

Iedarbīgas muzeja interpretācijas¹ plānošana – kā veidot interpretācijas plānu

Ievads

Labs interpretējums² nerodas automātiski. Lai efektīvi komunicētu ar apmeklētājiem un nodrošinātu jēgpilnu piedzīvojumu, ir nepieciešams laiks, pieredze un plānošana.

Šīs piezīmes ir iecerētas kā praktisks ceļvedis ikvienam, kurš pirmoreiz sastopas ar interpretācijas plānošanu vai kurš vēlas savas plānošanas prasmes atsvaidzināt. Ceļvedī ir iekļauti šādi jautājumi:

- Kam būtu jāiesaistās interpretācijas plānošanas procesā?
- Kas būtu jāiekļauj interpretācijas plānā – galvenie apskatāmie jautājumi.
- Plāna rakstīšana.
- Ko tālāk?

Iesakām izmantot šos jautājumus būtiskāko problēmu identificēšanai, lēmumu pieņemšanas procesa vadīšanai un plāna rakstītāju informēšanai par Muzeja vajadzībām un iespējām.

Kam būtu jāiesaistās interpretācijas plānošanas procesā?

Ja iespējams, jums vajadzētu iesaistīt interpretācijas plāna radīšanā vairākus cilvēkus un neuzņemties šī darba veikšanu vienam. Darbojoties grupā, idejas dzimst vieglāk un katrs grupas dalībnieks var būt noderīgs ar savām atšķirīgajām zināšanām. Ja tiek veidots plāns, kas ietver vairāku atšķirīgu organizāciju, piemēram, reģionālā foruma, mērķus, tad ir būtiski, lai darba grupā būtu pārstāvētas visas iesaistītās organizācijas. Izlemiet, kam šis interpretējums būs domāts (piem., ģimenēm, jauniešiem), un iesaistiet arī šīs auditorijas pārstāvjus plānošanas procesā.

Kas būtu jāiekļauj interpretācijas plānā?

Interpretācijas plāna rakstīšana varētu šķist apgrūtināša, taču labs plāns vairo jūsu izredzes radīt mērķtiecīgu un iedarbīgu interpretējumu.

Turpmākie jautājumi palīdzēs ievirzīt jūsu domas vēlamajā gultnē, un tos var izmantot plāna strukturēšanai. Ne visiem jautājumiem ir nepieciešama vienlīdz pamatīga izpēte vai iedziļināšanās, taču tie visi ir jāizskata.

¹Interpretācija – domas, teksta saturs, arī fakta izskaidrošana, domas, teksta saturs, arī fakta jēgas atklāšana. (Latviešu literārās valodas vārdnīca, 3.sēj. Izdevniecība „Zinātne”, Rīga, 1975.)

„Interpretācija ir komunikācijas process, kura mērķis ir atklāt kultūras un dabas mantojuma jēgu un savstarpējo saistību, izmantojot objektus, artefaktus, ainavas un mantojuma vietas.” (Interpretation Canada: <http://www.interpscan.ca/our-work-defined>)

² Interpretējums – paveikta darbība, rezultāts. -> Radoši atklāt (mākslas darba ideju, saturu ..). (Latviešu literārās valodas vārdnīca, 3.sēj. Izdevniecība „Zinātne”, Rīga, 1975.)

Kāpēc jūs vēlaties veidot interpretējumu?

Definējiet vairākus mērķus un uzdevumus un izlemiet, ko jūs ar šo interpretējumu vēlaties panākt. Piemēram:

- vairot apmeklētāju izpratni par muzeja krājumu;
- palielināt muzeja apmeklētāju skaitu;
- piesaistīt jaunas vai specifiskas auditorijas;
- papildzināt muzeja apmeklējumu;
- veicināt apmeklētāju aktivitāti, mijiedarbību un prieku;
- atbalstīt muzeja auditorijas attīstības stratēģiju.

Ko jūs vēlaties interpretēt?

Padomājiet, kas jūsu muzeja krājumā vai mantojuma vietā ir īpašs vai unikāls. Kādu nozīmi var atklāt dažādas krājuma priekšmetu kombinācijas? Kādus stāstus jūs varētu pastāstīt? Bet galvenais – kas jūsu muzejā ir tāds, kas varētu interesēt jūsu apmeklētājus? Kas vēl tiek interpretēts tuvākajā apkārtnē un kā jūsu plāni saskan ar to?

