

Kas ir muzeja būtība – stāsti vai objekti?

Deivids Flemings

Londona, 24. septembris, 2007

Vispirms es vēlos teikt, ka šis ir ļoti sarežģīts temats. Īsa atbilde uz manu virsrakstā uzdoto jautājumu ir – abi. Taču tas būtu pārāk vienkārši.

Šis jautājums ir par muzeja lomu. Nevis definīciju, bet **lom**u. Muzeja definīcijas parasti ietver apgalvojumu, ka muzeji vāc, dokumentē, saglabā un interpretē objektus, un, ja objektu nav, tad šī institūcija nav muzejs. Tā tas ir, tomēr tā tas nav, runājot par muzeja būtību.

Pirms pāris gadiem Īrijas Muzeju asociācijas ikgadējā sanāksmē Korkā es sacīju tā:

Kaut man būtu viens eiro par katru reizi, kad kāds ir sacījis vai uzrakstījis: „Lūk, tā ir muzeja būtība”. Gandrīz vienmēr cilvēki, to sakot, domā par krājuma priekšmetiem. Un gandrīz vienmēr šim apgalvojumam ir histērijas pieskaņa, kas virza mūs uz šādu domu: muzeja būtība ir objekti; un muzeju stāsti, ja tādi vispār ir nepieciešami, ir jāveido tikai no stāstiem par konkrētajiem objektiem; muzeja priekšmetu nozīmi nekādā gadījumā nedrīkst reducēt uz atbalsta lomas pildīšanu drāmā, ko parasti ir sacerējuši egomaniakāli un droši vien marksistiski noskaņoti kuratori savtīgos nolūkos.

Rodas sajūta, ka eksistē noteikumi, kuri nosaka: ja muzeja apmeklētāji var izdarīt secinājumus no priekšmetiem, kurus muzejam ir labpatīcies izlikt apskatei, tad viņiem idejas nemaz nav jāpiedāvā – tā vietā lai publika lasa grāmatas vai skatās televīziju. Šī tēma ir sena, tomēr ne pārāk sena – tā nāk no 19.gadsimta beigām un 20.gadsimta sākuma, kad muzejos sāka dominēt zinātnieki, aizvietojot pirms tam eksistējušās siltākas un ietverošākas muzeju vērtības ar nepiekāpīgāku estētismu. (1)

Tajā pašā konferencē es citēju Britu muzeju asociācijas direktora vietnieku Morisu Deīvisu (*Maurice Davies*):

Mēs ticam, ka objektiem ir nozīme – un mums vajadzētu veltīt visu savu atjautību, lai iedrošinātu apmeklētājus tuvoties objektiem. Te interpretācijai ir izšķirīga nozīme, taču tai jāvirzās no atsevišķā – no individuāliem priekšmetiem – uz vispārīgo. Muzejiem ir jāraisa interese par tēmām un jautājumiem, piedāvājot stāstus par atsevišķiem priekšmetiem, nevis izmantojot šos priekšmetus kā ilustrācijas. (2)

Daudzi muzeju speciālisti un citi komentētāji parakstītos zem šiem vārdiem. Sers Deivids Vilsons (*David Wilson*), bijušais Britu muzeja direktors, sacīja: „Svarīgi ir paši objekti – tiem jārunā pašiem par sevi.” (3) Pie vārdiem „runā paši par sevi” es drīz atgriezīšos.

Lieta tāda, ka muzeji ietver daudzas lietas: māksliniecisko gaumi, izturēšanos, ticību, meistarību, radošumu, identitāti, atjautību, dabas pasauli, cilvēkus, balsis. Un daudzas no tām ir netveramas jeb **nemateriālas**. Tāpēc aplūkosim jautājumu par muzeja lomu, lai noteiktu muzeja būtības perspektīvu.

Izcilais amerikāņu muzeju teorētiķis Stīvens Veils sacījis, ka muzeji ir pārveidojušies - no institūcijas, kas stāsta **par kaut ko**, tie ir kļuvuši par vietu, kas kalpo **kādam**. Aplūkosim tuvāk jautājumu, kam tad muzeji kalpo. (4)

Un atkal – atbilde ietver daudzas lietas. Dažādi muzeji dažādās vietās spēlē atšķirīgu lomu, kas atkarīga no dažādiem mainīgiem lielumiem: muzeja krājuma, atrašanās vietas, resursiem, apmeklētāju sagatavotības utt. Vieniem ir izteikta vietējā nozīme. Citi apkalpo gandrīz tikai tūristus. Vieni ir bagāti ar objektiem. Citi lielā mērā balstās uz filmēto materiālu. Vieni stāsta par dabu, citi – par rūpniecību, bet vēl citi – par cilvēkiem. Patiesībā nav divu vienādu muzeju, vairs nav.

Manuprāt, tagad vairs nav apšaubāms, ka muzeji darbojas **sabiedrības interesēs**. No valsts finansētajiem muzejiem tiek sagaidīts, ka tie piedāvā kaut ko sabiedrībai vajadzīgu. Šie muzeji nevar rīkoties tā, it kā tie būtu mūžīgi un tāpēc to vērtība var būt neskaidra un nenosakāma. Šiem muzejiem ir jābūt sociāli atbildīgiem.

