

TARTU ÜLIKOOL

Pärnu kolledž

Ettevõtlusosakond

Krista Gorneva

**MAAPIIRKONNA MUUSEUMI KESTLIKU
TEENUSEKONTSEPTSIOONI ARENDAMINE
MARIA TALU NÄITEL**

Magistritöö

Juhendaja: Marit Piirman, MBA

Pärnu 2024

Soovitan suunata kaitsmisele

(allkirjastatud digitaalselt)

Marit Piirman

Kaitsmisele lubatud

TÜ Pärnu kolledži programmijuht

(allkirjastatud digitaalselt)

Gerda Mihhailova

Olen koostanud töö iseseisvalt. Kõik töö koostamisel kasutatud teiste autorite tööd, põhimõttelised seisukohad, kirjandusallikatest ja mujalt pärinevad andmed on viidatud.

(allkirjastatud digitaalselt)

Krista Gorneva

SISUKORD

Sissejuhatus	4
1. Kestliku päranditurismi arendamise võimalused maapiirkonnas.....	7
1.1. Päranditurism, tänapäevased pärimusturistid ja uuenduslikud tehnoloogiad ...	7
1.2. Muuseumi kestliku teenusekontseptsiooni arendamise võimalused maapiirkonnas	14
2. Eesti muuseumite, Maria talu äriklientide ja muuseumi kogukonna hulgas läbi viidud pärandi säilitamise ja eksponeerimise uuring	26
2.1. Ülevaade Eesti muuseumitest ning uuringu meetodika.....	26
2.2. Pärandi säilitamise ja eksponeerimise uuringu tulemused ja diskussioon	31
2.3. Järeldused ja ettepanekud Maria talu muuseumile kestliku teenusekontseptsiooni arendamiseks.....	44
Kokkuvõte	51
Viidatud allikad.....	54
Lisad.....	61
Lisa 1. Ülevaade Pärnumaa muuseumitest.....	61
Lisa 2. Maria taluga seonduvad huvirühmad	62
Lisa 3. Magistritöö uurimiskava	63
Lisa 4. Uuringute valimid	64
Lisa 5. Intervjuu kava ja küsimuste jaotus teemade kaupa	67
Lisa 6. Intervjuu küsimused Maria talu ärikliendile	69
Lisa 7. Fookusgruppiintervjuu kava.....	70
Lisa 8. Foto intervjuust fookusgrupiga	72
Lisa 9. Maria talu ärikliendi persoona.....	73
Summary	74

SISSEJUHATUS

Turismil on oluline roll paljude riikide ja piirkondade majanduses ning sellel võivad olla mitmekülgsed ja märkimisväärsed mõjud. Maapiirkondades võivad An'i ja Alarcóni (2020, lk 1–3) sõnul turismitegevuse positiivseteks mõjudeks olla: kohalike elukvaliteedi parandamine, kultuuripärandi säilitamine ja töökohtade loomine. Turismi mõjud ei pruugi olla ainult positiivsed, mistõttu on maapiirkonna turismi edendamisel oluline lähtuda kestlikest põhimõtetest (Wijijayanti *et al.*, 2020, lk 6). Kestliku maaturismi eesmärk on pikema aja jooksul elatustaset parandada – säilitades tasakaalu keskkonnakaitse vahel, edendades majanduslikke hüvesid, luues sotsiaalset õiglust ja säilitades kultuurilist terviklikkust. Kestliku maaturismi uurimine on aastatega stabiilselt kasvanud. (An & Alarcón., 2020, lk 1–3) Sellest tulenevalt on võimalik järeldada, et valdkond on muutumas üha olulisemaks.

Majandus- ja Kommunikatsiooniministeeriumi (*s.a.*, lk 2–4) poolt avaldatud Eesti turismistrateegias (2022–2025) on olulise valdkonnana välja toodud toote- ja sihtkohaarendus. Valdconnaga seotud eesmärgiks on, et Eesti oleks kestlik turismisihtkoht, mis pakub külastajale vaheldusrikast ja ehedat reisielamust kõikidel aastaagadel. Turismi mõjutavateks trendideks on peale koroonapandeemiat näiteks: kestlik turism (mille osaks on ka pärimuskultuuri püsimine ja kogukonna väärtustamine), digiteerimine, Covid-19 turvalisus, tarbija käitumisharjumuste muutused ja heaolu kasv. Seetõttu leiab käesoleva töö autor, et kestlikele põhimõtetele tuginev sihtkohaarendus on oluline ja aktuaalne teema, mida töös käsitleda. Ka EAS (Ettevõtluse Arendamise Sihtasutus) annab toetusi säästva turismi arendustegevusteks – kestliku arengu põhimõtete rakendamiseks ettevõtetes ja sihtkohtades (Sihtkohtade arenduse ..., *s.a.*) – kinnitades teema aktuaalsust ja olulisust.

Turistide kaasamine maapiirkonnas on eelduseks mitmete positiivsete mõjude saavutamiseks. Seetõttu on erinevad turismiatraktsioonid olulised. Kogukonnamuuseumid võivad kaasa aidata väikelinnade majanduse mitmekesistamisele,

olles kogukonna tugipunktiks, säilitades ajalugu ja edendades kogukonna uhkust. (Malcolm, 2023, lk 86, 99) Sellest järelduvalt võivad kestlikel põhimõtetel toimetavad maapiirkonna muuseumid parandada kohalike elukvaliteeti, tuues kaasa mitmeid positiivseid mõjusid ja säilitades piirkonna kultuuripärandit.

Muuseumid on olulised pärimuskultuuri säilitajad. Statistikaameti andmetel on Eestis 2022. aasta seisuga 170 muuseumi koos 227 külastuskohaga ning muuseumide külastati nimetatud aastal ligi 2,5 miljonit korda (Statistikaamet, 2023). Mitmed Eesti arengukavad on seadnud eesmärgiks digiteerida kultuuripärand ja hoolitseda veebis loodud kultuuripärandi pikaajalise säilimise ja kättesaadavuse eest (Kultuuriministeerium, *s.a.*, lk 8, 9). Pärnumaal on 2022. aasta seisuga 18 muuseumi, mida külastati ligi 97 500 korda (Statistikaamet, 2024). Muuseumite sisu digiteerimine ning kultuuripärandi säilitamine kaasaegsete meetodite abil on oluline tagamaks kestlikkust ja laiemat kättesaadavust.

Autori hinnangul mängib kestliku maapiirkonna muuseumi loomine ja arendamine olulist rolli ka piirkonna identiteedi säilitamisel. Maapiirkondade kultuuripärand väärib säilitamist nii kohalike kogukondade kui ka tulevaste põlvkondade jaoks (Sardaro *et al.*, 2021, lk 1). Muuseumid võivad olla väikestes kogukondades oluliseks keskuseks. Sellest hoolimata seistakse silmitsi paljude probleemidega, näiteks suutmatusega hoida oma muuseumid avatuna, hooldatuna ja asjakohastena (Malcolm, 2023, lk 99). Sellest lähtuvalt on töö uurimisprobleem: Kuidas arendada maapiirkonnas kestlikku päranditurismi, võttes arvesse kohalikku kultuuripärandit, traditsioone ja digitaalset innovatsiooni?

Magistritöö eesmärgiks on teha ettepanekud Maria talu muuseumi teenusekontseptsiooni arendamiseks, selgitades välja päranditurismi kestliku arendamise võimalused. Eesmärgist järelduvalt on töö autor sõnastanud uurimisküsimused:

1. Milliseid päranditurismi säilitamise võtteid rakendatakse Eesti muuseumites?
2. Millised on kestliku teenusekontseptsiooni arendamise võimalused, mida rakendada Maria talu muuseumis?

Maria Talu on turismitalu Pärnumaal, mille omanikel on 30 aastat turismiettevõttes töötamise ja juhtimise kogemust. 2023. aasta lõpus valmis Maria talus Romantilise Rannatee Küün, kus hakkab aastaringelt tegutsema muuseum. Hoone ise on juba valminud, kuid muuseumil puudub veel kontseptsioon, eksponaadid ja pärimuslood

terviklikul kujul. Alustatud on pärimuskorje ja esmase teavitustööga. Ruumi saab juba kasutada väiksema konverentsipaigana ja töötubadeks. Romantilise Rannatee Küünis jutustatakse Maria talu ja ümbritseva piirkonna lugusid, mida tervikuna pole mujal eksponeeritud (E. Rand, suuline vestlus, 15.10.2023). Romantiline Rannatee asub Pärnumaal Liivi lahe kaldal ning algab Iklast, lõppedes Virtsu-Lihula kandis (Pärnu Lahe..., s. a.-b). Romantiline Rannatee ühendab endas ettevõtjaid, seltse, MTÜ-sid, kohaliku toidu pakkujaid ja kohalikke vaatamisväärsusi (*Pärnu Lahe Partnerluskogu*, s. a.-a). Selle üheks peatuspunktiks on Tõstamaa osavallas paiknev Maria talu puhkeküla, kus on võimalik puhata ning korraldada seminare, koolitusi, firmapidusid, suvepäevasid, sünnipäevasid ja pulmi. Maria talus asub ka ratsakeskus.

Siinne magistritöö koosneb kahest osast. Töö esimeses, teoreetilises osas tutvustatakse pärandi ja pärimuse mõistet, tänapäevaseid pärimusturiste ning uuenduslikke tehnoloogiaid, mis tänapäevast päranditurismi rikastavad. Samuti tutvustatakse kestlikkuse mõistet ning seda, kuidas mujal maailmas on muuseumide kestlikkust silmas pidades arendatud. Töö teises ehk empiirilises osas antakse ülevaade muuseumitest kui kultuuripärandi hoidjatest Eestis. Eesmärgi saavutamiseks viiakse läbi kvalitatiivne uuring intervjuude ja fookusgruupiintervjuude näol. Intervjuud teostatakse erinevate Eesti muuseumide esindajatega uurimaks, kuidas päranditurismi arendatakse. Samuti viiakse läbi intervjuud Maria talu olulise kliendisegmendi, kelleks on äriklient, esindajatega. Fookusgruupiintervjuud teostatakse Maria talu muuseumi kogukonnaliikmetega, et valideerida piirkonda muuseumi loomise ideed ja koguda ideid ja ettepanekuid. Töö teoreetilise osa ja uuringu tulemuste põhjal tehakse ettepanekud Maria talu muuseumile kestliku teenusekontseptsiooni arendamiseks.

Magistritöö on eelkõige suunatud Kõpu Talu OÜ-le (Maria talu omanikele), kellele tehakse töö lõpus konkreetsed ettepanekud, aga ka kõigile teistele, kellel on soov muuseumi teenusekontseptsiooni kestlikult arendada või selleks ideid koguda. Magistritöö lõpeb ettepanekutega, milline võiks olla ühe maapiirkonnas tegutseva muuseumi kestlik teenusekontseptsioon.

Märksõnad: muuseumiteenuste arendamine, teenusekontseptsioon, päranditurism, kestlik maapiirkonna muuseum, uuenduslikud tehnoloogiad.

1. KESTLIKU PÄRANDITURISMI ARENDAMISE VÕIMALUSED MAAPIIRKONNAS

1.1. Päranditurism, tänapäevased pärimusturistid ja uuenduslikud tehnoloogiad

Kultuur on alati inimeste jaoks huvipakkuv olnud ning see on sageli üks peamisi reisimise motiive. Läbi ajaloo on kogukonnad pärandanud järgnevatele põlvkondadele edasi teadmisi, oskusi, kombeid ja traditsioone. Kultuur, pärand ja pärimus on omavahel tihedalt seotud, sest pärand on osa kultuurist. Alapeatükis antakse ülevaade pärandist, pärimusest ja päranditurismist üldiselt, tutvustatakse tänapäevaseid pärimusturiste, nende ootusi ning esitletakse uuenduslikke tehnoloogiaid, mis toetavad päranditurismi edendamist tänapäeval.

Brown (2019, lk 6) on öelnud, et globaliseerumise protsessid on suurendanud inimeste otsinguid kohaliku, kuuluvustunde ja eneseteadvuse järele läbi kogukondliku pärandi. Kultuuripärandi säilitamisel on piirkondlikule territooriumile sotsiaalse, kultuurilise ja majandusliku arengu seisukohalt positiivne mõju (Sardaro *et al.*, 2021, lk 13). Parki (2013, lk 1) sõnul on päranditurismi valdavalt seostatud materiaalsete ja immateriaalsete mineviku säilmete avastamisega. Ta väidab, et pärimus on pidevalt rekonstrueeritud ja ümber tõlgendatud, et vastata turistide nõudmistele ja peegeldada kaasaegse maailma sotsiaal-kultuurilisi muutusi. Jia jt (2023, lk 1) väitel mängib päranditurism olulist rolli kultuuri- ja looduspärandi objektide ja vaatamisväärsuste säilitamisel ning kaitsmisel – need on sageli ohustatud keskkonnaseisundi halvenemise, linnastumise ja muude tegurite tõttu. Võib järeldada, et pärand ja selle säilitamine on muutumas üha olulisemaks nii inimeste endi seisukohast tulenevalt kui ka piirkondlikke kasutegureid arvesse võttes.

Kultuuripärand on kui sild, mis ühendab minevikku ja olevikku – luues nostalgiat, suurendades ühtekuuluvustunnet ning säilitades identiteeti. Sellel on oluline sotsiaalne,

majanduslik, teaduslik ja hariduslik väärtus (J. H. Han & Bae, 2022, lk 412; Yang *et al.*, 2021). Pärand (*heritage*) on: „testamendiga, pärimislepinguga või seadusega kellelegi pärandatud või pärandatav vara, õigused“ või „eelnenud põlvkondade, varasemate aegade ja inimeste vaimsed varad või väärtused“ või „kelleltki päritud omadused“ (Eesti Keele Instituut, 2024a). Dela Santa jt (2019, lk 302) kinnitavad, et pärand võib olla vara, mis on päritav, sellel võib olla ajalooline või kultuuriline väärtus ning see võib kanduda ühelt põlvkonnalt teisele. Pärandit saab säilitada või pärida (Harrison *et al.*, 2020, lk 4). Põlvest põlve suuliselt edasi kantud lugusid, uskumusi või kellelegi pärandatud kombeid ja teadmisi võib nimetada pärimuseks (Eesti Keele Instituut, 2024b). Kokkuvõtvalt võib öelda, et pärand ja pärimus on miski, mis ühendavad minevikku olevikuga ning need loovad väärtust tulevastele põlvkondadele.

Päranditurism on üks levinumaid turismiliike, mis võib suurendada huvi kultuuriliste vaatamisväärsuste vastu, kaitsta piirkonna pärandit, sisestada uhkust ja solidaarsust kogukonda ning stimuleerida majandusarengut rohkem kui muud turismivormid (Lak *et al.*, 2020, lk 387). Päranditurismi tähtsus seisneb selle potentsiaalis aidata kaasa sihtkoha majanduslikule ja sotsiaalsele arengule. Seda saavutatakse töökohtade ja sissetuleku loomise ning kultuurivahetuse ja mõistmise edendamise kaudu. Lisaks majanduslikule kasule pakub päranditurism külastajatele ka põhjalikku arusaamist sihtkoha ajaloost, kultuurist ja eluviisist. See omakorda edendab austust, empaatiat ja väärtustamist erinevate kultuuride ja traditsioonide vastu. (Jia *et al.*, 2023, lk 1) Ka siinse töö autor leiab, et päranditurism on oluliseks teguriks sihtkoha edendamisel ja kogukonna ühtsustamisel. Piirkonna pärandi ja pärimuse säilitamine ning tutvustamine loob võimalusi piirkonna külastamiseks.

Prideaux'i ja Kininmonti (1999, lk 300) sõnul võib päranditurismi määratleda kui kultuuriturismi alamliiki, mida Maailma Turismiorganisatsioon (WTO) defineerib kui inimeste liikumist peamiselt kultuurilistel põhjustel, nagu õppereisid; etenduskunstide ja kultuurireisid; reisid festivalidele ja muudele kultuuriüritustele; külastused paikadesse ja monumentide juurde ning reisid looduse, folkloori ja/või palverännakute uurimiseks. Muuseumitel on samuti päranditurismis oluline roll (Jia *et al.*, 2023, lk 1). Zeppel ja Hall (1992, viidatud Prideaux ja Kininmont, lk 300 vahendusel) defineerivad päranditurismi samuti kultuuriturismi alamliigina ning nende sõnul põhineb see mineviku nostalgial.

Miljonid sise- ja välisturistid külastavad aasta jooksul globaalseid vaatamisväärsusi, milleks on näiteks UNESCO kultuuripärandi paigad, rahvuslikud pärandiatraktsioonid ja kohalikud kultuuripärandid. Viimaseid külastatakse vähem ning nende peamisteks külastajateks on siseturistid. (Lak *et al.*, 2020, lk 390) Töö autori arvates saab kohalikku kultuuripärandit samuti muuta populaarseks atraktsiooniks turistide seas, kasutades selleks õigeid meetodeid ja vahendeid. Kohalik kultuuripärand loob lisandväärtust piirkonnale, pakkudes võimalusi ekskursioonideks ja olles tõmbenumbriks kultuurituristide jaoks.

Pärandist ja pärimusest huvitatud turiste on töö autor otsustanud käesolevas töös nimetada pärimusturistideks, sest sõna pärimus iseloomustab autori arvates paremini seda, mida turistid kogemusest ootavad. Inimesi huvitavad lood, kombed ning traditsioonid, mis peituvad füüsilise ja vaimse pärandi taga. Pärimusturistid (*heritage tourist*) otsivad reisisihtkohtades autentseid ajaloolisi kogemusi, mis hõlmavad nii materiaalseid kui ka immateriaalseid kultuuriväärtusi ja tooteid. Nendeks võivad olla nii ajaloolised ehitised, kultuurilised esemed kui ka sotsiaalsed tavad, rituaalid, kulinaariatraditsioonid, kirjandusteosed, muusika ja suuliselt esitatud traditsioonid. (Jia *et al.*, 2023, lk 1) On teada, et pärimusturistid soovivad talletada autentseid kogemusi, mis tekitavad emotsionaalset nostalgiat. Autentsust peetakse oluliseks teguriks, parendamaks turismielamuse kvaliteeti ja rahulolu. Nostalgia peetakse oluliseks heaolu allikaks, mis aitab leevendada negatiivseid emotsioone, edendada enesekindlust ja sotsiaalset kohalolekut. (Han & Bae, 2022, lk 412–414) Sellest järelduvalt võib väita, et pärimusturistid otsivad kogemusi, mis aitavad tagada nii rahulolu kui ka heaolu.

Pärimusturistid on nišiturg, mis hõlmab kultuuripärandist ja ajaloolistest paikadest huvitatud külastajaid. Nende külastusmustreid hakati uurima 1980. aastatel, mil leiti, et pärimusturistid on vanemad, haritud, kõrgema sissetulekuga ning nad viibivad sihtkohas kauem, kulutades rohkem raha (Lak *et al.*, 2020, lk 389–390). Seda kinnitab ka Malcolm (2023, lk 86), kelle sõnul on maapiirkonna muuseumi külastajad peamiselt turistid, kes külastavad lähipäevil ka teisi piirkonna muuseume. Nad on valmis veetma piirkonnas mitmeid päevi, et tutvuda sealse kultuuriga.

Päranditurism hõlmab mitmesuguseid vaatamisväärsusi, nt muuseume, kultuuripärandi objekte, ajalooliseid mälestusmärke, looduslikke vaatamisväärsusi ja festivale. Neid kõiki

on hiljuti rikastatud tehnoloogiliste rakendustega, mõeldes ka tänapäevastele pärimusturistidele. Tehnoloogiliste rakenduste eesmärk on parendada külastuskogemust ja suurendada kultuuripärandi kättesaadavust, säilitamist ja uudsust. (Jia *et al.*, 2023, lk 1) Samuti väärtustatakse õppimist nüüd enam kui kunagi varem turismikogemuse osana (Ying *et al.*, 2020, lk 981). Tehnoloogia võib olla heaks vahendiks, kuidas õppimisprotsessi lihtsustada ja põnevamaks muuta.

Üha enam keskendutakse tehnoloogiapõhisele turismile, kus kasutatakse digitaalseid tehnoloogiaid konkurentsivõime suurendamiseks (Zheng *et al.*, 2023, lk 235). Ka päranditurismis on tehnoloogia arenguga rakendatud laialdaselt tehnoloogilisi vahendeid muuseumite igapäevastesse tegevustesse ja arengutesse. Uuenduslik tehnoloogia võib muuta külastuskogemust, panna külastajaid oma meeldivat kogemust teistega jagama ja aidata külastajatel planeerida oma järgnevat pärandireisi (Jia *et al.*, 2023, lk 2–3). Autor jagab igati seisukohta, et uuenduslikud tehnoloogiad muudavad külastuskogemuse meeldejävvamaks ning on ajendanud ka teda ennast reisikogemusi jagama.

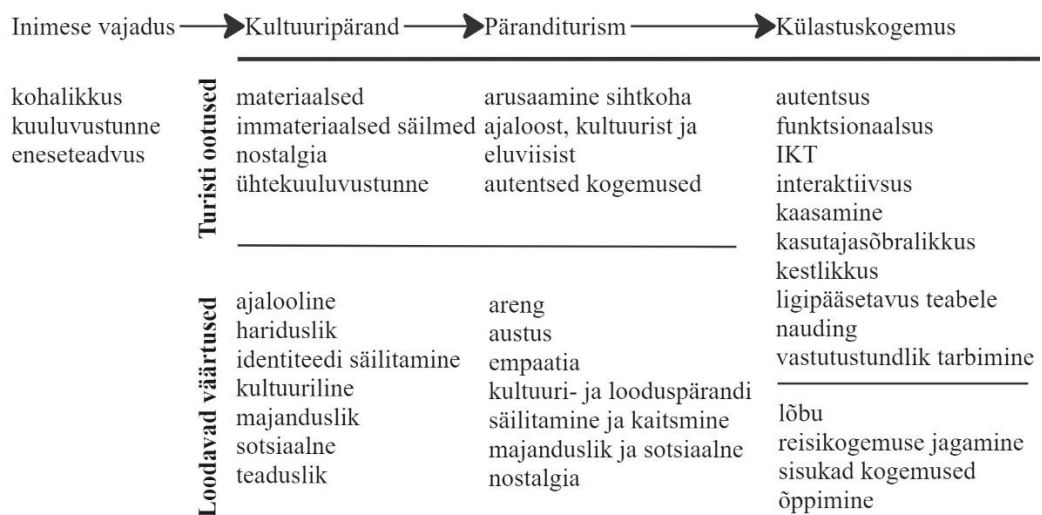
2019. aastal, enne Covid-19 pandeemiat, saavutas muuseumikülastajate arv haripunkti – ületades mitmetes maailmakuulsates muuseumites 5 miljoni külastaja piiri aastas. Milleeniumi põlvkond (1981.–1994. aastatel sündinud) on muutunud valdavaks muuseumikülastajate sihtrühmaks. (Zollo *et al.*, 2022, lk 2991) Tänapäeva muuseumikülastajad otsivad interaktiivseid ja kaasahaaravaid kogemusi võrreldes passiivsete kogemustega, milleks on muuseumi eksponaatide lihtne vaatlemine (Madsen, 2020, lk 2). Ka Z generatsioon (1995.–2012. aastal sündinud), kes said esimestena üles kasvada koos tehnikaga, otsivad pidevalt autentsemaid ja mitteametlikke kokkupuuteid kohalike ressurssidega. Nad hindavad nutikaid turismiarendusi, mis rikastavad nende kogemust. Samuti on nad mures keskkonna pärast ja praktiseerivad vastutustundlikku tarbimist. (Buhalis & Karatay, 2022, lk 23, 26) Kui varasemalt peeti pärimusturistideks eakamaid inimesi, siis nüüd on nendeks peamiselt nooremapoolsed inimesed. Muuseumid peavad kohanema uute sihtgruppide vajaduste ja eelistustega, pakkudes innovaatilisi ja kaasavaid kogemusi.

Viimasel sajandil on muuseumites hakatud näitama suuremat huvi külastajate kaasamise vastu. Sageli püüeldakse kasutajakogemuse poole, mis hõlmab fantaasiaid, emotsioone ja lõbu. Liu ja Idrise (2018, lk 2) sõnul on külastuskogemuse kolm olulist taset:

funktsionaalsus, kasutajasõbralikkus ja nauding, progresseerudes madalamalt kõrgemale tasemele. Funktsionaalsus on aluseks, mille puudumisel pole ka kasutajasõbralikkust ega naudingut. Peab olema arusaadav, milleks toodet kasutatakse ning see peab olema lihtsasti kasutatav.

