

**Tartu Ülikool**  
**Sotsiaal-ja haridusteaduskond**  
**Ajakirjanduse ja kommunikatsiooni instituut**

# **Integreeritud kommunikatsiooni roll sihtrühmade kaasamisel Eesti Rahva Muuseumis**

**Magistritöö (30 EAP)**

**Töö esitaja: Triin Visnapuu**

**Töö juhendaja: Pille Pruulmann-Vengerfeldt, PhD**

**Tartu 2010**

# Sisukord

Sissejuhatus .....	5
1 Teoreetilised ja empiirilised lähtekohad.....	8
1.1 Integreeritud väliskommunikatsioon .....	8
1.2 Muuseum turumajanduslikus kontekstis .....	11
1.3 Muuseumikülastaja ja muuseumikasutaja ning nende külastusmotivatsioon.....	18
1.3.1 Väliste sihtrühmadega seotud mõisted .....	18
1.3.2 Külastusmotivatsioonid ja külastajatüübid.....	20
1.4 Internetikeskkond ja selle muutumine viimase 15 aasta jooksul.....	23
1.5 Auditooriumi kaasamine .....	26
1.5.1 Mõisted ja kaasamise tasemed.....	26
1.5.2 Kaasamine muuseumis .....	29
1.5.3 Auditooriumi kaasamine <i>online</i> -kommunikatsioonis.....	31
2 Uurimisküsimused .....	34
3 Meetodid ja valim.....	35
3.1 Kvantitatiivne andmeanalüüs: Mina.Maailm.Meedia 2008 .....	35
3.2 Intervjuu ERMi kommunikatsioonijuhiga.....	37
3.3 Fookus-grupi intervjuud .....	38
3.3.1 Fookus-grupi intervjuu turismikorraldajate ja giididega.....	38
3.3.2 Fookus-grupi intervjuu õpetajatega .....	40

3.4	ERMis läbi viidud kaasamisaktsioonide analüüs .....	40
3.5	Uurimuse käik .....	41
3.6	Meetodite kriitika .....	42
4	Tulemused .....	45
4.1	Eesti Rahva Muuseum turumajanduslikus kontekstis .....	45
4.1.1	ERMi sihtrühmad .....	45
4.1.2	ERMi kommunikatsioonikanalid.....	50
4.1.3	Muuseumide olulised omadused .....	52
4.1.4	Sihtrühmade hinnang ERMile täna.....	55
4.1.5	Sihtrühmade soovitusel ERMile tulevikus .....	61
4.2	Muuseumikülastaja ja muuseumikasutaja ning nende motivatsioon.....	63
4.2.1	Muuseumis käijad ja mitte-käijad ning nende hoiakud .....	63
4.2.2	Muuseumis käimise põhjused.....	65
4.2.3	Muuseumis käijad ja mitte-käijad ning nende kultuurieelistused .....	68
4.3	Kaasamine ERMis .....	70
4.3.1	Olemasolevad kaasamislahendused ERMis .....	72
4.3.2	ERMi osalus-ja kaasamisprojektide kirjeldus ja tulemused.....	76
5	Järeldused ja diskussioon .....	81
5.1	ERMi sihtrühmad ning nendega suhtlemise viisid ja kanalid .....	81
5.2	Kaasamine ERMis: mis, miks ja kuidas peaks? .....	90

5.3	Soovitused .....	95
	Kokkuvõte .....	97
	Summary.....	101
	Kasutatud kirjandus ja allikad .....	105
	Lisad .....	110
	Lisa 1. Intervjuu ERMi kommunikatsioonijuhiga: transkriptsioon.....	110
	Lisa 2. E-maili intervjuu ERMi teadussekretäriaga .....	123
	Lisa 3. Fookus-grupi intervjuu turismikorraldajate-giididega: transkriptsioon.....	126
	Lisa 4. Fookus-grupp õpetajatega: transkriptsioon.....	155