Parunāsim par muzeja sociālo atbildību un tās izpausmi muzeja darbībā un prezentācijā.

Muzejos vienmēr ir strādājuši sociāli atbildīgi cilvēki, un, cik ilgi vien muzeji pastāv, starp tajos strādājošajiem cilvēkiem ir bijuši tādi, kas rīkojas sociāli atbildīgi. Pirms astoņdesmit gadiem Džons Kotons Dana (*John Cotton Dana*) sacīja, ka ikviena muzeja pirmais uzdevums ir „vairot sabiedrības locekļu prieku, gudrību un mieru” (5). Dana arī apgalvoja, ka muzejam ir jāatskaitās sabiedrībai – ka sabiedrības atbalsts muzejam ir „divpusējs darījums”.

Taču tikai pēdējos aptuveni 25 gados ir ticis atzīts, ka apmaiņai pret valsts dotācijām muzejam ir jācenšas būt izmantojamam, pieejamam, laipnam un noderīgam ikvienam, nevis dažiem, un ka muzeja misijai ir jābūt spēcīgai, aktīvai un skaidrai, nevis vājai, pasīvai un neizprotamai.

Termins „sociālā atbildība” ietver plašu lomu diapazonu. Varētu apgalvot, ka tradicionālās muzeja funkcijas – vākšana, saglabāšana, pētniecība, interpretācija – pašas par sevi ir sociāli atbildīgas aktivitātes, kas zināmā mērā tā arī ir. Bet man liekas, ka patiesa sociālā atbildība ir tā, kad muzeja personāls uzņemas saistības identificēt un apmierināt sabiedrības vajadzības, izvirzot to par savu galveno prioritāti, tādējādi pasludinot to par nepieciešamību, par savas darbības vadmotīvu.

Tas var šķist vienkārši, un var likties, ka muzeju darbībā tas ir pašsaprotami. Taču patiesībā tas nav ne vienkārši, ne pašsaprotami. Man jāsaka, ka esmu iepazinis daudzus muzeju speciālistus, kuru motivācija ir bijusi viņu personīgās, uz kolekcijām balstītās intereses, nevis plašākas sabiedrības vajadzības. Sociālais labums izriet no viņu darbības **nejauši**: tā nav interese, vēl mazāk – prioritāte, nemaz nerunājot par nepieciešamību.

Šajā referātā es vēlos pievērsties mērķtiecīgi īstenotai sociālajai atbildībai, nevis tās nejaušām izpausmēm. Es vēlos arī aplūkot sociālās atbildības spektru – no vietējā līmeņa, uz kuru var tiekties ikviens no muzejiem, līdz globālajam, kas ietver plašus cilvēktiesību jautājumus un kur sociāli atbildīgs muzejs var uzvilkt **brīvības cīnītāja** mantiju. Dažs varbūt domā, ka šī ir ekstrēma pozīcija, taču iesim tālāk!

Visiem sociāli atbildīgiem muzejiem ir kas kopējs: tiem ir kāda kaislība, aizrautība radīt sociālo vērtību. Tos neapmierina vākšana, saglabāšana un pētīšana. Nav tā, ka tie nenovērtētu šo aktivitāšu nozīmīgumu, tieši otrādi. Muzejs, kurš nenovērtē šīs lietas, ir neloģisks un absurds. Taču šie muzeji uztver pamatfunkcijas kā muzeja darba tehniku un līdzekļus, nevis kā pašmērķus; **kā izejmateriālus (inputs), nevis rezultātus (outputs).**

Un tā, sociāli atbildīga muzeja pamatā ir izglītojošais darbs. Bet ne tikai tas – šādam muzejam ir arī spēcīga sirdsapziņa. Šāds muzejs – vai drīzāk tā vadība un personāls, jo muzeja identitāti būtībā nosaka tajā strādājošie cilvēki, nevis kolekcijas – īsteno programmu, kura pilnībā noraida uzskatu, ka muzeji ir ierobežoti rezervāti. Šāds muzejs vēlas tiekties uz āru, atrast un uzsākt sadarbību ar muzeja klientiem visdažādākajos veidos.

Tas īpaši vēlas sadarboties ar cilvēkiem, kuri cieš no kaut kāda veida nepilnībām vai diskriminācijas (ekonomiskas, sociālas vai personiskas), kas padara tos viegli ievainojamus. Citiem vārdiem sakot, sociāli atbildīgs muzejs redz sevi noderīgu **visiem**, nevis šauram lokam, un pūlas panākt to, veicot pozitīvu darbību iekļaujošas misijas īstenošanai.

Tāpēc tik liela nozīme ir bezmaksas ieejai: muzejam, kuram nepieciešams – vai kurš izšķiras – noteikt ieejas maksu, tā ir kavēklis sociāli atbildīgas misijas īstenošanai. Šī maksa ir barjera cilvēkiem ar zemiem ienākumiem, tāpēc tā liedz muzejam būt pilnīgi iekļaujošam. Šiem muzejiem jāatrod iespējas minētās barjeras pārkāpšanai, ja vien tie patiesi vēlas būt sociāli atbildīgi.