Muuseumid on majanduslikult nõrgad, sest nad sõltuvad suurel määral riiklikest vahenditest ja ka muuseumi sissepääsupiletitest saadud tulust. Seetõttu on Zollo jt (2022, lk 2992–2993) hinnangul oluline, et need organisatsioonid käiksid kaasas uuendustega, et olla vähem mõjutatud kriisidest. Digitaalajastul on IKT (info- ja kommunikatsioonitehnoloogia) väärtuslik vahend külastajate osaluse rikastamiseks ja sisukate kogemuste loomiseks. IKT võib suurendada külastaja lojaalsust muuseumi suhtes ja julgustada seda uuesti külastama.

Töö autor on koostanud eelnevale tuginedes joonise 1. See algab inimese vajadusest millegi kohaliku, kuuluvustunde ja eneseteadvuse järele ja lõpeb külastuskogemusega. Samuti on välja toodud turistide ootused erinevatel teekonna etappidel ning millist väärtust luuakse. Teistsuguse taustaga välituristil on keerulisem mineviku nostalgiat ja ühtekuuluvustunnet saavutada. Vaatamata sellele võib sihtkoha ajaloo mõistmine luua sarnaseid emotsioone ja sidemeid. Märksõnad on joonisel välja toodud tähestikulises järjekorras.



Joonis 1. Etapid inimese vajadusest külastuskogemuseni lähtudes pärandist, turisti ootused ja loodavad väärtused. Autori koostatud Brown, 2019; J. H. Han & Bae, 2022; Jia *et al.*, 2023; Ying *et al.*, 2020; Zheng *et al.*, 2023; Buhalis & Karatay, 2022; Madsen, 2020; Liu ja Idris, 2018; Zollo *et al.*, 2022 alusel

Teenuste arendamiseks ja parendamiseks saab kasutada teenusedisaini. Ajast lähtuvalt võib teenuse disaini puutepunktid jagada kolmeks etapiks: enne teenust, teenuse ajal ja pärast teenust. Füüsiline muuseum on rohkem seotud külastusaegse perioodiga ning virtuaalne muuseum enne külastust ja pärast külastust perioodiga. (Liu & Idris, 2018, lk 1, 3) Lisaks virtuaalsele muuseumile on oluline muuseumite kohalolek virtuaalsetes keskkondades, sealhulgas sotsiaalmeedia platvormidel (Zollo *et al.*, 2022, lk 2992). Teenuste disain võib olla oluline praktika muuseumites, et muuta külastuskogemus paremaks – nii enne külastust kui ka külastuse ajal ning pärast seda.

Teenuse ajal on olulised kõik puutepunktid teenuse protsessis (Liu & Idris, 2018, lk 3). Ka näituse kujundus on oluline. See määrab, kuidas on asjad presenteeritud, mis lugusid need edastavad ja kuidas külastajad neid kogevad (Clark & Nye, 2023, lk 662). IKT-l on oluline roll selles, kuidas muuseumid oma kogusid korrastavad ja kuidas külastajad teabele ligi pääsevad. Samuti saab IKT muuta muuseumid igal ajal ja igal pool kättesaadavaks. (Zollo *et al.*, 2022, lk 2992) Võib järeldada, et parem ligipääs näituste infole eeldab ka suuremat planeerimist ning läbimõeldust näituse kujundamisel.

Turistid mängivad olulist rolli potentsiaalse uue külastaja mõjutamisel, näiteks fotode ja kommentaaride postitamisega sotsiaalmeediasse (Zollo *et al.*, 2022, lk 2992). Töö autori hinnangul on tuttavate jagatud sotsiaalmeedia postitused sageli ärgitajaks mõnda sihtkohta külastama. Reisikogemuste jagamine annab funktsionaalset, psühholoogilist ja sotsiaalset kasu, suurendades turistide sidet külastatavate kohtadega. Selleks, et turismitoodete kvaliteeti parandada on oluline mõista, millised turismielamused aktiveerivad külastajate jagamiskäitumist, ehk mis paneb neid oma kogemust jagama. (Han & Bae, 2022, lk 415) Külastajate jagatud fotod ja postitused võivad tõsta ka sihtkoha üldist nähtavust, tuues piirkonda uusi külastajaid ja suurendades seeläbi tulusid.

Viimasel ajal on muuseumites üha enam tekkinud tehniliselt teadlikke ja innukaid tarbijad. Külastajad soovivad olla aktiivselt kaasatud muuseumitegevusse ja tunnetada seotust muuseumi ajaloo, pärandi ja arenguga. Digitaalsed tehnoloogiad saavad külastajatele võimaldada meeldejäävaid elamusi, viies külastajad samastumiseni enda tegudega. (Zollo *et al.*, 2022, lk 2992, 2995) Tehnoloogia areng on oluliselt mõjutanud rahvusvahelist turismi, mille tulemusel on tekkinud uus turismitüüp Turism 4.0, mida iseloomustab kiirus ja kõike hõlmavus. See hõlmab ka sotsiaalmeedia digiturundust,

suuliste soovitude kandumist veebiplatvormidele, iseteeninduskassasid ja klientide sujuvat ühendamist ettevõtetega. (Sperlí, 2021, lk 1; Van & Hieu, 2020, lk 897) Muutused tarbijate käitumises ja soovides loovad trende ja arenguid ka ühiskonnas.

On olemas uued tehnoloogiad, mis võivad oluliselt muuta päranditurismi kogemust, näiteks ChatGPT, Metaverse ja Geo AI. TDI (*Technology Destination Interaction*) on raamistik, mis uurib tehnoloogia ja sihtkoha vahelist suhtlust, pakkudes uuenduslikku lähenemist tehnoloogia, reisijate, turismitegevuse ja sihtkohtade suhete mõistmiseks. (Jia et al., 2023, lk 2) Seda toetab ka Turism 4.0 süsteem, mis põhineb uuenduslikel tehnoloogiatel (vt tabel 1). Tehnoloogia on nähtavasti avaldanud sügavat mõju turismile ning üha enam suunatakse sihtkohti ja ettevõtteid nutikate lahenduste suunas.

Tabel 1. Turism 4.0 uuenduslikud tehnoloogiad.

Uuenduslik tehnoloogia	Kirjeldus
Liitreaalsus (<i>augmented reality</i>)	Digitaalne informatsioon kantakse üle reaalsesse keskkonda, andes ülevaate kultuuripärandi paikadest, esemetest ja ajaloosündmustest.
Virtuaalreaalsus (<i>virtual reality</i>)	Loob kolmedimensioonilise keskkonna, mis lubab virtuaalselt külastada ja kogeda kultuuripärandit ja kultuuriobjekte.
Segareaalsuse (<i>mixed reality</i>)	Ühendab liitreaalsuse ja virtuaalreaalsuse elemendid, sidudes füüsilise reaalsuse ja simuleeritud keskkonna.
3D-skaneerimine, modelleerimine ja printimine	3D printimine võimaldab luua objektide füüsilisi koopiaid. 3D skaneerimine võimaldab luua artefaktide ja kultuuriobjektide digitaalsed mudelid.
Tehisintellekt (<i>artificial intelligence, AI</i>)	Juturobotid (<i>Chatbots</i>) võivad pakkuda interaktiivset abi, vastata küsimustele, pakkuda teavet kultuurivarade ja paikade kohta, pakkuda virtuaalühtseid eksponaate ja hariduslikke simulatsioone. Samuti näiteks soovitusüsteemid, visuaalne äratundmine ja keele protsessimine.
Mobiilirakendused	On muutunud oluliseks tehnoloogiliseks platvormiks külastajate kogemuste täiustamisel pärandiobjektidel, pakkudes mitmekesiseid funktsioone nagu GPS-põhine navigatsioon, tehisintellekt, liitreaalsus ja virtuaalsed kaardid.
Suurandmete analüüs	Suurandmete analüütika on kujunenud oluliseks vahendiks mõistmaks külastajate käitumist, valikuid ja eelistusi ning seeläbi parandada turismi turunduspakkumisi.
Plokkiahelad	Plokkahela tehnoloogial on võime luua digitaalne identiteet pärandiobjektidele, artefaktidele ja tegevustele, mida saab kasutada pärandivara autentimiseks.
Asjade Internet (<i>Internet of Things, IoT</i>)	Tehnoloogiate kogum, võimaldades mistahes seadme või süsteemi ühendada internetiga eesmärgiga koguda, jälgida, kontrollida ja edastada teavet lõpptarbijatele.

Autori kooatatud Jia et al., 2023; Sperli, 2021; López-Martínez et al., 2020; Stankov & Gretzel, 2020 alusel

Need tehnoloogiad loovad turistidele isikupärasemad ja kaasahaaravamad reisikogemused, parendades samal ajal turismi juhtimise ja tegevuse tõhusust ning kestlikkust (Jia *et al.*, 2023, lk 2–3). Digiteerimisprotsess võib oluliselt mõjutada ka muuseumite tulude teenimist. Kuraatorid saavad digiteerimise abil näitusepindade kujundamist tõhustada. Nutitelefonirakendused võimaldavad külastajatel pääseda ligi rikkalikule teabele nii muuseumikülastuse ajal kui ka pärast seda, aidates kaasa elamuslikumale kogemusele. (Zollo *et al.*, 2022, lk 2992) Digitaalsete tööriistade kasutamine loob võimaluse märkimisväärselt suurendada mahtu, juurdepääsu ja kasutatavust (Giannini *et al.*, 2022, lk 202). Töö autor nõustub, et tehnoloogia kasutamine võib muuseumitele kasuks tulla. Väikeste muuseumite puhul aitab digiteerimine väiksemal pinnal rohkem kajastada.

Koos ühiskonna arenguga on muutunud ja arenenud päranditurismi kogemise võimalused. Kuigi olulisel kohal on ka traditsioonilised vaatamisväärsused, mida ei ole veel erinevate tehnoloogiatega rikastatud, siis aina selgemaks saab tehnoloogia kaasamise tähtsus. Tänapäevased pärimusturistid on huvitatud kaasamisest ja mitmekülgsustest võimalustest pärandit kogeda. Lihtsalt artefaktide vaatlemisest jääb väheks ja oluline nüanss on ka millegi uue õppimisel.

1.2. Muuseumi kestliku teenusekontseptsiooni arendamise võimalused maapiirkonnas

Käesolevas peatükis tuuakse välja kestlikkuse erinevad käsitlused, avatakse muuseumi roll ja selle seos kestlikkusega. Samuti tutvustab autor võimalusi, kuidas kestlikult arendada muuseumi teenusekontseptsiooni maapiirkonnas. Lisaks on peatüki lõpus koostatud mudel, kuhu on koondatud käesoleva töö teooriaosa põhjal olulisemad valdkonnad ning arendusvõimaluste suunad ja – meetodikad, millest muuseumi arendamisel lähtuda.

Kultuuriline kestlikkus on säästva arengu põhiline aspekt ning sellest tulenevalt kutsutakse üles integreerima kultuurilisi kaalutlusi arengustrateegiatesse ja -poliitikasse (Song *et al.*, 2023, lk 2). Üha enam räägitakse ja pööratakse rõhku kestlikkusele – nii ka kultuuripärandi säilitamise puhul. Tänapäevaks on arvatavasti kõikidesse arengukavadesse kestlikkuse teema sisse toodud ning selle poole püüeldakse erinevates valdkondades.

Kestlikkus koosneb traditsiooniliselt neljast mõõtmest, milleks on: keskkonnavalne, sotsiaalne, majanduslik ja institutsionaalne. Turismi kontekstis peaks kestlikkus pidevalt parendama kohaliku kogukonna elukvaliteeti, hoidma õiglust eri põlvkondade ja kogukondade vahel, säilitama looduse mitmekesisust ning kaitsema kultuuriväärtusi. (Guizzardi *et al.*, 2022, lk 1282) Seda kinnitavad ka Wijijayanti jt (2020, lk 11), kelle sõnul keskendutakse kestliku turismi kontekstis sobivate turismivormide tekitamisele, mis säilitavad sotsiaalseid ja kultuurilisi ressursse ning toetavad looduskeskkonda.

Maapiirkonnad on eriti olulised traditsioonilise kultuuripärandi säilitamisel. Maaturismi kontekstis püütakse läbi kestlikkuse parendada elatustaset pikaajaliselt – säilitades tasakaalu keskkonnakaitse, majanduslike hüvede edendamise, sotsiaalse õigluse kehtestamise ja kultuurilise terviklikkuse vahel (An & Alarcón, 2020, lk 1–2). Tabelis 2 on välja toodud, kuidas on erinevad autorid kestlikkust läbi aegade kirjeldanud.

Tabel 2. Kestlikkuse määratlus läbi aegade

Autor, aasta, lk	Kestlikkuse määratlus
World Commission..., (1987, lk 16)	„Inimkonnal on võime teha areng kestlikuks, tagades, et see rahuldaks oleviku vajadusi, kartmata tulevaste põlvkondade võimet rahuldada omaenda vajadusi.“
Brown jt (1987, lk 717)	Kestlikkuse kõige laiem tähendus hõlmab: „kogu biosfääri püsimist, isegi neid osi, millel inimkonnale ilmselt mingit kasu pole.“
McMichael jt (2003, lk 1919)	„Inimkonnale tähendab kestlikkus eluviiside muutmist, et maksimeerida võimalusi, et keskkonna- ja sotsiaalsed tingimused toetaksid lõpmatult turvalisust, heaolu ja tervist.“
Placet jt (2005, lk 32)	„Kestlikul arengul on kolm peamist eesmärki: keskkonnahoid, sotsiaalne vastutustunne ja majanduslik jõukus nii organisatsiooni kui ka selle sidusrühmade jaoks.“
Han (2021, lk 1033)	„Kestlikkus on keeruline protsess, mis hõlmab sotsiaalseid, majanduslikke ja keskkonnaaspekte.“

Kokkuvõtvalt jääb kõlama, et kestlikkus on püsima jäämine selliselt, et ka tulevastel põlvkondadel oleks ühiskonnas hea elada. Majanduse, ühiskonna ja tehnoloogia areng jätkub pidevalt kogu maailmas, seega on uute ja spetsiifiliste ärivormide analüüs hädavajalik, et tagada turismi kestlik areng. (Streimikiene *et al.*, 2021, lk 260) Tabel 2 põhjal on näha, et kestlikkuse mõiste on ajas muutuv ning kohanev vastavalt muudele arengutele, kuid sõnum on säilinud küllaltki sarnane. Ka White (2013, lk 217) on öelnud, et kestlikkus jääb tabamatuks mõisteks, sest see võib inimeste jaoks tähendada erinevaid asju ning seda on keeruline defineerida.

Kestlik on sõna, mida kasutatakse üha rohkem akadeemikute, poliitikakujundajate ja kogukondade poolt, kuid harvem on seda museoloogias selgelt määratletud (Brown, 2019, lk 3). Kestlikkus on muuseumite jaoks oluline tegur, et püsida pikas perspektiivis konkurentsivõimelisena (Yun *et al.*, 2021, lk 5). ICOM (*International Council of Museums*) võttis kestlikkuse üheks oma prioriteetseks valdkonnaks tänaseks umbes viis aastat tagasi. Muuseumid ja pärandiorganisatsioonid püüavad säilitada mitmesuguseid varasid, hõlmates kogukonna- ja majandusvarasid ning ka pärandit ennast. Sellega pakuvad nad samaaegselt kohta, kus kogukonnad saavad kohtuda, töötada, jagada mõtteid, luua sotsiaalset kestlikkust ja edendada ühise hüvangu nimel personaalset ja kollektiivset heaolu. (Brown, 2019, lk 3) Muuseumid ja kestlikkus on töö autori hinnangul tihedalt seotud, toetades kogukondade püsimist – seda eriti maapiirkondades, kus kogukonnaliikmetel on sotsialiseerumiseks ja koosloomeks üldiselt vähe võimalusi.

Muuseumid saavad kultuurilist kestlikkust edendada mitmel viisil: kogudes, säilitades, kaitstes ning uurides materiaalsel ja immateriaalsel kultuuripärandit – tagades sellega praegustele ja järgnevatele põlvetele juurdepääsu kultuuriressursideni (Pop *et al.*, 2019; Song *et al.*, 2023; Zollo *et al.*, 2022, lk 2991). ICOMi järgi võib muuseumi määratleda kui mittetulunduslikku alalist asutust, mis teenib ühiskonda ja selle arengut ning on avatud avalikkusele. Muuseum omandab, säilitab, uurib, vahendab ja eksponeerib inimeste ja nende keskkonna tõendusmaterjali õppimise, hariduse ja naudingu eesmärgil. (Prideaux & Kininmont, 1999, lk 300) Ka hilisemas uuringus on Pop jt (2019, lk 13) välja toonud, et muuseumid on institutsioonid, mille missioon on teenida ühiskonda.

Muuseumid avasid oma ukse koolidele esmakordselt 19. sajandil ja on sellest ajast alates toetanud haridusprotsessi. Muuseumites hakati korraldama erinevaid teemanäitusi Esimese Maailmasõja ajal, näiteks toitumise, tervis- ja lastehoiu temadel. (Tatlı *et al.*, 2023, lk 8946) Tänapäevases kaasaegses ühiskonnas mängivad muuseumid samuti väga olulist rolli. Läbi ajaloo on linnastumise arengus peetud muuseumid võtmeteguriteks kultuuriruumi laiendamisel, rahva harimisel ja humanistliku vaimu kujundamisel. Umbes neljakümne aasta jooksul on muuseumid üle maailma kogunud pöördeid, mis on muutnud fookust asjadelt inimestele. Ka kasutajakogemust on muudetud läbi mitmete meetmete. (Liu & Idris, 2018, lk 1) Siinse töö autori arvates ei pruugi viimase neljakümne aasta jooksul olla muutused toimunud igal pool. Endiselt kohtab väiksemaid muuseumid, kus

fookus on asjadel ja mitte inimestel. Suuremad ning parema rahastusega muuseumid on muutustega kaasa saanud minna varem.

Kuigi huvi maapiirkondade turismi vastu üha kasvab, on uurimistööd maapiirkondade ja väikelinnade muuseumite kohta vähe tehtud (Malcolm, 2023, lk 86). Samuti on uuringutes vähe käsitletud praktilisi meetmeid, mis suunaksid muuseume looma kestlikke kogukondi (Song *et al.*, 2023, lk 5). Malcolm (2023, lk 85–86) viis Kanada provintsis Manitobas läbi uuringu, kus osales 18 kogukonnamuuseumit. Uuringus selgus, et külastajad teatasid üldiselt kõrgetest ootustest ja rahulolust seoses muuseumite väljapanekute nägemise, õppimise ja lugemisega. Avatud kommentaarid sisaldasid aga väiteid, mis kajastasid muuseumitega seotud raskusi. Peamiste puudustena toodi välja söömisvõimaluse puudumist, ebapiisavat informatsiooni, kummalist lõhna, jahedat temperatuuri ja ekraanide vähesust. Sooviti paremat valgustust, õhuringlust, märgistamist ja organiseeritust. Muret avaldati ka muuseumite tuleviku pärast, pidades silmas vabatahtlike töötajate vanust, kogukonna huvi ning finantskapitali puudumist. Antud uuringu põhjal võib järeldada, et külastajate uurimiseks võivad paremini sobida avatud vastustega küsimustikud või intervjuud, võimaldades arvamust süvitsi avaldada.

Yangi jt (2021, lk 2) väitel oli traditsiooniliste maapiirkonna muuseumite ehitamine üle maailma väga populaarne 1990. aastatel. Paratamatult on selliste muuseumite puhul ka piiranguid, näiteks on kultuurimälestiste säilitamine keeruline. Üsna piiratud on ka muuseumite ehitamise ulatus füüsilise ruumi ja rahaliste vahendite tõttu. Muuseumite haldamine ja hooldus võib olla keeruline ja nõuda suuri ressursse. Probleemideks võivad olla ka kaugel paiknemine ja hooajalisus (Malcolm, 2023, lk 86). Uuringud näitavad, et traditsioonilised muuseumid võivad silmitsi seista piirangute ja probleemidega, mis peamiselt seisnevad ressursipuuduses.

Selleks, et eelpool toodud probleeme ja kitsaskohti lahendada on mitmed autorid pakkunud välja lahendusi. Näiteks võiksid muuseumid teha omavahel või ka teiste turismiorganisatsioonidega koostööd, et luua piirkondlikke turismipakette, mis kajastavad korraka mitmeid piirkonna turismiatraktsioone. Samuti võiksid rohkem kasutada sotsiaalmeedia ja digiturunduse kanaleid reklaamimaks eksponaate ja üritusi. Tuleks kaaluda ka rahastamise otsimise võimalusi, et oleks võimalik investeerida paremasse külastuskogemusse. (Malcolm, 2023, lk 86; Pop *et al.*, 2019, lk 16; Sardaro *et*

al., 2021, lk 13) Koostöö muuseumite, ülikooliõpilaste ja kogukonnaliikmete vahel võib muutuda kestlike linnade ja kogukondade tulevikuks (Song *et al.*, 2023, lk 14–15). Siinjuures on oluline, et lisaks muuseumitele teeksid koostööd ja jagaksid andmeid ka arhiivid ja raamatukogud, et leida viise, kuidas protsesse lihtsamaks muuta ja automatiseerida (Giannini *et al.*, 2022, lk 202). Siinse töö autor hindab samuti koostööd oluliseks – nii turismiorganisatsioonide, teiste muuseumite kui ka ülikoolidega. Koopereerumine võimaldab luua uusi sidemeid, võimalusi ning lahendusi, mille peale ise tulla või üksi teostada on keeruline.

Probleemidele, mis kaasnesid traditsiooniliste maapiirkonna muuseumitega, võivad Yangi jt (2021, lk 1–2) arvates lahendust pakkuda virtuaalmuuseumid (ehitatud interneti küberruumis) ja tehnoloogia. Virtuaalmuuseumi põhine pärandi edasiandmise režiim pakub eeliseid suurema näituseala, ulatuslikuma kultuurilise ülekande ja laiema kommunikatsiooni osas ning seda vähendatud sisendiga (Schweibenz, 2019, lk 6). Kõik eelnevalt mainitud probleemilahendused toetavad kultuurilise kestlikkuse arendamist ja saavutamist muuseumites.

Pop'i jt (2019, lk 2–3) hinnangul saavad muuseumid kaasa aidata majandusliku, sotsiaalse ja ökoloogilise kestlikkuse saavutamisele, viies läbi kultuuritegevusi ning saavutades seeläbi kultuurilise elujõulisuse. Songi jt (2023, lk 5) väitel on viimastel aastatel täheldatud kogukonnamuuseumite kasvu ja nende institutsioonide tähtsuse tunnustamist. Kogukonnamuuseumid on loodud ja hallatud kogukonna poolt ning need keskenduvad kodanike kaasamisele, kohalikule arengule ja kogukonna tugevdamisele. Muuseumid pakuvad kogukondadele mitmeid kaasamisvõimalusi, näiteks vabatahtlike töökohti, vahendite kogumist, praktikavõimalusi, töökohti, töötube ja mitmesuguseid sündmuseid. Kogukondade kaasamine muuseumitöösse võib mõjuda lausa teraapiliselt, vähendades stressi taset, suurendades rahulolu, tõstes enesehinnangut ja -kindlust. (Weber, 2022, lk 36, 38) Sarnased on ka ökomuuseumid, mis ühendavad keskkonda, kultuuripärandit ja kohalikku tegevust. Nii kogukonnamuuseumid kui ka ökomuuseumid erinevad traditsioonilisest muuseumimudelist, pannes rõhku tegevusalgatustele ja kogukonna panuse väärtustamisele.

Kogukonnamuuseumid eksisteerivad sageli turismiatraktsiooni osana ja nende edu tagab see, kui pakutakse külastajatele soovitud elamust. Malcolmi (2023, lk 86) poolt läbi

viidud uuringus leiti, et muuseumitel on oluline roll kogukondadele endile ning ka maaturismile üldiselt. Artefaktide sortimendi näitamine ei ole ainus muuseumi ülesanne. Uuringud on näidanud, et meelelahutus moodustab suurima osa publiku motivatsioonist muuseumi külastada (Liu & Idris, 2018, lk 1). Praegust muuseumikogemuste olukorda on kritiseeritud interaktiivsuse ja meelelahutuse puudumise ning külaliste õpipotentsiaali kasutamata jätmise tõttu (Dal Falco & Vassos, 2017, lk 3979). Tuginedes varasemale teooriaosale võib väita, et inimeste kaasamine, meelelahutus ja hariduslik pool on tänapäeval muuseumi kontekstis soositud ning üha rohkem pööravad muuseumid rõhku nende tingimuste täitmisele.

