

Merli Sild
Eesti Põllumajandusmuuseumi direktor
AIMA president

02.09.2016

24. ICOMi üldkonverents toimus 3.-9. juuli 2016 Milanos, Itaalias. Üldkogul osales ligi 4000 ICOMi liiget ja muuseumitöötajat 130 riigist. Üldkonverentsi teemaks oli: Museums and Cultural Landscapes. 3. juulil osalesin ICOMi Nõuandva kogu istungil AIMA Presidendina kuna AIMA on ICOMi on ka nõuandva kogu (ehk nn. ICOMi Parlamendi) liige. Nõuandva kogu moodustavad rahvuskomiteede esindajad riikide kaupa, rahvusvaheliste komiteede (töögruppide) juhid ja sidusliikmete esindajad. Istungi ajal tutvustasid end ka ICOM uue presidendi, asepresidentide ja juhatuse kandidaadid ning 09.07. osalesin samuti ICOMi Nõuandva kogu liikmete valimistel.

4. juulil toimus konverentsi ametlik avamine. Plenaaristungil kõnelesid kohalikud esindajad – Itaalia kultuuriminister, Milano linnapea, Lombardia kultuurinõunik jms.

Põhikõned: näiteks Ohran Pamuk- Türki kirjanik, filmimees ja 2006. Nobeli kirjanduspreemia laureaat. Pamuk lõi Istanbulis oma romaani „Süütuse aeg“ järgi „Süütuse muuseumi“, kuhu kogus kõik esemed, vaated ja ümbritseva, millega romaani kangelased 20. sajandi viimase 50 aasta jooksul kokku puutusid. Pamuki sõnum oli, et muuseum ei pea esindama rahva, riigi ajalugu (eriti mitte valitsuse vaatenurgast) vaid jutustama üksikisiku lugu, mis kõnetab vaatajaid ja muuseumikülastajaid palju tugevamini.

Ajavahemikus 4.-7.07 osalesin ICOMi plenaarsessioonidel ning ka MPR komitee (marketing & public relations) rahvusvahelise töögrupi seminaridel ja ettekandekoosolekutel kahel päeval, kus jäi ettekandjatelt kõlama mõte: Inimestega ei juhtu muuseumis midagi iseenesest, lihtsalt sellest, et nad seal on, vaid nad peavad midagi läbi tegema, kas füüsiliselt või vaimselt, et see juhtuks. “Kui lugu ei ole kuulajast, siis ta ei kuulagi.” Samuti tõi ettekandja John Steinbeck välja mõtte - Kõik näitused peavad kõnelema vaatajaga, nad peavad saama luua seose iseendaga. Me ei tohi alahinnata inimhääle mõju – päris elus giid on võimsam kui audiogiid. MPR seminaril esinesid huvitavate ettekannetega Hollandi muuseumide esindajad, näiteks Rijksmuseumist Marieke de Klein - Rijksmuseumi (European Museum of the Year) turundus- ja müügijuht, kes tutvustas muuseumis läbiviidavaid tegevusi turunduse alal. Selles muuseumis on aastas küllastajate arvuks kaks miljonit. Huvitav oli kuulata muuseumitöötajate poolt pakutud uusi mõtteid ja tegevusi - 100-sekundiline sotsiaalmeedia film oli pea ainuke kulu. Mõte - ära tee midagi ilma uurimata! Jää oma liistude juurde! Käivita kampaania meeldejäeva loosungiga, aga see olgu lihtne! Suurt eelarvet pole vaja, kasuta juba olemasolevaid kanaleid ja sõbrabaasi. Koos töötamine annab rohkem kasu. Amsterdamis on loodud 44 muuseumist nn Muuseumide Akadeemia.

Osalesin samuti Öko-muuseumide sessioonil – toon välja mõned mõtted sessioonilt. See oli väga huvitav ja kasulikud ka meile.

Mis on ökomuuseum? See on üks maa-ala, üks kogukond, üks kultuuripärand, mida majandades luuakse kohaliku itentiteedi kaudu koostöös uusi töökohti ja teenitakse (turismi)tulu.