Pozitīva darbība nozīmē muzeja iesaistīšanos cīņā pret sociālo izstumšanu, apvienojoties ar citām sociāli atbildīgām institūcijām, lai panāktu atšķirības personālā, sabiedrībā un sociālajos līmeņos. Citiem vārdiem sakot, **sociālā atbildība nozīmē sabiedrības iekļaušanu, kas galu galā ved uz sabiedrisko vērtību**: tas ir mūsu cīņas beigu posms. Bez sabiedriskās vērtības muzeju pastāvēšanai nav jēgas. Tā ir mūsu jābūtība.

Manis pieminētajām barjerām līdzīgu piemēru – kas izraisa neapzinātu vai apzinātu diskrimināciju un neiecietību – ir milzums. Ikviens, kurš pieder kādai minoritātei vai ir ārpus valdošās sistēmas, var būt zaudētājs. Zaudējumi var būt saistīti ar komunikāciju, resursiem, spējām, priekšrocībām, ticību, fiziskajiem dotumiem, dzimti, nodarbošanos, vecumu, izcelsmi – šis saraksts ir bezgalīgs. Ikviens indivīds, neatkarīgi no viņa būtības, ir ievainojams un savas dzīves laikā cieš zaudējumus; taču daži indivīdi visu savu dzīvi cieš no atrašanās neizdevīgākā stāvoklī.

Tāpēc mēs nevaram atļauties būt pašapmierināti vai brīvi no nepieciešamības būt iekļaujošiem, un šis izaicinājums muzejiem patiesībā ir ārkārtīgi komplicēts. Turklāt, mēs vēl neesam sākuši uztraukties par plašo ietekmju spektru uz cilvēku, ko var izraisīt muzeju izmantošana. Taču šie izaicinājumi nedrīkst mūs nobiedēt, tiem ir jāiedvesmo mūs!

Es vēlos pateikt dažus vārdus par sociālās vēstures muzejiem, kuros sociālās atbildības meklējumi droši vien ir vienkāršāki nekā citu profilu muzejos. Atslēga uz muzeju darbošanos sociāli atbildīgā veidā ir pakāpe, kādā šis muzejs ir spējīgs **iesaistīt**, pretēji informēšanai vai instruēšanai. Es nepiederu tiem, kuri uzskata, ka mums ir jānodod visa

atbildība par muzeja saturu vietējai sabiedrībai, tiecoties nodrošināties, ka tādējādi muzejs būs atbilstošs un noderīgs. Es domāju, ka šī tendence ir aizgājusi pārāk tālu un ka muzejiem ir nepieciešams uzņemties vadību sociālās vēstures interpretēšanā. Galu galā mēs tam esam mācīti, vai vismaz tā tam vajadzētu būt. Pastāv ierobežojumi attiecībā uz to, cik plašas zināšanas par vietējās sabiedrības vēsturi varētu būt vidusmēra iedzīvotājam, un mums nevajadzētu pārspīlēt tās, tiecoties pēc politikorektuma. Tas ir svarīgi un ne maznozīmīgi – kamēr vietējās sabiedrības locekļiem var būt plašas zināšanas par viņu pašu dzīves pieredzi, diez vai tās ir tikpat pamatīgas jautājumos, kas skar viņu tuvējās apkāmes vai vietējās sabiedrības vēsturi.

Tomēr iedarbīga piedāvājuma veidošanā mums pavisam noteikti ir jāapvieno muzeju profesionāļu interpretācija ar muzeja publikas ieguldījumu. Mums ir jāatrod mehānismi, ar kuriem sekmēt šo ieguldījumu tā, lai muzeja piedāvātie stāsti būtu cieši saistīti ar tuvāko apkārtni un tās iedzīvotājiem un lai personīgā pieredze tiktu ievīta muzeja materiālā.

Liverpūles muzejā, kurš patlaban tiek rekonstruēts un vērs durvis apmeklētājiem 2010. gadā, mēs panākam to, atvēlot lielu muzeja galeriju daļu ekspozīcijām, kuras radījusi vietējā sabiedrība. Mēs arī strukturējam savu budžetu tā, lai šis darbības elements tiktu atbilstoši nodrošināts kā viens no mūsu pamatuzdevumiem, nevis kā izvēles iespēja, ja tiktu piesaistīts papildu finansējums, kā tas parasti mēdz notikt citos muzejos. Mēs plānojam vienlaicīgi eksponēt vairākas šādas izstādes un bieži mainīt tās. Tādējādi mēs gada laikā varam aptvert plašu tēmu loku un ilgākā laika periodā skart virkni jautājumu, īpaši tādu, kas saistās ar jaunāko laiku vēsturi un mūsdienu sabiedrību – šis materiāls veido sekmīgu, populāru un atbilstošu sociālās vēstures muzeju. Turklāt šāda pieeja dod mums iespēju sadarboties ar plašu sabiedrības partneru loku un reaģēt uz sabiedrības vajadzībām kaut vai īslaicīgos projektos.