Šajā posmā jūs varētu organizēt prāta vētras sesiju, lai atklātu, kādas idejas vai tēmas ir nozīmīgākās, populārākās vai stāstīšanas vērtas. Prāta vētrai, kurā piedalās vairāki cilvēki, jākonstatē tēmas, kuras šķiet aktuālas vairumam sesijas dalībnieku un kuras izskan kā vienreizējs ierosinājums. Tas palīdzēs identificēt galvenās tēmas un apakštēmas, kurām būtu jāvirzās cauri iecerētajam interpretējumam, izslēdzot tikai atsevišķus cilvēkus interesējošās tēmas.

Pievērsiet uzmanību jaunajām metodoloģijām, kas radītas izmantošanai šajā procesā: „*Revisiting Collections*”³ (Atkārtots krātuves apmeklējums) ir krājuma veidošanas novatoriska metodoloģija, kas piedāvā muzejiem vēl nebijušu pieeju vietējo kopienu iesaistīšanā, lemjot par krājuma saturu un lietošanu, kā arī veicina lietotāju radītas informācijas, zināšanu un interpretācijas izmantošanu muzejā. Šī metodoloģija, ko izstrādājis *Collection Trust* un kas ir izmēģināta Anglijā un Skotijā, ir izrādījusies ļoti veiksmīga, ļaujot muzeja darbiniekiem apgūt prasmi, kas nepieciešama "slēpto stāstu" fiksēšanai un krājuma pievilcības un ilgtermiņa lietderības efektīvai vairošanai, tādējādi palīdzot muzejiem jaunu auditoriju veidošanā.

(Informāciju par tēmām aicinām skatīt MGS metodiskajos ieteikumos *Introduction to Interpretation*.)

Kam domāts šis interpretējums?

Ir ļoti svarīgi ņemt vērā savu apmeklētāju viedokli. Gan uzrunājot jau zināmu un esošu auditoriju, gan mēģinot piesaistīt jaunas apmeklētāju grupas, jūsu veidotajam interpretējumam jātiecas atspoguļot šīs auditorijas būtību un vēlmes. Sastādot apmeklētāju profilu, jums būtu jānoskaidro šādi jautājumi:

- Kas apmeklē jūsu muzeju un no kurienes šie cilvēki ierodas?
- Cik bieži viņi iegriežas muzejā?

³ Šis metodiskais līdzeklis ir pieejams lejuplādēšanai *Collections Link* tīmekļa vietnē (skatīt resursu nodaļu).

- Kāpēc viņi to dara?
- Kāda ir viņu motivācija, gaidas, pieņēmumi un intereses?
- Cik ilgi apmeklētāji uzskatīs muzejā un kas saista viņu interesi visilgāk?
- Kāds ir viņu zināšanu līmenis?
- Kādas ir viņu fiziskās un izglītošanās vajadzības?
- Kas neapmeklēs jūsu muzeju un kāpēc?

Kā jūs interpretēsiet savu krājumu/ izvēlēto tēmu/ mantojuma vietu?

Šai brīdī var radoši apcerēt, kā sasniegt muzeja mērķus. Šim nolūkam būtu nepieciešams:

- detalizēti izstrādāt interpretācijas tēmas un apakštēmas; konkretizēt, kādus vēstījumus jūs vēlaties nodot apmeklētājiem;
- noformulēt interpretācijas mērķus, piemēram, ko jūs gribētu likt sajust vai iemācīt saviem apmeklētājiem, vai arī – kādu rīcību jūs gribētu panākt apmeklējuma rezultātā;
- izpētīt dažādu mediju izmantošanas iespējas, sākot no etiķetēm un planšetēm līdz pat datoru interaktīvajām programmām un audiovizuālajiem displejiem. Izvēlieties vispiemērotākos medijus jūsu vēstījuma nogādāšanai līdz muzeja mērķauditorijai un sasniedziet savus interpretācijas mērķus – iedarbīgai interpretācijai nav obligāti nepieciešamas augstās tehnoloģijas vai dārgi paņēmieni;
- izvēlieties krājuma priekšmetu eksponēšanas metodes, piemēram, izvietošana vitrīnās un telpu interjerā vai brīvi pieejami un aiztiekami ar rokām;
- noteikt jūsu mērķauditorijai un galvenajiem mērķiem atbilstošu interpretācijas toni un/vai noskaņu.

Kur tiks novietots jaunais interpretējums?

Padomājiet par interpretējuma fizisko pieejamību. Vai interpretējums būs vienlīdz pieejams visiem? Piemēram, kādā augstumā tas tiks novietots, cik labi tas tiks izgaismots un vai tam varēs piekļūt pietiekami tuvu, lai izlasītu jūsu izvēlēto lieluma burtus?

(Informāciju par pieejamību aicinām skatīt MGS vadlīnijās *Communicating with Your Visitors: How to write effective interpretive text*).