Covid-19 on avaldanud muuseumitele märkimisväärselt mõju, pannes neid muutma enda seniseid ärimudeleid. Samal ajal tekkis ka tohutu tung liikuda üle virtuaalmaailma, mis kujunes uueks igapäevaseks keskkonnaks. Paljud muuseumid investeerisid sellesse, et nende tegevused oleksid esindatud ka veebis. Teenuse kasutajaid hakati käsitlema kui sisemist huvigruppi, kes on kaasatud ka turundamisse läbi kasutajakogemuse. Sellegi poolest oli digitaalsete lahendusi pandeemia puhkedes muuseumites veel vähe. (Antara & Sen, 2020, lk 56; Yun *et al.*, 2021, lk 14) Kuna maailm liigub üleüldiselt digiteerimise suunas, siis oleksid muudatused toimunud varem või hiljem – Covid pandeemia lihtsalt kiirendas protsessi.

Üldiselt koguvad muuseumid vähe teavet oma külastajate käitumise kohta. Enamasti piirduakse vaid külastajate loendamisega. Ka külastajate käitumist on uuritud küllaltki vähe, küll aga annab nende käitumise mõistmine tagasisidet muuseumis toimuvast, näiteks millised näitused on edukad ja millised mitte. See võimaldab planeerida ja uuendada käesolevaid praktikaid. (Lanir *et al.*, 2017, lk 313, 323) Uurimused on näidanud, et nii virtuaalsed- kui ka füüsilised muuseumid kipuvad keskenduma teabe edastamisele ning potentsiaalseid külastajaid ei suudeta piisavalt motiveerida järjepidevaks külastamiseks (Liu & Idris, 2018, lk 1). Külastajate lähem uurimine annaks aimdust, mis neile meeldib, miks nad muuseumi esmakordselt külastasid ja mis võiks neid panna korduskülastust sooritama.

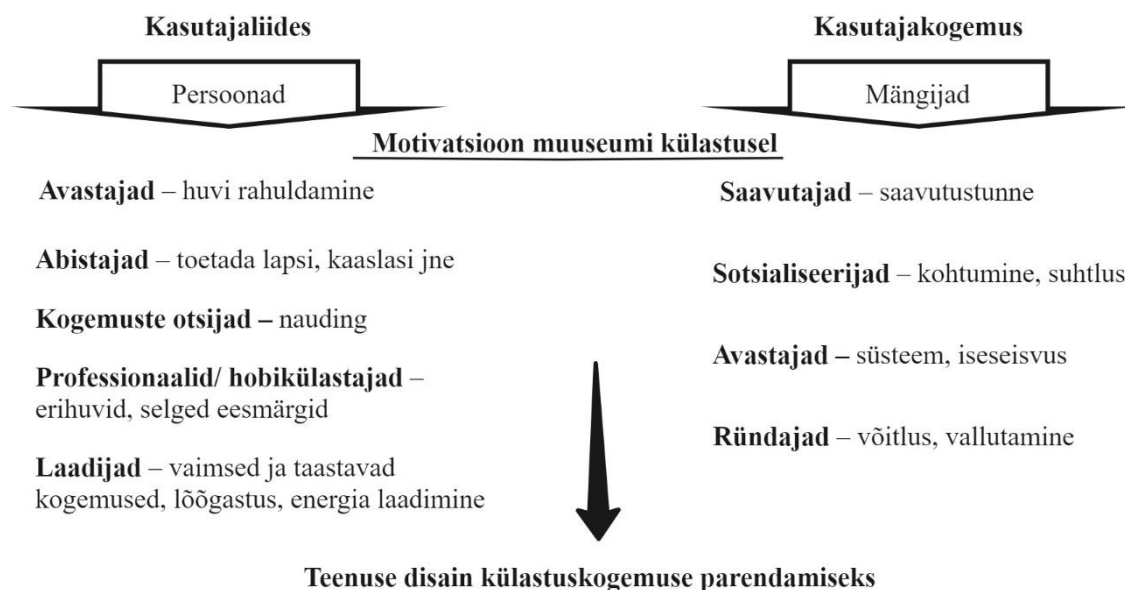
Külastajauuringud pööravad erilist tähelepanu külastuskogemustele, mis võimaldavad eristuda muuseumitel konkurentidest ja suurendada külastajate rahulolu kohandatud näituste kaudu. Sarnaselt tarbijatele on külastajad huvitatud teenusepakujatest, kes

pakuvad eripäraseid ja ainulaadseid elamusi. See omakorda viib lojaalsuse kasvatamiseni immateriaalse ja meelde jääva väärtuse pakkumise kaudu. (Zollo *et al.*, 2022, lk 2993) Oma külastajate käitumise paremaks mõistmiseks on kasutatud näiteks RFID süsteemi, mille tehnoloogia kasutab elektromagnetvälju objektidele kinnitatud siltide jälgimiseks ja tuvastamiseks. Loodi sõrestik, mis kujutas külastajate liikumist muuseumis – see näitas millised muuseumialad olid populaarsemad. (Lanir *et al.*, 2017, lk 317, 325) Töö autori arvates võib väiksemas muuseumis külastajate uurimine olla lihtsam, sest võimalused vaatluseks ja intervjuerimiseks on paremad, kuna korraga külastab vähem inimesi.

Selleks, et motiveerida klienti muuseumi uuesti külastama on võimalus rakendada mängustamist (*gamification*), eesmärgiga parandada kasutajakogemust ja suurendada kaasamist. Mängustamine on mängude disainielementide kasutamine mängude välises kontekstis, ehk päris maailmas (López-Martínez *et al.*, 2020, lk 5; Madsen, 2020, lk 3). Sellega nõustuvad ka Liu jt (2018, lk 2, 3), kelle sõnul uute sihtrühmade, eelkõige noorte ligimeelitamiseks on mängustamine üks viis. Preemiad, nagu näiteks punktid või auhinnad võivad aidata mängijatel süsteemi siseneda. Aja jooksul tuleks aga preemiate rolli vähendada ja asendada see pideva sisulise kaasamisega, sest sisemine motivatsioon on mõjuvam kui välimine motivatsioon.

Muuseumite disainiuuringud on viimastel aastatel märkimisväärselt arenenud ja jätkavad arenemist üha enam eksperimentaalsetes, koostööl põhinevates ja praktilistes suundades. Enne 2000. aastaid muuseumi disainiuuringud praktiliselt puudusid (MacLeod *et al.*, 2015, lk 314). Kasutajakogemus (edaspidi UX) hõlmab kõiki aspekte, mis on seotud lõppkasutaja suhtlusega ettevõtte, selle teenuse või toodetega. Kasutajakogemuseks võib nimetada ka tundeid, mis ületavad ootusi. UX mudeli puhul saab külastusmotivatsiooni klassifitseerimiseks kasutada mängustamise mõtteviisi ning jagada külastajad mängijateks (vt joonis 2). (Liu & Idris, 2018, lk 2–3)

Kasutajaliidese (edaspidi UI) disainimise praktikas saab kasutada laialdaselt kasutatud ja hinnatud persoonasid. Tehti uuring, kus külastajate isiksuse tuvastamiseks kasutati intervjuusid ja küsimustikke. Saadud tulemuste põhjal kujunesid välja viis peamist persoona kategooriat (vt joonis 2). (Almeshari *et al.*, 2019, lk 402) Joonisel 2 on välja toodud kasutajakogemuse ja kasutajaliidese praktikate külastusmotivatsiooni klassifikatsioonid, millele tuginedes on võimalik külastuskogemust parendada.



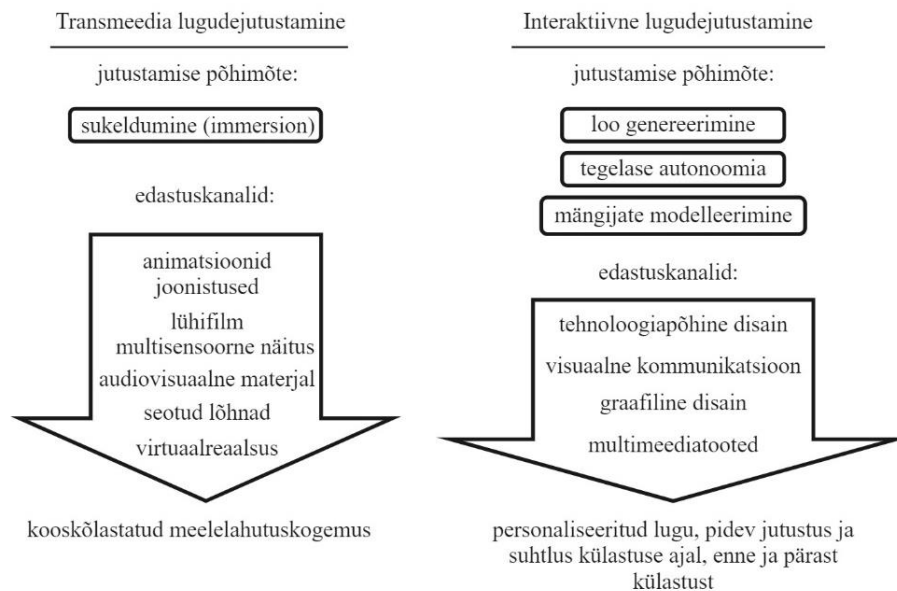
Joonis 2. Kasutajakogemuse ja -liidese praktikatest kujunenud külastusmotivatsiooni klassifikatsioonid. Autori koostatud Liu *et al.*, 2018, lk 3; Almeshari *et al.*, 2019, lk 402; Ying *et al.*, 2020, lk 981 alusel

Persoonade abil on võimalik kujutada fiktiivset kasutajat, kes esindab sarnaste vajadustega üksikisikute rühma (Fergnani, 2019, lk 446). Persoonad annavad selgust, kuidas kujundada teenused nii, et need vastaks kliendi vajadusele, tuues välja, kuidas klient mõtleb, tunneb ja käitub, millised on tema eesmärgid, motivaatorid ja ärritajad (Gonzales et al., 2020, lk 287–288). Karakteri loomine, kellele on antud nimi ja taustainformatsioon aitab disaineritel või turundajatel luua empaatilisema suhte kliendiga (Micheaux & Bosio, 2019, lk 130). Tuvastades klientide või külastajate persoonad, on võimalik luua personaalsemaid ja paremini suunatud tooteid ja teenuseid.

Kui külastajate motivatsioon on välja selgitatud, saab teenuse disaini kontseptsiooni abil parendada külastajakogemust muuseumis (Liu & Idris, 2018, lk 4). Motivatsioon mõjutab turistide tähelepanuvõimet ning nende kalduvuses uurida, mõista ja sulanduda keskkonda. Motivatsioon jaguneb sisemiseks ja välimiseks. Sisemine motivatsioon ajendab inimesi otsima sisemist rahuldust, samas kui välimine motivatsioon keskendub välistele hüvedele ja sotsiaalsetele teguritele. (Ying *et al.*, 2020, lk 981–986) Oluline on välja selgitada mõlemad ja sellest lähtuvalt ka külastuskogemust parendada.

Paljutootav on ka Asjade Internet (IoT), mis võimaldab rakendada nutikaid objekte külastajatega suhtlemiseks. Üks võimalus on kasutada mobiiltelefone, mis on ühenduseks külastajate ja eksponaatide vahel. Näiteks ka interaktiivsetel küsimustel põhinevad mängud on külastajate tähelepanu äratamiseks tõhusad. Iga muuseumi eksponaadi jaoks on võimalik luua interaktiivseid lahendusi kaasates nutikaid objekte või genereerida küsimusi. (López-Martínez *et al.*, 2020, lk 1–2) Kuna enamik inimesi omavad tänasel päeval juba nutikaid mobiiltelefone, siis on siinse töö autori arvates eksponaatidega seotud mängude loomine hea viis, kuidas võrdlemisi lihtsalt kaasaegseid tehnoloogiaid näitusesse kaasata ja külastust põnevamaks muuta.

Kultuuripärandit on võimalik kasutada ka kui lugude jutustamise vahendit (Song *et al.*, 2023, lk 5). Muuseum ei ole pelgalt enam jutustaja, kes pajatab vanu lugusid. Ta mängib pigem multisensoorse koha rolli, et üheskoos toota uusi, elatud ja individualiseeritud lugusid nii virtuaalses kui ka tegelikus ruumis (P. Liu & Lan, 2021, lk 421–422). Järgneval joonisel 3 on välja toodud transmeedia- ja interaktiivse lugude jutustamise võrdlus.



Joonis 3. Lugude jutustamise põhimõtted. Autori koostatud Song *et al.*, 2023, lk 3, 8–9; Jenkins, 2010, lk 944; Dal Falco *et al.*, 2017, lk 3979 alusel

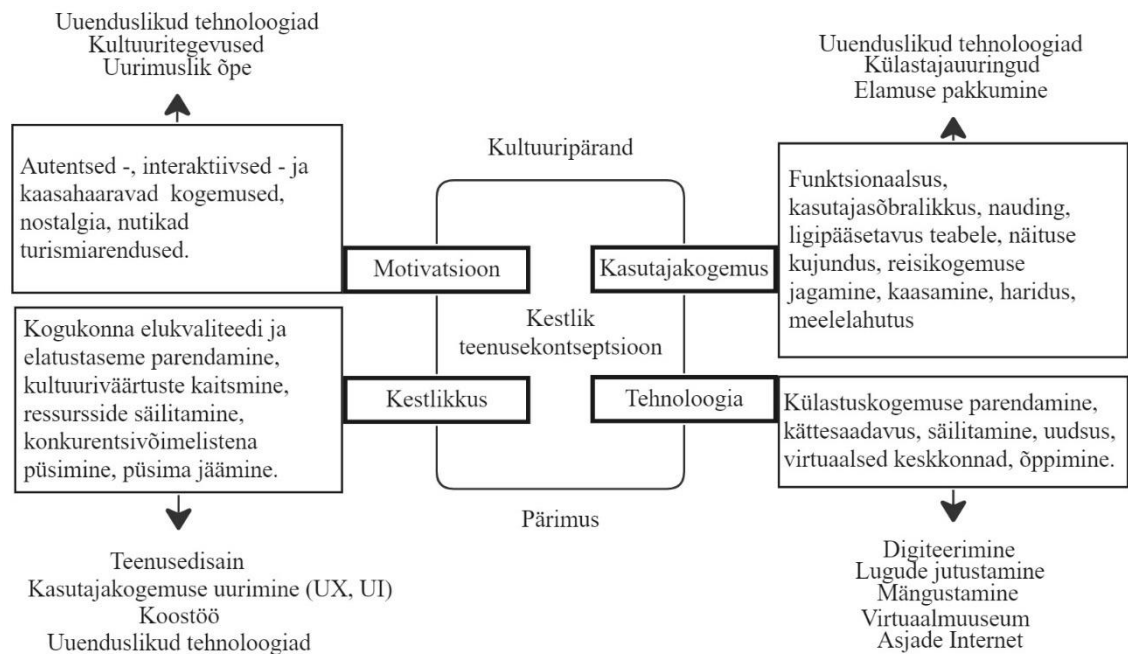
Transmeedia lugude jutustamine (*Transmedia storytelling*) soosib pigem aktiivset publikut, kes osaleb tarbimise ajal protsessis, kus luuakse tähendust (Song *et al.*, 2023, lk

2). See on protsess mille puhul fiktsiooni elemendid hajutatakse süstemaatiliselt mitmetesse edastuskanalitesse, et luua ühtne ja kooskõlastatud meelelahutuskogemus (Jenkins, 2010, lk 944). Interaktiivne lugudejutustamine hõlmab kolme telge: loo genereerimine, tegelaste autonoomia ja mängijate modelleerimine. Lugude jutustamisel kasutatakse tehnoloogiapõhist disaini, integreerides erinevaid aspekte pidevasse jutustusse. Luues seeläbi personaliseeritud loo läbi suhtluse muuseumis, enne ja pärast külastust. (Dal Falco & Vassos, 2017, lk 3979–3980)

Tehnoloogia areng on andnud muuseumitele vahendid külastuskogemuse ja õppimisvõimaluste parendamiseks – sealhulgas mobiilirakendused, liitreaalsus (AR) ja uurimuslik õpe (*inquiry learning*). Liitreaalsus on muuseumites üha enam kasutusel, et pakkuda tellitavat multimeediasisu ja interaktsioone, mis muidu ei ole kättesaadavad. On leitud, et see mõjutab positiivselt akadeemilist edu ja õpimotivatsiooni. (Chen *et al.*, 2023, lk 1483–1484) On uuritud, et mobiiliseadmed koos ekskursiooniprogrammide ja stsenaariummängudega võivad oluliselt parendada õppijate akadeemilisi sooritusi, suhtumist õppimisse, kultuurilist identiteeti ja huvi õppimise vastu. Samuti võivad liitreaalsusseadmed parendada märkimisväärselt kõrgkooliõpilaste õpikogemust ja teadmiste omandamist. (Xu *et al.*, 2023, lk 4590) Töö autori hinnangul ei pruugi veel kõik muuseumid olla nii võimekad soetamaks liitreaalsus seadmeid, kuid ekskursiooniprogrammide ja stsenaariummängude ühildamine mobiiliseadmetega võiks olla alustamiseks jõukohasem.

Keskkonnakäitumise parendamiseks saavad muuseumid kasutada ka teisi kaasaegseid tehnoloogiaid, näiteks audiovisuaalset meediat, juhendatud esitlusi, simulatsiooni meediat, interaktiivsed filme, 3D graafikat ja virtuaalreaalsust (Pop *et al.*, 2019, lk 13). Muuseumid võivad kasutada samuti liitreaalsust, segarealsust (Buhalis & Karatay, 2022, lk 17) ning harivaid mängu, audiogiidi, digitaalset kollektsioonihaldust, 3D printimist, skaneerimist, tehisintellekti ja mobiilirakendusi (Jia *et al.*, 2023, lk 3, 9). See loob võimaluse rohkematel inimestel ja sihtgruppidel kultuuripärandit mõista, selleni jõuda ja olla rohkem kaasatud (Pop *et al.*, 2019, lk 13). Riigi taustaga ja suurematel muuseumitel on lihtsam tehnoloogiaid kaasata parema rahastuse tõttu, kuid ka väikemuuseumid saaksid tagasihoidlikumal määral neid kasutada.

Järgnevale joonisele 4 on autor teoreetilistele käsitletele tuginedes koondanud muuseumi kestliku teenusekontseptsiooni arendamisega seotud olulisemad teemad – nendeks on: külastaja motivatsioon, kasutajakogemus, tehnoloogia ja kestlikkus. Lisaks on teemade juures välja toodud olulisemad seonduvad märksõnad ja ootused. Nooled näitavad arendusvõimaluste suundasid ja meetodikaid.

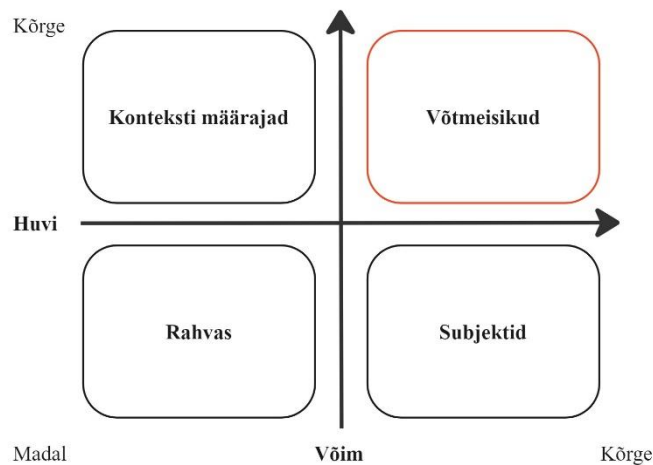


Joonis 4. Muuseumi kestliku teenusekontseptsiooni arendamisega seotud olulisemad valdkonnad ning arendusvõimaluste suunad ja – meetodikad. Autori koostatud Liu & Idris (2018), Ying *et al.* (2020), Zollo *et al.* (2022), Jia *et al.* (2023), Han & Bae (2022), Yang *et al.* (2021) alusel

ÜRO Maailma Turismiorganisatsiooni (UNWTO) 2030. aasta turismi tegevuskava kohaselt on vaja tugevdada partnerlussuhteid ja koostööd huvirühmade vahel, et saavutada kestliku arengu eesmärk. Jätksuutliku turismi poole püüdlisel tuleb kaasata praegused ja tulevased külastajad ning praegune ja tulevane võõrustav kogukond. Huvirühm on rühm või isik, kes saab mõjutada organisatsiooni eesmärkide saavutamist või keda see mõjutab. Samuti peab tal olema õigustatud huvi organisatsiooni vastu. (Roxas *et al.*, 2020. lk 388, 390) Huvirühmade kaardistamine võimaldab uurijatel koguda andmeid, mis esitatakse illustratiivselt, et näidata huvirühmade seoseid üksteise ja projektiga (Beeken *et al.*, 2024, lk 3, 8).

Alustuseks tuleks huvirühmad tuvastada ja määratleda, millist tüüpi ja millise ulatusega need on. Selleks võib kasutada näiteks ajurünnakut, mis on ideede genereerimise tööriist – seda võib teha individuaalselt või rühmas. Sellele järgneb huvirühmade analüüs, kus määratletakse huvirühmade huvi ja võim otsuseid teha. (Gilmour & Beilin, 2007, lk 16–19). Võimu ja huvi maatriksis jagatakse huvirühmad nelja põhirühma (vt joonis 5):

- Võtmeisikud – suure huvi ja mõjuvõimuga huvirühmade grupp (kõige olulisem).
- Konteksti määrajad – suure võimu ja madala huviga huvirühmade grupp.
- Subjektid – suure huvi ja madala võimuga huvirühmade grupp.
- Rahvas – madala huvi ja võimuga huvirühmade grupp. (Slabá, 2016, lk 130)



Joonis 5. Huvirühmade võimu ja huvi maatriks. Autori koostatud Slabá (2016) ja Gilmour *et al.* (2007) alusel

Peatükist selgus, et kestlikkus on muuseumite puhul oluliseks märksõnaks. Autori hinnangul peaksid muuseumid keskenduma kliendi käitumise ja kasutajakogemuse uurimisele, et pakkuda autentseid, nauditavaid, kaasavaid ja hariduslikke elamusi. See omakorda motiveerib korduvkülastusele ja kogemuse jagamisele tuttavatega. Selgusid ka muuseumi kestliku teenusekontseptsiooni arendamisega seotud olulisemad valdkonnad ning kestliku arengu eesmärgi saavutamiseks tuleks tugevdada koostööd partnerite ja huvirühmade vahel. Tehnoloogial on tänapäevases muuseumikontekstis oluline roll ning konkurentsipüsimiseks tuleks kaaluda ka erinevate uuenduslike tehnoloogiate kaasamist. See on eriti oluline siis, kui soovitakse kaasata ka nooremaid külastajaid.

2. EESTI MUUSEUMITE, MARIA TALU ÄRIKLIENTIDE JA MUUSEUMI KOGUKONNA HULGAS LÄBI VIIDUD PÄRANDI SÄILITAMISE JA EKSPONEERIMISE UURING

2.1. Ülevaade Eesti muuseumitest ning uuringu metoodika

Käesolevas alapeatükis antakse lühike ülevaade muuseumitest kui pärandi hoidjatest Eestis. Maria tallu loodav muuseum, mille arendamiseks tehakse ettepanekud magistritöö lõpuks, asub Pärnumaal – seetõttu antakse eraldi ülevaade ka Pärnumaal tegutsevate muuseumite hetkeolukorrast. Lisaks tutvustatakse lähemalt Maria talu ja sellega seonduvaid huvirühmasid, millele järgneb uuringu metoodika ja valimi tutvustus.

Eesti rahvakultuuri tugevuseks võib pidada rikkalikku pärandit ja inimesi, kes väärtustavad paikkondlikke traditsioone, kombeid ja eluviisi, kandes neidedasi ka järgnevatele põlvkondadele (Kultuuriministeerium, *s.a.*, lk 9). Euroopa riikide hulgast on Eestis kõige rohkem muuseume 100 000 elaniku kohta. Statistikaameti andmetel on 2022. aasta seisuga Eestis 170 muuseumit, mida külastatakse aastas 2,5 miljonit korda. Rekordiline muuseumikülastuste arv jäi Covid pandeemia eelsesesse aega, mil 2019. aastal külastati Eesti muuseume 3,54 miljonit korda. Kõige rohkem muuseume asub Harju maakonnas (71 muuseumit), millele järgnevad Tartu maakond (25 muuseumit) ja Lääne-Viru maakond (20 muuseumit). Neljandal kohal on Pärnumaa, kus on muuseumina registreeritud 18 organisatsiooni. (Muuseumid | Statistikaamet, *a.s.*) Neile lisanduvad veel väiksemad muuseumitoad ja piirkonnamuuseumid, mis ei ole ametlikult muuseumina registreeritud.