Rīt es došos uz Vācijas pilsētu Štutgarti, kur kā eksperts sniegšu ieteikumus pilsētas domei jautājumos par jaunā Štutgartes muzeja plānošanu. Piemēram, iepriekšējās sarunās man ir lūgts īsi atbildēt uz diviem plašiem jautājumiem. Pirmais no tiem ir: kādas ir raksturīgākās 21. gadsimta muzeja īpašības? Mana atbilde ir šāda:

- Nozīmība ikvienam.
Iedzīvotāju daudzveidība.
Iekļaušana.
Pieejamības slāņošana.
- Piesaistīt pilsētas personības un iedzīvotājus.
Konsultācijas.
Iesaistīšana un piedalīšanās.
Dialogs.
Viedoklis.
Debates.
- Partnerība – tai jābūt plaši tīklotai gan iekšēji, gan ārpus pilsētas.
- Elastīgums (pārāk nepaļauties uz pastāvīgo ekspozīciju) – būtiski ietekmē ieņēmumu budžetu.
- Inteligence – analītiskā, nevis antikvārā (attiecas uz vairumu pilsētu muzeju).
- Kvalitāte – cieņa, nozīmīgums, prestižs, kultūras autoritāte (attiecas uz vairumu pilsētu muzeju) – būtiski ietekmē ieņēmumu budžetu.
- Aktivitāte, nevis pasivitāte – būtiski ietekmē ieņēmumu budžetu.

- Laika dimensija – ilgtermiņa saistības.
- Izskaidro moderno pilsētu, analizējot pagātņi.
- Maina apmeklētāju domāšanas veidu par pilsētu un sevi.

Otrais jautājums ir: ar kādiem tematiem jānodarbojas pilsētas muzejam? Mana atbilde ir šāda:

- Visām aktuālajām problēmām, īpaši atstumšanu, ekspluatāciju.
- Mūsdienu problēmām.
- Kontekstiem – sociālo, ekonomisko, politisko.
- Pilsētas vēsture ir sociālā, ekonomiskā un politiskā vēsture.
- Akcentēt stāstus, nevis kolekcijas.

Tagad es gribētu pievērsties cilvēktiesību muzejam, jo šāds – sociāli atbildīgs – muzejs darbojas, izmantojot visu savu potenciālu. Tas notiek gadījumos, kad muzejs pilda „brīvības cīnītāja” lomu.

Šim muzeju veidam piemīt neviltota attieksme. Tieši tajā muzeji smeļas ideoloģisko pozīciju **un mīts par muzeju kā neitrālu vietu izšķīst kā ziepju burbulis**. Un es domāju, ka muzeja profesijai ir pienācis laiks pieņemt to. Te muzeji un politika satiekas un apvienojas.

Netaisnība caurstrāvo muzeja kā brīvības cīnītāja būtību. Kāpēc? Tāpēc, ka nosacījumi, kurus es minēju iepriekš un kurus sociāli atbildīgs muzejs izklāsta, lai tiem pretdarbotos, ir pārāk anēmiski apstākļos, kur cilvēktiesības ir pakļautas tiešam uzbrukumam. Mums ir jāizmanto spēcīgāki, skarbāki termini, piemēram, **apspiešana** atstumšanas vietā, **atgrūšana** diskriminācijas vietā, **rocīšana** ievainojamības vietā, kā arī **neiecietība**, **vajāšana**, **rasisms** vai **genocīds**. Šis muzejs tiecas transformēt apmeklētājus, atverot jaunus domāšanas līmeņus, atklājot bieži vien apslēptās patiesības, demonstrējot cilvēku amorālumu un iesakot, tieši vai netieši, alternatīvas.

Ir daudz šāda veida muzeju visā pasaulē. Starp tiem var minēt Holokausta muzeju un Nacionālo Amerikas indiāņu muzeju Vašingtonā; Te Papa – Nacionālo muzeju Jaunzēlandē, Velingtonā; Austrālijas Nacionālo muzeju Kanberā; Sestā rajona muzeju Keiptaunā; Annas Frankas muzeju Amsterdamā; Ebreju muzeju Berlīnē. Un šādu muzeju vēl ir ne mazums: Amerikas afrikāņu vēstures un kultūras muzejs Vašingtonā; Bērnu muzejs par mieru un cilvēktiesībām Karači; Kanādas Cilvēktiesību muzejs Vinipegā. Šāda rakstura muzejs, kurš tika atvērts tikai pirms mēneša, ir arī Liverpoolas Starptautiskais Verdzības muzejs.

