



Kultuuripärandi vahendajad: käsitööharrastajate ja muuseumide koostöö

Marke Teppor, Agnes Aljas

Viimaste aegade arutelu muuseumi sotsiaalsest funktsioonist on esile tõstnud uue museoloogia paradigma, nihutades muuseumitegevuse fookuse objektidelt ja kogudelt inimesele ja kogukonnale. Muuseumilt oodatakse avatust, kogukonnateadlikkust, valmisolekut suhelda külastajatega ning ärgitada diskussiooni ühiskonnale olulistel teemadel.

Avatus seab muuseumikommunikatsioonile uued tingimused: avatud diskussioon ning selle tulemused ja mõju peavad olema konverteeritavad uueks tajutavaks väärtuseks. Igapäevases muuseumipraktikas püütakse neid küsimusi lahendada, muutes näitusi interaktiivseks, laiendades muuseumi tegevust internetikeskkonda, luues sihtrühmadele erinevaid osalusvõimalusi. Muuseumid püüavad tõlkida oma seinte vahele kogutud ja seal loodud teadmused avalikkusele ja külastajatele mõistetavasse keelde. Teisalt püüavad muuseumid luua avalikku diskussiooniruumi, osaledes selles ise moderaatori ja autoriteedina. Auditoriumi tähelepanu püütakse tihedas konkurentsivõimelises meelelahutusmaailmaga (DiMaggio 1985, viidatud Falk 2009 kaudu) ning see sunnib muuseumi tegutsema kaasahaaravalt, kaasa rääkima kutsuvalt ning oma kogukonna ja külastajate huve ja ootusi arvestades.

Kuidas muuta auditoriumiga suhtlemine osaks tavapärasest muuseumitööst, mille tulemused aitavad muuseumil täita mitte ainult eelarvet, vaid ka seatud sisulisi eesmärke? Milles võib väljenduda avatusest ja dialoogilisusest sündiv väärtus muuseumi jaoks? Eesti Rahva Muuseumi (edaspidi ERM) kontekstis aitas vastuseid leida konkurss „Minu lemmik Eesti Rahva Muuseumi kogudest“ (edaspidi „Minu lemmik“). Konkurssi analüüsid vaatame, milline on käsitööharrastajate suhe ERMi ning milline on kogukonna vaade koostööle ja kommunikatsioonile muuseumiga. Artikkel põhineb Marke Teppori Tartu Ülikooli ajakirjanduse ja kommunikatsiooni instituudis kaitstud magistritööl „Kultuurilise osaluse võimalustest ERMi ja käsitööharrastajate näitel“, mis analüüsis käsitööharrastajatest sihtrühma muuseumiga seotud arvamusi ja hoiakuid ning nende valmisolekut panustada muuseumi

Foto 1. Teine koht võistlusel „Minu lemmik ERMi kogudest“ autentsest esemest inspireeritud uue eseme loomise kategoorias. Ülal inspiratsiooniallikas – Saarde kihelkonna kindad (ERM A 564:1513), all võistlustöö – Virge Inno sokid.

Foto: Konkurss „Minu lemmik“

eesmärkide saavutamisse.¹ Marke Teppor tegi 9² konkursil osalejaga poolstruktureeritud intervjuud, milles uuris käsitööharrastajate ERMiga seotud hoiakuid ja ootusi.³ Lisaks kasutati analüüsis konkursitöid ja nende kirjeldusi ning konkursiteemalisi postitusi osalejate blogides ja foorumis Isetegija.net.⁴

Konkurss „Minu lemmik Eesti Rahva Muuseumi kogudest“

Eesti Rahva Muuseum korraldas 22. detsembrist 2010 kuni 31. märtsini 2011 konkursi „Minu lemmik“, mille sihtrühmaks olid käsitööharrastajad, keda selle artikli kontekstis käsitletakse kogukonnana. ERMi huvitas, kuid võtavad käsitööharrastajad vastu üleskutse leida ERMi kogust meelepärane museaal, millest valmistada kas identne koopia või sellest inspireerituna uus omanäoline ese. Muuseumi eesmärgiks oli tutvustada konkursi kaudu veebipõhiselt tegutsevatele käsitööharrastajatele muuseumikogude suuremahulisi andmebaase internetis ning osalejaid oodati andma originaalesemetele uusi tähendusi ja kasutusviise. Samuti soovis muuseum, et veebipõhiste andmebaasidega tutvumine elavdaks rahvakultuurikogude kasutamist ka laiemalt kui vaid teada-tuntud esemete piires.

Käsitöötegijad said valida esemeid ERMi püsinäituselt „Eesti. Maa, rahvas, kultuur“, ERMi eseme- ja arhiivikogudest ning veebipõhistest andmebaasidest: Muuseumide Infosüsteemis MuIS (www.muis.ee), ERMi vaibaportaalis (vaibad.erm.ee) ning erinevatest väljaannetest. Konkursi korraldamisega oli vabatahtlikuna seotud Marke Teppor ning kaks ERMi töötajat. Konkursiinfot levitati eelkõige käsitööfoorumis Isetegijad kaudu ning käsitöötegijate temaatilistes infokirjades ja ajakirjades. Töö tuli saata 31. märtsiks postiga ERMi või sisestada fotod valmistatud esemest konkursi jaoks loodud portaali „Oma lood“ veebilehele <http://omalood.planet.ee/minu-lemmik/>. Konkursitöö koosnes esemest või eseme fotost ja tutvustusest, milles pidi viitama originaalesemele ERMi kogudest. Kõik saadetud konkursitööd olid nähtavad ka veebis, kus jagati ka uudiseid konkursi kohta (ERMi koduleht, isetegijad.net, kullaketrajad.net).

Konkursile registreerus 47 käsitööharrastajat, kellest 37 esitas töö- ja ajamahuka käsitöoeseme. Kokku laekus konkursile 41 töö: 8 autentse eseme ja 33 inspiree-

[1] Artikkel on valminud ETF grandiprojekti nr 8006 „Muuseumi kommunikatsiooni arendamine 21. sajandi infokeskkonnas“ uuringu raames.

[2] Intervjuude teemadeks olid: käsitöö tähendus, konkursil osalemise motivaatorid, teadlikkus ERMi tegevusest ja eesmärkidest ning kogude kasutajakogemus, koostöö ERMiga. Artiklis on kasutatud tsitaate 5 intervjuust, kelle andmed on toodud kasutatud materjalide loetelus.

[3] Intervjuusid on analüüsinud ka Krista Lepik ja Pille Pruulmann-Vengerfeldt (2013) artiklis „Handicraft Hobbyists in an Ethnographic Museum – Negotiating Expertise and Participation“.

[4] Isetegijad on käsitööharrastajate foorum veebiaadressil isetegijad.net, kuhu käsitöötegijad postitavad omavalmistatud käsitöoesemete fotosid, peavad blogisid esemete valmistamisest (tehnikatest, materjalidest jm), arutlevad ja õpivad ning saavad üksteiselt inspiratsiooni. Samuti toimuvad käsitöoesemete konkursid, käsitööoksjonid ja muu tegevus, mida soovitakse teistega jagada.

ritud eseme kategoorias. Kui osalejatelt uuriti, miks nad konkursile tulid, siis oli osalusmotivatsioon tavaliselt seotud oma oskuste proovilepanemisega:

Olen iseõppija. Siis ma mõtlesin, et see on selline hea ülesanne iseendale tekitada. Mis on minu huvidega kokkulangev, ma olen nagunii käinud varem juba seal Eesti Rahva Muuseumi kogudes vaatamas neid nõusid, et väga hea on niisugune konkreetne ülesanne, konkreetne tähtaeg, et ma proovin, siis vaatan, kas tuleb midagi välja. /.../ et see oli niisugune väljakutse, aga ma ei läinud sinna konkursile nagu võistlema, et mulle oleks oluline see, kas ma seal mingisuguse koha saan või... see on täiesti kõrvaline, et mul on lihtsalt hea meel, et ma just selle iseendale püstitatud ülesandega sain hakkama. (N 4, 21–34)⁵

Konkursil osalemise motivaatorina mainiti ja märgiti positiivsena ERMi tähtsust ning tunnustati muuseumi kui rahvusliku käsitöö hoidja ja tõlgendaja algatust otsida koostööd ka tavaliste harrastajatega:

Tore, kui selline suur asutus... kuulus... üle Eesti korraldab mingi sellise konkursi, et... aga noh ma ütlen ... ilmselt kui ka keegi teine oleks korraldanud, ma nagu ikka ilmselt (ei oleks) osa võtnud. (N 1, 35–49)

Sama asi muidugi selle ERMiga ka, et /.../ kui sa ennast nagu suudad siduda selle... selle kaubamärgiga niiöelda, et siis noh kasvõi mujal saad nagu ikkagi... väikest usalduskrediiti juurde niiöelda. (N 4, 21–34)

Enamik konkursil osalejaid oli juba varem ERMi kogudega tuttav, veebiandmebaasides ringivaatamine ja oma lemmikute leidmine oli neile juba tuttavaks tegevuseks. Eelkõige mainiti osalema motiveerijana tunnustust oma töödele – võistlusel osalemine ja näitusele pääsemine võis tuua tähelepanu ning tehtud ese võis jõuda ERMi kogudesse:

Noh, auhinnaile või niimoodi nagu ei mõtle või rahale või. No see on üldse ju niimoodi, et noh, esimene koht saab selle raha eks. Osalevad seal võib-olla 50 või 100 inimest. Et nagunii kõik ju seda ei saa /.../. Kui sa oled ka kümne esimese seas, et siis on ikkagi see näitus ka nagu väga oluline. /.../ Aga kui ma olen lihtsalt üks käsitööline, ega mu asju ei võeta ju eriti kuskile näitusele, eks? (N 1, 35–49)

Konkursil osalemisel auhinnad või raha ei olnud osalejatele motivaatoriks, kuigi konkursi peaauhinnaks olnud 65 euro suurust kinkekaarti, millega sai katta ERMi kogude kopeerimise tasud, peeti soliidseks. ERMi nimi lisas konkursile küll mõnevõrra prestiiži, kuid olulisemad olid siiski teised ERMiga seonduvad aspektid – ERMi külluslikud kogud, võimalus pääseda oma tööga konkursi lõpunäitusele ERMi, senine ERMiga seotud isiklik kogemus ja kompetentne žürii. Valmistatud töid hindas aprillis ja mais žürii koosseisus: Reet Piiri (ERM), Age Raudsepp (ERM), Kersti Habakukk (käsitööfoorum Isetegija.net), Kristi Jõeste (TÜ Viljandi Kultuuriakadeemia), Liina Tomasberg (Eesti Rahvakunsti ja Käsitöö Liit). Võitjad kuulutati välja 28. mail toimunud rahvarõivapäeval. Žürii poolt parimaks hinnatud

[5] Intervjuude autorid on märgitud numbritega, mille viited leiab kasutatud materjalide juurest. Intervjuutsitaatide juures on sulgudes toodud lugemist lihtsustavad autorite täpsustused.

tööd paistsid silma innovaativsuse, loomingulisuse ning tänapäevaste kasutusvõimalustega, lisaks tunnustati tehnilist teostust.⁶

Mõned osalejad hindasid kõrgelt kompetentse žürii olemasolu. Arvati, et kui võrd žürii koosneb käsitöömaailmas tuntud ja tunnustatud nimedest, siis aitab see hoida konkursi taset ning töö esitavad vaid heade ja väga heade käsitööoskustega inimesed. Leiti, et professionaalidest koosnev žürii lisab konkursile usaldusväärst: žüriiliikmete kompetentsus aitas välistada subjektiivsust ja tagas vähemalt teatud piirini objektiivsuse konkursitööde hindamisel. Teisalt võis aukartus žürii ees osalejate ringi ka kitsendada, kuna paljud käsitööharrastajad pidasid oma käsitööskuste taset ERMi konkursil osalemiseks ebapiisavaks.

Konkursitööde näitus (füüsiliselt ja veebipõhiselt saadetud töödest) oli avatud kuni 26. juunini 2011 ERMi näitusemajas ning žürii valis välja 4 tööd, mida soovitati esemena ERMi kogudesse võtta.⁷ Kõigi saadetud konkursitööde fotod ja tutvustused seoti Muuseumide Infosüsteemis originaalobjektide kirjetega, mis annavad ajaloolisele originaalile edaspidi lisaks ka kaasaegse lähenemise ja tõlgenduse.

Kultuuripärandi eksperdid ja võrgud

Avalikkusega, kitsamalt oma auditooriumiga dialoogi astudes seisab muuseum küsimuse ees, milline on selles dialoogis muuseumi positsioon. Intervjueritud nägid üsna üheselt muuseumi eesmärki eesti identiteedi hoidja ja vahendajana:

Nende [ERMi] eesmärk on algusest peale olnud koguda ja säilitada eesti rahvakunsti, rahvakäsitööd, Eestiga seotud esemeid, eesti lugusid. Ühesõnaga säilitada eesti identiteeti peegeldavaid lugusid, teadmisi ja esemeid ja neid siis kättesaadavaks teha, kõigile. (N 3, 35–49)

Traditsiooniliselt on muuseum autoriteet ja uurija ning suhtleb selles võtmes ka avalikkusega, jäädes elitaarseks ja laiemale auditooriumile raskesti mõistetavaks. Muuseumi nähakse ekspertidena ning sarnases positsioonis tõlgendab neid ka käsitöötajate kogukond. ERMi nähakse rahvakultuuri eksperdina, mis säilitab, kogub ja teab ning on autoriteetne tõlgendaja, mida vastandatakse väiksemate väljapanekutega mujal:

Neid külanäituseid ja kõike on, noh igast on, vahvad iseenesest ja kõik on väga kihvt, onju. Aga võib-olla see ERMi, see teadmise kvaliteet on nagu mingi teine kvaliteet ikkagi, ma usun. (N 5, 21–34)

[6] Autentse eseme taasloomise kategoorias oli võitjaks Andres Kunnus tööga „Räimeküpsetusrest“, 2. koht Virge Inno „Tõstamaa sõrmkindad“, 3. koht Kadri Vissel „Vaip Vastseliina kihelkonnast“ ja eripremia Aivi Miilits „Raamat“. Autentsest esemest inspireeritud uue eseme loomise kategoorias kuulutati võitjaks Airi Gailiti töö „Seentega värvitud triibukangad“, 2. koht Virge Inno „Sokid“, 3. koht Elge Aas „Vilditud müts“ ja eripremia naha kasutamise eest Egge Edussaar „Handi kott“ ja eripremia idee eest Marvi Volmer „Ehted“.

[7] Uue eseme loomise kategooria 3 esikohatööd (Airi Gailit „Seentega värvitud triibukangad“, Virge Inno „Sokid“, Elge Aas „Vilditud müts“) ning autentse eseme taasloomise kategooria võidutöö (Andres Kunnus „Räimeküpsetusrest“).



Foto 2. Autentse eseme taasloomise kategooria võidutöö. Andres Kunnus „Räimeküpsetusrest“.

Foto: Konkurss „Minu lemmik“



Foto 3. Autentsest esemest inspireeritud uue eseme loomise kategooria 3. koht. Elge Aas „Yilditud müts“.

Foto: Konkurss „Minu lemmik“



Foto 4. Autentse eseme taasloomise kategooria eripremia. Aivi Miilits „Raamat“.

Foto: Konkurss „Minu lemmik“



Foto 5. Autentsest esemest inspireeritud uue eseme loomise kategooria võidutöö. Airi Gailit „Seentega värvitud triibukangad“.

Foto: Konkurss „Minu lemmik“

Muuseumi iseenesestmõistetav autoriteet ja eksperdipositsioon tekitab aga küsimusi. Esiteks teeb muuseum kogudes ja eksponaate ning uuritavaid teemasid valides valikuid. Võib küsida, kuid võrd põhjendatud need valikud on ning miks eelistatakse üht teisele ehk mis on väärtustamise alus (Runnel, Pruulmann-Vengerfeldt 2010: 124). Kuidas suhtuda sellesse, mis jääb kogumispoliitika eesmärkidest väljapoole või kui õigustatud on valikud kogumispoliitika sees? Teisisõnu: alati tuleks esitada küsimusi ka muuseumi tegevuse ja valikute objektiivsusest, rääkimata muuseumi ressursilisest võimekusest oma käsutuses olevat informatsiooni läbi töötada.