Izlemiet par jaunveidojamās izstādes (displeja) formātu, tostarp izkārtojumu, telpas nosaukumu, norāžu un interpretācijas mediju novietojumu.

Kad interpretējums būs pieejams?

Vai ekspozīcijas atklāšana iecerēta reizē ar kādu notikumu vai jubileju, lai piesaistītu muzejam īpašu apmeklētāju grupu? Vai muzejs būs atvērts pastāvīgi? Ja ne, vai tas būs atvērts laikā, kad to iespējams apmeklēt vairumam ieinteresēto cilvēku? Ja jūs piedāvājat regulāras ekskursijas, vai to laiks ir saskaņots ar apmeklētāju iespējām un vai ir ņemts vērā nepieciešamo darbinieku skaits un izstrādāti dežūru grafiki?

Īstenošana – ideju ieviešana praksē

Domājams, ka, vadoties pēc praktiskajām un finanšu iespējām, jūs jau esat pieņēmuši lēmumus attiecībā uz interpretējuma saturu, mērķauditoriju un īstenošanas veidu. Tagad vajadzētu konkretizēt šo lēmumu detaļas. Rakstot plānu, centieties reālistiski izvērtēt savas iespējas, pat ja tas liek atteikties no dažām sākotnējām idejām. Izvērtējiet, kā jūs īstenošiet savas idejas saistībā ar turpmāk aplūkotajiem faktoriem.

- Budžets – cik izmaksā jūsu projekts? Vai būs iespējams iegūt papildfinansējumu? Kādas prasmes, materiālus un padomus jūs varēsiet iegūt bez maksas?
- Cilvēki – kurš vadīs jūsu projektu? Cik daudz laika cilvēkiem būs jāiegulda katrā no posmiem? Vai jums ir pietiekami cilvēkresursi vēlamā interpretējuma radīšanai un darbu pārraudzīšanai?
- Prasmes – vai jums ir nepieciešamā pieredze vēlamā interpretējuma radīšanai? Ja nav, tad kādas prasmes jums būs „jāpērk”? Vai personālam ir nepieciešama apmācība? Ja esat nolēmuši algot dizaineru, tad detalizēts interpretācijas plāns palīdzēs formulēt viņa darba uzdevumu.
- Telpa – vai jums ir telpa, kurā īstenot ar interpretāciju saistītās ieceres, piem., nodarbības skolēniem, video seansi, diskusijas u.c.? Esiet reālisti – ja jums nav nepieciešamo telpu, tad atsakieties no ieceres vai meklējiet alternatīvu risinājumu.
- Ilgtspēja – vai jūsu ieceres var sasniegt, izmantojot noturīgus materiālus? Ja esat nolēmuši algot dizaineru, padomājiet par ilgtspējības nosacījumu iekļaušanu dizaina darba uzdevumā.
- Aprīkojums – vai jums ir viss vajadzīgais aprīkojums? Ja ir nepieciešams iegādāties jaunas iekārtas, vai tās būs iespējams izmantot arī citos projektos? Vai tās nenovecos?
- Muzeja priekšmeti – kā muzeja priekšmeti tiks eksponēti un pasargāti? Vai tiem ir nepieciešama konservācija vai restaurācija? Ja ir iecerēts deponēt priekšmetus no citiem muzejiem, vai jums pietiks laika šo darījumu nokārtošanai?
- Laika grafiks – kādos posmos projekts tiks sadalīts, vai gala termiņš ir reālistisks? Sagatavojiet veicamo darbu laika grafiku, sadaliet pienākumus, regulāri sekojiet līdzi uzdevumu izpildei un saskaņojiet veicamos darbus ar plānu.
- Uzturēšana – vai iecerētajam interpretējumam būs nepieciešama regulāra uzturēšana vai atjaunošana? Noskaidrojiet izmaksas un iekļaujiet tās sākotnējā budžetā. Uzturēšanas pasākumi jāiekļauj arī muzeja attīstības plānā.

Izvērtēšana – kā jūs pārlicināsit, vai interpretējums darbojas, kā iecerēts?

Plānošanas sākumā jūs noteicāt interpretācijas mērķus, tāpēc jums jābūt svarīgi arī noskaidrot, vai šie mērķi tiek sasniegti. Ir daudzas izvērtēšanas metodes, no kurām jāizvēlas jūsu vajadzībām atbilstošākā: no iepriekšējas idejas testēšanas, izmantojot eksperimentālus pētījumus, līdz apmeklētāju uzskaitīšanai; no apmeklētāju uzvedības novērošanas līdz formālai apmeklētāju aptaujai.