Tas ir muzejs – brīvības cīnītājs. Šis muzejs pēta transatlantiskās vergu tirdzniecības, kas bija Liverpoolas sākotnējās bagātības avots, vēsturi. Lai gan šis ir apjomīgs un daudz nacionāls stāsts, kuram, mēs ceram, būs plaša rezonanse, tajā ir iecerēts atspoguļot arī lokālus jautājumus, īpaši, rasistiskās izpausmes, kas ir raksturīgas mūsu pilsētai. Tas ir ironiski, ka Liverpoolā pirms 250 gadiem bija rasu daudzveidība, kamēr pārējās Lielbritānijas pilsētas bija pilnīgi monokulturālas. Tomēr Liverpoolas melnādainā sabiedrība, kaut arī tā ir sena, jūtas atsvešināta, nepietiekami novērtēta un atstumta.

Šis muzejs dod iespēju mums diskutēt par rasismu un neiecietību, un tas dod iespēju Liverpoolas melnādainajai sabiedrībai paust savu viedokli. Mēs sagaidām, ka muzejs varētu sasniegt ievērojamus sociālos rezultātus: tas izaicinās ignoranci un nesapratni,

tas liks liverpūliešiem no jauna izvērtēt savu identitāti un vēsturi – kaut vai demonstrējot, piemēram, ka bez transatlantiskās vergu tirdzniecības un pārveidotās afrikāņu mūzikas Jaunajā pasaulē, bītlu nebūtu. Kā jau visa pasaule, iespējams pat labāk nekā liverpūlieši, zina, nebūs pārspīlēti teikts, ka bez šī fenomena, kāds bija grupa Bītli, populārā Rietumu kultūra būtu attīstījies pavisam citādi.

Mēs tomēr vēlamies iet tālāk par vēsturi, aplūkojot vergu tirdzniecības **plašo mūsdienu mantojumu** – nevienādību, brālību, radošumu, vitalitāti, izturību, jaunu starptautisko demogrāfisko situāciju, tāpat arī rasismu, naidīgumu, diskrimināciju un cilvēktiesības, kā arī Āfrikas un Karību jūras baseina valstu ekonomisko stāvokli. Manuprāt, šie jautājumi ir patiesā būtība tam, ko mēs saucam par „nemateriālo mantojumu”. Mēs vēlamies apsvērt jautājumus par **brīvību** – ko mums **nozīmē** brīvība? Kā mēs varam **nosargāt** brīvību? Diez vai šodienas pasaulē ir vēl svarīgāki jautājumi par šiem.

Turklāt mēs neaprobežosimies ar diskusijām par transatlantiskās vergu tirdzniecības sekām, bet pievērsīsimies daudz plašākam ar verdzību saistītu jautājumu lokam, piemēram, sekas tirdzniecībai un bērnu darba izmantošanai.

Mēs izaicināsim apmeklētājus, un neviens neatstās mūsu galerijas, neguvis lielāku izpratni par mūsdienu sabiedrības funkcionēšanu un paaugstinātu jutīgumu pret to un globālajām attiecībām. Mēs ceram, ka šīs galerijas palīdzēs radīt jaunu attieksmi pret toleranci, cieņu un droši vien arī dziedināšanu un izlīgumu.

Muzeju veidojot, līdzās ekspozīciju zālēm, kuras piesaistīs daudzus apmeklētājus un būs tādas, kādām pēc vairākuma domām ir jābūt muzeja ekspozīcijām, tikpat nozīmīga vieta tiks ierādīta pasākumiem, kas tiks organizēti un veicināti muzejā – performancēm, semināriem, debatēm, izglītojošām programmām –, un Pētniecības centram, kuru mēs veidojam sadarbībā ar Liverpūles Universitāti.

Džulians Spaldings (*Julian Spalding*) savā darbā *Poētiskais muzejs* rakstīja: „Kolekcijas ir muzeju sirdī” (6). Es varētu iebilst, ka Starptautiskā Verdzības muzeja sirdī ir nevis kolekcijas, bet **emocijas**: bēdas, dusmas, lepnums un cerība – emocijas, ko raisa patiesi stāsti, kuri rada izmaiņas cilvēka apziņā. **Starptautiskais Verdzības muzejs ir par cilvēkiem, nevis objektiem, un cilvēki ir saistīti ar emocijām, nevis lietām.**

Mazliet iedziļināsimies šajā uzskatā. Kāda cita izcila amerikāņu muzeju teorētiķe Eleina Hjūmana Guriona (*Elaine Heumann Gurion*) rakstīja šādi:

Ebreju Diasporas muzejs Izraēlā, pirms vairāk nekā divdesmit pieciem gadiem strādājot pie šī jautājuma, nolēma izklāstīt visu piecus tūkstošus gadu garo stāstu par ebreju migrāciju, neizmantojot nevienu autentisku artefaktu. Tas izvēlējās radīt fiziskās vides atveidojumu ar dažāda veida vizuālajiem un rakstītajiem dokumentiem, balstoties zinātnisko pētījumu rezultātos. Muzejs tā rīkojās tāpēc, ka tā krājums nespēja precīzi un pietiekami plaši atspoguļot iecerēto stāstu, un prezentācija, kas bija iekārtota „kā jauna”, godināja ebreju migrācijas vēsturi vairāk nekā nesaistītu autentisku priekšmetu sortiments, kurš demonstrētu tikai savu vecumu un nolietojumu. Šī trīs dimensijās veidotā ekspozīcija, būdama pilnībā safabricēta, pati kļuva par objektu. Tā deva labu pieredzi sadarbībai ar sabiedrību, daudzi diskutēja par to, taču nekvalificēja to kā „muzeju”. Taču beigu beigās šis pilnībā no jauna radītais produkts tika akceptēts kā ļoti izcils muzejs. Diasporas muzejs piedāvā publikai arī filmas, fotogrāfijas un ierakstus,

argumentējot, ka plašai prezentācijai ir nepieciešams materiāls, kas nav artefakts.