Muuseum on traditsiooniliselt kontrollinud pärandi tähendust ja väärtust ning identiteedi ja mineviku küsimusi (Heijnen 2010: 13). Muuseumi positsioon on olemuselt hinnanguline, väljendades ja kirjeldades mitte võimalikke tõlgendusi ning erinevaid arvamusi, vaid mingit väljakujunenud seisukohta. See tähendab, et dialoogile suletud või seda väga tugevalt kontrolliv muuseum on iseennast ja enda tähendusrikkust piirav.

Pierre Nora (Nora 1984–1992, viidatud van Mench 2003: 8 kaudu) lisab museoloogia koolkondade klassifikatsiooni mõiste mälu paik (*lieux de mémoire*) tähistades nii „kollektiivse mälu ankrupaiku“. Nendeks ankrupaikadeks võivad olla kõik paigad ja objektid (ja mõisted), mis toimivad mälu protsesside käivituse mehhanismina ning on osaks institutsionaliseeritud kultuuripärandist, kuid ei ole musealiseeritud. Selline võrgustik on ühiskonna igal inimgrupil ning need võrgustikud on alternatiiv traditsioonilisele museoloogiale, kinnitades professionaalide üsna juhuslikke valikuid (van Mench 2003). Veelgi enam: kultuuripärandi säilitamise ja kasutamise eest hoolitsevad muuseumide kõrval mitmed teised sarnaseid funktsioone ja eesmarke kandvad asutused, mis lähtudes muuseumiga sarnastest väärtushinnangutest (kaitse, avalik juurdepääs ja sotsiaalne eesmärk) moodustavad kultuuripärandi võrgu (Gee 1995, viidatud van Mench 2003: 10–12 kaudu).

Osana sellest võrgust võib käsitleda ka erinevaid kultuuripärandit kandvaid kogukondi. Antud artikli kontekstis on hea näide käsitööharrastajate virtuaalne kogukond Isetegijad, mis tegutseb väga laiaulatuslikult ja annab virtuaalmaailmas oma panuse nii kultuuripärandi kui ka sellega seotud informatsiooni ja teadmiste säilitamiseks ja hoidmiseks. Kultuuripärandi võrgu teooria kontekstis saab nii Isetegija foorumit kui ka ükskõik millist aktiivselt tegutsevat käsitööharrastaja-



Foto 6. Autentse eseme taasloomise kategooria 3. koht. Kadri Vissel „Vaip Vastseliina kihelkonnast“.



Foto 7. Autentsest esemest inspireeritud uue eseme loomise kategooria eripreemia naha kasutamise eest. Egge Edussaar „Handi kott“.

Foto: Konkurss „Minu lemmik“

test külaseltsi vaadelda kui võrdväärset partnerit ERMile, ent teisalt ka kui ühe ja sama kultuuripärandikanga lahutamatu osa. Ka konkursil osalejad ise näevad oma tegevust lahutamatu osana kultuuripärandist ning rahvakultuuri- ja käsitöö propageerijatena, mis peaks oma koha leidma ka ERMi kogudes:

Aga samas ma ei tea, kas praegusel hetkel ostetakse, näiteks nagu Kunstimuuseum ostab kunstnikelt maale, et peaks võib-olla ostma ka nagu tänapäevaseid asju [ERM]. Näiteks kasvõi seesama võistlus, et ma tegin selle sõba selle vaiba järgi, et näiteks nad võiksid osta mult ära selle sõba ja näidata seda edaspidi, et näed, et vot sellel aastal üks inimene tegi sellise asja. (N 1, 35–49)

On selge, et muuseum suudab säilitada, kirjeldada ja esitada vaid väikest osa ümbritsevast maailmast ja meie kultuuriruumist ning muuseumi kõrval on hulk teisi võimalusi kultuuripärandi säilimiseks ja edasi kandumiseks. Küsimus on alati valikutes, mida tehakse ja millises mahus säilitatakse. Ka intervjuueeritud käsitöötegijad esitasid arvamusi, et ehk peaks muuseum kaasaja käsitöö asemel koguma hoopis Hiinas valmistatud kaasaegset argirõivastust.

Muuseumi ja selle kogude olemasolu ning väärtust teadvustab kõige selgemalt ikkagi see, kes muuseumiga kokku puutub. Kuid tõenäoliselt on vale väita, et need inimesed, kes muuseumidega kokkupuudet ei oma, jäävad kultuuripärandist eemale. Mitmekesine ei ole mitte ainult kultuuripärand, vaid mitmekesised on ka selle säilimise, levimise ja mõtestamise viisid. Muuseumil on kultuuripärandi säilitamisel ja tutvustamisel täita oluline roll, kuid oma ülesandeid täites saab muuseum olla

edukam juhul, kui endale teadvustatakse ka teisi „mälupaiku“, tunnetades ennast kultuuripärandi võrgu osana ning nähes võimalusi koostöök. Sel moel on muuseumil kergem ennast ühiskonnas nähtavaks teha, avardada kommunikatsioonivälja ning hoida kultuuripärandit elavana.

Konkurss „Minu lemmik“ on üks näide ja võimalus, kuidas muuseum saab jagada oma eksperdipositsiooni ja kogude tõlgendusvõimalusi ühe kogukonnaga. Käsitöötajate kogukond on selleks tänuväärne sihtrühm, kes samas näeb muuseumi siiski kui tugevat eksperti ja professionaalset institutsiooni, mis inspireerib ka ennast olema võrdväärset tasemel:

No Isetegija [foorum] konkursi kohta võib öelda seda, et ta on... ta on selline, isetegijate konkurss, et sinna laekub väga seinast-seina töid. Et ta on selline, selline... noh hindamine käib nagu mitte ütlemine professionaalide poolt, vaid foorumi enda liikmete poolt või siis on foorumi liikmete hulgast valitud mingi komisjon või keegi seltskond valitud isikuid, kes siis hindavad. Et on vähem, professionaalne võib-olla. Niuke kodanikualgatuse vormis rohkem see asi. Aga ERMi konkursi pidasin mina professionaalide poolt korraldatud konkursiks. Nendele inspireeritud esemete ja seal oli üks autentse eseme koopia vaip, mille pilt tundus mulle ka väga professionaalselt tehtud. Et Isetegija konkursile võib-olla inimesed saavad lihtsamalt ja vabamalt oma töid. /.../ Aga no ERMi konkurss on, selles mõttes, et inimene mõtleb ilmselt enne järele, kas ta on võimeline sellist asja teostama, mis kõlbaks sinna konkursile esitada. (N 3, 35–49)

Muuseumis nähakse küll partnerit, kuid intervjuudes jäi kõlama käsitöötajate hoiak, mille järgi on muuseumil tõemonopol kvaliteedi, interpretatsiooni ja lähenemise suhtes, mida vastandatakse käsitööfoorumitele ja omaalgatusele. Sellele aitab kaasa ka käsitöötajate aupaklik suhtumine kogudesse: ollakse nõus originaalesemete rangete säilitamistingimustega ja nõustatakse, et need ei saagi olla kõigile vabalt kasutada:

Et ma tean, kui õrn on see mitusada aastat vana käis, et ta lihtsalt ei kannata aastas mitu korda välja tuua ja et vot nüüd tuleb üks joonistama ja siis varsti tuleb jälle teine ja... (N 5, 21–34)



Foto 8. Mareli Rannap „Karja sõba“, mis on inspireeritud Karja kihelkonnast pärit pindpõimelisest vankri- või saanitekist (ERM A 652:43), mille autor on Olga Janno.

Foto: Konkurss „Minu lemmik“



Foto 9. Tiina Toomet „Kausid“, mis on inspireeritud ERMi kogudes olevast kausist (ülal paremal, ERM A 644:64).

Foto: Konkurs „Minu lemmik“

Kuna ma nägin, mis seisukorras see kõik seal on, et hoiutingimused nagu väga hõisata midagi ei ole. Et... et see ei peaks olema niimoodi, et igaüks tänavalt kohe tuleb, astub sisse ja lähebki sinna riuli vahele. Aga et kui inimesel on nii palju huvi, et ta helistab ette ja läheb sinna kohale ja siis ta tõesti saab näha seda, mis teda huvitab, vot see võimalus on ju praegu olemas. (N 4, 21–34)

Samas eristatakse end tavakodanikest ja huvilistest ning teadmiste ja kogemuste najal peetakse ennast ekspertideks.