Jums jāizvēlas metode, ar kuru vislabāk var konstatēt interpretējuma iedarbību atbilstoši sākotnēji izvirzītajiem mērķiem. Piemēram, ja vēlējaties panākt, lai apmeklētāji pavadītu ilgāku laiku ekspozīcijā, pavērojiet, cik ilgi viņi tajā uzkavējas pirms un pēc jaunās interpretācijas ieviešanas, un piefiksējiet, kas viņus piesaista visilgāk. Tikai izvērtējot savu interpretējumu, jūs iegūsi zināšanas par to, ko vēlas apmeklētāji, kā viņi mācās un ko viņi izbauda. Tas ir vērtīgs materiāls jūsu nākamajam interpretācijas projektam un nākamajam interpretācijas plānam.

Plāna rakstīšana

Atbildes uz iepriekš minētajiem jautājumiem jūs nodrošinās ar plāna rakstīšanai nepieciešamajām detaļām un struktūru. Plānošanas dokumentam nav jābūt garam (tā garums būs atkarīgs no tā, ko jūs vēlaties darīt), taču tam ir jābūt aktīvi izmantojamam dokumentam. Izmantojiet to, lai vadītu interpretācijas izveides procesu un lai nenovirzītos no saviem mērķiem.

Katram jaunam interpretācijas projektam mēģiniet izstrādāt savu interpretācijas plānu. Kaut arī ik reizi būs nepieciešams apsvērt vienu un to pašu jautājumu loku, iegūtā pieredze ļaus šo darbu veikt arvien ātrāk. Jūs uzzināsiet arī, ka lielu daļu informācijas, kas iegūta sākotnējā izpētē, var izmantot atkārtoti. Piemēram, jums noderēs pastāvīgi saglabāts un regulāri aktualizēts ekspozīciju telpu plāns vai datu bāze par muzeja apmeklētāju profilu un darbinieku prasmēm. Ļoti būtiski ir saglabāt iepriekšējo izvērtējumu rezultātā iegūtās atsauksmes un izmantot tās nākotnes projektu īstenošanā.

Kad interpretācijas plānošanas process ir apgūts, jūs varat ķerties pie interpretācijas stratēģijas izstrādes, nosakot tajā muzeja pieeju interpretācijas attīstībai ilgtermiņā.

(Skatīt arī: MGS Guidance – Planning for Effective Museum Interpretation – writing an interpretive strategy)

Ko tālāk?

Ceram, ka šis ceļvedis rosinās jūs radīt praktiski izmantojamu muzeja interpretācijas plānu. Ja vēlaties dziļāk apgūt interpretācijas plānošanas procesu, turpiniet izglītošanos, izmantojot turpinājumā piedāvātos interneta un literatūras resursus.

Helena Gillis, Skotijas Muzeju un galeriju Izglītības un pieejamības vadītāja

Interneta resursi un ieteicamā papildliteratūra

Carter, J. A Sense of Place; an interpretive planning handbook. Tourism & Environment Initiative, Inverness, 1997	Ievads interpretācijā. Interpretācijas plānošana: kāpēc šāds plāns nepieciešams, kādu plānu veidot, plāna ieviešana praksē.
Hillier, D. A Closer Look – increasing access through interpretation. Scottish Museums Council, 2001	Pieejas interpretācijas veidošanā. Galvenie plānošanas jautājumi. Plāna īstenošana.
Masters, D. Introducing Interpretation: Interpretive Planning. Scottish Natural Heritage. www.snh.org.uk	Plānošanas mērogi. Galvenie plānošanas jautājumi.
Veverka, J.A. Interpretive Master Planning Falcon Press, 1994	Mācīšanās jēdzieni. Ievads interpretācijā. Plānošanas process. Ekskursiju un izstāžu plānošana.
Developing Star Attractions: a resource for successful management – Interpretation. Association of Scottish Visitor Attractions, 1995	Ievads interpretācijā. Plānošana – uzsākšana, plāna veidošana, nobeigšana un plāna recenzēšana.
Museum Practice, No 5. Interpretation Museums Association, London, 1997	Ieguvumi no interpretācijas. Ievads interpretācijā. Izstāžu veidošana.
<u>Interpreters guidelines in Museum Interpretation</u> issues 13-15 and 17	Izpratne par muzeja auditoriju. Interpretācijas izvērtēšana. Ko un kam jūs vēlaties teikt? Interpretācijas mediju izvēle.
<u>Revisiting Museum Collections Toolkit</u>	Viss projekta īstenošanai nepieciešamais, izmantojot Krātuves atkārtota apmeklējuma metodiku. Papildmateriālu resursi lejupielādei par projekta uzsākšanu, fokusa grupu darbu un datu saglabāšanu.

© Museums Galleries Scotland.

Pirmo reizi publicēts 2010.gadā.

www.museumsgalleriesscotland.org.uk