Pärnumaa muuseume külastati 2022. aastal ligi 97 500 korda (Statistikaamet, 2024). Visit Pärnu lehelt võib vaatamisväärsusi kategoriseerides leida 20 muuseumi nimetust kandvat atraktsiooni (Visit Pärnu, *s.a.*). Lisaks on välja toodud Pernova Loodusmaja Pärnu linnas,

mida võib samuti muuseumiks lugeda. Hetkel puudub Eestis üldine muuseumite andmebaas, kus oleksid muuseumid piirkonna ja õigusliku vormi järgi kategoriseeritud. Samuti erineb muuseumite arv veebiplatvormidel. Töö autor suhtles Pärnu Muuseumi peavarahoidja ja osakonnajuhatajaga andmebaasi puudumise teemal ning sai eksperdi koostatud nimekirja Pärnumaa muuseumitest, milles olid muuseumid jagatud piirkondade kaupa ning lisatud oli ka õiguslik vormi (vt lisa 1) (P. Pedanik, e-kiri, 20.03.2024). Nimekirjas on loetletud 25 Pärnumaa muuseumit.

TÜ Pärnu kolledž on 2020. aastal teostanud uuringu „Pärnu kui turismisihtkoha kuvand kohaliku elaniku silme läbi“, milles uuriti elanike arvamust Pärnust kui turismisihtkohast. Umbes 18% vastajatest soovitasid turistidele koha/vaatamisväärsusena muuseume. Samas väljendati ka kõige enam rahulolematust näituste, väljapanekute ning muuseumite suhtes. Toodi välja, et põnevaid muuseume või teaduskeskusi peale Pernova ei ole ning võiks olla midagi sarnast nagu on AHHAA keskus, Lennusadam ja Tervisemuuseum. (Juust, 2020) 2023. aastal viidi läbi sama nimetusega uuring, millega sooviti välja selgitada kohalike elanike rahulolu seonduvalt turismisektori tegevustega. Kuigi konkreetsed numbrid puudusid, soovitati turistidel Pärnumaa muuseume külastada nii suvel kui ka talvel. (Tartu Ülikooli Pärnu kolledž, 2024) Paraku ei olnud kahe uuringu andmed võrreldavad, sest uuringu eesmärgid olid erinevad.

2023. aastast on igal muuseumisõbral võimalik soetada digitaalne muuseumikaart, millega saab piiramatult külastada muuseume üle Eesti. Pärnumaa muuseumitest on esindatud seitse muuseumi: C. R. Jakobsoni talumuuseum, Kihnu muuseum, Koidula muuseum, Pärnu muuseum, Pärnu Uue Kunsti muuseum, Punane torn ja Tori hobusekasvatuse muuseum. (Muuseumikaart, 2024) Pärnu linnal on ka oma pakkumine, mis hõlmab viite muuseumi: Pärnu muuseum, Punane Torn, Koidula muuseum, Pernova Loodusmaja ja Uue Kunsti Muuseum. Kui külastada ühte neist keskustest, saab pileti alles hoidmisel viie päeva jooksul külastada teisi muuseume 20% soodsamalt. (Pärnu Muuseum, *n.d.*) See on hea viis motiveerida inimesi rohkem muuseume külastama.

Äsja on Pärnumaal valminud ka uus muuseumihoone, mis kannab nime Romantilise Rannatee Küün ning see on osa Maria talu puhkeküla kompleksist. Maria talu on osa Romantilisest Rannateest ning paikneb Pärnumaal Tõstamaa osavallas. Tulevases muuseumis on plaan tutvustada piirkonna lugusid, traditsioone, kombeid, toidulauda,

käsitööoskusi ja eksponeerida ajaloolisi esemeid nii kohapeal kui ka virtuaalselt veebis. Maria talu ja ümbritseva piirkonna lugusid ei ole tervikuna mujal eksponeeritud. Lisaks on muuseumi loojate sooviks, et sellest saaks koht, kuhu kogutakse kokku ja digiteeritakse andmebaas piirkonna taludest ja elanikest, et inimestel oleks võimalik tulla uurima ja tutvuma enda juurtega. (E. Rand, suuline vestlus, 15.10.2023)

Üks muuseumi loomise põhjustest on missioonitunne tutvustada piirkonda ja selle pärandit, sealhulgas Kõpu kirikut ja erinevaid koole. Samuti on põhjuseks oma äri arendamine – kui inimesed tulevad piirkonda ja külastavad muuseumi on võimalik selle juurde pakkuda toitlustamist, majutust ning seeläbi avastatakse ka ettevõtte teisi võimalusi. Selleks on saalid konverentside ja pidude pidamiseks, ratsutamine jne. Eesmärk on tuua piirkonda rohkem külalisi, mis omakorda toob ka tulu. Samuti aitaks muuseumi loomine vähendada hooajalisuse probleemi, pakkudes lisategevust igal aastaajal ja see aitaks pikendada piirkonnas viibimise aega. (E. Rand, suuline vestlus, 29.04.2024). Üheskoos Maria talu omanikuga kaardistati ka Maria talu ja muuseumiga soetud huvirühmad (vt lisa 2), kes on kaardistatud võimu ja huvi maatriksile (vt joonis 5, lk 25). Võtmeisikuteks on lisaks omanikele: ärikliendid (tarbivad rohkem lisateenuseid ja toovad ettevõttele rohkem tulu), kogukond ja konkurendid (teised muuseumid) – kes on kaasatud ka uuringusse.

Selleks, et täita magistr töö eesmärk ja vastata uurimisküsimustele, kasutab töö autor meetodikana etnograafilist uuringut. Etnograafia uurib lisaks sellele, mida tarbijad väidavad ka seda, mida nad tegelikult teevad (Wasson, 2007, lk 378). Läbiviidava uuringu andmeid kogutakse kvalitatiivsel meetodil. Kvalitatiivse meetodi valimise põhjuseks oli soov minna andmete uurimisega süvitsi. Roy (2022, lk 10) sõnul võimaldab kvalitatiivne uurimismeetod saada rikkalikku teavet, mis toetab sügavat analüüsi ning võimaldab vastajatel esitada oma arvamust. Kvalitatiivse uuringu eesmärk on püüda sügavuti mõista uuritavat sündmust või nähtust.

Empiirilise osa teostamiseks koostas töö autor esmalt uurimisplaani, kus on välja toodud konkreetsed tegevused ning ajaperiood (vt lisa 3), mil tegevused sooritatakse. Uurimise läbiviimiseks oli vaja läbida üheksa etappi, mis teostati perioodil detsember 2023 – aprill 2024. Uuring aitab täita käesoleva magistr töö eesmärki, milleks on: teha ettepanekud

Maria talu muuseumi teenusekontseptsiooni arendamiseks, selgitades välja päranditurismi kestliku arendamise võimalused.

Uuringu andmekogumismeetoditena on kasutatud poolstruktureeritud intervjuusid ja fookusgruupiintervjuud. Töö autor viis läbi poolstruktureeritud intervjuud erinevate Eesti muuseumite esindajatega (ekspertidega) ja Maria talu äriklientidega. Uuringute valimeid tutvustatakse lähemalt lisa 4. Fookusgruupiintervjuu viidi läbi kohaliku kogukonnaliikmetega Maria talu ümbritsevast piirkonnast. Järgnevas tabelis 3 on koondatud andmekogumismeetodid, valim ning eesmärk.

Tabel 3. Etnograafilise uuringu andmekogumismeetodid

Meetod	Valim	Eesmärk
Poolstruktureeritud intervjuu (vt lisa 5)	8 lumepallimeetodil valitud muuseumi valdkonna eksperti	Pärimusturismi kestlikud arendamise võimalused ja pärimusturismi säilitamise võtted
Poolstruktureeritud intervjuu (vt lisa 6)	4 Maria talu äriklienti	Ärikliendi persoona koostamine, idee valideerimine
Fookusgruupi-intervjuu (vt lisa 7)	9 kohalikku kogukonnaliiget (ümbritsevatest küladest)	Muuseumi idee valideerimine ja kohalike enda seisukoht teooriast kujunenud teemadel

Poolstruktureeritud intervjuu ühendab nii suletud kui ka avatud küsimusi, millele sageli järgnevad miks või kuidas küsimused. Vestluse käigus võidakse jõuda ootamatute murekohtadeni. Mõistlikuks kestuseks poolstruktureeritud intervjuu puhul võiks olla maksimaalselt üks tund, et vältida mõlema osapoole väsimist. (Wholey *et al.*, 2010, lk 366) Ekspertidega läbi viidud intervjuu kava koostati teooriaosa kokkuvõtva mudeli alusel (vt joonis 4, lk 24), kus oli näha muuseumi kestliku teenusekontseptsiooni arendamisega seotud olulisemad teemad. Lisas 5 on välja toodud intervjuu kava teemaplokid, koos teoreetiliste aluste autorite ja märksõnadega ning intervjuu küsimused.

Töö autoril oli algselt plaanis valimisse kaasata ainult Pärnumaa muuseumite eksperdid, kuid pilootintervjuu teise linna muuseumi esindaja andis head sisendit uuringusse ning tehti soovitusel ka järgmiste intervjuueeritavate kaasamiseks. Selle tõttu otsustas autor valimisse kaasata väikseid ja keskmise suurusega muuseume üle Eesti. Töö autori hinnangul ei ole piiranguks muuseumi asukoht ega suurus, sest põnevaid lahendusi saab rakendada ka maapiirkonnas ja väikemuuseumites. Valimi koostamiseks kasutati lumepallivalimit, mille puhul värbavad või soovivad olemasolevad uuritavad tulevasi

uuritavaid (Naderifar *et al.*, 2017, lk 2). Intervjuud viidi läbi 8 muuseumi esindajaga (vt lisa 4) ja teostati perioodil 17.02.2024–12.03.2024. Keskmiseks intervjuu pikkuseks kujunes 43 minutit. Vastajad kodeeriti tähisega „I“, millele järgneb number vastavalt sellele, mitmes intervjuueeritav järjekorras oli.

Lisaks tehti perioodil 28.04–30.04.2024 intervjuud nelja Maria talu ärikliendiga (vt lisa 4), kes on puhkekülas konverentse/sünnimuseid korraldanud. Äriklient osutus valitud huvirühmaks, sest viimastel aastatel on Maria talus tehtud palju arendustegevusi, mis on suunatud just ärikliendile ning nemad on hetkel ka üks peamisi külastajasegmente, kes toovad tulu. Ärikliendid tarbivad tavaliselt kohapeal ka mitmeid lisateenuseid. Intervjuu (äriklientidega) küsimused (vt lisa 6) koostati tuginedes töö teooria osale. Intervjuude kestvuseks oli keskmiselt 15 minutit ning need viidi läbi kuni andmete küllastumiseni. Vastajad kodeeriti tähisega „K“ nagu klient, millele järgnes intervjuueeritava järjekorranumber.

Fookusgrupi intervjuuga soovis töö autor uurida kohalike kogukonnaliikmetelt, mida nemad Maria tallu loodavast muuseumist ja seotud teemadest arvavad. Fookusgrupi intervjuu hõlmab väikese, umbes viiest kuni kümnest inimesest koosneva rühma kokku toomist mugavasse keskkonda, et arutada konkreetset uurimisteemat (Ho, 2006). Erinevus poolstruktureeritud intervjuudega seisneb selles, et fookusgrupi arutluse puhul võtab uurija moderaatori rolli ja juhib grupiarutelu osalejate vahel (O.Nyumba *et al.*, 2018, lk 21). Intervjuu kogukonnaliikmetega viidi läbi 21.03.2024 Maria talu valminud muuseumihoones. Fookusgrupiintervjuus osales 9 inimest (vt lisa 4), kes olid vanuses 33–80 aastat ning kes on piirkonnas elanud 10–60 aastat. Fookusgrupiintervjuu kestvuseks oli 85 minutit. Osalejad said kordamööda sõna. Vastajad kodeeriti tähisega „F“, millele järgnes number juhuslikus järjekorras. Lisas 7 on välja toodud fookusgrupiintervjuu kava ja tööleht, kuhu osalejad said märksõnu kirja panna. Lisas 8 on foto fookusgrupiintervjuu läbi viimisest.

Intervjuud salvestati osalejate nõusolekul helisalvestuse mobiilirakendusega. Kõigi intervjuude helifailid transkribeeriti, kodeeriti ja kategoriseeriti käsitsi. Paari helifaili puhul kasutati ka TTÜ kõnetuvastuse teenust (Tekstiks.ee), kuid ootejärjekord oli pikk ja autori hinnangul sai käsitsi transkribeerida kiiremini. Seejärel teostati sisuanalüüs, millest kujunesid uuringu tulemused ja diskussioon, mida järgnevas alapeatükis tutvustatakse.

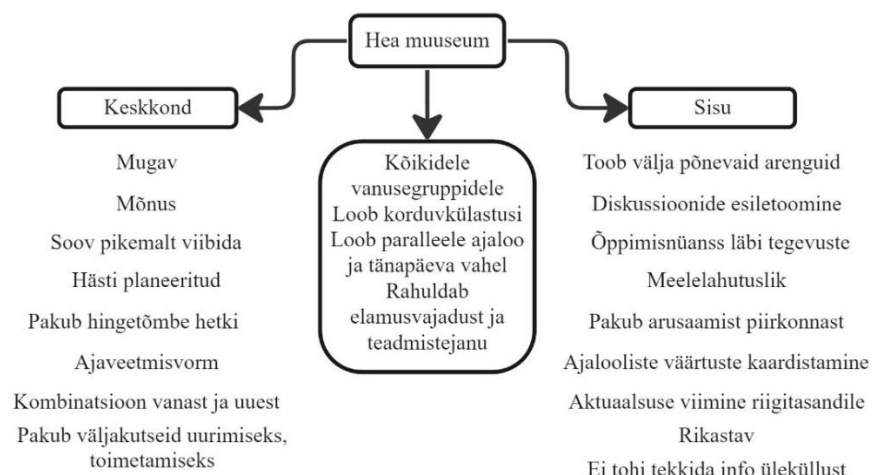
2.2. Pärandi säilitamise ja eksponeerimise uuringu tulemused ja diskussioon

Käesolevas peatükis tuuakse välja uuringu tulemused teemade kaupa, milleks on motivatsioon, kasutajakogemus, tehnoloogia ja kestlikkus. Samuti koostatakse intervjuude põhjal Maria talu ärikliendi persoona. Uuringu tulemused kõrvutatakse ja seotakse teooria peatükis esitletud autorite seisukohtadega. Tsitaate ekspertidega läbi viidud intervjuudest märgitakse tähisega „I“, ärikliendiga tähisega „K“ ja fookusgrupiintervjuust tähisega „F“.

Ekspertid peavad pärimuseks: suulist pärimust, esemeid, mingit viisi tööd teha, mõttelaadi, luulet, kirjandust, käsitööd, (piirkonna) lugusid, mälestusi, tavasid, kombeid, uskmuusi, oskusi, teadmisi, traditsioone – mis on meieni jõudnud läbi esivanemate. „Pärimus ongi see, mida me pärandina anname põlvest põlve edasi. Kui me seda edasi ei anna, siis on ta surnud pärimus“ (I8). Pärimus on kõik see, mida ollakse võimelised eelmistelt põlvkondadelt üle võtma ja ka edasi andma.

Kõiki uuringus osalenud muuseumi küllastavad eri vanusegrupid – on üksikküllastajad, pered (eraldi toodi välja vanavanemad ja lapselapsed kooslus), kooli- ja lasteaiagrupid, kogukonnaliikmed, turistid, eakad ja suveelanikud. Teemamuuseumeid küllastavad suuresti kooligrupid, sest näituste teemad on kooliprogrammide osaks ning samuti küllastavad teemast huvitunud inimesed. Lastega pered otsivad kergemat meelelahutust ja kohalike inimeste jaoks on tõmbenumbriks peamiselt muuseumis toimuvad sündmused.

Intervjuudest selgus, et hea muuseumi juures peetakse oluliseks nii keskkonda kui ka sisu, mis rikastaks kogemust. Ekspertide sõnul oodatakse muuseumist ka meelelahutust ja seda, et muuseumikogemus võimestaks küllastajat. Meelelahutus moodustab Liu ja Idrise (2018, lk 1) sõnul suurima osa publiku motivatsioonist muuseumi küllastada. Heas muuseumis pannakse ekspertide sõnul küllastajad mingisuguseid tegevusi tegema. „Läbi tegevuste jäävad paremini asjad meelde ja läbi tegevuste saab paremini aru ka sellest, mis meist mitu sajandit tagasi on toimunud“ (I3). Muuseumi eesmärk võiks olla see, et küllastaja soovib sealses atmosfääris viibida kauem. Järgneval joonisel 6 on välja toodud, milline on ekspertide hinnangul hea muuseum.

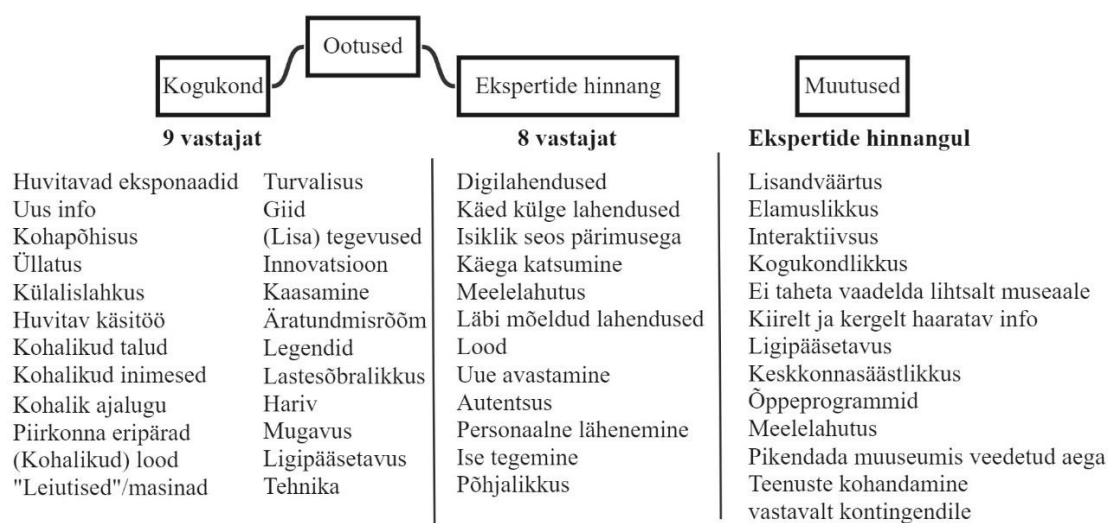


Joonis 6. Hea muuseum ekspertide hinnangul. Koostatud tuginedes 8 intervjuule

Esimeseks uuringu teemaks oli motivatsioon. Ekspertidelt uuriti, millised on nende hinnangul tänapäevaste pärimusturistide ootused muuseumit külastades ja millised muutused on viimastel aastatel toimunud. Ootuste puhul kerkisid esile digi- ja käed külge lahendused. Ärikliendid (4 vastajat) tõid esile innovatsiooni. „Õpilastele meeldivad ka ikkagi need muuseumid, kus on lisaks ajaloole ka interaktiivsust sisse toodud“ (K3). Nii eksperdid (8 vastajat) kui ka kogukonnaliikmed (9 vastajat) pidasid kõige olulisemaks lugusid, sest esemed paneb elama hoopis lugu, mis selle või tema kasutaja kohta rääkida osatakse. Ka ärikliendid ootaksid Maria talu muuseumist lugusid. „Huvitavad juhtumised, pajatused ja kogukonna tekke lood. Mõned kuulsad nimed välja tuua, erilised esemed mida on leitud või kasutatud“ (K4).

Ekspertide ja äriklientide sõnul ei taha enamus inimesi tänapäeval vanu asju või museaale lihtsalt vaadata. Fookusgrupis osalejad tõid välja, et neile meeldiks kui igale meelele oleks midagi pakkuda. Oodatakse lahkete teenindust ja kedagi, kes külalisega tegeleks, räägiks ja näitaks. Ka Malcolm (2023, lk 86) on öelnud, et muuseumis artefaktide näitamine ei ole ainus muuseumi ülesanne. Soovitakse, et tekiks isiklik seos pärandi ja pärimusega, nii ka turistide puhul. Han ja Bae (2022, lk lk 412–414) on välja toonud, et pärimusturistid soovivad talletada autentseid kogemusi, mis tekitavad emotsionaalset nostalgiat. Uuringust selgus, et süvateadus ei ole tõmbenumbriks – teadmiste omandamine peaks olema kombinatsioon puhkusest ja meelelahutusest.

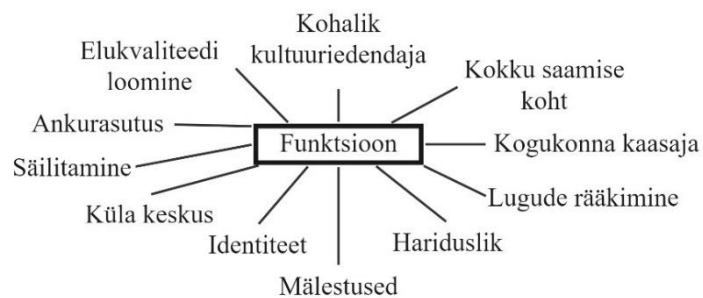
Kuna inimeste elutempo on kiire, siis peab ka info olema kiirelt ja kergelt haaratav. „Lühem ja konkreetsem info, aga kui mind huvitab, siis võiks olla QR kood või võimalus edasi uurimiseks“ (F9). Oma kätega tegemisel on oluline roll: „Nad saavadki ise teha, kui räägime leivast, siis küpsetamegi leiba, viime viljapõllule, mitte ei räägi kuivalt“ (I5). Järgneval joonisel 7 on välja toodud (juhuslikus järjekorras) kogukonnaliikmete ootused muuseumile ning ekspertide hinnang muuseumiküllastajate ootustele ja muutustele viimastel aastatel. Ootuste puhul kattuvad mitmed tegurid, kuid peamine erinevus seisneb selles, et kogukond ootab kohapõhisust ja seotust piirkonnaga.



Joonis 7. Kogukonnaliikmete ootused muuseumile ja ekspertide hinnang muuseumiküllastajate ootustele ja nende muutused kohta viimastel aastatel

Joonisel 7 on näha, millised muutused on ekspertide hinnangul toimunud viimastel aastatel muuseumiküllastajate ootustes. Üha enam üritatakse teha näituseid nii, et nende ümber pakutakse lisandväärtust või lisateenuseid. Korraldatakse paralleelselt ka teisi teemakohaseid sündmuseid ja tegevusi. „Kui ma vaatan suuri Tallinna muuseumeid, siis tehakse kontserdid sellel teemal, näiteks unenäitus, unemuusika, unelaulud – sa võid sealt võtta kõik, mis sul pähe tuleb. Ma arvan, et see on midagi, mida varasemal ajal ikkagi väga ei olnud“ (I1). Malcolmi (2023, lk 86) sõnul on pärimusturistid valmis piirkonnas veetma mitmeid päevi, et tutvuda sealse kultuuriga ja küllastada ka teisi piirkonnamuuseume. Äriklientide sõnul oleks muuseum ise juba lisandväärtus, miks minna just sellesse sihtkohta konverentsi või sündmust pidama.

Muuseumi funktsioon kogukonnas sõltub ekspertide sõnul suuresti asukohast ja sellest, kui suur on kogukond. „Kui vanasti, nõukaajal olid küla kultuurimajad, siis minu meelest muuseum hakkab natukene seda rolli üle võtma“ (I1). Viimastel aastatel on täheldatud ka kogukonnamuuseumite kasvu ning nende tähtsuse tunnustamist (Song *et al.*, 2023, lk 5). Fookusgrupiintervjuust selgus, et kogukonna jaoks oleks muuseum väga oluline. „Kohalikku huvitab see väga palju – siis tuleb ka ajalugu meelde, muidu ununeb täitsa ära“ (F2). Arvati, et pisike innovatsioon muuseumis ei teeks paha, aga see peaks olema personaalsem kui linnamuuseumid. Ekspertid tõid välja, et väiksemas kohas on muuseumil lihtsam muutuda ankrusutuseks ja pakkuda igasuguseid lisavõimalusi. Suuremas kohas on see roll laialivalgvam, sest inimestel on ajaveetmiseks rohkelt võimalusi. Järgneval joonisel 8 on välja toodud, milline on ekspertide hinnangul muuseumi funktsioon kogukonnas.