ASV afroamerikāņu un indiāņu komūnas tādā pašā garā proponēja, ka viņu kultūra pamatā tiek nodota tālāk mutiski, ar dejām un dziesmām - ar ātri gaistošiem nesējiem. Viņu galvenajiem artefaktiem jeb objektiem, ja vēlaties, nav dimensiju, tāpēc muzejiem, kuri vēlas precīzi attēlot šādas kultūras vai vēsturiskos periodus, par kuriem materiālās liecības nav pieejamas, ir jāmācās izmantot citus visdažādākos materiālus. Tas var būt, piemēram, atveidojums vai performance, kas pati ir objekts. Un performances telpai vajadzētu būt grūti atšķiramai no ekspozīciju zāles. Izprotot šīs specifiskās prasības, muzeji arvien biežāk piedāvā noskatīties ceremoniju video ierakstus vai noklausīties dziesmas. Šāda veida informācija, ko agrāk uzskatīja par interpretācijas papildinājumu, arvien biežāk pilda reiz krājuma objektiem atvēlēto lomu un funkciju.

Pat tādos muzejos kā Klīvlendas Rokenrola slavas zālē vai Eksperimentālajā mūzikas projektā, kurš tiks atvērts apmeklētājiem drīzumā, tieši skaņa un mākslinieku uzstāšanās ir daudz patiesāks artefakts nekā nekustīgā ģitāra, ko kādreiz spēlējis Džimijis Hendrikss. (7)

Šajā kontekstā ir vērts padomāt par UNESCO Konvenciju par nemateriālā kultūras mantojuma aizsardzību, kurā nemateriālais kultūras mantojums ir definēts šādi:

„Nemateriālais mantojums” nozīmē paražas, spēles un mutvārdu izpaušmes formas, zināšanas un prasmes, kā arī ar tiem saistītus instrumentus, priekšmetus, artefaktus un kultūrtelpas, ko kopienas, grupas un, dažos gadījumos, atsevišķi indivīdi atzīst par sava kultūras mantojuma daļu. Šo nemateriālo kultūras mantojumu, kas tiek nodots no paaudzes paaudzē, kopienas un grupas nemitīgi rada no jauna saistībā ar apkārtējo vidi, mijiedarbībā ar dabu un savu vēsturi, un tas veido viņu identitātes un pēctecības izjūtu, tādējādi veicinot cieņu pret kultūras daudzveidību un cilvēka radošo darbību. (8)

Es domāju, ka ir ļoti svarīgi, lai mēs, briti, atgādinātu sev, ka ne visām nācijām, ne visām kultūrām ir tāda bijība pret objektiem – materiālo kultūru –, kādu izrādījuši dominējošie briti – baltā vidusšķiras kristiešu, un dažs piemērinātu – arogantā, kultūra, kas radījusi vairumu mūsu muzeju.

Piedāvāju vēl vienu raksta fragmentu, kura autors ir trešais ievērojamais amerikāņu muzeju domātājs Ričards Vestss (*Richard West*):

Ziemeļkalifornijas universitāte uzaicināja grozu pinēju Mata kundzi iemācīt studentiem grozu pīšanas mākslu. Pēc trim nedēļām viņas studenti žēlojās, ka visu šo laiku viņi tikai dzied dziesmas. Kad viņi beidzot varēs sākt mācīties grozu pīšanu? Mata kundze zināmā mērā pārsteigta atbildēja, ka viņi jau mācās grozu pīšanu. Viņa paskaidroja, ka šis process sākas ar dziesmām, kuras tiek dziedātas, lai neaizvainotu augus, no kuriem tiek iegūts materiāls grozu pīšanai. Tā viņas studenti iemācījās dziesmas un devās vākt zāli un citus augus grozu pagatavošanai.

Pēc atgriešanās klasē studenti atkal samulsa, kad Mata kundze sāka viņiem mācīt jaunas dziesmas. Šoreiz viņa gribēja, lai viņi iemācās tās dziesmas, kas

jādzied, košļājot materiālu pirms pīšanas uzsākšanas, lai materiāls kļūtu mīkstāks. Studenti protestēja pret to, ka grozu pīšanas vietā viņiem jāmacās dziesmas. Mata kundze, acīmredzot zaudējusi pacietību par šādu jautājuma nostādni, paskaidroja acīmredzamo: „Jūs nesaprotat pašu galveno,” viņa sacīja, „grozs padara dziesmu redzamu.”

