi.org/Gamle%20numre/NM_mat%202-2005.pdf

Peter van Mensch (2009) 'Developper la collection ou gagner de l'argent? Les dilemmes de l'alienation', in: Francois Mairesse ed., L'alienation des collections de musee ne question (Musee Royal de Mariemont, Mariemont) 69-73.

Peter van Mensch (2012a) 'Catching the space between the objects', in: Werner van Hoof ed., Catching the Spirit. Theatrical Assets of Historic Houses and their Approaches in Reinventing the Past. Proceedings of the ICOM/DEMHIST international conference, Antwerp, 17-20 October 2011 (Museum Plantin Moretus, Antwerp) 12-19. http://www.museumplantinmoretus.be/catchingthespirit

Peter van Mensch (2012b) '"Against all norms and values": dilemma of collecting controversial objects', in: Jacques Battesti ed., Que reste-t-il du present? Collecter le contemporain dans les musees du societe (Le Festin, Bordeaux) 138-145.

Peter van Mensch (2015a) 'The meta-documentary value of collections', COMCOL Newsletter (27): 6-7. http://network.icom.museum/fileadmin/user_upload/minisites/comcol/Newsletter/COMCOL_Newsletter_27.pdf

Peter van Mensch (2015b) 'Museality at breakfast. The concept of museality in contem

Rita Mukherjee Hoffstadt (2002a) 'Tensions to consider when presenting current science', The Informal Learning Review (56): 1, 7-10.

Rita Mukherjee Hoffstadt (2002b) 'Learning theory and current science', The Informal Learning Review (57): 14-18.

Mary Ellen Munley (2013) 'Evaluating Public Value: Strategy and Practice', in: Carol A. Scott ed., Museums and Public Value. Creating Sustainable Futures (Ashgate, Farnham) 45-61.

NEMO (2015a) Policy Statement (Network of European Museum Organisations, Berlin). http://www.ne-mo.org/fileadmin/Dateien/public/NEMO_Statements/NEMO_Policy_Statement_082015.pdf

NEMO (2015b) Value 4 Museums (Network of European Museum Organisations/Deutscher Museumsbund, Berlin) http://www.ne-mo.org/fileadmin/Dateien/public/NEMo_documents/NEMO_four_values_2015.pdf

David O'Brien (2010) Measuring the value of culture: a report to the Department for Culture Media and Sport (Department for Culture, Media and Sport, London). https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/77933/measuring-the-value-culturereport.pdf

David O'Brien (2013) 'Public Value and Public Policy in Britain: Prospects and Perspectives', in: Carol A. Scott ed., Museums and Public Value. Creating Sustainable Futures (Ashgate, Farnham) 145-157.

Tim O'Reilly (2005) What is Web 2.0? Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software http://oreilly.com/lpt/a/6228

Laura Peers & Alison Brown eds. (2003) Museums and source communities (Routledge, London).

Susanna Pettersson, Monika Hagedorn-Saupe, Tetjamari Jyrkkio & Astrid Weij eds. (2010) Encouraging collections mobility - a way forward for museums in Europe (Finnish National Gallery/Erfgoed Nederland/Institut fur Museumsforschung, Helsinki/Amsterdam/Berlin)

Joseph Pine & James Gilmore (1999a) The Experience Economy. Work is Theatre & Every Business a Stage: goods & services are no longer enough (Harvard Business School Press, Boston).

Joseph Pine & James Gilmore (1999b) 'The Experience Economy', Museum News 78 (2): 45-48.

Joseph Pine & James Gilmore (2007a) Authenticity. What consumers really want (Harvard Business School Press, Boston).

Joseph Pine & James Gilmore (2007b) 'Museums & Authenticity', Museum News 86 (3): 76-80, 92-93.

Nancy Proctor (2010) 'Digital: museums as platform, curator as champion, in the age of social media', Curator 53 (1): 35-43.

Stijn Reijnders (2011) Plaatsen van verbeelding. media, toerisme en fancultuur (Uitgeverij Veerhuis, Alphen a/d Maas).

Anette Rein (2014) 'Sharing our own stories: New concepts and their realization in two Californian museums', ExpoTime!, December 2014-January 2015: 6-13.

Gerard Rooijakkers (1999) 'Identity Factory Southeast. Towards a flexible cultural leisure infrastructure', in: Diane Dodd en Annemoon van Hemel eds., Planning cultural tourism in Europe: a presentation of theories and cases (Boekmanstichting, Amsterdam) 102-111.

Gerard Rooijakkers (2005) Spin in het web of sterrenbeeld? Musea en de culturele biografie van de regio (Culturele biografie Vlaanderen, Antwerpen).