Joonis 8. Muuseumi funktsioon kogukonnas 8 eksperdi hinnangul

Han ja Bae (2022, lk 412–414) sõnul on autentsus oluline tegur, mis parendab turismielamuse kvaliteeti ja sellega seotud rahulolu. Teemamuuseumite autentsust on lihtsam määratleda, sest kajastatavad teemad ja väljapanekud on sisult tihti ainulaadsed, näiteks on Eestis ainult üks Tervisemuuseum. Autentseks võib ekspertide sõnul muuseumi teha ka kvaliteetne info, mis on teaduspõhiselt tõestatud. Samuti eriline muuseumihoone. Autentsust lisavad ka piirkonna inimeste enda esemed väljapanekutes, mis on muuseumitele laenatud või annetatud. „Igal esemel on piirkonna inimestega seotud lugu. Autentsus põhineb nendes lugudes ja mälestustes, mitte niivõrd füüsilises asjas.“ (I6). Iga piirkonna enda pärimus on autentne.

Fookusgrupil paluti arutleda, millised on Tõstamaa piirkonna eripärad, kombed, uskumused jne, mis oleksid autentsed. See küsimus tekitas rohkesti põnevaid arutelusid.

Meenutati värvikaid lugusid, juhtumeid, kõnekäändusid, murrakut, kohalikke elanikke ja talusid. „Iga talu kohta on siin tegelikult lugu, neid talusid enam ei olegi, aga lood elavad“ (F2). „Piiskop Platon on eesti 100 mõjuvõimsama inimese seas, kes on Eesti elu mõjutanud“ (F1). Ka Kihnu Virve olevat Pootsi koolis õppinud. Üks kogukonna liige mainis, et tema teab kõiki piirkonna talusid, sest töötas kohalikus poes. See oli ja on maapiirkonnas üks oluline kanal, kus toimub infovahetus.

Teiseks uuriti kasutajakogemust. Eksperdid töid välja, et info levitamine muuseumite ja näituste kohta toimub peamiselt sotsiaalmeedias ja veebis. Konkreetsete näidetena toodi enim välja Facebooki (kuuel korral kaheksast) ja kodulehte (viiel korral kaheksast). Ka kogukonnaliikmed saavad infot Facebookist (7 vastajat 9-st). Zollo jt (2022, lk 2992) väitel on muuseumite kohalolek sotsiaalmeedia platvormidel oluline. Suuremad muuseumid, mis asuvad linnas, kasutavad pigem väga suurt reklaamipinda ja linnaruumi reklaami. Ühel muuseumitest on oma *podcast* ning käiakse ka telesaadetes näituseid tutvustamas. Suurtel muuseumitel on olemas ka oma kommunikatsiooniosakond, kes sellega tegeleb.

Väike- ja maapiirkonna muuseumite puhul on veel vägagi levinud ajalehereklaam kohalikes lehtedes: „Vallaleht on siin hästi oluline, sest vallaleht läheb tasuta igasse postkasti ja seal see info väga hästi levib“ (I4). Seda kinnitasid ka kogukonnaliikmed, et kõige rohkem jõuavad uudised piirkonnas toimuva kohta nendeni kohaliku ajalehe „Tõstamaa tuuled“ vahendusel (8 vastajat 9-st). Ka suust-suhu reklaam toimib väikestes kohtades hästi ning plakatid avalikus linnaruumis. Võib järeldada, et suuremate muuseumite puhul on info levitamise eesmärk jõuda massideni ning väiksemate muuseumite puhul toimib rohkem personaalne lähenemine.

Tagasisidet saab ekspertide sõnul muuseumites jätta erinevate kanalite kaudu. Selleks, et tõsta turismitoodete kvaliteeti, on oluline mõista, millised turismielamused innustavad külastajaid oma kogemusi jagama (Han & Bae, 2022, lk 415). Ühe näitena toodi välja tagasiside jätmist läbi QR koodi, kuid selgus, et inimesed ei kipu seda väga kasutama. Tihti antakse tagasisidet otse muuseumitöötajatele või läbi sotsiaalmeedia kanalite. „Omamoodi tagasiside on kindlasti see ka, kui jagatakse sotsiaalmeedias oma kogemusi ja sinna meid ära *tag-itakse*, siis me jagame neid ka omal kanalil edasi“ (I2). Zollo jt (2022, lk 2992) hinnangul mängivad turistid suurt rolli potentsiaalse külastaja

mõjutamisel, postitades fotosid ja kommentaare sotsiaalmeediasse. Läbimõeldud tagasisidevormi muuseumites enamasti pole, kuigi seda peetakse oluliseks ning arvatakse, et see peaks tuleviku töös olema paremini korraldatud.

Fookusgruupiintervjuus küsiti kohalike kogukonnaliikmetelt, milliseid teenuseid või võimalusi soovitakse muuseumikülastusel rohkem näha või kogeda. Enim toodi välja kohalikku toitu (kolmel korral üheksast). „Soolvees räimed sibula, kartuli ning võiga – seda on väga kiidetud kui ma pakkunud olen“ (F2). Samuti toodi esile Maria talu enda leiba kui kaubamärki. Sooviti ka kaasaostu võimalust just kohalikele toodetele/meenetele, piirkonnakaarti taludega, omatoodangut, käsitööd ja kombeid. Samuti võiks välja toodud olla soovitused, mida veel piirkonnas teha. Viimast tõid välja ka ärikliendid. Lisaks soovisid ärikliendid töötubade, meelelahutuse ja ajaveetmise võimalust sihtkohas.

Teenuste arendamiseks ja parendamiseks kasutatakse teenuste disaini, mida on võimalik jaotada ajaliselt kolmeks etapiks: enne teenust, teenuse ajal ja pärast teenust (Liu & Idris, 2018, lk 1). Ekspertide sõnul kaasavad muuseumid üha enam sihtgrupe juba enne uute teenuste ja ekspositsioonide välja töötamist. Riikliku taustaga muuseumites uuritakse, kas külastajad oleksid teatud teemadest huvitatud või mille vastu huvi tuntakse. Tehakse ka töötubasid, et kaardistada baaskogemust või arusaama. Ka väiksemates muuseumites võetakse arvesse enda külastajate rahalist seisut ja nende huvisid. Tagasisidet muuseumitele arvestatakse võimalustest lähtuvalt. „Kriitika puhul kindlasti analüüsime läbi ja katsume parandada oma võimaluste piires“ (I5).

Ekspertide hinnangul mängib näituste kujundamisel suuresti rolli muuseumi ning kollektiivi suurus, kes näituse korraldamisega seotud on. Näituse kujundus on oluline – see määrab ära, kuidas on asjad presenteeritud, mis lugusid nad räägivad ja kuidas külastajad neid kogevad (Clark & Nye, 2023, lk 662). Suuremates muuseumites pannakse näituste koostamiseks ja kujundamiseks kokku tiim. „Kui me viimast näitust tegime, siis see oligi pidev iganädalane koos käimine ja teemade arutamine, siis vahepeal edasi arendamine, siis jälle arutamine. Et siis lõpuks jõudagi selle lahenduseni, kus kogu töörühm on tegelikult rahul.“ (I2) Väiksemates muuseumites vastutab selle eest tihti üks või paar inimest ja konkreetsed meetodid näituse kujundamiseks puuduvad. Riigi eelarvelised muuseumid peavad arvestama ka sellega, et tekitada tuleb piisavalt suurt kõlapinda propageerides ja näidates, et ka mujalt linnadest, institutsioonidest ja riikidest

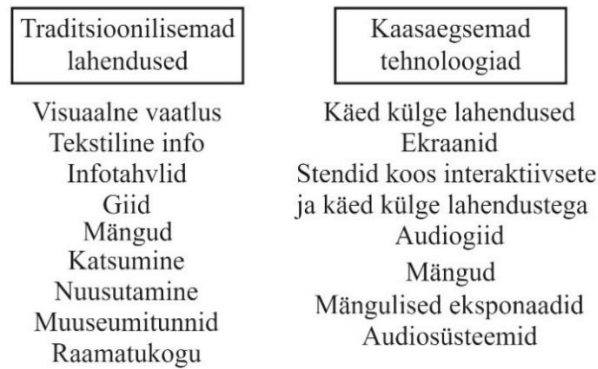
tuldaks uurima. Järgnevas tabelis 4 on välja toodud peamised erinevused näituste kujundamisel olenevalt muuseumi ja meeskonna suuruselt.

Tabel 4. Näituste kujundamine erinevate suurustega muuseumites. Koostatud tuginedes 8 intervjuule ekspertidega

Muuseum	Teostaja	Lähtekoht	Meetod
Suurem	Tiim/töörühm: Kuraator(id) Projektijuht Näituste tiim	-Probleemid ja väljakutsed, mis on hetkel ühiskonnas aktuaalsed -Teaduspõhisus -Arengukava (märksõnad) -Temaatika -Kõlapind	-Majasisene arutus (mitte ainult näituste tiim) – tegeletakse mitme teemaga korraga - Pannakse kokku töörühm - Koos käimine, arutamine, otsustamine -Avatud fondid
	Üks või paar muuseumi-töötajat	-Ruum -Kogukonna sisend -Ajaperiood -Hooaeg -Temaatika	-Pannakse ideed kirja ja tehakse sel teemal, mida varem pole olnud -Endale meeldiv, inspireeriv teema -Laenatakse põnevaid näitusi

Muuseumid, arhiivid ja raamatukogud peaksid tegema koostööd ja jagama andmeid, et leida viisid, kuidas protsessid lihtsamaks muuta ja automatiseerida (Giannini *et al.*, 2022, lk 202). Ühe eksperdi sõnul on uueks praktikaks Eesti muuseumites avatud fondid. Need võimaldavad muuseumitel digitaalselt läbi MuIS-i või reaalset eksponeerida esemeid teiste muuseumite kogudest, mis pole näiteks ruumipuuduse tõttu avalikkuse ette veel jõudnud. Väiksemas muuseumis on ruum suureks mõjutajaks ning ruumipuuduse tõttu on tegevus piiratud. Ekspertide sõnul kasutatakse näitusteks ka kogukonna poolt loodud käsitööd või midagi muud toredat, mida kohalikud inimesed kogunud on – läbi selle esitletakse ka oma kogukonna inimesi. Ka näituste välja- ja sisse laenamine on üks viis, kuidas uusi ja põnevaid väljapanekuid rahvale näidata saab.

Teabe hankimise võimalused on muuseumites väga erinevad (vt joonis 9). On muuseumid, kus on kasutatud praktiliselt kõiki kaasaegseid tehnoloogilisi lahendusi ja on teisi, kus on teavet võimalik hankida väga traditsioonilistel meetoditel. On ka kombinatsioone kahest. Tehnoloogia ja digiteerimine mängivad suurt rolli selles, kuidas külastajad pääsevad teabele ligi ja kuidas muuseumid oma kogusid korrastavad (Zollo *et al.*, 2022, lk 2992). Enamasti on muuseumite esindajad huvitatud kaasaegsete tehnoloogiate kaasamisest ja kasutamisest. Vaid üks muuseumi esindaja ütles, et nemad ei plaanigi digitaalseid lahendusi kaasata.



Joonis 9. Teabe hankimise võimalused uuringus osalenud muuseumites. Koostatud tuginedes 8 intervjuule ekspertidega

Samas toodi mitmel korral välja, kas muuseum ikkagi peab olema tehnoloogiliste lahendustega eesotsas või tuleks vastupidiselt olla hoopis tasakaalustav ja pakkuda rohkem ise kätega tegemise võimalust. Väiksemate muuseumite puhul kerkis esile see, et arendustegevusi on tehtud või plaanitakse teha projektipõhiselt. Riigieelarvelised muuseumid kasutavad samuti projektide tuge, kuid saavad rahastust ka riigilt.

Haridus on alati muuseumite kontekstis olulist rolli mänginud. Ekspertide sõnul on muuseumite jaoks olulised haridusprogrammid, kust tuleb suures osas ka sissetulek. Haridusprogramme pakutakse üldhariduskoolidele, -lasteaedadele, põhikoolile ja ka gümnaasiumile. Tehakse ka projektipõhiselt koostööd. Neil muuseumitel, kes kajastavad õppeprogrammides olevaid teemasid on lihtsam: „Kui sul on midagi õppeprogrammis sees, õpetajad ise otsivad sind üles, ei pea isegi turundama seda kuidagi“ (I1). Tehakse ka muuseumitunde ja giidiekskursioone, mis on samuti hariduslikul eesmärgil.

Külastajate kaasamiseks on ekspertide sõnul erinevaid meetodeid. Viimasel sajandil on oluliseks muutnud suhted avalikkuse ja muuseumite vahel ning külastajate kaasamise vastu näidatakse üles huvi (Liu ja Idris, 2018, lk 2). Näituse ajal saab külastajat panna oma lugu jutustama läbi kaasavate tegevuste. Lapsi saab kaasata mänguliste tegevuste kaudu, näiteks muuseumitundides, mis ühtlasi paneb neid liikuma. Lastele tuleb anda valikuid, kas nad tahavad asju ühte või teistmoodi teha – siis tunnevad nad end kaasatuna. „Tund peab olema huvitav ja liikuv ja ei tohi olla liiga raske, et saaks tulla eduelamus“ (I3). Eakatega tehakse näiteks viktoriinimänge. Teise näite puhul on väärikatel oma klubi, kus käiakse iga kuu koos ja tutvustatakse mingi temaga seonduvalt fotosid ja lugusid

isiklikest kogudest – neid materjale on kasutatud ka näitusteks. Lisaks on eakaid kaasatud muuseumitegevustesse ka vabatahtlikena.

Kolmanda teemana käsitleti uuringus tehnoloogiat. Tehnoloogiad, mida eksperdid on kohanud: virtuaalreaalsus, lugude kuulamine, vajutatav linna makett, film, video, interaktiivsed tahvlid ja audiogiid. Jia jt (2023, lk 1) sõnul on tehnoloogiliste rakenduste eesmärk parendada külastuskogemust ja seejuures suurendada kultuuripärandi kättesaadavust, säilitamist ja uudsust. Ühel uuringus osalenud muuseumil on plaan arendada tulevikus muuseum, mille sisu oleks üles ehitatud virtuaalreaalsusel põhinevate ruumide ja hologrammina. Kuna selline tehnoloogia on kallis, siis seda esineb maailmas vaid üksikute eksponaatide juures ning kogu muuseumit sellisel kujul üles ehitatud veel ei olegi.

Üks ekspert tõi välja, et tehnoloogiliste lahenduste põhjendatus peaks olema üsna suur. Öeldi, et kui on olemas päris asi, siis ei ole mõtet seda ekraanile panna. „Aastaid tagasi lähtuti sellest, et virtuaalsus on nii põnev, lastel on nii põnev – paneme kõik ekraani peale. Me oleme nüüd tegelikult paarkümmend aastat selles virtuaalsuses olnud ja mulle tundub, et lastele on tunduvalt põnevam see päris asi.“ (I7) Ka kogukonnaliikmete arvates peaks tehnoloogia võimendama elamust, mitte segama. Tehnoloogia peaks aitama teha eksponaadi personaalseks. „Tänapäeval on tehnoloogiat nii palju muuseumitesse pandud, et ainult nuppude mäng ongi“ (F2). Nende hinnangul võiks pildi või videomaterjali projekteerida seintele ja kasutada heliinstallatsiooni.

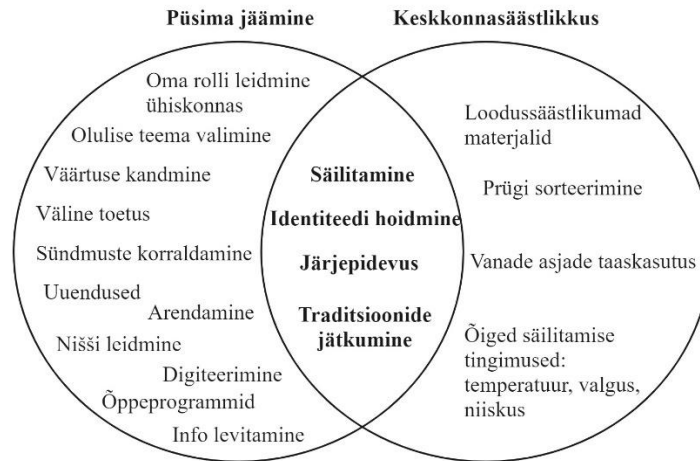
Uuringusse kaasatud muuseumites on kasutatud mitmesuguseid lahendusi elamuse pakkumiseks. Kasutusel on interaktiivsed eksponaadid, kus saab ülesandeid lahendada ja eesmärk on koguda maksimaalselt häid punkte. IKT on väärtuslik vahend külastajate muuseumikogemuse rikastamiseks ja sisukate kogemuste loomiseks (Zollo *et al.*, 2022, lk 2992–2993). Ühes muuseumis on läbi lauamängu proovitud näidata, kui keeruline on linnaruumis lahendada kõikide elusolendite soove ja vajadusi. Teine muuseumi esindaja tõi välja animafilmi, mille stsenaarium on muuseumi enda tellitud ja tekstid on peale lugenud kogukonnaliikmed ja töötajad.

Ka sünnipäevade ja ürituste korraldamist on peetud elamuslikuks. Rõhutati eksponaatide kõrvale lugude jutustamist ja giidi tähtsust. Kultuuripärandit võib kasutada kui lugude

jutustamise vahendit (Song *et al.*, 2023, lk 5). Ka kogukonnaliikmete arvates pakuksid muuseumis elamust lood, näiteks ka kui lugu areneks järjest edasi. Samuti audiosalvestused, kui kuuleks kohalikke inimesi oma lugusid rääkimas. Aga ka toidud, lõhn, miljöö, kui saaks midagi oma kätega katsuda ja proovida ning film. „Peaks olema nii, et kui oled muuseumis, siis sa ei mõtle kohe, et kuhu nüüd edasi pörutada, vaid sa tahad ikka selle miljöö edasi olla“ (F1). Taas tõid eksperdid välja, et alati ei peagi ekraanid edastama selliseid kogemusi, mida kusagil varem nähtud ei ole. Olulisem on läbi mõeldud sisu, mida edasi tahetakse anda.

Muuseumi kogude digiteerimise protsess on väga mahukas töö ning täies mahus pole ühegi uuringusse kaasatud muuseumi kogud digiteeritud. Enamusel muuseumitest on digiteerimisprotsess käsil ja eesmärk on kõik kogud digiteerida. Kasutatakse andmebaase PlutoF ja MuIS. Digiteerimine jääb muuseumite kontekstis oluliseks ning see loob võimaluse suurendada mahtu, juurdepääsu ja kasutatavust (Giannini *et al.*, 2022, lk 202). Takistusena on välja toodud personalipuudust, sissekannete keerukust, võimekuse puudust, suuri esemekogusid ja ajapuudust. Näituste sisu digiteerides on võimalus näha näituseid üles pildistatud kujul virtuaalkeskkonnas ehk virtuaalmuuseumis ja kasutada ka eelpool mainitud avatud fonde. See sai alguse koroonajal, kui muuseumid pidid kinni olema. Vähemalt ühel uuringus osalenud muuseumil ei olegi plaanis näituste sisu digiteerida ja mitmel korral avaldati ka muret liigse näituste sisu digiteerimise ja seeläbi teabe hankimise lihtsustamise osas.

Neljas uuringu teema oli kestlikkus. Kestlikkus on muuseumite jaoks oluline tegur, et püsida pikas perspektiivis konkurentsivõimelisena (Yun *et al.*, 2021, lk 5). Eksperdid nägid kestlikkust muuseumi kontekstis peamiselt kui püsima jäämist (5 vastajat 8-st). Mitmel korral toodi välja ka kestlikkust kui keskkonnasäästlikkust. Säilitamine, kogumine ja uurimine tulevaste põlvkondade jaoks on ekspertide sõnul tähtis. Samuti on peetud digiteerimist oluliseks säilitamise kontekstis, et ükski asi ei häviks. Ekspositsioonid vajavad pidevat täiendamist ja arendamist, et külastajad sooviksid näituseid taas külastada. Ühe eksperdi sõnul on pärimuse ümber hindamine uute põlvkondade poolt oluline, et selle tähendust hoomata. Järgnevalt on joonisel 10 välja toodud märksõnad ja tegevused, mida ekspertide hinnangul on vaja teha, et muuseum jääks püsima ja oleks keskkonnasäästlik.



Joonis 10. Kestlikkuse tagamine muuseumis. Koostatud tuginedes 8 intervjuule ekspertidega

Fookusgrupis osalenud kohalike kogukonna liikmete jaoks seostusid muuseumi kontekstis kestlikkusega peamiselt märksõnad: kohalik, pidev tegelemine, vajalik tehnoloogia, huvitavad ja vahelduvad eksponaadid, hea teenindus koos kehakinnitusega, erilisus, käsitöö, kvaliteet, energiasäästlikkus ja kohalikud meened. Oluliseks peetakse kohaliku tooraine kasutamist ja vastutustundlikku ressursside kasutamist, sh kohalike töökodade kaasamist.

Muuseumite koostööd teiste muuseumite, üliõpilaste ja kogukonnaliikmetega peavad eksperdid väga oluliseks. Songi jt (2023, lk 14–15) väitel võib koostöö muuseumite, ülikooliõpilaste ja kogukonnaliikmete vahel muutuda kestlike linnade ja kogukondade tulevikuks. Hea näitena koostööst teiste muuseumitega võib uuringu põhjal välja tuua mitmiknäituse, kus otsustati külastajale võimalikult suurt väärtust luua ühest teemast. Selleks koondusid kolm muuseumit ja tehti näitused samal teemal, kuid oma valdkonna põhiselt. Kõiki kolme muuseumit ka turundati ühiselt. Linnamuuseumid peavad konkurentsi tihedaks, sest lisaks teistele muuseumitele konkureeritakse ka teiste meelelahutusvormidega. Väiksemates piirkonnamuuseumites konkurentsi ei tajuta. Leitakse, et kõik on piisavalt omanäolised ja erilised. „Konkurentsi asemel on õigem kasutada sõna, et me teeme koostööd. Igaüks annab oma panuse piirkonna mälu säilitamiseks“ (I6).

Üliõpilastega saab ekspertide sõnul teha väga tulusat koostööd, näiteks EKA (Eesti Kunstiakadeemia) mängudisaini tudengitega on tehtud koostööd, esitades neile teemasid,

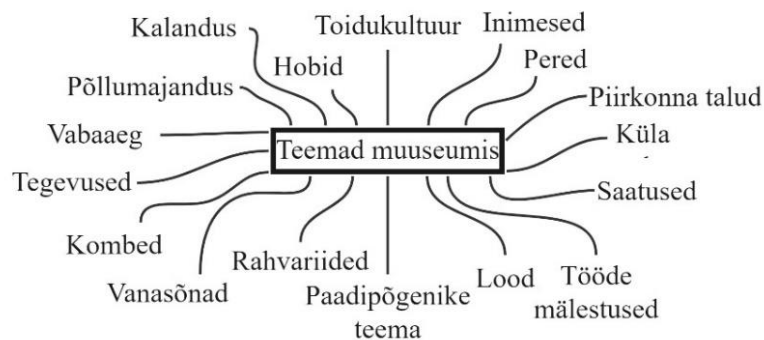
mida üliõpilased oma kursusetöö raames lahendavad. „Üliõpilane tegi sellise mängu, mis näitab kuidas muru niitmine mõjutab keskkonda. See on selline väga ekstreemne, aga sealt tulebki info, kui palju liike kaotab tegelikult elupaiga, kui sedasi järjekindlalt muru niita“ (I2). On toodud näide, kuidas EKA restaureerimise eriala üliõpilane tegi oma bakalaureuse töö kalatopiste peal ja võitis sellega Muuseumiroti auhinna kategoorias restaureerimine. Järgnevas tabelis 5 on välja toodud, kuidas uuringusse kaasatud muuseumid nimetatud sihtrühmadega koostööd teevad.