Osaluse võimalused ja eesmärgid

Eelnevad tõdemused viivad kultuurilise osaluse võimaluste analüüsini muuseumikommunikatsioonis. Osalus on muuseumile hea võimalus avada oma olemus, tegevus ja kogud külastajatele või kasutajatele, luua nendevahelist suhtlust ning koondada kindlatest teemadest huvituvaid inimesi.

Muuseumide igapäevast tegevuspraktikat analüüsivad Ameerika museoloog Nina Simon (2010) liigitab erinevad osaluse vormid muuseumis lähtudes sellest, kui palju sisulisi funktsioone muuseum osalejatega jagab. Muuseumi roll erinevates osaluse vormides on kord suurem, kord väiksem. Erinevalt harjumuspärasest demokraatlike protsesside osaluse kirjeldamise viisidest⁸ (Citizens... 2001; Interna-

[8] Osaluse erinevad hierarhilised mudelid on suhteliselt laialt ja erinevates eluvaldkondades kasutusel ning need on välja töötatud ennekõike demokraatia protsesside ja avaliku sektori institutsioonide tegevuse analüüsiks. Levinud osalusviiside hierarhia eristab osaluspraktikas avalikkuse mõju kasvu otsusprotsessis viiel tasandil: 1. Informeerimine: avalikkusele

tional... 2007) ei pea Simon muuseumi kontekstis põhjendatuks hierarhia kehtestamist ning leiab, et erinevad osalusviisid täiendavad üksteist ning sõltuvad muuseumi eesmärkidest ja võimalustest. Küll aga on võimalik eristada, kui sügavat osaluskogemust üks või teine muuseumi välja töötatud osalusvõimalus kaasalööjatele pakub. Simon (2010: 26) nimetab seda „minust meieni“ disainiks, selgitades külastajakogemuse arengut isiklikust inimestevaheliseks interaktsiooniks viieastmelise mudeli abil. Astmete aluseks on sisu, muutujateks aga külastajate ja sisu vahelise interaktsiooni viis ning moodus, kuidas sisu aitab neil teiste inimestega sotsiaalselt kontakteeruda (Simon 2010: 26–27). Esimene aste tagab külastajale ligipääsu otsitud sisule, teine annab võimaluse uurimiseks, tegutsemiseks ja küsimuste esitamiseks, kolmas lubab näha, kuhu konkreetse külastaja huvid ja tegevus institutsiooni laiema auditooriumi kontekstis sobituvad, neljas aitab külastajatel luua sidet konkreetsete inimeste, kas siis töötajate või teiste külastajatega. Alles viiendal astmel muutub kogu institutsioon sotsiaalseks ruumiks, mis on täis potentsiaalselt huvitavaid, väljakutseid esitavaid ja ahvatlevaid kohtumisi teiste inimestega. See tähendab ka, et praktikas on kultuuriinstitutsiooni muutmisel sotsiaalseks sõlmpunktiks vaja kaasa haarata üksikud inivididid ning toetada nende vahelisi sidemeid.

Konkursi „Minu lemmik ERMi kogudest“ puhul oli tegemist osalusaktiooniga, kus osalejatel oli juurdepääs muuseumi sisule, võimalus muuseumikogusid oma vaatenurgast tõlgendada ning muuseumitöötajatega suhelda. Samuti on osalejate tegevusel mõju muuseumitöötajatele (oma tegevuse ja nägemusega avatakse uusi perspektiive), muuseumikogudele (konkreetsetele esemetele, millele luuakse kaas-aegseid tähendusi ning mis saavad seotuks muuseumi originaalesemega).

Üks olulisi märksõnu osalusvõimaluste loomisel on disain, mis paneb paika kuidas osalusvõimalus toimib, soovitatavalt nii et see sobiks koostööle oodatava sihtgrupiga. Keskkond ja disain on olulised nii muuseumi füüsilises kui ka virtuaalses maailmas. Osalusvõimaluste loomise heaks näiteks füüsilises keskkonnas on näitusele „Tuhande sammuga...“ toimunud fotode kommenteerimisvõimalus (vt täpsemalt Runnel, Pruulmann-Vengerfeldt 2010: 125).⁹ Senisest laiemale auditooriumile osalusvõimaluste pakkumise heaks võimaluseks on muuseumi e-keskkond, mis on paindlik ja interaktsiooni soodustav (samal: 119). Ka konkursil osalejad kinnitavad, et muuseumiesemete digiteerimine ja nende avalikud andmebaasid on loonud ERMi kogudega tutvumiseks senisest palju paremad võimalused, paranenud on ligipääs ja võimalus teha eeltööd enne muuseumisse jõudmist:

Näiteks nagu see vaibakogu on nagu suurepärase, et seal on need pildid üleval ja sa kohe näed, mis sealt nagu üldse saada on. (N 1, 35–49)

on tagatud tasakaalustatud ja objektiivne teave toetamaks probleemide, alternatiivide, võimaluste ja/või lahenduste mõistmist; 2. Konsulteerimine: analüüside, alternatiivide ja/või otsuste kohta on kogutud avalikkuse tagasiside; 3. Kaastöö: protsessi vältel on suhtlus avalikkusega vahetu, et kindlustada avalikkuse huvide ja eesmärkide järjepidev mõistmine ja arvestamine; 4. Koostöö: avalikkusega ollakse partnerlussuhetes igas otsustamise aspektis, sh alternatiivide väljatöötamises ja sobivaima lahenduse kindlaks tegemisel; 5. Võimustamine: lõpliku otsuse tegemise õigus on avalikkuse käes.

[9] ERMi fotokogu tutvustaval näitusel oli külastajal võimalik fotode juurde oma kommentaare jätta, selleks olid saalis käepärast pliiatsid ja märkmepaber. Osalema motiveeris ka auhind – koopia kõige enam meeldinud fotost.

Et inimene, kes kasutab MuISi, et ta saaks esemest sellise ülevaate, et kas sellest talle piisab, et kas ta tahab seda eset näha või ei taha. Et ta saaks eeltöö ära teha seal, kus talle sobib. Kui tal on vaja tõesti minna seda eset vaatama, siis ta ei raiska ei muuseumitöötaja ega enda aega selleks, et muuseumis alles mõtlema hakata, mida ma nüüd õieti tahan ja tellida välja sealt noh, kümneid esemeid. (N 3, 35–49)

E-keskkond ongi osalusvõimaluste pakkumisel järjest strateegilisemas rollis. Runnel ja Pruulmann-Vengerfeldt (2010: 119–120) rõhutavad e-keskkonna peamise potentsiaalina lisaks rõhutavad e-keskkonna peamise potentsiaalina sisuga tutvumise kõrval ka kasutaja võimalust luua ise sisu, mis võib täiendada ja rikastada nii olemasolevaid kogusid kui ka lisada digitaalselt sündinud kollektioonidesse uut sisu, aidates niiviisi kaasa muuseumi ja auditooriumide ühise, erinevaid osalejaid võrdselt hõlmava kommunikatsioonivälja loomisele. Konkurss „Minu lemmik“ on selle heaks näiteks, kuna osalejad olid valmis jagama oma teadmisi ja kogemusi muuseumiga. Paljud intervjuueritud käsitöötajad jagasid oma mõtteid ja kogemusi, kuidas digitaalsetes andmebaasides paremini esemeid eksponeerida, pakkusid end muuseumile appi digiteerima või andmebaase täiendama:

Kui sa tahad õppida mingit tehnikat, siis vasak külg on väga informatiivne. Igasugusel tekstiilesemel ja kasvõli... puu – puidust esemete puhul ka samamoodi, sa tahad selle tabureti tagurpidi keerata. Või selle kapi ukсед avada ja vaadata, mis, mis seal sees on. /.../ Mul ei ole midagi neile anda, mul ei ole ühtegi vana asja selles mõttes, mida muuseumile annetada, mis võiks teistelegi huvi pakkuda. Aga... aga jah, kui osaleda konkurssidel ja võib-olla kui midagi sealt inspireerudes või grupeerides mõnda nende eset kasvõli oma tarbeks, aga sellest siis, neile mingi info saata, mis võib-olla kõlbab nende kogude täienduseks. /.../ Ja ja noh see, et nende digiandmebaaside kasutamist testida oleks kindlasti väga hea. (N 3, 35–49)