Es nezinu, vai Mata kundzes studenti kļuva par priekšzīmīgiem grozu pinējiem. Taču es zinu, ka viņas brīnišķīgā poētiskā remarka – kas apliecina it visa savstarpējo saistību, simbiozi tam, kas mēs esam un ko mēs darām – ietver visu iezemiešu dzīves un kultūras filozofiju un ļoti daudz izsaka par iezemiešu objektu attiecībām ar pašiem iezemiešiem. (9)

Pirms pāris nedēļām es diskutēju ar diviem Keiptaunas Sestā rajona muzeja dibinātājiem. Viena no viņiem, Tīna Smita (*Tina Smith*) pastāstīja man par šī muzeja pirmsākumiem: “Priekšmetu nebija, bija tikai balsis.” Mēs runājām par stāstiem, ēnām, atbalsīm un idejām, par kopā sanākšanām, skaņām, akcijām, viedokļiem, par „atmiņu ceļojumiem”, par sarunām. „Objektiem,” teica Tīna, „Sestā rajona muzejā nav tik liela nozīme”.

Labi. Droši vien ir pienācis laiks atzīt, ka, manuprāt, objektiem ir nozīme muzejos, lai gan es ceru, ka jūs saprotat, kāpēc es iebilstu apgalvojumam, ka muzeju būtība slēpjas **tikai** objektos. Nepārprotami, cilvēki var mijiedarboties ar objektiem muzejos neskaitāmos veidos.

Informācijai par kukluksklanu Starptautiskajā Verdzības muzejā, piemēram, ir milzīga ietekme uz cilvēkiem, kuri atpazīst to kā draudīgu rasu naida simbolu. Droši vien ikviens šai telpā var minēt muzeja priekšmetu piemērus, kas ir dziļi aizkustinājuši vai radījuši citas emocijas.

Protams, mijiedarbības iespāids, ja mijiedarbība ir notikusi, atkarīgs no paša objekta, no tā interpretācijas un interpretētāja, no kultūras bagāžas, ar kādu ieradies apmeklētājs, un virknes citu faktoru. Šai sakarā Eleina Hjūmana Guriona raksta šādi:

Objekti, kas tika izmantoti holokausta nāves nometnēs, lielākoties tika gatavoti lietošanai citos apstākļos. Aušvicas nometnē lietotā bļoda fiziski ne ar ko īpašu neizceļas. Šādas bļodas tika iegādātas veikalos, kas pārdeva lētus galda piederumus visā tā laika Vācijā. Taču, kad apmeklētājs izlasa anotāciju, kurā teikts, ka šī bļoda nāk no Aušvicas, viņš, kurš kaut ko zina par holokaustu, pārnes nozīmi uz objektu. Tā kā anotācija ir vienīgā, kas atšķir šo bļodu no citām, tad ne jau bļoda pati par sevi, bet ar to saistītais stāsts padara to nozīmīgu apmeklētājam. (10)

Viens no jautājumiem, kurš vienmēr līcis man būt skeptiskam pret muzeja objektiem un to izmantošanas veidiem, ir to nespēja, piemēram, tikt adekvāti izmantotiem britu industriālās strādnieku šķiras vēstures ilustrēšanai. Tas ir tāpēc, ka objekti, kuri varētu to nodrošināt, nemaz nav saglabājušies; toties Lielbritānijas muzeji ir pilni ar vidusšķiras atribūtiem, kuri dod pilnībā deformētu skatu uz 19. gadsimta un 20. gadsimta sākuma sabiedrisko dzīvi. Tāpēc mums ir jāmeklē ar objektiem nesaistīti stāsti, lai piedāvātu šī perioda vēstures sabalansētu versiju.

Galū galā, iedomā, ka muzeja būtība slēpjas vai nu stāstos, vai objektos, ir pavirša un bezjēdzīga. Muzeji patiesībā ir daudz komplicētāki, nekā uz to netieši tiek norādīts. Muzejs bez objektiem nav muzejs, taču muzejs bez stāstiem nav iedomājams.

Piedāvāju fragmentus no divu izstāžu pārskatiem Viktorijas un Alberta muzejā, kurus es izlasīju šodienas laikrakstā:

Modes namu zelta laikmets: Parīze un Londona

Ikviens, kurš atzinīgi novērtē skaistu apģērbu, izbaudīs eksponēto kostīmu un kleitu eleganci un skulpturālo akurātību. Atsevišķā nodaļā tiek atklāts tērpu tapšanas process – no ražošanas tehnikas līdz modes skates un izsmalcinātu aksesuāru tirgus dzimšanai. Viktorijas un Alberta muzeja radošā komanda šajā ekspozīcijas daļā ir iekārtojusi elegantu vitrīnu ar palielinātām fotogrāfijām, kurās attēlots, piemēram, oriģinālais Hārdija Eimija (Hardy Amies) veikaliņš, auduma baķi un kažoku rindas.