Tabel 5. Koostöö teiste muuseumite, üliõpilaste ja kogukonnaliikmete vahel. Koostatud tuginedes 8 intervjuule ekspertidega

Teiste muuseumitega	Üliõpilastega	Kogukonnaliikmetega
-Mitmiknäitused, samal teemal teiste muuseumitega koos (ühine turundus)	-Eluprogramm. Erineva taustaga üliõpilased aitavad teha osa näitusest	-Koostöö noortega (disainitakse sündmusi noortelt noortele)
-Rändnäitused	-EKA tudengid aitavad teha eksponaati	-Pärimuskorje
-Eksponaatide laenamine	-Teadustööd	-Kohalike elanike kaasamine infokorjesse, muudesse tegevustesse
-Materjalid	-Tulevased töötajad	-Võimalus tunda end vajalikuna
-Ideed	-EKA Mängudisaini kursus	-Anda kogukonnale vastu
-Abistamine	-Pikaajalisem koostöö uue maja ja püsiekspositsiooni planeerimisel	-Töötoad või tegevused kogukonna juhendamisel
-Toetamine	-Praktikakohad	
-Nõustamine	-Andmete jagamine	
-Müügiosakondade vaheline koostöö	-Giiditöö	

Kogukonnaliikmed on suureks pärandi annetajaks just väiksemates kohtades. „Kogukond vajab seda, et nad oleksid kaasatud. Läbi selle tunnevad nad ennast vajalikuna.“ (I3) Muuseum annab ka kogukonnale vastu. „Uute reeglite kohaselt saab sõiraks nimetada ainult kohalikust toorainest valmistatud toodangut. Mure on selles, et Setomaal ei ole enam eriti lehmasid. Meie kirjutasimegi projekti ja loodame, et saame võtta endale ka lehma juurde, et müüa kohalikku piima.“ (I5) Kogukonna liikmed panustavad ka enda oskuste ja teadmistega ning annavad neid edasi töötubades. Peamine erinevus, mis uuringust silma hakkas oli see, et suuremate linnas asuvate muuseumite puhul oli vähem juttu kogukonnaga koostööst ja väiksemate muuseumite puhul see domineeris. Võib arvata, et see on seotud tõsiasjaga, et linnas asuvatel muuseumitel on keerulisem oma kogukonda defineerida.

Fookusgruupiintervjuu lõpetuseks paluti kogukonnaliikmetel kirja panna need piirkonnaga seotud teemad, lood, oskused, traditsioonid, kombed ja inimesed, mis kindlasti peaksid olema muuseumis kajastatud ning säilima ka järgmistele põlvkondadele. Öeldi, et lugusid on keeruline kirja panna, kuna need on kohati pikad ja vajavad meenutamist. Järgneval joonisel 11 on välja toodud märksõnad teemadest, mida võiks kohalike arvates muuseumis kajastada ja lähemalt uurida.



Joonis 11. Teemad, mis võiksid olla Maria talu muuseumis kajastatud. Koostatud tuginedes fookusgruupiintervjuule

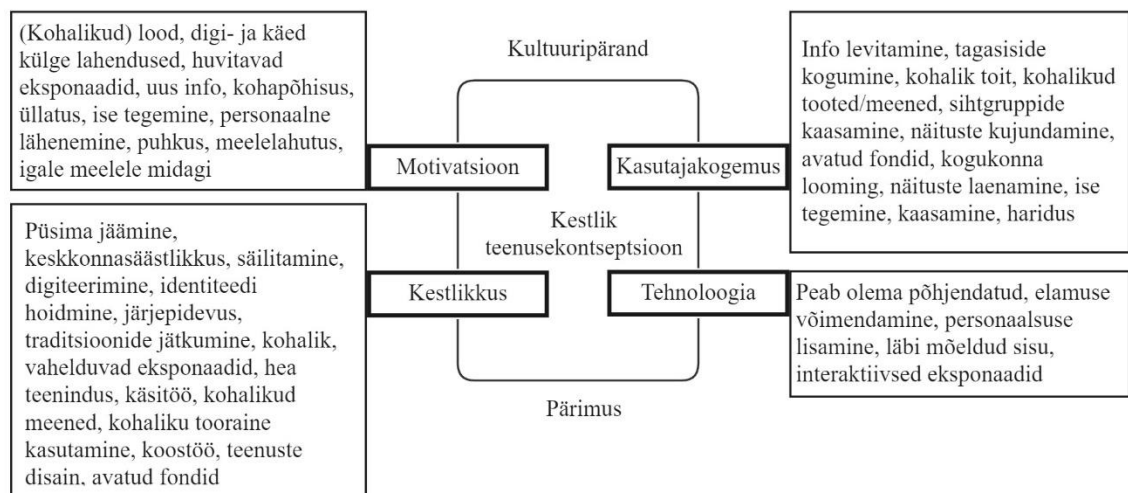
Ekspertidega läbi viidud intervjuudes mainiti kahel korral muuseumite koostööd disainifirmade ja teenusedisaineritega. Ühe näite puhul töötati koostöös välja muuseumi külastajate persoonad ja kontseptsioon, kus defineeriti muuseumi väärtuspakkumine ja muu oluline. Eksperti sõnul oli see väga põnev protsess ning neid samu persoonasid kasutataksegi nüüd uute näituste väljatöötamisel. „See on küll selline asi, mida ma julgen soovitada igale muuseumile, sest see tööprotsess oli väga huvitav. Muidugi maksis ka palju raha, aga seda on võimalik teha projekti toel.“ (I2) Töö autor koostas intervjuude põhjal ka Maria talu ärikliendi persoona (vt lisa 9), keda saab edaspidiselt teenuseid luues või arendades aluseks võtta. Teise näite puhul sai disainifirma muuseumi näituse kujunduse eest disaini hõbepremia. On näha, et muuseumites rakendatakse juba teadlikult teenusedisaini meetodeid, näiteks külastajate kaasamise näol enne uue näituse loomist. Loodetavasti on see muutumas trendiks ning näituste kujundamine muutubki läbimõeldud ja külastajast lähtuvaks protsessiks.

Järgnevas alapeatükis võetakse analüüsisosas käsitletud teemad kokku, tehakse järeldused ja esitatakse ettepanekud Maria talu muuseumi kestliku teenusekontseptsiooni arendamiseks. Järelduste ja ettepanekute tegemisel lähtutakse töö teooriasast ning

uuringu tulemustest, mille töö autor viis läbi muuseumi valdkonna ekspertidega, äriklientidega ning kohalike kogukonnaliikmetega. Seejuures võetakse arvesse asjaolu, et tegemist on maapiirkonna muuseumiga.

2.3. Järeldused ja ettepanekud Maria talu muuseumile kestliku teenusekontseptsiooni arendamiseks

Käesolevas peatükis esitatakse järeldused teemade kaupa, mis kujunesid välja töö teoreetilises osas ning mille põhjal koostati ka kokkuvõttev mudel, mis oli aluseks töö empiirilisele osale. Teemadeks on: motivatsioon, kasutajakogemus, tehnoloogia ja kestlikkus. Järeldustele järgnevad ettepanekud Maria talu muuseumile kestliku teenusekontseptsiooni arendamiseks. Töö autor on teooriaosa kokkuvõtva mudeli (vt joonis 4, lk 24) põhjal koostanud joonise 12, kus märksõnad on tuletatud autori poolt läbi viidud uuringu tulemustest. Mudel võiks olla aluseks (maapiirkonna) muuseumi kestliku teenusekontseptsiooni arendamisel.



Joonis 12. Maapiirkonna kestliku teenusekontseptsiooni arendamise olulisemad valdkonnad ja tegurid

Peamine järeldus, milleni töö autor uuringu põhjal jõudis, on see, et pärimus ja selle edasi andmine on oluline. Seda kinnitavad ka Sardaro jt (2021, lk 1), kelle hinnangul väärib maapiirkonna kultuuripärand säilitamist nii kohalike kogukondade kui ka tulevaste põlvkondade jaoks. Kui pärimust ei koguta ega säilitata, võib see häübuda ja kaduda koos eelmiste põlvkondadega. Uuringus osalenud ekspertide sõnul täidavad muuseumid

kogukonna kaasaja rolli, olles tihti ka küla keskuseks – see tulemus on kooskõlas Malcolmi (2023, lk 86) hinnanguga, et muuseumitel on oluline roll kogukondadele endile ning maaturismile üldiselt. Ka ärikliendid ja kohaliku kogukonna liikmed pidasid muuseumi rajamist tähtsaks. See näitab, et Maria talu muuseumi loomine on põhjendatud ja võib avaldada positiivset mõju.

Motivatsiooni puhul selgus uuringust, et muuseumis peetakse oluliseks nii keskkonda kui ka sisu, mis rikastaks kogemust. Ilmnes, et muuseumi eesmärk võiks olla: külastajas soovi tekitamine sealses atmosfääris kauem viibida ja lisateenused tarbida. Lak'i jt (2020, lk 389–390) sõnul kulutavad pärimusturistid sihtkohas kauem viibides ka rohkem raha ning Zollo jt (2022) hinnangul sõltuvad muuseumid suuresti saadavast tulust ja riiklikest vahenditest. Sellest järelduvalt on võimalik muuseumi lisateenustega teenida lisatulu, kui muuseumi keskkond soodustab kohapeal pikemalt viibimist. Uuringus toodi välja, et muuseum peaks olema ligipääsetav ja turvaline, kuid samas ka meelelahutuslik ning sisaldama uut ja harivat informatsiooni. Seetõttu soovitab autor luua muuseumi keskkonna, mis sisaldaks: meelelahutust, hingetõmbe hetki, pakuks kontsentreeritud infot ja väljakutseid uurimiseks kõikidele vanuse- ja sihtgruppidele.

Varasemad autorid on välja toonud, et muuseumi külastajad soovivad isiklikku seost pärandi ja pärimusega. Samuti soovitakse autentseid kogemusi, mis tekitaksid nostalgiat. (Malcolm, 2023, lk 86, Han & Bae, 2022, lk 412–414) Sarnane tendents ilmnes ka selle töö tulemustes. Toodi välja, et piirkonna muuseumi puhul lisavad autentsust kohalikud inimesed ja lood. Han ja Bae (2022, lk 412) sõnul on läbi autentsuse võimalik parendada turismielamuse kvaliteeti ja sellega seotud rahulolu. Eksponaatide puhul oodatakse läbimõeldud lahendusi, mis jutustaksid piirkonna ja sealsete elanike lugusid. Samuti soovitakse personaalset lähenemist. Sellest järelduvalt peaks muuseum ümbritseva piirkonna ja inimeste lugusid kaardistama, salvestama ning seejärel eksponeerima.

P. Liu ja Lan'i (2021, lk 421–422) sõnul mängib muuseum multisensoorse koha rolli ning ka fookusgruppiintervjuust selgus, et muuseum võiks kõikidele meeltele midagi pakkuda. Malcolm (2023, lk 85–86) tõi uuringus välja, et peamise puudusena muuseumites toodi külastajate poolt välja söömisvõimaluse puudumist. Andmete põhjal saab väita, et toidu pakkumine muuseumis mõjub positiivselt. Kuigi Maria talu juba pakub toitlustamist, siis võiks muuseumis pakutavat toitu valmistada kohalike retseptide järgi ning kohalikust

toorainest. Autor soovib mõne põneva toidu tegemist ka videopildis näidata. Fookusgrupiintervjuus toodi kohaliku toiduna välja soolvees räimesid sibulaga – põnev oleks näha kohalike kalameeste päeva ekraanilt ja seda, kuidas toit taldrikule jõuab.

Kasutajakogemuse kohta uurides selgus, et peamised infokanalid, mille kaudu info maapiirkonnas levib, on: kohalik ajaleht, Facebook ja suust-suhu informatsioon. Sotsiaalmeedial on oluline roll info levimisel ja muuseumikülastajatel potentsiaalsete külastajate mõjutamisel, näiteks fotode ja kommentaaride postitamisega sotsiaalmeediasse (Zollo *et al.*, 2022, lk 2992, Han & Bae, 2022, lk 415). Seepärast on oluline, et Maria talu muuseumil oleks aktiivne sotsiaalmeedia konto, kuid infot tuleks jagada ka kohalikus lehes.

Siinse töö tulemused näitasid, et tagasiside kogumine on oluline ja peaks uue muuseumi loomisel olema hästi korraldatud. Ka Malcolm (2023, lk 85–86) on rõhutanud külastajate uurimise olulisust ning järelduvalt tema uuringust sobivad paremini avatud vastustega küsimustikud, mis võimaldavad anda sisukamat tagasisidet. Töö tulemustest selgus, et levinud tagasiside jätmise viis on läbi sotsiaalmeediakanalite või otse muuseumitöötajatele. Seega ei saa väita, et tagasisidevorm peaks olema just küsimustiku vormis, vaid võib kasutada ka loovamaid lahendusi soodustamaks jagamiskäitumist. Autor soovib muuseumisse kujundada atraktiivne või humoorikas koht, mis tekitaks soovi seal ennast jäädvustada ja fotosid tutvavatega jagada. Tegevusele suunamiseks võiks juures olla ka sõnum. Võib kasutada mõnd vahvat vanasõna või kõnekäändu, mis oleks pilkupüüdev. Aja mahavõtmise ja tagasiside jätmise ärgitamiseks võiks sobida tee joomise paus. Maria talu ümbruses kasvab palju looduslikke maitsetaimi, millest tehakse taimeteed (pärnaõis, nurmenukk, piparmünt jne). Kuivatatud taimede juures võiksid olla ka raviomadused või selgitused, mis tarbeks vanarahvas neid kasutatud on. Nii saab igaüks endale meelepäraste omadustega joogi valmistada, korraks istet võtta ja samal ajal jätta ka tagasisidet. Võimalus oleks fotonurk, puhkehetk ja tagasiside jätmise omavahel ühendada. Ühtlasi pakuks see üllatusmomenti, mida uuringust tulenevalt oodatakse.

Suuremates Eesti muuseumites kasutatakse näituste kujundamisel sihtgruppide kaasamist. Uuritakse, milliste teemade vastu huvi tuntakse ja tehakse töötubasid kogemuse või arusaama kaardistamiseks. Seda võiks ka väikestes maapiirkonna muuseumites rakendada, et saada potentsiaalsetelt külastajatelt ja oluliselt huvirühmalt

sisendit. Näituste kujundus on oluline, sest see määrab, kuidas asju presenteeritakse, mis lugusid nad räägivad ja kuidas neid kogetakse (Clark & Nye, 2023, lk 662). Tulemustest järelduvalt tuleks kaasata Maria talu muuseumi kogukond juba näituste kujundamisel. Muuseumis võiksid regulaarselt toimuda koosviibimised kohalikele, kus arutatakse erinevatel teemadel ning kogutakse ja säilitatakse seeläbi uut pärimust. Fookusgrupiintervjuu näitel oli näha, et selline koosviibimine oli edukas ja tekitas osalejates elevust.

Teooriast selgus, et nii külastajate (Liu ja Idris, 2018) kui ka kogukonna (Weber, 2022) kaasamist peetakse oluliseks. Siinse töö tulemuste kohaselt peaks muuseum pakkuma oma kätega tegemise võimalust, mis tasakaalustaks igapäevast rohket tehnoloogia kasutamist. Töö autor soovib korraldada töötubasid kohalike eestvedamisel. Ühiselt võiks valmistada kohalikku toitu, õpetada käsitööd või murrakut. Maria talu muuseumis on selleks olemas kööginurgaga ruum. Samuti võiks korraldada muuseumitunde, kus kohalikud tutvustavad piirkonna ajalugu, elu, kombeid, töötegemisviise ja traditsioone, külalisi mänguliselt kaasates. Neid teemasid saaks siduda kohalike koolide haridusprogrammidega ning pakkuda lisandväärtusena ärikliendile ja turistidele.

Tehnoloogia võimaldab külastajatel pääseda ligi rikkalikule teabele nii külastuse ajal kui ka peale seda ning aidata kaasa elamuslikumale kogemusele (Zollo *et al.*, 2022, lk 2992). Kuigi ka Zheng'i jt (2023, lk 235) hinnangul on digitaalsete tehnoloogiate abil võimalik konkurentsivõimet suurendada, ilmnes siinse töö tulemustest mure liigse näituste sisu digiteerimise pärast, mis lihtsustab liialt teabe hankimist muuseumites. Uuringu kohaselt peaks muuseumis olema füüsilisi museaale ja vahetut suhtlust, mida võiks elamuse võimendamiseks toetada tehnoloogiliste lahendustega. Autor nõustub, et muuseumi eksponaadid, näituste sisu ja lahendused peaksid olema hästi läbimõeldud ja põhjendatud.

Song jt (2023, lk 5) on öelnud, et kultuuripärandit on võimalik kasutada lugude jutustamise vahendina. Autor saab fookusgrupiintervjuu põhjal väita, et kohalikel on põnevaid lugusid, mida teistega jagada. Seetõttu võiks piirkonnamuuseumi sisu olla ülesehitatud lugudele, tutvustamaks kohalikku elu. Lugu saaks jutustada tuginedes ühe kohaliku inimese eluteele. Piirkonna olulise inimesena toodi välja Piiskop Platonit, kes on esimene kristlikuks pühakuks kuulutatud eestlane – ka tema lugu ja olulisust saaks sidusa loona esitleda. Võimalik on jutustada talude lugusid läbi erinevate ajastute. Samuti

saaks kasutada transmeedia lugudejutustamist, kus kajastatakse sama lugu mitmetel platvormidel, näiteks animafilm, kodulehel digiteeritud kujul ja sotsiaalmeedia turunduses (videod, pildid). Lihtne eksponaatide vaatlemine ei ole tänapäevase muuseumikülastaja jaoks enam piisav (Madsen, 2020, lk 2). Seda kinnitavad ka uuringu tulemused, milles toodi välja, et füüsilised museaalid võiksid olla katsutavad või kasutatavad millegi tegemiseks. Tuleks hästi läbi mõelda, miks nad seal on ja millist rolli lugude jutustamisel mängivad.

Töö uuringu tulemusena saab järeldada, et kogude digiteerimine on vajalik ja sellega tuleb tegeleda. See ilmnes ka varasemate uuringute tulemustest (Zollo *et al.*, 2022; Antara & Sen, 2020; Yun *et al.*, 2021). Kuna Maria talu muuseum alles alustab oma tegevust, siis oleks hea võimalus kohe kõik esemed ja lood digiteerida. Digiteerimine aitab kaasa kogude säilitamisele ning annab võimaluse kõigil huvilistel eksponaatide kohta infot hankida ka veebist. Samuti tuli uuringust välja, et võimalik on kasutada avatud fonde, kus muuseumid saavad oma kogusid vahetada ja laenata näitusteks.

Kogukonnale pakuksid elamust lood, audiosalvestused, toidud, lõhn, miljöö, oma kätega tegemine ja film. Need on lahendused, mida saab rakendada olenemata muuseumi suurusest või asukohast. Sellest järelduvalt võiks muuseumis olla esindatud audio- ja videolahendused. Ka varasemad autorid on keskkonnakäitumise parendamiseks soovitanud audiovisuaalset meediat, interaktiivseid filme, audiogiidi, mobiilirakendusi, harivaid mängu jne (Pop *et al.*, 2019; Jia *et al.*, 2023). Autor soovib salvestada eakamate kogukonnaliikmete poolt pajatatud pärimuslood, mida läbi heliinstallatsiooni muuseumikülastajatele lasta. Ekraanidel võiks näidata lugusid ilmestavaid foto- või videomaterjale.

Uuringust tulenevalt tuleks muuseumis edastatavat infot esitada kontsentreeritult, kuid huvi korral saaksid külastajad endale meelepäraste teemade kohta lähemalt uurida. Zollo jt (2022) sõnul saavad digitaalsed tehnoloogiad, sealhulgas nutitelefonirakendused, võimaldada muuseumi külastajatele meeldejäävaid elamusi. Sellest tulenevalt on võimalik eksponaate rikastada QR koodidega ja eakamatele pakkuda lisamaterjale albumite või lamineeritud paberite näol. QR kood on hea lahendus, sest enamus inimesi omavad tänapäeval nutitelefone, millega mugavalt infole ligi pääseda. Samuti võiks

sellisel kujul olla rakendatud mängustamine või Asjade Internet, kus noored saavad lahendada ülesandeid, mis on seotud eksponaatidega.

Kestlikel põhimõtetel toimetavad maapiirkonna muuseumid võivad hästi mõjuda majanduse mitmekesistamisele, piirkonna kultuuripärandi säilitamisele, parandades seejuures kohalike elukvaliteeti ja tekitades mitmeid teisi positiivseid mõjusid (Malcolm, 2023, lk 86, 99). Uuringust selgus, et muuseumi kontekstis nähti kestlikkust peamiselt kui püsima jäämist, keskkonnasäästlikkust, säilitamist, identiteedi hoidmist, järjepidevust ja traditsioonide hoidmist. Kogukonna jaoks oli fookuses kohalikkus. Kestlikkus maapiirkonna muuseumis tuleks säilitada ja edastada kohalikku identiteeti, kasutada kohalikke tooraineid ja kaasata kohalikke elanikke. Selleks, et tutvustada piirkonna elanike tegemisi, soovitab autor pakkuda kaasaostu võimalust kohalikele toodetele. Lisaks on joonisel 11 (lk 43) välja toodud märksõnad ja teemad kohalike poolt, mida muuseum võiks kajastada.

Uuringu tulemustest selgus, et väiksemate muuseumite puhul domineerib koostöö kogukonnaga, keskmiselt tehakse koostööd teiste muuseumitega ja vähem üliõpilastega. Song jt (2023) hinnangul võib koostöö mainitud huvirühmadega muutuda kestlike linnade kogukondade tulevikuks. Seetõttu on oluline tugevdada koostööd kõigi huvirühmade vahel. Koostööd tuleks teha teiste piirkonnamuuseumitega, korraldades koostöös näituseid. Muuseumid saaksid valida ühise näituse teema, mis erineksid teineteisest esitlusviisi, lugude ja esemete poolest. Nii oleks külastajatel rohkem motivatsiooni maapiirkonda sõita, külastamaks korraga mitut sihtkohta. Lisaks saaksid piirkonnamuuseumid oma näituseid ühiselt turundada ja müüa ühiskülastuse piletit. Muuseumitel oleks võimalik omavahel näituste eksponaate vahetada ja korraldada rändnäituseid.

Samuti võiks Maria talu muuseum teha koostööd ülikoolidega – näiteks Pärnu kolledžiga, kus õpivad tulevased teenusedisainerid, või mõne teise ülikooliga, kus õpivad mängudisainerid ja ajaloolased. Töö autor soovitab muuseumil kandideerida mõnesse koostööprojekti, et üheskoos üliõpilastega arendada muuseumiteenuseid või hoopis luua hariv muuseumimäng. Järgnevas tabelis 6 on välja toodud töö autori ettepanekud Maria talu muuseumile kestliku teenusekontseptsiooni arendamiseks teemade kaupa.

Tabel 6. Ettepanekud Maria talu muuseumile

Uuringu teemad	Ettepanekud
Motivatsioon	Luua läbimõeldud muuseumi keskkond, mis soodustaks kohapeal pikemalt viibimist, sobides kõikidele vanuse- ja sihtgruppidele Kaardistada, salvestada ja tutvustada piirkonna ja sealsete elanike autentsust ja lugusid. Pakkuda toitu, mis oleks valmistatud kohalike retseptide järgi ja kohalikust toorainest.
Kasutaja-kogemus	Reklaamida näituste ja sündmuste sisu sotsiaalmeedias ning kohalikus lehes Luua ja ühildada fotonurk, hingetõmbehetk ja tagasiside jätmise teepausiga Kaasata kohaliku kogukonnaliikmed näituste kujundamisse Pakkuda töötubasid ja muuseumitunde kohalike eestvedamisel
Tehnoloogia	Rakendada sidusat lugude jutustamist, kohalike lugude eksponeerimisel Kasutada praktilisi museaale, mida võib katsuda ja kasutada millegi tegemiseks Digiteerida kogud ja näitused säilitamise ning ulatuse suurenemise eesmärgil Kasutada näitustes audio- ja videolahendusi Luua QR koodiga lahendused lisainfo hankimiseks ja harivateks mängudeks
Kestlikkus	Pakkuda kaasaostuks kohalikku toodangut, tutvustades seeläbi piirkonna identiteeti Tugevdada koostööd peamiste huvirühmade vahel Kujundada ja turundada ühiselt näituseid koos teiste piirkonnamuuseumitega Teha koostööd ülikoolidega ja kandideerida koostööprojekti arendamiseks muuseumiteenuseid

Käesolevas alapeatükis tehti Maria talu muuseumile kestliku teenuse kontseptsiooni arendamiseks ettepanekud, mis tuginesid töö teoreetilisele osale ja teostatud uuringu tulemustele. Töö autor leiab, et uuring õnnestus, sest lõputöö eesmärk sai täidetud. Edasistes uuringutes on võimalik Eesti muuseumite hetkeseisu põhjalikult kaardistada, mida käesolevas töös ei tehtud. Minna piirkonnapõhise pärimuskorjega rohkem süvitsi ning arendada muuseumiteenuseid või eksponaate külastajatest lähtuvalt.