Minu arust jumalast lahe, et kui mina näiteks olen mingi asja seal juba üles joonistanud, et siis ma võiksin ju selle näiteks kuidagi netti üles laadida, ja noh ERMi [veebi]leheküljel kuskil oleks selline variant, et ma laadin need sinna, nad pannakse noh nagu inimesed teevad tasuta... nagu tööd. Kui tal on muster kodus olemas, siis miks ta ei võiks selle netti üles panna... Ja ERM näiteks vaataks selle üle, kinnitaks ära – jah, see ikka vastab sellele eksi, ja võiks sinna juurde panna, et siis ei oleks nende töötajatel nagu nii palju tööd. Muidugi võiks niimoodi olla. Mida rohkem on just internetis, et sa saad otsida igasugu mustreid ja asju, minu arust seda parem. /.../ Noh internetis ta võib ju siis olla, kui see on korralik ja ta võib olla ka tasuline, et sa maksad mingi väikse summa ja saad seda kasutada. (N 1, 21–34)

Toimiva e-keskkonna loomisel on oluline mõista kasutajat just võimalike osalusviiside kaudu. Simon (2010: 8) väidab, et sageli keskendutakse vaid ühe osalusviisi pakkumisele: kasutajale pakutakse sisu loomise võimalust. *Forrester Research* (2011) eristab e-keskkonnas, kitsamalt just sotsiaalmeedias, panustamise viise aga koguni seitse, loetledes vastavalt ka seitse kasutajatüüpi.¹⁰ *Forrester Researchi* andmetele tu-

[10] 1. Loojad laevad üles omatehtud videoid, muusikat jms, blogivad, peavad kodulehte, kirjutavad artikleid ja jutte; 2. Head vestlejad uuendavad oma staatust sotsiaalmeedia keskkonnas vähemalt kord nädalas; 3. Kriitikud kirjutavad toodete ja teenuste arvustusi ja ülevaateid, panustavad foorumites, toimetavad *wiki*'sid; 4. Kogujad kasutavad RSSi, hääletavad veebilehekülgedel, lisavad silte veebilehekülgedele või fotodele; 5. Ühinejad loovad endale kasutajakonto sotsiaalmeedia keskkondades ja kasutavad neid; 6. Vaatlejad loevad blogisid, vaatavad YouTube'i videoid ning külastavad sotsiaalmeedia keskkondi, loevad foorumeid

ginedes saab väita, et üks inimene esindab tavaliselt mitut kasutajatüüpi ning *loojad* moodustavad sotsiaalmeedia kasutajatest vaid väikese osa. Märksa suurem on teist tüüpi (head vestlejad) kasutajate panus.

Tüpoloogia on üle kantav ka muuseumipraktikasse. Simon tõdeb tüpoloogiat kommenteerides, et *loojaid* on vähe ka muuseumiküllastajate seas ning nii internetis kui ka füüsilises keskkonnas osalusvõimalust luues peab sellega arvestama (2010: 9). Paljudest inimestest ei saa kunagi loojaid ning nad eelistavad osaleda teistel viisidel – kritiseerides, sisu organiseerides, kommenteerides, hinnates jne (Simon 2010: 9). Osalemisaktiooni kavandades tasub seega alati mõelda, kuidas osalemine inimestele võimalikuks teha. Vaid *loojatele* keskendumine kahandab juba eos oluliselt võimalike osalejate ringi. Seega ei saa osalemine aega ja süvenemist nõudval konkursil „Minu lemmik“ kunagi olla sama arvukas kui näiteks tegevus, mis eeldab küllastajal internetis vaid „meeldib“-„ei meeldi“ kategooriate vahel valimist.

E-keskkond on muuseumile võimalus, mille edukas kasutamine nõuab selle toimimisviiside ja potentsiaalse auditooriumi väga head tundmist ning mida praktikas niisama lihtne rakendada ei olegi. Artikli kontekstis on oluline Runneli ja Pruulmann-Vengerfeldti (2010: 123) arutelu internetikeskkonna kasutuspraktika ja võimalike barjääride teemal. Autorid märgivad, et inimeste osaluspraktikad e-keskkonnas on suunatud igapäevaelule ning kuna muuseumid on harva osa inimeste igapäevasest elust, jäävad muuseumide loodud e-keskkonnad tavaliselt väljapoole tavaliste internetikasutajate liikumisteid. E-keskkonnas muutub oluliseks muuseumide oskus muuta inimesed kultuuripärandiga seotuks kogumisvõimaluste, tõlgendamise ja kultuuripärandi taaskasutamise võimaluste pakkumise kaudu (Runnel, Pruulmann-Vengerfeldt 2010: 123). Kaasalööjate julgust oma arvamuse väljendamisel kahandab kindlasti ka see, et muuseumi tajutakse professionaalse eksperdina. Teiselt poolt võivad barjäärriks kujuneda muuseumitöötajad ise, kuna muuseumides arutletakse jätkuvalt selle üle, ega kogude digiteerimise ning tegevuste e-keskkonda üle kandmisega reaalne muuseumikogemus äkki tahaplaanile ei jää. Käsitööharrastajate intervjuudes selline murettekitav tendents kinnitust ei leia – pigem on näha, et intervjuueeritute kogude kasutamise harjumused ja nendega seotud arvamused seisavad sellistele arengutele vastu:

Ma arvan, et nad [füüsilised kogud] ei peaks olema nii, et umbes, lähed ja võtad riulist või kastist, mida sa tahad ja teed seda, nii nagu sa tahad. Et tuleks avada neid nii palju või nii vähe, et esemed säiliks, aga siiski huvilistel oleks võimalik neid noh... teatud tingimustel ka näha. Et ma arvan seda et, ainult sellest MuISist, et kui see on digitaliseeritud muuseum ja keegi enam nendele originaalidele ligi ei pääsegi, et... noh sellest jääb võib-olla natuke väheks. /.../ Kasvõi sellesama rahvarõivaste käsetikandite puhul, et mis materjaliga nad tikitud on. Foto ei ütle seda, kas ta on tehtud siidi, linase, villase niidiga see tikand. (N 3, 35–49)

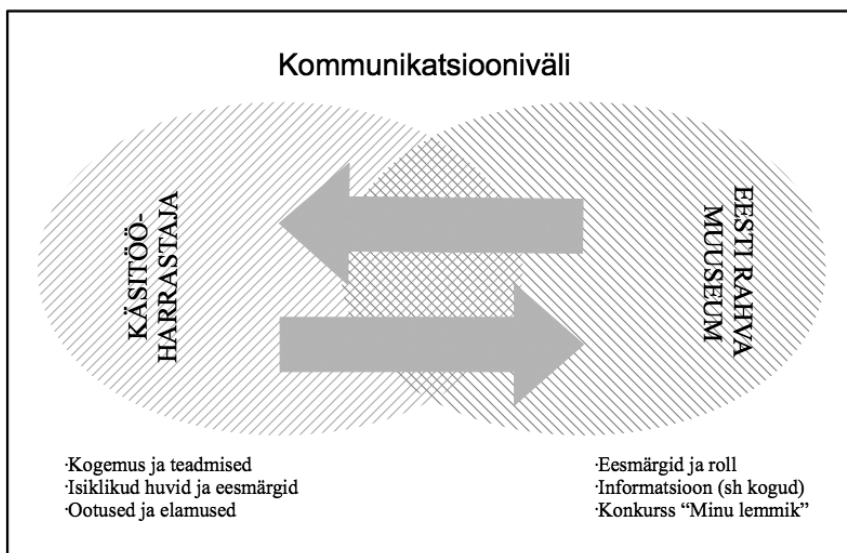
Internet ja uus meedia annavad muuseumile võimaluse auditooriumi laiendamiseks ning uut liiki osalusviiside rakendamiseks, kuid endiselt on olulisel kohal muuseumi füüsiline keskkond, selle erinevad võimalused ning paindlik, leidlik,

ning teiste kommentaare ja arvustusi; 7. Passiivsed ei külasta sotsiaalmeedia keskkondi ega kasuta neid ühelgi viisil.

läbimõeldud ja eesmärgistatud kasutamine. Muuseumikogemus kujuneb nii füüsilises kui ka virtuaalses keskkonnas, mis ennekõike täiendavad teineteist ning vajavad oma potentsiaali parimaks võimalikuks avaldumiseks auditooriumi vajadusi tunnetavat oskuslikku ja loomingulist kujundajat.