Jorn Rusen (2008) 'Emotional Forces in Historical Thinking: Some Metahistorical Reflections and the Case of Mourning', Historein (8): 41-53. http://www.nnet.gr/historein/historeinfiles/histvolumes/hist08/historein8-ruesen.pdf

Roslyn Russell & Kylie Winkworth (2009) Significance 2.0. A guide to assessing the significance of collections (Collections Council of Australia, Rundle Mall). http://arts.gov.au/sites/default/files/resources-publications/significance-2.0/pdfs/significance-2.0.pdf

Richard Sandell (2000) 'Museums as Agents of Social Inclusion', Museum Management and Curatorship 17 (4): 401–418

Richard Sandell ed. (2002) Museums, society, inequality (Routledge, London).

Richard Sandell (2011) 'On ethics, activism and human rights', Janet Marstine ed., The Routledge Companion to Museum Ethics. Redefining Ethics for the Twenty-First-Century Museum (Routledge, Abbington) 129-145.

Richard Sandell, Jocelyn Dodd & Rosemarie Garland-Thompson eds. (2010) Re-presenting disability: activism and agency in the museum (Routledge, London).

Richard Sandell & Robert R. Janes eds. (2007) Museum Management and Marketing (Routledge, London). http://upir.ir/934/Museum-Management.pdf

Carol A. Scott (2007) 'Measuring Social Value', in: Richard Sandell & Robert R. Janes eds., Museum Management and Marketing (Routledge, London) 181-194.

Carol Scott (2011) Measuring the immeasurable: capturing intangible values. Conference keynote, ICOM International Committee for Marketing and Public Relations, Brno 19 September 2011. http://network.icom.museum/fileadmin/user_upload/minisites/mpr/papers/2011-Scott.pdf

Carol A. Scott ed. (2013) Museums and Public Value. Creating Sustainable Futures (Ashgate, Farnham).

Carol A. Scott (2015) 'Museum measurement. Questions of value', in: Conal McCarthy ed., Museum Practice. The International Handbooks of Museum Studies 2 (John Wiley and Sons, Chichester) 97-122.

Carol Scott, Jocelyn Dodd & Richard Sandell (2014) Cultural value. User value of museums and galleries: a critical view of the literature (Arts & Humanities Research

Council, London). https://www2.le.ac.uk/departments/museumstudies/rcmg/publications/cultural-value-of-museums

Beverly Serrell (2006) Judging Exhibitions: A Framework for Assessing Excellence (Left Coast Press, Walnut Creek).

Nina Simon (2010) The Participatory Museum (Museum 2.0, Santa Cruz CA). http://www.participatorymuseum.org

Laurajane Smith (2006) Uses of Heritage (Routledge, London).

Laurajane Smith (2007) 'General Introduction', in Laurajane Smith ed., Cultural Heritage. Critical Concepts in Media and Cultural Studies (Routledge, London) 1-21.

Nova Spivack (2006) Web 3.0: The Third Generation Web is Coming. Lifeboat Foundation Report https://lifeboat.com/ex/web.3.0

James Surowiecki (2004) The Wisdom of Crowds. Why the Many Are Smarter Than the Few (Doubleday, New York).

Elisabeth Tietmeyer (2015) ‚Conchita Wurst auf der Mondsichel', Museumsjournal (3): 4-5.

Toolkit on practical ways to reduce the cost of lending and borrowing of cultural objects among member states of the European Union (European Union, Brussels 2012). http://ec.europa.eu/culture/library/reports/toolkit-mobilitycollections_en.pdf

Trendwatching (2014) Global Trend Briefing. Postdemographic consumerism http://www.trendwatching.com/trends/post-demographic-consumerism

Trendwatching (2015) Global Trend Briefing. Postdemographic Imperatives http://www.trendwatching.com/trends/post-demographicimperatives

Floortje Vantomme et al. (2011) Makelaardij in erfgoed. Praktijkkennis voor bruggenbouwers (FARO, Brussels).

Anne Versloot ed. (2014) Assessing Museum Collections. Collection valuation in six steps (Cultural Heritage Agency, Amersfoort). http://cultureelerfgoed.nl/sites/default/files/publications/assessing-museum-collections_0.pdf

Emma Waterton & Laurajane Smith (2010) 'The recognition and misrecognition of community heritage', International Journal of Heritage Studies 16 (1-2): 4-15.

Sheila Watson (2015) 'Emotions in the history museum', in: Andrea Witcomb & Kylie Message eds., Museum Theory. The International Handbooks of Museum Studies 1 (John Wiley and Sons, Chichester) 283-301.