Muuseumi juhid hindasid ettepanekud heaks ning teostatavaks, kuid püsinäituse valmimine võib aega võtta kuni mitu aastat, eriti kuna seda tehakse teiste tegemiste kõrvalt. Oluliseks partneriks muuseumi arendamisel peetakse kogukonnaliikmeid, kelle kaasamiseks tuleb eelnevalt teha teavitustööd muuseumi olulisusest. Juhtide sõnul sooviksid nad protsessi kiirendamiseks koostööd teha tudengitega, näiteks praktika raames. Hetkel on käsil vajaliku tehnika soetamine: kvaliteetsed skannerid, fotoaparaadid ja erinevad arvutid. Samuti kogutakse juba materjali näitusteks ning kirjutatakse erinevaid projekte, mis toetavad arendustegevust.

KOKKUVÕTE

Selleks, et turism saaks maapiirkondades positiivset mõju luua, tuleb lähtuda kestlikkest põhimõtetest, mis aitavad pikema aja jooksul elatustaset parandada ning luua piirkonnale ja selle elanikele väärtust. On oluline luua turismiattraktsioone, mis aitaksid kaasa kultuurilise terviklikkuse säilitamisele, et turismi maapiirkonnas elavdada. Üheks võimalikuks variandiks on kogukonnamuuseumid, mis on olulised pärandi, pärimuse ja identiteedi säilitajad ning omakorda täidavad tihti ka külakeskuse ja kogunemiskoha rolli.

Siinse töö raames sooviti teada saada, kuidas maapiirkonnas päranditurismi kestlikult arendada, võttes arvesse kohaliku kultuuripärandit, traditsioone ja digitaalset innovatsiooni. Varasematest uuringutest selgus, et põhialused muuseumi kestlikuks teenusekontseptsiooni arendamiseks on: motivatsioon, kasutajakogemus, tehnoloogia ja kestlikkus. Pärimusturiste motiveerib peamiselt autentsus, emotsionaalne nostalgia ning interaktiivsed ja kaasahaaravad kogemused. Oluliseks on peetud kasutajakogemust uurida, külastajaid kaasata ning pakkuda ühes haridusliku poolega ka meelelahutust. Tehnoloogia on abiks külastuskogemuse parendamisel, info hankimisel, õppimisel ja säilitamisel. Kestlikkus on oluline kogukonna elukvaliteedi ja elatustaseme parendamiseks, ressursside säilitamiseks, konkurentsivõime parendamiseks ja püsima jäämiseks.

Euroopa riikide hulgast on Eestis kõige rohkem muuseume 100 000 elaniku kohta, seega on pärimuse säilitamine olulisel kohal. Ametlikult muuseumi nimetust kandvaid organisatsioone on 2022. aasta seisuga Eestis 170, millele lisandub veel väikemaid muuseume ja muuseumitube, mis ei ole muuseumina registreeritud. Pärnumaal on 2022. aasta seisuga registreeritud 18 muuseumit, kuid tegelik muuseumite arv võib olla vähemalt 25. Et teada saada, milliseid päranditurismi säilitamise võtteid Eesti muuseumites rakendatakse ja millised on kestliku teenusekontseptsiooni arendamise võimalused, viidi läbi uuring.

Eesmärgi saavutamiseks koguti magistritöös andmeid kvalitatiivsel meetodil. Uuring koosnes kolmest osast: viidi läbi poolstruktureeritud intervjuud 8 Eesti muuseumi esindajaga (ekspertidega), nelja Maria talu ärikliendiga ja teostati fookusgruppiintervjuu 9 Maria talu muuseumi kogukonnaliikmega. Uuringu küsimused tuginesid teooria osas esitatud varasematele uuringutele ja autoritele. Uuring viidi läbi perioodil veebruar – aprill 2024. Poolstruktureeritud intervjuud toimusid silmast-silma, veebis ja telefoni teel. Fookusgrupiga kohtus autor Maria talu muuseumi värskest valminud hoones, kus viidi läbi arutelu vormis intervjuu. Intervjuu tulemused transkribeeriti, kodeeriti ja kategoriseeriti käsitsi.

Autori poolt teostatud uuringust selgus, et pärimuse kogumine, säilitamine ja selle edasi andmine on tähtis erinevatele osapooltele ning Maria talu muuseumi loomine on põhjendatud. Muuseumi külastajate motivatsiooni tõstmiseks tuleks uuringu põhjal rõhku panna nii muuseumi keskkonnale kui ka pakutavale sisule. Külastaja peaks soovima sealses atmosfääris kauem viibida ja lisateenuseid tarbida. Selle soodustamiseks peaks muuseumi keskkond olema ligipääsetav, turvaline, meelelahutuslik ning sisaldama uut ja huvitavat informatsiooni kõigile vanuse- ja sihtgruppidele. Piirkonna muuseumile lisavad autentsust kohalikud lood ja inimesed. Seetõttu on vajalik kaardistada ja salvestada muuseumi ümbritseva piirkonna ja inimeste lood ning neid eksponeerida. Muuseumi kogemisel peaksid kaasatud olema kõik meeled – seetõttu tuleks muuseumis pakkuda kohalike retseptide järgi, kohalikust toorainest valmistatud toitu. Soovitatav on mõne toidu valmimist ka videopildis näidata.

Uuringust selgus, et maapiirkonna muuseumi kohta infot tuleks levitada nii sotsiaalmeedias kui ka kohalikus ajalehes. Oluline on külastajatele võimaldada tagasiside jätmist ja soodustada kogemuse jagamist tutvavatega. Selleks tuleks luua atraktiivne või humoorikas fotonurk, mis kutsuks külastajaid fotojäädvustusi tegema ning ühtlasi pakuks võimalust hinge tõmmata ja endale kohalikest maitsetaimedest teed valmistama. See võiks olla ka üllatusmomendiks, mida uuringu kohaselt oodatakse. Kogukonda tuleks muuseumi tegevustesse kaasata juba näituste kujundamisel. Uuringust ilmnas, et muuseum peaks pakkuma oma kätega tegemise võimalust, mistõttu võiksid toimuda kohalike eestvedamisel töötoad ja harivad muuseumitunnid, mis looksid lisandväärtust kohalikele koolidele, kogukonnaliikmetele ja (äri)klientidele.

Kuigi varasemates uuringutes on rõhutatud digitaalsete tehnoloogiate olulisust, ilmnes uuringust mure liigse tehnoloogia kasutamise pärast muuseumites, mis lihtsustab liialt teabe hankimist. Seetõttu peaksid näituste eksponaadid ja sisu olema hästi läbimõeldud ja põhjendatud. Kultuuripärandit on võimalik kasutada lugude jutustamise vahendina ning fookusgrupiintervjuust selgus on kohalikel on põnevaid lugusid, mida jagada. Sellest tulenevalt võiks muuseumis tutvustada kohalikku elu lugude jutustamise kaudu. Samuti peaksid museaalid olema seotud lugudega ja praktiliselt kasutatavad või katsutavad. Digiteerimist peetakse oluliseks osaks kestlikkusest, mistõttu tuleks muuseumi eksponaadid ja näitused digiteerida. Tehnoloogilistest lahendustest peaksid esindatud olema audio- ja videolahendused. Ei tohiks esineda info üleküllust tahvritel, vaid külastajad peaksid saama huvi korral lisainfot hankida QR koodi abil. Samal meetodil võiks olla rakendatud mängustamine, mis võimaldab lahendada eksponaatidega seotud ülesandeid. Eakamatele mõeldes peaks lisainfo olema lamineeritud paberitel või albumites.

Kestlik maapiirkonna muuseum peaks olema kohaliku identiteedi säilitaja ja edastaja, kasutama kohalikke tooraineid ning kaasama kohalikke elanikke. Muuseumis tuleks pakkuda kohalike toodete kaasaostu võimalust, mis ühtlasi tutvustaks piirkonna elanike tegemisi. Muuseum peaks tugevdama koostööd kõigi oluliste huvigruppide vahel. Üheskoos teiste piirkonnamuuseumitega tuleks kujundada näitused sarnastel teemadel, mis võimaldaks näituseid üheskoos turundada ja müüa ühiskülastuse piletit. Nii oleks külastajatel rohkem motivatsiooni piirkonda külastada. Samuti võiks muuseum teha koostööd ülikoolide ja üliõpilastega, et üheskoos arendada muuseumiteenuseid.

Autori hinnangul saavutati seatud eesmärk. Magistritöös on esitatud ettepanekud Maria talu muuseumile kestliku teenusekontseptsiooni arendamiseks ning selgitatud välja päranditurismi kestliku arendamise võimalused. Lisaks Maria talu juhtidele võiks töö olla kasulik valdkonna inimestele, kellel on soov muuseumi teenusekontseptsiooni kestlikult arendada või selleks ideid koguda. Edasistes uuringutes on võimalik Eesti muuseumite hetkeseisu põhjalikult kaardistada, minna piirkonnapõhise pärimuskorjega rohkem süvitsi ning arendada muuseumiteenuseid või eksponaate külastajatest lähtuvalt. Muuseumi juhtide hinnangul on tehtud ettepanekud head ja teostatavad, kuid nõuavad aega ja kogukonna kaasamiseks teavitustööd.

VIIDATUD ALLIKAD

- Almeshari, M., Dowell, J., & Nyhan, J. (2019). Using Personas to Model Museum Visitors. *Adjunct Publication of the 27th Conference on User Modeling, Adaptation and Personalization*, 401–405. <https://doi.org/10.1145/3314183.3323867>
- An, W., & Alarcón, S. (2020). How Can Rural Tourism Be Sustainable? A Systematic Review. *Sustainability*, 12(18), Article 18. <https://doi.org/10.3390/su12187758>
- Beeken, F., Katsampa, D., Duxbury, M., Caird, H.-E., Head, A., Prowse, S., Wellsted, D., Zormati, P., Mengoni, S. E., & Rhodes, L. (2024). Mapping stakeholders to maximise the impact of research on health inequalities for people with learning disabilities: The development of a framework for the Making Positive Moves study. *British Journal of Learning Disabilities*, n/a(n/a). <https://doi.org/10.1111/bld.12591>
- Brown, K. (2019). Museums and Local Development: An Introduction to Museums, Sustainability and Well-being. *Museum International*, 71(3–4), 1–13. <https://doi.org/10.1080/13500775.2019.1702257>
- Buhalis, D., & Karatay, N. (2022). Mixed Reality (MR) for Generation Z in Cultural Heritage Tourism Towards Metaverse. In J. L. Stienmetz, B. Ferrer-Rosell, & D. Massimo (Eds.), *Information and Communication Technologies in Tourism 2022* (pp. 16–27). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-030-94751-4_2
- Chen, C.-H., Chan, W.-P., Huang, K., & Liao, C.-W. (2023). Supporting informal science learning with metacognitive scaffolding and augmented reality: Effects on science knowledge, intrinsic motivation, and cognitive load. *Research in Science & Technological Education*, 41(4), 1480–1495. <https://doi.org/10.1080/02635143.2022.2032629>
- Clark, J., & Nye, A. (2023). Foundling museums: Exhibition design and the intersection of the vital materiality of foundling tokens and affective visitor experience. *Museum Management and Curatorship*, 38(6), 662–678. <https://doi.org/10.1080/09647775.2023.2209864>

- Ćurčić, N., Mirković Svitlica, A., Brankov, J., Bjeljac, Ž., Pavlović, S., & Jandžiković, B. (2021). The Role of Rural Tourism in Strengthening the Sustainability of Rural Areas: The Case of Zlakusa Village. *Sustainability*, 13(12), Article 12. <https://doi.org/10.3390/su13126747>
- Dal Falco, F., & Vassos, S. (2017). Museum Experience Design: A Modern Storytelling Methodology. *The Design Journal*, 20(sup1), S3975–S3983. <https://doi.org/10.1080/14606925.2017.1352900>
- Dela Santa, E., & Tiatco, S. A. (2019). Tourism, heritage and cultural performance: Developing a modality of heritage tourism. *Tourism Management Perspectives*, 31, 301–309. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2019.06.001>
- Eesti Keele Instituut. (2024a). *Pärand* [Sõnaveeb]. EKI Ühendsõnastik 2024. <https://sonaveeb.ee/search/unif/dlall/dsall/p%C3%A4rand/1>
- Eesti Keele Instituut. (2024b). *Pärimus* [Sõnaveeb]. EKI ÜHENDSÕNASTIK 2024. <https://sonaveeb.ee/search/unif/dlall/dsall/p%C3%A4rimus/1>
- Fergnani, A. (2019). The future persona: A futures method to let your scenarios come to life. *Foresight*, 21(4), 445–466. <https://doi.org/10.1108/FS-10-2018-0086>
- Giannini, T., & Bowen, J. P. (2022). Museums and Digital Culture: From Reality to Digitality in the Age of COVID-19. *Heritage*, 5(1), 192–214. <https://doi.org/10.3390/heritage5010011>
- Gilmour, J., & Beilin, R. (2007). *Stakeholder mapping for effective risk assessment and communication* (pp. 1–55). https://cebra.unimelb.edu.au/__data/assets/pdf_file/0006/2220990/gilmour0609.pdf
- Gonzales, S., O’Keefe, L., Gutzman, K., Viger, G., Wescott, A. B., Farrow, B., Heath, A. P., Kim, M. C., Taylor, D., Champieux, R., Yen, P.-Y., & Holmes, K. (2020). Personas for the translational workforce. *Journal of Clinical and Translational Science*, 4(4), 286–293. <https://doi.org/10.1017/cts.2020.2>
- Guizzardi, A., Stacchini, A., & Costa, M. (2022). Can sustainability drive tourism development in small rural areas? Evidences from the Adriatic. *Journal of Sustainable Tourism*, 30(6), 1280–1300. <https://doi.org/10.1080/09669582.2021.1931256>
- Han, J. H., & Bae, S. Y. (2022). Roles of authenticity and nostalgia in cultural heritage tourists’ travel experience sharing behavior on social media. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 27(4), 411–427. <https://doi.org/10.1080/10941665.2022.2075776>

- Harrison, R., DeSilvey, C., Holtorf, C., Macdonald, S., Bartolini, N., Breithoff, E., Fredheim, H., Lyons, A., May, S., Morgan, J., & Penrose, S. (2020). *Heritage Futures: Comparative Approaches to Natural and Cultural Heritage Practices*. UCL Press. <https://doi.org/10.14324/111.9781787356009>
- Ho, D. G. E. (2006). The focus group interview: Rising to the challenge in qualitative research methodology. *Australian Review of Applied Linguistics*, 29(1), 5.1-5.19. <https://doi.org/10.2104/ara10605>
- Jenkins, H. (2010). Transmedia Storytelling and Entertainment: An annotated syllabus. *Continuum: Journal of Media & Cultural Studies*, 24(6), 943–958. <https://doi.org/10.1080/10304312.2010.510599>
- Jia, S. (Jasper), Chi, O. H., Martinez, S. D., & Lu, L. (2023). When “Old” Meets “New”: Unlocking the Future of Innovative Technology Implementation in Heritage Tourism. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 10963480231205767. <https://doi.org/10.1177/10963480231205767>
- Juust, L. (2020). *Uuringu „Pärnu kui turismisihikoha kuvand kohaliku elaniku silme läbi 2020., analüüs* (pp. 1–26). TÜ Pärnu kolledž. <https://visitparnu.com/parnu-linna-turismi-uuringud/>
- Kultuuriministeerium. (n.d.). *KULTUURIPROGRAMM 2021–2024*.
- Lak, A., Gheitasi, M., & Timothy, D. J. (2020). Urban regeneration through heritage tourism: Cultural policies and strategic management. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 18(4), 386–403. <https://doi.org/10.1080/14766825.2019.1668002>
- Lanir, J., Kuflik, T., Sheidin, J., Yavin, N., Leiderman, K., & Segal, M. (2017). Visualizing museum visitors’ behavior: Where do they go and what do they do there? *Personal and Ubiquitous Computing*, 21(2), 313–326. <https://doi.org/10.1007/s00779-016-0994-9>
- Liu, P., & Lan, L. (2021). Museum as multisensorial site: Story co-making and the affective interrelationship between museum visitors, heritage space, and digital storytelling. *Museum Management and Curatorship*, 36(4), 403–426. <https://doi.org/10.1080/09647775.2021.1948905>
- Liu, S., & Idris, M. Z. (2018). Constructing a framework of user experience for museum based on gamification and service design. *MATEC Web of Conferences*, 176, 04007. <https://doi.org/10.1051/matecconf/201817604007>

- López-Martínez, A., Carrera, Á., & Iglesias, C. A. (2020). Empowering Museum Experiences Applying Gamification Techniques Based on Linked Data and Smart Objects. *Applied Sciences*, *10*(16), Article 16. <https://doi.org/10.3390/app10165419>
- MacLeod, S., Dodd, J., & Duncan, T. (2015). New museum design cultures: Harnessing the potential of design and ‘design thinking’ in museums. *Museum Management and Curatorship*, *30*(4), 314–341. <https://doi.org/10.1080/09647775.2015.1042513>
- Madsen, K. M. (2020). The Gamified Museum: A critical literature review and discussion of gamification in museums. In T. Jensen, O. Ertløv Hansen, & C. A. Foss Rosenstand (Eds.), *Gamescope*. Aalborg Universitetsforlag.
- Majandus- ja Kommunikatsiooniministeerium. (n.d.). *Turismistrateegia 2022-2025 it's about time*. https://static.visitestonia.com/docs/3814060_turismistrateegia2022-202531.03
- Malcolm, C. (2023). The Importance of Museums to Rural and Small Towns in Manitoba, Canada. *Journal of Rural and Community Development*, *18*(2), Article 2. <https://journals.brandonu.ca/jrcd/article/view/2263>
- Micheaux, A., & Bosio, B. (2019). Customer Journey Mapping as a New Way to Teach Data-Driven Marketing as a Service. *Journal of Marketing Education*, *41*(2), 127–140. <https://doi.org/10.1177/0273475318812551>
- Muuseumid / Statistikaamet*. (n.d.). Retrieved April 3, 2024, from <https://www.stat.ee/et/avasta-statistikat/valdkonnad/kultuur/muuseumid>
- Muuseumikaart. (2024). *Märgi üles kõik muuseumikülastused! - Muuseumikaart*. <https://muuseumikaart.ee/soovitused/margi-koik-muuseumikulastused-ules/>
- Naderifar, M., Goli, H., & Ghaljaie, F. (2017). Snowball Sampling: A Purposeful Method of Sampling in Qualitative Research. *Strides in Development of Medical Education*, *14*(3). <https://doi.org/10.5812/sdme.67670>
- O.Nyumba, T., Wilson, K., Derrick, C. J., & Mukherjee, N. (2018). The use of focus group discussion methodology: Insights from two decades of application in conservation. *Methods in Ecology and Evolution*, *9*(1), 20–32. <https://doi.org/10.1111/2041-210X.12860>
- Park, H. Y. (2013). *Heritage Tourism*. Routledge.
- Pärnu Lahe Partnerluskogu. (n.d.-a). Meist. *Romantiline Rannatee*. Retrieved October 9, 2023, from <https://rannatee.ee/meist/>

- Pärnu Lahe Partnerluskogu. (n.d.-b). *Romantiline Rannatee*. Romantiline Rannatee. Retrieved November 6, 2023, from <https://rannatee.ee/>
- Pärnu Muuseum. (n.d.). Külastuseinfo. Retrieved March 2, 2024, from <https://www.parnumuuseum.ee/kylastajale>
- Pop, I. L., Borza, A., Buiga, A., Ighian, D., & Toader, R. (2019). Achieving Cultural Sustainability in Museums: A Step Toward Sustainable Development. *Sustainability*, *11*(4), Article 4. <https://doi.org/10.3390/su11040970>
- Prideaux, B. R., & Kininmont, L.-J. (1999). Tourism and Heritage Are Not Strangers: A Study of Opportunities for Rural Heritage Museums to Maximize Tourism Visitation. *Journal of Travel Research*, *37*(3), 299–303. <https://doi.org/10.1177/004728759903700312>
- Roxas, F. M. Y., Rivera, J. P. R., & Gutierrez, E. L. M. (2020). Mapping stakeholders' roles in governing sustainable tourism destinations. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, *45*, 387–398. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2020.09.005>
- Roy, H. (2022). Connecting Farmers' Markets to Foodservice Businesses: A Qualitative Exploration of Restaurants' Perceived Benefits and Challenges of Purchasing Food Locally. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 1–36. <https://doi.org/10.1080/15256480.2022.2142994>
- Sardaro, R., La Sala, P., De Pascale, G., & Faccilongo, N. (2021). The conservation of cultural heritage in rural areas: Stakeholder preferences regarding historical rural buildings in Apulia, southern Italy. *Land Use Policy*, *109*, 105662. <https://doi.org/10.1016/j.landusepol.2021.105662>
- Schweibenz, W. (2019). *The virtual museum: An overview of its origins, concepts, and terminology*. 4.
- Sihtkohtade arenduse koostööprojektide konkurss. (n.d.). EASi ja KredExi ühendasutus. Retrieved November 12, 2023, from <https://eas.ee/toetused/sihtkohtade-arenduse-koostoopjektide-konkurss/>
- Slabá, M. (2016). Stakeholder profile and stakeholder mapping of SMEs. *Littera Scripta*, *9*(1). <https://littera-scripta.com/wp-content/uploads/2019/05/Slab%C3%A1.pdf>
- Song, Y., Gilardi, F., & Lam, C. (2023). Building culturally sustainable communities. Community museums and transmedia storytelling. *Museum Management and Curatorship*, *0*(0), 1–18. <https://doi.org/10.1080/09647775.2023.2209868>

- Sperlí, G. (2021). A cultural heritage framework using a Deep Learning based Chatbot for supporting tourist journey. *Expert Systems with Applications*, 183, 115277. <https://doi.org/10.1016/j.eswa.2021.115277>
- Statistikaamet. (2023). *Muuseumide külastamine on hoogustunud (parandatud 23.05.2023)* / Statistikaamet. <https://www.stat.ee/et/uudised/muuseumide-kulastamine-hoogustunud-parandatud-23052023>
- Statistikaamet. (2024). *KU054: MUUSEUMID MAAKONNA JÄRGI*. PxWeb. https://andmed.stat.ee:443/pxweb/et/stat/stat__sotsiaalelu__kultuur__muuseumid/KU054.px/
- Streimikiene, D., Svagzdiene, B., Jasinskas, E., & Simanavicius, A. (2021). Sustainable tourism development and competitiveness: The systematic literature review. *Sustainable Development*, 29(1), 259–271. <https://doi.org/10.1002/sd.2133>
- Tartu Ülikooli Pärnu kolledž. (2024, January 23). Pärnu kui turismisihtkoha kuvand kohaliku elaniku silme läbi 2023. *Visit Pärnu*. <https://visitparnu.com/kohalike-elanike-uuring-2023/>
- Tatlı, Z., Çelenk, G., & Altınışık, D. (2023). Analysis of virtual museums in terms of design and perception of presence. *Education and Information Technologies*, 28(7), 8945–8973. <https://doi.org/10.1007/s10639-022-11561-z>
- Van, H. T., & Hieu, V. M. (2020). Travel Branding in Tourism 4.0: Case Study Vietnam Travel. *Journal of Asian and African Studies*, 55(6), 896–909. <https://doi.org/10.1177/0021909620935428>
- Visit Pärnu. (n.d.). Vaatamisväärsused. *Visit Pärnu*. Retrieved February 25, 2024, from <https://visitparnu.com/vaatamisvaarsused/>
- Wasson, C. (2007). Ethnography in the Field of Design. *Human Organization*, 59(4), 377–388. <https://doi.org/10.17730/humo.59.4.h13326628n127516>
- Weber, K. (2022). The role of museums in educational pedagogy and community engagement. *College of Education Theses and Dissertations*. https://via.library.depaul.edu/soe_etd/254
- Wholey, J. S., Hatry, H. P., & Newcomer, K. E. (2010). *Handbook of Practical Program Evaluation*. John Wiley & Sons.