Osalusaktioon kui kommunikatsiooniväli

Järgnevalt analüüsime, milline oli kommunikatsioon käsitöötegijate ja ERMi vahel ning milliseid võimalusi konkursi vormis toimunud koostöö pakkus. Konkurss „Minu lemmik“ aitas kirjeldada, kuidas kujuneb ERMi ja käsitööharrastajate ühine kommunikatsiooniväli (vt joonis 1) ja vastastikune interaktsioon sellel. Kommunikatsiooniväli tervikuna paikneb laiemas ühiskondlikus ja kultuurilises kontekstis, mis mõjutab nii muuseumi kui ka käsitööharrastajate infovälju ja -vooge. Käsitööharrastaja kogemused, teadmised, huvid, eesmärgid ja ootused kujunevad vastasmõjus ERMi eesmärkide, rollide ja informatsiooniga (sh kogud). Antud artikli raames kitsendab fookust konkursi „Minu lemmik“ kontekst kui ERMilt käsitööharrastajale suunatud kommunikatsiooniakt.



Joonis 1. Kommunikatsioonivälja mudel

Olulisimad infokandjad kommunikatsiooniväljal on kogud, digitaalsed andmebaasid, ERMi töötajad, trükised ja näitused (sh muuseumi püsiekspositsioon). Kogud kannavad endas informatsiooni kultuuripärandi kohta, digitaalsed andmebaasid vahendavad kogusid ning trükised, näitused ja ERMi töötajad nii vahendavad kogusid kui ka pakuvad uurimistööl põhinevaid kultuuripärandi tõlgendusi.

Intervjuud käsitööharrastajatega kinnitasid, et nende jaoks on ERMi tuumaks kogud, side muuseumi ülejäänud tegevustega jääb teisejärguliseks.

No ma arvan et nad [kogud] on ikka kõigile inimestele vajalikud. Sest seal on nii suur tükk Eesti ajalugu. Ja nii imelisi esemeid... See on nagu meie kõigi ühine vajadus. Et see ei ole ainult käsitööinimeste vajadus või ajaloolaste vajadus. /.../ Uurimine ja publitseerimine ja näituste korraldamine... et on väga-väga meeldiv et... et lihtsalt huvilistele ja käsitööinimestele neid näidatakse. Et selline lihtnimene, kes ei lähe sinna mingit teadustööd tegema, lastakse ligi ja ma saan minna ja ise vaadata, see on, see on nagu väga-väga positiivne. (N 4, 21–34)

Käsitõöharrastajad lähtuvad muuseumiga suhtlemisel isiklikust käsitõöhuvist ning selle tõsiasjaga peab muuseum kommunikatsioonis kindlasti arvestama. Konkursil osalenud käsitõöharrastajad ei olnud ERMis juhuslikud külalised – nad on ERMi kogudest väga huvitatud. Neid huvitab kogude kättesaadavus ja kasutamismugavus, nad on tuttavad erinevate võimalustega, kuidas leida museaalide kohta informatsiooni (näiteks ERMi trükistest ja muuseumi veebikeskkondadest). ERMi esemete digitaalsete andmebaaside kohta osati välja tuua puudusi ja baase omavahel võrrelda.

E-keskkonnal põhineva Isetegija foorumi postituste analüüs kinnitas, et muuseumi käsitõökongressil osalejad olid valmis oma teadmisi ka jagama – vähem teadlikele käsitõöhuvilistele anti foorumis viiteid, soovitati ERMi trükiseid ja suunati ERMi spetsialistide poole. See näitab, et käsitõöharrastajates on arvestatav potentsiaal ERMi info vahendajatena ning nende kaudu on muuseumil võimalik oma kommunikatsioonivälja avardada, st jõuda laiema ringini ning mitte ainult virtuaalses maailmas, vaid ka füüsiliselt erinevates Eestimaa piirkondades:

Noh mina mõtlesin /.../ et teinekord on ju /.../ nende konkursside kaudu /.../ saadud endale kaastöölisi. Noh selles mõttes, et me oleme küll väike riik, aga nii või teisiti ega igale poole ju ikkagi ju ei jõua, aga kui on sul kohapeal inimene, siis mingi informatsioon ju liigub nende kaastöölistega või inimeste kaudu ikka edasi. (N 2, 21–34)

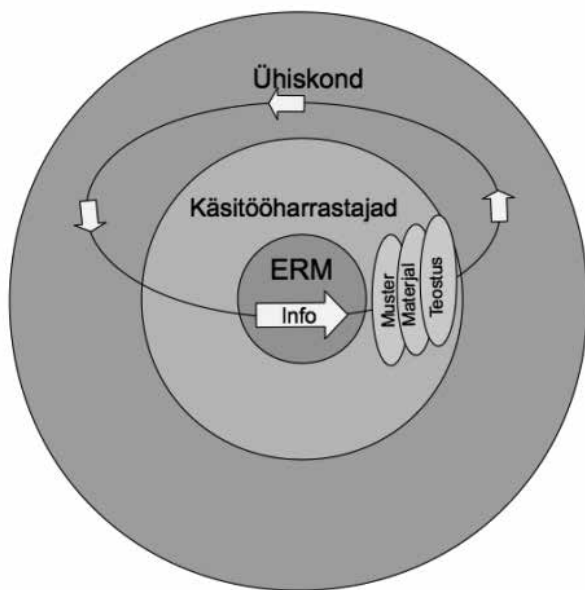
Intervjueeritud kinnitavad, et käsitõöharrastajatel on olemas valmisolek ka teadlikuks ja eesmärgistatud koostööks muuseumiga. Nad on sellest huvitatud ning peavad seda vajalikuks. Pakuti välja mitmeid koostööviise alates sarnastel konkursidel nagu „Minu lemmik“ osalemisest, muuseumile koopiote või muustrilehtede ja jooniste valmistamisest kuni digitaalsete andmebaaside sisu loomisel osalemise ja kasutajamugavuse testimiseni.

Käsitõöharrastajad nägid koostöövõimaluste otsimisel aktiivset rolli siiski ERMil ning mõnsid, et viljakas koostöö sünnib mõlema poole huve ja eesmärgi arvestades. See on muuseumikommunikatsiooni kavandades oluline aspekt. Võib oletada, et mida konkreetsem on sihtrühm ning mida suuremat panust oodatakse, seda enam peab osalusvõimalus sihtrühma intrigeerima ja olema just talle huvipakkuv. Mõlema poole eesmärk ja kasu koostööst peab olema nähtav.

Kultuurilise osalusvõimaluse pakkumine ei peaks ometi muutuma muuseumile eesmärgiks omaette. Vältida tuleb muuseumi seisukohalt eesmärgistamata koostööd – ei ole mõtet koguda osalusprojektide tulemusi, mis muuseumi kogusid kuidagi ei rikasta ning mis jäävad kommunikatsiooniväljal mõtestamata „müraks“. Pigem peab eesmärk olema muuseumi ja ühiskonna teabevälja rikastav mõtestatud informatsioon, mis on muudetud mõlemale poolele kättesaadavateks teadmisteks ja kogemusteks. Konkursil osalenud käsitõöharrastajate muuseumiesemete tõlgen-

damisstrateegiate analüüs näitas, et käsitööharrastajad võivad muuseumile olla väärtuslikuks meediumiks ning muuseumiinfo „tõlkijaks“ tänapäeva keelde, tehes seda viisil, mida muuseumil on raskem saavutada (vt joonis 2). On ju käsitöötegijate ja muuseumi suurem eesmärk üks ja sama: rahvakultuurist teadlikkuse tõstmine ja selle elavana hoidmine:

Aga ERMi sellelaadsed konkursid võimaldavad kindlasti neid käsitöötehnikaid elus hoida ja laiemalt nagu populariseerida. /.../ Sellepärast, et kindlasti, et traditsioonilised käsitöötehnikad on vahepeal täiesti ära kadunud ja inimesed ei anna neid enam põlvest-põlve edasi. See traditsioon on peresiseselt ja koolides õpetatus ka katkenud. Aga ERMi sellelaadsed konkursid võimaldavad kindlasti neid käsitöötehnikaid elus hoida ja laiemalt nagu populariseerida. /.../ Vähe on inimesi, kes on võimelised võib-olla autentset eset kopeerima just selle tehnilise külje pealt. (N 3, 35–49)