Taču tieši oriģinālo modes šovu iemūžinātāju, piemēram, Diora un Žaka Fata (Jacques Fath) uzfilmētais materiāls un modes fotogrāfu Ričarda Avedona (Richard Avedon), Sesila Bītona (Cecil Beaton) un Ēvinga Pena (Irving Penn) fotogrāfijas ir tās, kas atdzīvina šovu, ļaujot izjust juteklisko un brīvo joie de vivre, kas bija tik raksturīgs šim modes vēstures posmam. Patmīlība (gan modeļu, gan klientu vienādā mērā) un modes pasaules rotaļīgums šajā medijā dzīvo un izaicina – un tā tas bija jau sen, pirms kāds bija dzirdējis par mis Mosu.

Lī Milleres (Lee Miller) māksla

Šis nepietiekami novērtētais demonstrējums attēlo viņas fotogrāfes karjeru, kurā intriģējoši un reizēm šokējoši tēli ir papildināti ar īsiem (reizēm pārāk īsiem) biogrāfiskiem tekstiem.

Mēs uzzinām, piemēram, ka septiņu gadu vecumā viņa tika izvarota, un tad burtiski tajā pašā teikumā mēs lasām, ka viņa sāka savu karjeru kā Vogue vāka modele.

Vēlāk, kā tiek minēts, viņa fotogrāfe Hitlera dzīvokļa interjeru (šeit ir aplūkojams viņas kailais pašportrets Hitlera vannā) – taču nekas netiek pateikts par šo fascinējošo uzdevumu (attiecībām?). (11)

Mainoties sabiedrības vēlmēm un vajadzībām, kā atzīmējis Stīvens Veils, ir notikusi pārbīde. Cilvēki vēlas vairāk konteksta, interpretācijas, skaidrojuma – sauciet to, kā gribat. Viņus vairs nav tik viegli piesaistīt ar priekšmetu parādēm – viņi vēlas zināt vairāk, nekā muzeju priesterība reiz atļāvusi. Priekšmeti “nerunā paši par sevi”, un ir maldīgi tā uzskatīt. Tas nozīmē, ka mēs esam pārlikuši lielāku uzvaru uz stāstiem, kuri nav mazinājuši priekšmetu lomu, taču ir vājinājuši to spēku.

“Labākās pieredzes vadonis muzejiem un galerijām” (“Best Practice Guide for Museums and Galleries”), kurš radās DCMS Stratēģiskās darbības programmas finansēto projektu “Bēgļu iesaistīšana” un “Patvēruma meklētāji” īstenošanas rezultātā, ir labs piemērs šī jautājuma ilustrēšanai. Strādājot ar bēgļiem un patvēruma meklētājiem Lesterē, Liverpūlē, Salfordā un Sanderlendā, muzeja projektu īstenojami organizēja šādas aktivitātes:

- Dekoratīvais dizains un mākslinieciskie rokdarbi.
- Mūzika un dejas.
- Artefaktu apstrādes kursi.
- Stikla apgleznošana.
- Panča un Džūdijas lelļu šovs (*Punch and Judy show*).
- Augu stādīšana.
- Lupatu paklāju gatavošana.
- Planetārija apmeklējumi.
- Ģimenes atrakciju diena.
- Animācija.
- Putnu vērošana un fosiliju meklēšana.
- Fotogrāfija un video.
- Kostīmi.
- Dzeja.
- Rotaslietu gatavošana.

Es domāju, ka šis saraksts jauki demonstrē to, ka muzeju būtība neslēpjas tikai stāstos vai priekšmetos, to ietekmes raksturošanai ir nepieciešama plašāka pieeja, daudz radošāka pieeja, nekā varētu izrietēt no tik vienkārša uzskata.

Piezīmes

Īss šī referāta fragments ir iekļauts programmatiskajā ziņojumā, kas tika nolasīts INTERCOM 2006.gada simpozijā Taipejā un publicēts Deivida Fleminga grāmatā "The museum as social enterprise", rakstā "New roles and missions for museums", 2006., 1.-11. lpp.

- 1) Fleming, David, 'The changing role of museums in society', **Museum Ireland**, 15, 2005, pp 2-17.
- 2) **Ibid.**
- 3) Wilson, David, 'National museums', **Manual of Curatorship**, ed JMA Thompson, 1992, pp 81-5.
- 4) Weil, Stephen E, 'From being *about* something to being *for* somebody', **Making Museums Matter**, Stephen E Weil, 2002, pp 28-39.
- 5) Quoted in 'Transformed from a century of bric-a-brac', **ibid**, pp 81-90.
- 6) Spalding, Julian, **The Poetic Museum**, 2002, p 9.
- 7) Heumann Gurian, Elaine, 'What is the meaning of this exercise? A meandering exploration of the many meanings of objects in museums', **Reinventing the Museum**, ed Gail Anderson, 2004, pp 269-83.
- 8) UNESCO, **Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage**, 2003.
- 9) West, Richard W, 'A song made visible', **Museum News**, Sept/Oct 2004, pp 34-40.
- 10) Heumann Gurian, Elaine, **op cit.**
- 11) Warrington, Ruby, **CityAM**, 24 September 2007, p 20.