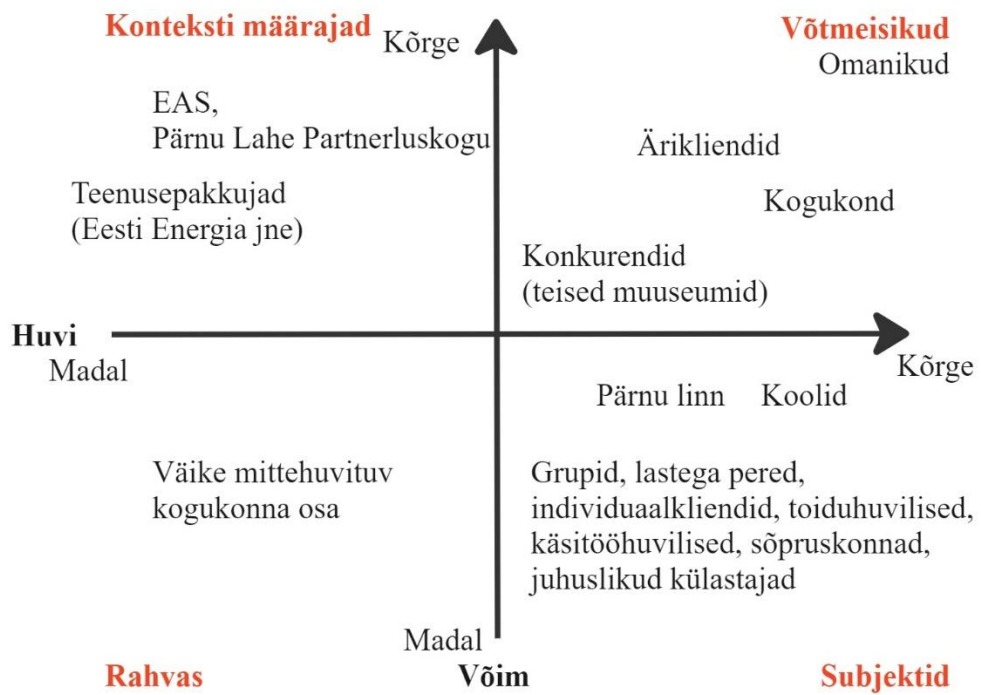
- Wijijayanti, T., Agustina, Y., Winarno, A., Istanti, L., & Dharma, B. (2020). Rural Tourism: A Local Economic Development. *Australasian Accounting, Business and Finance Journal*, 14(1), 5–13. <https://doi.org/10.14453/aabfj.v14i1.2>
- Xu, W., Dai, T.-T., Shen, Z.-Y., & Yao, Y.-J. (2023). Effects of technology application on museum learning: A meta-analysis of 42 studies published between 2011 and 2021. *Interactive Learning Environments*, 31(7), 4589–4604. <https://doi.org/10.1080/10494820.2021.1976803>
- Yang, Y., Zhang, H., Chen, M., Jiang, Y., & Chai, H. (2021). An Inheritance Mode of Rural Cultural Heritage Based on Virtual Museum in China. *International Journal of Computer Games Technology*, 2021, e4787991. <https://doi.org/10.1155/2021/4787991>
- Ying, T., Tan, X., Ye, S., Ka, X., & Zhou, Y. (2020). Examining tourist mindfulness in museums: The roles of familiarity and motivation. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 25(9), 981–996. <https://doi.org/10.1080/10941665.2020.1819835>
- Yun, J. J., Choi, B., & Kim, J. (2021). Changes and Challenges in Museum Management after the COVID-19 Pandemic. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 7(2), 148. <https://doi.org/10.3390/joitmc7020148>
- Zheng, D., Huang, C., & Oraltay, B. (2023). Digital cultural tourism: Progress and a proposed framework for future research. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 28(3), 234–253. <https://doi.org/10.1080/10941665.2023.2217958>
- Zollo, L., Rialti, R., Marrucci, A., & Ciappei, C. (2022). How do museums foster loyalty in tech-savvy visitors? The role of social media and digital experience. *Current Issues in Tourism*, 25(18), 2991–3008. <https://doi.org/10.1080/13683500.2021.1896487>

Lisa 1. Ülevaade Pärnumaa muuseumitest.

Piirkond	Muuseum	Õiguslik vorm
Põhja-Pärnumaa	C. R. Jakobsoni Talumuuseum	Halduslepingu alusel riigi muuseumikogu kasutatav muuseum
	Pärnu-Jaagupi Koolimuuseum	
	Eesti Turbamuuseum	Mittetulundusühing
	Tallinna Automuuseum	Mittetulundusühing
Lääneranna	Lihula Muuseum	Kohaliku omavalitsuse asutus
	August Tampärgi nimeline Hanila Muuseum	kohaliku omavalitsuse asutus
	Valeri Kirsi vanasõidukite muuseum	Erakollektsioon
	Salumäe Loovkoda	
	Varbla Muuseum	Mittetulundusühing
	Virtsu Muuseum	
	Virtsu Harrastusmuuseum	Mittetulundusühing
Uue Varbla mõis ja muuseum	Mittetulundusühing	
Tori	Sindi Muuseum	Kohaliku omavalitsuse hallatav muuseum
	Tori Muuseum	Kohaliku omavalitsuse hallatav muuseum
	Tori Hobusekasvanduse muuseum	Halduslepingu alusel riigi muuseumikogu kasutatav muuseum
Pärnu	Pärnu Muuseum	Halduslepingu alusel riigi muuseumikogu kasutatav muuseum
	Koidula Muuseum	(SA Pärnu Muuseum filiaal) Halduslepingu alusel riigi muuseumikogu kasutatav muuseum
	Punane Torn	(SA Pärnu Muuseum filiaal) Halduslepingu alusel riigi muuseumikogu kasutatav muuseum
	Uue Kunsti Muuseum	Sihtasutus
	Audru Muuseum	Kohaliku omavalitsuse asutus
	Tõstamaa mõisa Muuseum	Sihtasutus
	Seljametsa Muuseum	Kohaliku omavalitsuse asutus
	Eesti Muuseumraudtee	Mittetulundusühing
Pärnumaa Omavalitsuste Liidu (POL) leheküljelt	Häädemeeste Muuseum	Kohaliku omavalitsuse asutus
	Kihnu Muuseum	Kohaliku omavalitsuse asutus

Allikas: Koostatud P. Pedanik (e-kiri 20.03.2024) alusel

Lisa 2. Maria taluga seonduvad huvirühmad



Lisa 3. Magistritöö uurimiskava

Tegevus	Aeg
1. Teooria läbitöötamine	detsember 2023–jaanuar 2024
2. Intervjuu küsimustiku ettevalmistamine	23.01–04.02.2024
4. Valimi koostamine	05.–09.02.2024
3. Pilootintervjuu	17.02.2024
5. Intervjuude läbiviimine ja transkribeerimine (ekspertidega)	19.02–12.03.2024
6. Intervjuude tulemuste analüüs ja süntees teoriga	12.03.–28.03.2024
7. Fookusgrupiintervjuu	21.03.2024
8. Intervjuude läbiviimine ja transkribeerimine (ärikliendiga)	28.04–30.04.2024
9. Järelduste ja ettepanekute koostamine	28.03–30.04.2024

Lisa 4. Uuringute valimid

Kood	Muuseum	Amet	Asukoht	Intervjuu viidi läbi:	Kestvus
I1	Tervisemuuseum	Teadur-kuraator	Tallinn	Silmast-silma	42 min
I2	Loodusmuuseum	Näituste ja kaasamise projektijuht	Tallinn	Veebis	49 min
I3	Seljametsa muuseum	Muuseumipedagoog-varahoidja	Seljametsa, Pärnu	Silmast-silma	41 min
I4	Häädemeeste muuseum	Muuseumi juhataja	Häädemeeste, Pärnumaa	Silmast-silma	48 min
I5	Seto muuseumid	Direktor	Setomaa, Võrumaa	Telefoni teel	45 min
I6	Tõstamaa muuseum	Projektijuht	Tõstamaa, Pärnumaa	Veebis	25 min
I7	Raudtee ja sidemuuseum, Ants Laikmaa muuseum, Haapsalu raekoda	Juhataja	Haapsalu linn	Veebis	46 min
I8	Pärnu muuseum	Näituste arendusjuht, osakonna juhataja asetäitja	Pärnu linn	Silmast-silma	50 min

Märkused: Eesti muuseumite esindajad (eksperdid)

Lisa 4 järg

Kood	Sugu	Elukoht	Valdkond/amet	Intervjuu	Kestvus
K1	N	Tartu linn	Haridus/Finants valdkond, spetsialist	Silmast-silma	15 min
K2	M	Viimsi vald	Tervisespordi haridus valdkond	Telefoni teel	20 min
K3	N	Tori vald	Haridus, koolidirektor	Telefoni teel	11 min
K4	N	Pärnumaa	Haridus, juhiabi	Kirjalikult	-

Märkused: Maria talu ärikliendi esindajad

Lisa 4 järg

Kood	Sugu	Amet/roll piirkonnas
F1	M	Talunik, ettevõtja
F2	M	Talu peremees
F3	N	Külavanem/pensionär
F4	M	Ettevõtja
F5	M	Taimekasvataja, ettevõtja
F6	N	Seliste küla elanik
F7	N	Kultuuriettevõtja
F8	N	Kaasamise spetsialist
F9	N	Projektijuht/nooremlektor

Märkused: Kohaliku kogukonnaliikmed (Fookusgrupp)

Lisa 5. Intervjuu kava ja küsimuste jaotus teemade kaupa

Teemaplokid	Küsimuste märksõnad	Teoreetiliste aluste autorid
Motivatsioon	Autentsus; nostalgia; interaktiivsed, kaasahaaravad kogemused; nutikad turismilahendused.	Malcolm (2023); Han & Bae (2022); Jia et al. (2023); Madsen (2020); Buhalis & Karatay (2022).
Kasutajakogemus	Funktsionaalsus; kasutajasõbralikkus; nauding; ligipääsetavus teabele; näituse kujundus; reisikogemuse jagamine; kaasamine; haridus; meelelahutus.	Liu & Idris (2022); Zollo et al. (2022); Clark & Nye (2023); Han & Bae (2022); Zollo et al. (2022); Prideaux & Kininmont (1999).
Tehnoloogia	Külastuskogemuse parendamine; kättesaadavus; säilitamine; uudsus; virtuaalsed keskkonnad; õppimine.	Jia et al. (2023); Ying et al (2020); Zollo et al. (2022).
Kestlikkus	Kogukonna elukvaliteedi ja elatustaseme parendamine; kultuuriväärtuste kaitsmine; ressursside säilitamine; konkurentsivõimelistena püsimine; koostöö.	Guizzardi et al. (2022); Wijijayanti et al. (2020); Yun et al. (2020); Song et al. (2023).

Lisa 5 järg. Intervjuu küsimused Eesti muuseumite esindajatele

Alustavad küsimused	1) Mida tähendab Teie jaoks pärimus? 2) Milline on Teie arvates hea muuseum? 3) Kuidas iseloomustate oma tüüpilist külastajat?
Motivatsioon	4) Millised on tänapäevaste pärimusturistide ootused muuseumit külastades? Millised muutused on viimastel aastatel toimunud ? 5) Millist funktsiooni täidab muuseum kohaliku kogukonna jaoks? 6) Mille poolest on Teie muuseum autentne?
Kasutajakogemus	7) Milliste kanalite kaudu jõuab info muuseumist ja näitusest muuseumi külastajani? 8) Kuidas saavad külastajad anda tagasisidet? Kuidas kohandate teenuseid vastavalt tagasisidele? 9) Kuidas kujundatakse näitused Teie muuseumis? Kas kasutusel on kindlad põhimõtted, meetodid? 10) Millised võimalused on külastajatel Teie muuseumis teabe hankimiseks? 11) Kuidas on lahendatud külastajate kaasamine ja hariduslik pool?
Tehnoloogia	12) Milliste uuenduslike tehnoloogiliste lahendustega olete päranditurismi kontekstis kokku puutunud? 13) Milliseid lahendusi elamuse saamiseks on Teie muuseumis kasutatud? 14) Millisel määral on Teie muuseumis digiteerimisprotsesse rakendatud? Kas on plaanis?
Kestlikkus	15) Millist rolli mängib kestlikkus Teie jaoks muuseumi kontekstis? 16) Kas ja millisel määral teete koostööd teiste muuseumite, üliõpilaste ja kogukonnaliikmetega? Kas peate seda oluliseks? 17) Kuidas tajute konkurentsi? Milliseid meetodeid rakendate eristumiseks?
Lõpetuseks	Kas soovite veel midagi omalt poolt lisada? Kellega soovitaksite mul järgmisena intervjuu läbi viia?

Lisa 6. Intervjuu küsimused Maria talu äriklendile

Teemad	Küsimused	Teoreetiliste aluste autorid
Tausta informatsioon	Nimi: Vanus: Valdkond; Amet: Elukoht: Huvid: Kuidas iseloomustaksite ennast kolme märksõnaga?	Micheaux & Bosio, 2019, lk 130
Sihtkoha külastamise motiivid	Mille järgi valite konverentsi/sündmuse korraldamiseks sihtkohta? Milliste väljakutsetega olete kokku puutunud konverentsi/sündmust maapiirkonnas korraldades? Mis motiveerib Teid maapiirkonna turismitalu külastama? Aga Maria talu? Millised on Teie ootused maapiirkonna turismitalu külastades? Milliseid teenuseid või võimalusi sooviksite näha/kogeda sihtkohas, kus konverentse/sündmuseid korraldate?	Jia <i>et al.</i> , 2023, lk 1 Gonzales <i>et al.</i> , 2020, lk 287–288 Gonzales <i>et al.</i> , 2020, lk 287–288 Han & Bae, 2022, lk 412–414 Liu ja Idris, 2018, lk 2
Muuseum	Mis motiveerib Teid muuseumi külastama? Millist lisandväärtust võiks Teile kui kliendile luua piirkonda tutvustav väikemuuseum maapiirkonna turismitalus? Millised oleksid Teie ootused sellisele muuseumile?	Liu & Idris, 2018, lk 2–3 Malcolm, 2023, lk 86, 99; Brown, 2019, lk 3 Han & Bae, 2022, lk 412–414

Lisa 7. Fookusgrupiintervjuu kava

Intervjuu osa/teema	Sisu	Kestvus
Sissejuhatus, tutvustus	Tutvustan fookusgrupis osalejatele ennast ja uuringu eesmärgi. Palun kõigil ennast tutvustada ning öelda kui kaua on nad selles piirkonnas elanud ja millega tegelevad.	10 minutit
Soojendusülesanne	Palun vastata, kui tihedad muuseumiküllastajad osalejad on, milliseid muuseume viimati küllastatud on ja kellega.	5 minutit
Motivatsioon	-Palun osalejatel kirja panna, mida nad kõige enam muuseumi küllastusest ootavad? Seejärel palun ootused ette lugeda. -Palun arutleda, millist rolli mängib muuseum kohalikus kogukonnas, millist funktsiooni võiks ta täita? -Palun arutleda, mis on selle piirkonna eripärad, kombed, oskused, traditsioonid, uskumused või lood, mis oleksid autentsed või omanäolised? Kes on piirkonnaga seotud huvitavad isikud?	40 minutit
Kasutajakogemus	-Palun kirja panna, milliste kanalite kaudu jõuavad uudised piirkonnas toimuva kohta kohalike elanikele. -Palun arutada, milliseid teenuseid või võimalusi soovitakse rohkem näha/kogeda muuseumiküllastustel?	10 minutit
Tehnoloogia	-Palun arutada, millised oleksid elamust pakkuvad lahendused muuseumis? -Palun arutada, millised tehnoloogilised lahendused võiksid nende arvates muuseumikogemust rikastada ja kaasahaaravamaks muuta? Kas on mingisuguseid toredaid kokkupuuteid olnud?	13 minutit
Kestlikkus	-Palun kirja panna, mis märksõnad seostuvad muuseumi kontekstis kestlikkusega. -Millised peaksid olema need piirkonna teemad, lood, oskused, traditsioonid ja kombed, mis peaksid kindlasti olema muuseumis kajastatud ning säilima ka järgmistele põlvkondadele?	7 minutit
Lõpetuseks	Majaga tutvumine. Ettepanekud, mõtted, ideed, mis tekivad...	15 minutit

Lisa 7 järg. Tööleht fookusgrupis osalejatele

Sugu:

Kui kaua elanud piirkonnas?:

Vanus:

Amet/roll:

1. Milliseid muuseume olete viimati külastanud ja kellega?
2. Pange eraldi märkmepaberitele kirja, mida Te kõige enam muuseumi külastusest ootate?
3. Millist rolli mängib muuseum kohalikus kogukonnas? Millist funktsiooni võiks ta täita?
4. Millised on selle piirkonna eripärad, kombed, oskused, traditsioonid, uskumused või lood, mis oleksid autentsed või omanäolised? Kes on piirkonnaga seotud huvitavad isikud?
5. Pange kirja, milliste kanalite kaudu jõuavad Teieni uudised piirkonnas toimuva kohta.
6. Milliseid teenuseid või võimalusi sooviksite rohkem näha/kogeda muuseumikülastustel?
7. Millised oleksid Teie arvates elamust pakkuvad lahendused muuseumis?
8. Millised tehnoloogilised lahendused võiksid Teie arvates muuseumikogemust rikastada ja kaasahaaravamaks muuta? Kas on mingisuguseid toredaid kokkupuuteid olnud?
9. Pane kirja märksõnad, mis seostuvad Sulle muuseumi kontekstis kestlikkusega/jätkusuutlikkusega.
10. Pane kirja, millised peaksid olema need piirkonna teemad, lood, oskused, traditsioonid ja kombed, mis kindlasti peaksid olema muuseumis kajastatud ning säilima ka järgmistele põlvkondadele.

Majaga tutvumine. Ettepanekud, mõtted, ideed, mis tekivad....

Lisa 8. Foto intervjuust fookusgrupiga



Joonis 13. Fookusgrupiintervjuu (foto autori erakogu)

Lisa 9. Maria talu ärikliendi persoona



**"Kõige olulisem on hinna-
kvaliteedi suhe ja
inimlikkus"**

ÄRIKLIENT

Nimi: TIINA
Vanus: 53 aastane
Amet: Koolidirektor
Elukoht: Pärnumaa

Huvid

- Reisimine
- Tervisesport
- Aiandus
- Teater

Iseloomuomadused

- Aktiivne
- Optimistlik
- Aus
- Hakkaja

Motivatsioon

- Looduskaunis keskkond
- Värskes õhus viibimine
- Keskkonnavaheetus
- Silmaringi avardamine
- Külalislahkus
- Toredad kõrvaltegevused
- Maapiirkonna teenusepakujate toetamine

Ootused

- Sobivad, soojad, valged ruumid
- Esitlustehnika olemasolu
- Maitsev ja kodune toit
- Vabaaja veetmine (töötoad, meelelahutus, peovõimalus)
- Ööbimisvõimalus
- Sündmuste korraldaja kohapeal
- Piirkondlike võimaluste tutvustamine

Ärritajad/väljakutsed

- Majutuse leidmine suurele seltskonnale
- Puudulik ligipääsetavus
- Transpordi korraldamine sihtkohta
- Grupi veenmine maapiirkonda minekuks
- Ebapiisav internetiühendus sihtkohas
- Tualettruumide puudus
- Vajaliku esitlustehnika puudumine

SUMMARY

DEVELOPING A SUSTAINABLE SERVICE CONCEPT FOR A RURAL MUSEUM BASED ON THE EXAMPLE OF MARIA FARM

Krista Gorneva

In rural areas, tourism can improve the quality of life, preserve cultural heritage, and create jobs. According to research, the impacts of tourism are not necessarily only positive, which is why it is fundamental to develop rural tourism based on sustainable principles. Sustainable rural tourism aims to improve livelihoods over the longer term. To revive tourism in rural areas, it is necessary to create tourist attractions that contribute to preserving cultural integrity. Museums are essential custodians of heritage culture and play an important role as a preserver of identity and often as a community center.

However, several challenges must be recognized, such as the inability to keep museums open, tidy, and modern. The objective of this study was to make suggestions for developing the service concept of the Maria Farm (Maria talu) museum and identify the possibilities for the sustainable development of heritage tourism. To this end, the author formulated research questions:

1. Which heritage tourism preservation techniques are used in Estonian museums?
2. What are the possibilities for implementing a sustainable service concept in the Maria Farm Museum?

Maria Farm is a tourism farm in Pärnu County, where the Romantic Coastline barn was completed at the end of 2023. Romantic Coastline brings together entrepreneurs, associations, non-profit organizations, local food providers, and local attractions. The museum will be open there all year round. The building has already been completed, but the museum still needs a complete concept, exhibits, and heritage stories. A heritage

collection and initial outreach work has started. The space can already be used as a small conference venue and for workshops. The

Previous studies have reported that the main subjects for developing a sustainable museum service concept are motivation, user experience, technology, and sustainability. Heritage tourists are mainly motivated by authenticity, emotional nostalgia, and interactive, engaging experiences. Exploring the user experience, engaging visitors, and providing entertainment and education are important. Technology can help to enhance the visitor experience, information retrieval, learning, and preservation. Sustainability is essential to improve the community's quality of life and living standards, conserve resources, improve competitiveness, and remain viable.

The ethnographic study used a qualitative method for data collection and analysis. The study consisted of three parts: semi-structured interviews were conducted with representatives of the Estonian Museums (experts), business clients of Maria Farm, and a focus group interview with community members living near Maria Farm Museum. The survey was conducted between February and April 2024. Semi-structured interviews were conducted face-to-face, online, and by phone. The author met with the focus group in the newly completed building of Maria Farm Museum, where the interview was conducted as a discussion. The interview results were transcribed, coded, and manually categorized.

The survey revealed the importance of preserving and passing on heritage and justifying the creation of the Maria Farm Museum. The museum should focus on creating an engaging environment and compelling content to attract more visitors. It's essential for the museum to be accessible, safe, and entertaining, offering new and interesting information for all ages and target groups. Incorporating local stories and people adds authenticity to the museum, making it crucial to showcase the stories of the local area and its people. Additionally, the museum should engage all the senses, including offering food from local recipes and ingredients.

Encouraging visitors to leave feedback and share their experiences with others is crucial. To achieve this, an appealing photo corner can invite visitors to take photos and even enjoy a relaxing cup of tea made from local herbs. It could be a delightful surprise that

the survey indicates visitors are anticipating. Involving the community in the design of exhibitions is also important. The survey highlights the need for hands-on experiences, such as locally led workshops and educational museum lessons, to provide value for local schools, community members, and potential (business) customers.

Previous studies have emphasized the significance of digital technologies, but a recent survey has highlighted concerns about the excessive use of technology in museums. As a result, it is crucial for exhibits and content to be well-planned and justified. Utilizing cultural heritage as a storytelling tool, museums can effectively showcase local life through storytelling. Museum artifacts should be connected to stories and be usable. Digitization is essential for sustainability, so museum exhibits and displays should be digitized. Additionally, audio and video solutions should be integrated into the museum. Instead of overwhelming visitors with excessive information, QR codes can be used for those who want more information. This approach can also be applied to gamification, allowing visitors to engage with the exhibits through interactive tasks.

A sustainable rural museum should prioritize preserving and promoting local identity, utilizing locally sourced ingredients, and engaging with the local community. The museum should provide opportunities for visitors to purchase local products and highlight the activities of residents. Additionally, fostering collaboration among all pertinent stakeholders is essential. By partnering with other regional museums, joint marketing efforts and the sale of combined visit tickets can be facilitated, incentivizing visitors to explore the region further. The museum could also work jointly with universities and involve students to develop museum services.

According to the author, the objective of thesis was achieved. In addition to Maria Farm's managers, this work could benefit individuals seeking to sustainably develop museum service concepts or gather ideas. Future studies could provide a comprehensive mapping of the current state of Estonian museums, go deeper into region-specific heritage collections, and develop museum services or exhibits based on visitors. Museum managers view the proposals as promising and feasible but acknowledge that they will require time and outreach to engage the community.

LIHTLITSENTS

Mina, Krista Gorneva

1. annan Tartu Ülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) minu loodud teose

“Maapiirkonna muuseumi kestliku teenusekontseptsiooni arendamine Maria talu näitel”

mille juhendaja on Marit Piirman, reprodutseerimiseks eesmärgiga seda säilitada, sealhulgas lisada digitaalarhiivi DSpace kuni autoriõiguse kehtivuse lõppemiseni.

2. Annan Tartu Ülikoolile loa teha punktis 1 nimetatud teos üldsusele kättesaadavaks Tartu Ülikooli veebikeskkonna, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace kaudu Creative Commons'i litsentsiga CC BY NC ND 4.0, mis lubab autorile viidates teost reprodutseerida, levitada ja üldsusele suunata ning keelab luua tuletatud teost ja kasutada teost ärieesmärgil, kuni autoriõiguse kehtivuse lõppemiseni.
3. Olen teadlik, et punktides 1 ja 2 nimetatud õigused jäävad alles ka autorile.
4. Kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei riku ma teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitse õigusaktidest tulenevaid õigusi.

Krista Gorneva

16.05.2024