Joonis 2. Pärandkultuuri kommunikatsioon interpreteerimisprotsessi kaudu

Muuseumist liigub pärandkultuuriinfo käsitööharrastajani, kelle tõlgenduste kaudu jõuab see ühiskonda, kandes edasi nii algset kui ka tõlgendusprotsessi käigus lisatud informatsiooni. Kommunikatsiooniprotsessi käigus rikastatud informatsioon jõuab ühiskonnast omakorda tagasi muuseumi ning uus ring võib alata. Siinjuures on oluline, et kui muuseumi pärandkultuuri tõlgendamise strateegiad tuginevad teadustööle ja teadmisele, siis käsitööharrastajad lähenevad samale ülesandele loomingulisemalt ning tõlgendavad ja mõtestavad pärandvara viisidel, mida muuseum igapäevapraktikas ei rakenda. Muuseumi ja käsitööharrastajate tõlgendusstrateegiad täiendavad teineteist. Seepärast on muuseumikommunikatsiooni seisukohalt oluline jõuda hästitoimiva koostööni käsitööharrastajatega ning teha see koostöö ühiskonnas nähtavaks.

Tõlgendamine on käsitööharrastajate jaoks kommunikatsiooniprotsess, mille käigus nad avavad ja taasloovad oma loominguga kaudu pärandvara tähendusi, väärtusi ja suhteid, tuues need tänapäevasesse konteksti ja tehes mõistetavaks kaas-aegsele auditooriumile. Käsitööharrastajate interpreteerimisstrateegiatel on kolm olulist mõõdet: muster, materjal ja tehniline teostus. Kõik kolm on allutatud ideele ja eesmärgile, mida soovitakse saavutada ja annavad võimaluse luua uusi tähendusi ning jutustada lugu just sellele hetkele sobival ja ainuomasel viisil. Variatsioonid dimensioonide sees ja nende omavahelised kombinatsioonid on lõpmatud. Kindad ei ole lihtsalt kindad, vaid räägivad oma mustri, materjali ja teostuse kaudu lugu, millesse põimuvad looja kogemus, tähendused ja väärtused. Käsitööharrastajate looming ei räägi auditooriumiga mitte ainult visuaalses, vaid ka igapäevapraktika-tee keeles, leides lisaks esteetilisele väärtusele reaalselt kasutust igapäevaelus.

Kokkuvõte

Muuseumide igapäevane tegevus on üha enam seotud külastajate ja erinevate kogukondade kaasamisega kultuuripärandi tõlgendamisse ja loomisse. Muuseumikommunikatsiooni ülesandeks on saanud avaliku diskussiooniruumi loomine, mille edukas toimimine eeldab potentsiaalse auditooriumi ja osalejate head tundmist ja nende ootustega arvestamist. Analüüsidest panustavaid osaluspraktikaid, näeme, et need on tihti seotud inimeste igapäevaeluga. Samas ei ole kultuuripärandi tõlgendamine just tihti inimeste argielu osaks. Seega on eriti oluline muuseumi koostöö selliste kogukondadega, kelle jaoks on kultuuripärand otseselt osaks igapäevaelust ja argistest tegemistest.

Artiklis analüüsisime ERMis toimunud käsitööharrastajate kogukonnale suunatud konkursi „Minu lemmik Eesti Rahva Muuseumi kogudest“ osalejatega tehtud intervjuude põhjal, millised on kogukonna ootused ja seisukohad muuseumide suhtes ning kuidas tajutakse oma rolli kultuuripärandi vahendajatena. Konkurs „Minu lemmik“ on üks näide, mille põhjal analüüsida muuseumide rolli kultuuripärandi eksperdina ja kogude tõlgendusvõimaluste jagamise võimalikkusest avalikkusega.

Käsitööharrastajate kogukond ja ERM on konkursi „Minu lemmik ERMi kogudest“ näitel tihedalt seotud. Käsitöötægijad on ERMile otseseks sihtrühmaks ja kogude tihedaks kasutajaks. Konkursil osalejatel on keskmisest kõrgem teadlikkus ERMi tegevusest ja eelkõige kogudest. Koostöö arendamisel peab ühelt poolt arvestama motivaatoritega, mis kutsuvad inimesi muuseumi tegevuses osalema ning teiselt poolt sellega, milline on koostööd mõjutav kommunikatsiooniväli, millest see koosneb ning mis seda mõjutab.

Oluline motivaator iga osalusaktiooni puhul on selle kava, mis loob platvormi, kust algab osalejate valmisolek oma teadmisi ja kogemusi muuseumiga jagada. Kui lähtuda osalusteooriatest, oli artiklis vaadeldud konkurs suunatud *loojatele*, kes võtsid ette aja- ja töömahuka ülesande valmistada koopia ERMi kogudes olevast esemest või sellest esemest inspireeritud uus ese. Kui analüüsida, mis motiveeris inimesi konkursil osalema, olid selleks eelkõige isiklikud huvid – oskuste proovilepanek, oma töödele näituse vormis tähelepanu saamine või lootus, et valmistatud

ese jõuab ERMi kogudesse. Samuti on oluliseks motivaatoriks ERMi maine kultuuripärandi autoriteedina, mistõttu peetakse koostööd muuseumiga oluliseks ja auasjaks.

Traditsiooniliselt võetakse muuseumi kultuuripärandi tõlgendamise ekspertidena, mida kinnitasid ka intervjueritud käsitööharrastajad. Muuseumis nähakse küll partnerit, samas on muuseumil otsekui tõemonopol valmistatud esemete kvaliteedi ja lähenemisviiside üle vana eseme uudsele tõlgendamisele. Muuseumi vaa-teviisi vastandatakse käsitööfoorumitele ja omaalgatusele.

Samas näevad käsitööharrastajad end kultuuripärandi vahendamisel olulise meediumina, kelle kaudu pärandvara narratiivid edasi kanduvad. Nad on kultuuripärandi loojad ning rahvakultuuri ja käsitöö propageerijad. Kui muuseumi kultuuripärandi interpreteerimisstrateegiad tuginevad teadustööle ja teadmisele, siis käsitööharrastajad lähenevad samale ülesandele loomingulisemalt ning tõlgendavad ja mõtestavad pärandvara viisidel, mida muuseum igapäevapraktikas ei rakenda.

Lisaks konkursil kaasa löömisele olid paljud osalejad valmis ka edasiseks mahukamaks teadlikuks ja eesmärgistatud koostööks. Käsitööharrastajad kinnitasid, et nende jaoks on ERMi tuumaks kogud (füüsilised esemed või objektid digitaalses andmebaasides), mida nad pidevalt avastavad ja tundma õpivad. Teadmised ERMi toimimise loogikast ja kogudest annavad neile potentsiaali olla ERMi info, sh ka spetsiifiliste kogudealase teabe vahendajad, mis annab muuseumile võimaluse oma kommunikatsioonivälja avardada ja laiema inimeste ringini jõuda.

Seega täiendavad mõlema poole interpreteerimisstrateegiad teineteist ning muuseumile on käsitöötægijad heaks partneriks, kes aitavad nähtavaks teha muuseumile olulisi väärtusi ning mõtestada kultuuripärandi olemust ja võimalusi universaalses visuaalses keeles ning igapäevapraktikates, aidates pärandil n-ö uuesti ringlusse jõuda. Ühelgi muuseumil ei ole mõtet oma kogudel põhinevat tähendusrikkust piirata, vaid pigem ikka usaldada ja seda jagada.

Allikad

Intervjuu nr 1 – naine, 35–49 a

Intervjuu nr 2 – naine, 21–34 a

Intervjuu nr 3 – naine, 35–49 a

Intervjuu nr 4 – naine, 21–34 a

Intervjuu nr 5 – naine, 21–34 a

Kirjandus

Citizens as Partners 2001. *OECD Handbook on Information, Consultation and Public Participation in Policy-Making*. Drafted by Marc Gramberger. Paris: OECD.

DiMaggio, Paul 1985. When the Profit is Quality: Cultural Institutions in the Marketplace. – *Museum News* 63 (5): 28–35.