Stephen E. Weil (1999) 'From Being about Something to Being for Somebody. The ongoing transformation of the American museum', Daedalus 128 (3): 229-258.

Stephen Weil (2006) 'Beyond Management: Making Museums Better', ICOM Study Series 12 (ICOM, Paris) 4-8.

Stephen E. Weil (2007) 'Beyond Big and Awesome. Outcomebased evaluation', in: Richard Sandell & Robert Janes eds., Museum Management and Marketing (Routledge, London) 195-204.

Helen Wilkinson (2005) Collections for the Future (Museums Association, London). http://www.museumsassociation.org/download?id=11121

Andrea Witcomb (2010) 'Remembering the dead by affecting the living. The case of a miniature model of Treblinka', in: Sandra H. Dudley ed., Museum Materialities. Objects, Engagement, Interpretations (Routledge, London) 39-52.

Andrea Witcomb & Kylie Message eds. (2015) Museum Theory. The International Handbooks of Museum Studies 1 (John Wiley and Sons, Chichester).

Alexandra Yarrow, Barbara Clubb & Jennifer-Lynn Draper (2008) Public Libraries, Archives and Museums: Trends in Collaboration and Cooperation. IFLA Professional Report 108 (International Federation of Library Associations and Institutions, The Hague). http://www.ifla.org/files/assets/hq/publications/professional-report/108.pdf

Lauso Zagato (2015) 'The notion of "heritage community" in the Council of Europe's Faro Convention. Its impact on the European legal framework', in: Nicolas Adell, Regina F. Bendix, Chiara Bortolotto & Markus Tauschek eds., Between Imagined Communities and Communities of Practice. Gottingen Studies in Cultural Property (8): 141-168. https://www.univerlag.uni-goettingen.de/bitstream/handle/3/isbn-978-3-86395-205-1/GSCP8_adell.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Atsauces internetā

American Alliance of Museums http://www.aam-us.org/

- Museum ethics http://www.aam-us.org/resources/ethics-standards-and-best-practices/code-of-ethics
- Characteristics of Excellence http://www.aam-us.org/resources/ethics-standards-and-best-practices
- Standards for Museum Exhibitions http://name-aam.org/about/who-we-are/standards

Bernice McCarthy (About Learning) http://www.aboutlearning.com/

4MAT http://www.aboutlearning.com/what-is-4mat/what-is-4mat

Centre for the Future of Museums http://www.aam-us.org/resources/center-for-the-future-of-museums

COMCOL (ICOM International Committee for Collecting) http://network.icom.museum/comcol/

Europeana http://www.europeana.eu

FARO. Vlaams Steunpunt voor Cultureel Erfgoed http://www.faronet.be

Global Memory Network http://memorynet.org

IAF (International Association of Facilitators) http://www.iaf-world.org

Core competencies https://www.iaf-world.org/site/professional/core-competencies
Code of Ethics https://www.iaf-world.org/site/professional/iaf-code-of-ethics

iap2 (International Association for Public Participation) http://www.iap2.org

Core values http://www.iap2.org/?page=A4
Code of Ethics http://www.iap2.org/?page=8

ICOM http://icom.museum

Code of Ethics http://icom.museum/the-vision/code-of-ethics/

Inspiring Learning for All http://www.artscouncil.org.uk/what-we-do/supporting-museums/ilfa/

Generic Learning Outcomes http://www.artscouncil.org.uk/what-we-do/supporting-museums/ilfa/measuring-outcomes/
Learning Styles http://www.artscouncil.org.uk/whatwe-do/supporting-museums/ilfa/defining-learning/learning-styles/

Institute of Museum Ethics http://museumethics.org

Museums Association http://www.museumsassociation.org

Code of Ethics http://www.museumsassociation.org/ethics/code-of-ethics
Sustainability Campaign
http://www.museumsassociation.org/advertise/campaigns/sustainability
Collections for the future
http://www.museumsassociation.org/collections/9839

Museums Australia http://www.museumsaustralia.org.au

Code of Ethics
http://www.museumsaustralia.org.au/userfiles/file/Governance/maethics.pdf
National Standards
http://museumsaustralia.org.au/userfiles/file/Members%20Resources/NSFAMG_v1_4_2014.pdf

Pine & Gilmore (Strategic Horizons) http://www.strategichorizons.com

School of Museum Studies, Leicester
http://www2.le.ac.uk/departments/museumstudies

Research Centre http://www2.le.ac.uk/departments/museumstudies/rcmg

Beverly Serrell (Serrel & Associates) http://www.serrellassociates.org

Assessing Excellence in Exhibitions
http://www.serrellassociates.org/pdf/framework3706.pdf

Nina Simon (Museum 2.0) http://museumtwo.blogspot.com/