- Itaalia ökomuuseumide võrgustik loodi 2015: 12 piirkonda. Koos on välja töötatud palju tööriistu ja strateegiaid. 2015. aastal organiseerisid õiguslikult, et tegevusi tõhusamaks muuta, infot

ja parimaid praktikaid vahetada, koostöös väljaõpet ja rahakogumist teha, piirkondi ja elukvaliteeti edendada, ja arendada haridus- ja kultuuritegevusi. Võtmesõnaks sotsiaalne ja keskkonna jätkusuutlikkus.

- 200 kogukonnamuuseumi president Prantsusmaalt rääkis, et ühinesid selleks, et saada rohkem tuntut ja paremat mainet, jagada häid kogemusi ja väärtusi ning hakata paremini tööle ja esindada liikmeid kui vaja. 2011 võtsid vastu uue, ajakohasema põhikirja. Et oleks ühtne platvorm ja käiks kaasa muutustega ühiskonnas. Kui iga üksiku muuseumi tegevused liita, siis on mõju palju suurem.
- Jaapani ökomuuseumide ees seisvatest väljakutsetest. 1995. loodi ühendus JECOMS (Japan Ecomuseological Society) 180 üksikisikut ja 10 ühendust. Museoloogid pole eriti, rohkem kohalikud entusiastid. Probleem on selles, et eriti pole võrgustikku tekkinud ja teadlastega koostööd on vähe. „Päris“ muuseumid ei tunnista eriti ökomuuseume, et need pole üks ja sama asi ja polegi muuseumid.
- MINOM Portugalist töötab kohalike muuseumidega – see ei ole ökomuuseumide ühendus, kuid keskendub kogukonna pärandile ja kohalikule keskkonnale, seega väga sarnane ökomuuseumile. Loodi 1985. aastal, töötab muuseumide sotsiaalse rolliga ja uue, sotsiaalse museoloogiaalase koolitamisega. Probleemideks on liikmeskonna uuendamine ja MINOMi konverentsidest vähene osavõtt.
- Korea ökomuuseumide staatuses. 7 tüüpi ökomuuseume, kaasa arvatud tööstuspärand.
- Kataloonia (Hispaania) ökomuuseumidest: 1980ndatel Prantsuse mõjualas, 1982. loodi organisatsioon, mis põhines territooriumi printsiibil. Tugevdas nende rolli kogukonna sotsiaalses arengus.
- IFOCOM (museoloogia ja ökomuseoloogia) – viitsepresident Brasiiliast. Ökomuseoloogia on uue museoloogia eksperimentaalne väljendus. Ökomuseum tõi kaasa lähtekohtade muutumise museoloogia alustes. Kogukonnamuuseumid hakkasid kasutama uusi väljendusvahendeid, museoloogia muutus sotsiaalseks.
- AITR – Maurizio Davolio, Itaalia Vastutustundliku Turismi Ühenduse president. 100 ettevõteliiget (turismiturismifirmad, majutusasutused, ka ökomuuseumid). Kultuuripärandit peab muidugi säilitama ja rahvale näitama, kuid ka majandustegevust tuleb arendama, arvestades koha võimalusi ja seda respektierides.

Kokkuvõtteks:

Osalemine ICOMi konverentsil oli väga kasulik ja vajalik. Tutvustasin paljudele rahvuskomiteedele AIMA rahvusvahelise kongressi CIMA XVIII toimumist Eestis 10.-16. mail 2017 Eesti Põllumajandusmuuseumis ja Maaülikoolis ning vahetasime kontakte.

Kõlama jäid mõtted, et oma muuseumi tegemistest on vajalik tutvustada inimeste lugude kaudu, tegeleda külastajaga - mõtle sellele mida sa temale pakud? Aita leida seletusi ka päevakajalistel teemadel (tänapäevase probleemide ajaloolise tausta pakkumine näit. pagulased – migratsioon oli tugevalt esile toodud konverentsi ettekannetes). Tee tihedat koostööd kogukonnaga ja osale väitlustes ja oma arvamust erinevates elulistest situatsioonides ning hoia muuseumi väärtusi.

Osale rahvusvahelistes võrgustikes, et saada laiemat kõlapinda.