- Falk, John H. 2009. *Identity and the Museum Visitor Experience*. Walnut Creek, California: Left Coast Press.
- Forrester Research 2011. – http://www.forrester.com/empowered/tool_consumer.html, viimati külastatud 12.1.2013.
- Gee, Kathy 1995. Wonder web. – *Museums Journal* 95 (3).
- Heijnen, Wilke 2010. The New Professional: Underdog or Expert? New Museology in the 21th Century. – *Sociomuseology III – Caderons Sociomuseologia*. Vol. 37: 13–24.
- International Association for Public Participation 2007. IAP2 Spectrum of Public Participation. – http://www.iap2.org/associations/4748/files/IAP2%20Spectrum_vertical.PDF, viimati külastatud 12.1.2013.
- Lepik, Krista; Pille Pruulmann-Vengerfeldt 2013. Handicraft Hobbyists in an Ethnographic Museum – Negotiating Expertise and Participation. – Tomanic Trivundza, Ilija, N. Carpentier et al. *Past, Future and Change: Contemporary Analysis of Evolving Media Scapes*. Ljubljana: Zalozba FDV, 267–280.
- Nora, Pierre 1984–1992. *Les lieux de mémoire*. Pariis: Gallimard.
- Runnel, Pille; Pille Pruulmann-Vengerfeldt 2010. Muuseumikommunikatsioon ja kultuuriline osalus Eesti Rahva Muuseumis. – *Eesti Rahva Muuseumi aastaraamat* 53, 118–132.
- Simon, Nina 2010. *The Participatory Museum*. California: Museum 2.0.
- Teppor, Marke 2011. Kultuurilise osaluse võimalustest ERMi ja käsitööharrastajate näitel. Magistritöö. Tartu: Tartu Ülikool, Ajakirjanduse ja kommunikatsiooni instituut.
- van Mench, Peter 2003. Museoloogia ja juhtimisteooria – kas vaenlased või sõbrad? Teoreetilise museoloogia ja muuseumide juhtimise praegused suundumused Euroopas. – <http://www.kul.ee/index.php?path=0x790x1675>, viimati külastatud 12.1.2013.

Marke Teppor (MA 2011 – kommunikatsioonijuhtimine).

Agnes Aljas (MA 2006 – etnoloogia) on 2007. aastast Tartu Ülikooli ajakirjanduse ja kommunikatsiooni instituudi doktorant ja Eesti Rahva Muuseumi teadussekretär. Tema uurimishuvid on seotud Eesti mäluasutuste arengu ja käsitlemisega avalikkuses. Ta osaleb täitjana Eesti Teadusfondi grandis nr 8006 „Muuseumi kommunikatsiooni arendamine 21. sajandi infokeskkonnas“.

Summary: Mediators of Cultural Heritage: Co-operation between Amateur Handicraftsmen and Museums

Marke Teppor, Agnes Aljas

Everyday activities of museums have more and more to do with inclusion of visitors and various communities into interpretation and creation of cultural heritage. Creating public space for discussion has become the task of museum communication, which stipulates good knowledge of potential audience and participants, and considering their expectations. Analysing interactive practices we see that they are often connected to daily life – whereas interpretation of cultural heritage does not necessarily belong there. Museum's willingness for co-operation is therefore very important for various communities, while cultural heritage is directly connected to regular day-to-day activities.

In this article we analyse expectations and opinions communities have towards museums and how they perceive their own role as mediators of cultural heritage. The article is based on the interviews with participants of the competition "My favourite from collections of the Estonian National Museum (ENM)" which was meant for amateur handicraftsmen.

Interactive action "My favourite" brought into play a group of heritage interpreters who are strongly connected to the ENM, who are interested in and aware of the ENM's work and have a desire to co-operate with it. Participatory theories state that a competition is directed to *creators*, and being just that, they undertook a task demanding great investment of time and work from their part – to make a duplicate of or an entirely new piece inspired by an item from the ENM's collections. When analysing participants' motivation the interviewers found that personal interest overwhelmed others: testing their skills, drawing attention to their work, or hope to give a piece to one of the ENM collections. On the other hand, the ENM being an authority in the field of cultural heritage sparked motivation too – working together with the ENM was considered an honour.

Museums have traditionally been seen as experts of interpreting cultural heritage – idea which also won the handicraftsmen's favour. Museums are seen as partners but at the same time certain monopoly on truth – concerning quality, interpretation and approach – is ascribed to museums which is opposed to on different artisans' forums. The interviews gave evidence that the basis and inspiration to the co-operation was appreciation by the ENM, access to information and communication with the ENM as an equal partner.

Amateur handicraftsmen consider themselves important agents in the process of mediating cultural heritage, agents who carry on its narratives. They are the creators of cultural heritage and activists of folk culture and handicraft. When the ENM builds its interpreting strategies (of the cultural heritage) on research and knowledge, artisans' approach this task with greater creativity and interpret heritage in ways which the ENM doesn't apply on daily basis.

In addition to taking part in competition many handicraftsmen expressed their readiness to constructive co-operation in future. Their good knowledge of the ENM and its collections render them potential mediators of the information stored in the ENM – including specific information about its collections – to the wider audience. This provides the ENM the opportunity to widen their communication field and reach to the larger amount of people.

Резюме: Посредники культурного наследия: сотрудничество мастеров-ремесленников и музеев

Марке Teppor, Агнес Альяс

Каждодневная деятельность музеев сегодня все больше связана с привлечением посетителей и разных общин в интерпретацию и создание культурного наследия. Задачей музейной коммуникации является создание открытого дискуссионного пространства, успех которого предполагает хорошее знание потенциальной аудитории и участников коммуникации, а также учет их чаяний. Анализируя практики вовлечения, направленные на достижение этих целей, видим, что они чаще всего связаны с повседневной жизнью людей, трактовка же культурного наследия чаще всего не является частью будней людей. Тем самым особенно важно сотрудничество музея с сообществами, для которых культурное наследие напрямую связано с их повседневной жизнью и занятиями.

В статье на основе интервью, проведенных с участниками адресованного мастерам-ремесленникам конкурса «Мой любимец из фондов Эстонского национального музея», анализируем, как относятся мастера к музею, что они ожидают от него и каким образом воспринимают свою роль в посредничестве культурного наследия. Акция участия «Мой любимец» привлекла к интерпретации культурного наследия людей, тесно связанных с ЭНМ, заинтересованных и знакомых с деятельностью музея и желающих к сотрудничеству с ним. Согласно теориям участия, конкурс был ориентирован на создателей, взявшихся за кропотливое задание подготовить копии конкретных фондовых предметов, заслуживших их интерес, или создать новую вещь, инспирированную музейным предметом. Если анализировать мотивы участников конкурса, то ими были, прежде всего, личные интересы: проверка своих умений, обращение внимания к своим работам или надежда, что готовая вещь поступит в фонды музея. С другой стороны, важным вдохновителем была и репутация ЭНМ как авторитета в культурном наследии, потому сотрудничество с музеем воспринималось за честь.

При интерпретации культурного наследия музеи традиционно рассматриваются экспертами, это подтвердили в своих интервью и мастера ручной работы. В лице музея обычно видят партнера, в то же время ему как бы приписывается монополия истины в отношении качества, интерпретации и подходов к культурному наследию, что противопоставляется деятельности, происходящей в форумах мастеров-ремесленников. Интервью показали, что получаемое от музея признание, доступ к знаниям и общение с ЭНМ как с равным партнером являются основой для сотрудничества и инспирацией к творчеству. Мастера видят себя коммуникаторами культурного наследия и осознают свою роль в передаче нарративов наследуемого достояния. Они являются создателями культурного наследия и пропагандистами народной культуры и ремесла. Если музейные стратегии интерпретации культурного

наследия основываются на научной работе и знаниях, то мастера подходят к задаче творчески и интерпретируют и объясняют наследие способами, обычно не используемыми в каждодневной практике музея.

Помимо участия в конкурсе, многие мастера-ремесленники готовы и к дальнейшему осознанному и целенаправленному сотрудничеству с музеем. Знания об ЭНМ и его фондах делают их потенциальными трансляторами информации об ЭНМ, в том числе специфической информации о музейных фондах, что предоставляет музею возможность для расширения границ своего коммуникативного пространства и привлечения широких кругов населения.