## Sissejuhatus

2006. aastal avas oma uue hoone Eesti Kunstimuuseum ning uuendas sellega seoses ka oma kuvandit avalikkuse ees. 2008. aastal valiti KUMU Euroopa parimaks muuseumiks, sealjuures oli üheks tähtsaimaks hinnatavaks kriteeriumiks muuseumi külastajatele suunatud tegevused. 2009. aastal tähistas Eesti Rahva Muuseum (edaspidi ERM) oma 100. aastapäeva. Alates ERMi loomisest 1909. aastal on muuseum oodanud oma isiklikku maja, kuid seda on pidevalt edasi lükatud. Viimaste aastate arengute järgi pidi hoone valmima ERMi 100. juubeliks 2009. aastal, pärast seda 2012. aastaks. Mitmete põhjuste kokkulangemisel on tänaseks see aastaarv nihkunud veel kaks aastat edasi ning ERMi hoone loodetakse Raadil avada 2014. aastal. Selles valguses otsib muuseum uusi viise, kuidas oma külastajaid muuseumiga rohkem siduda.

ERMi praegust kommunikatsiooni mõjutavad kindlasti nii uue maja tulevane avamine kui ka muuseumi hiljutine 100-aastaseks saamine. Lisaks sellele on kommunikatsioonimaastikul viimase 15 aasta jooksul toimunud olulisi muudatusi – tavapärastele kommunikatsioonikanalitele-ja võimalustele on lisandunud *online*-kanalid, mis võimaldavad suurendada potentsiaalset auditooriumi. Internetti kasutab 74% Eesti 6-74aastasest elanikkonnast (TNS Emor 2010). Suured meediakanalid nii Eestis kui ka välismaal on teinud olulisi investeeringuid oma veebiportaalidesse, on isegi spekulieritud trükimeedia väljasuremise üle. Sotsiaalse meedia kanalid moodustavad olulise osa paljude inimeste elus ning näiteid nende populaarsuse kohta tekib juurde: uuringufirma Nielsen andmetel veedavad inimesed 2009. a detsembri seisuga nädalas sotsiaalse meedia lehekülgedel viis ja pool tundi, aasta varem oli neil lehekülgedel veedetud aeg 82% lühem (*Led...*2010). Maailma populaarseim sotsiaalse meedia kanal Facebook kahekordistas aastaga oma kasutajate arvu ületades praegu 400 miljoni kasutaja piiri. Eestis on Facebooki kasutajaid üle 200 tuhande ning kuigi üle 60% neist on 18-34 aastased, siis kõige kiiremini kasvab hetkel üle 65-aastaste kasutajate hulk (Facebook 2010; Facebakers 2010). Märtsis käisid Ameerika Ühendriikide kasutajad rohkem Facebooki lehel, kui kasutasid Google'i otsingumootorit, mis oli esikohta hoidnud alates 2007. a septembrist (Facebook...2010). See ei tähenda, et kõik maailma inimesed kasutavad ainult *online*-kanaleid, kuid see näitab, et harjumuspärastele suhtluskanalitele on lisandunud oluline jõud, mis nõuab

organisatsioonidelt, olgu tegemist firma või muuseumiga, oma sihtrühmadele uutmoodi lähenemist, kus võetakse kasutusele senisest enam kommunikatsioonikanaleid ning inimestega suheldakse neile ootuspärasel viisil (nt neid enam oma tegevustesse kaasates, kahepoolselt suheldes jne).

Web 2.0 ning sellega kaasnenud sotsiaalse meedia kanalite kasutuselevõtt ootavad organisatsioonidelt sihtrühmade suuremat kaasamist ning sihtrühmade kuulamist. Seda enam, et võrreldes nii saja kui ka 20 aasta taguse ajaga on muutunud nii muuseumi ühiskondlik positsioon, kus mäluasutus peab turumajanduslikes tingimustes konkureerima vaba aja veetmises kaubanduskeskuste ja spordiklubidega, kui ka potentsiaalsed kommunikatsioonikanalid. Muuseumid Eestis ja ka välismaal püüavad leida viise, kuidas enda juurde meelitada rohkem külastajaid ning samal ajal koguda infot minevikust ja olevikust. ERMil on juba aastakümneid oma Kirjasaatjate võrk ning ERMi Sõprade Selts, kuid uuenenud tehnoloogilised lahendused sotsiaalmeedia ning muu *online*-kommunikatsiooni näol võiksid pakkuda neile täiendust. Seega on ERMil võimalus koos uue maja avamisega kaasajastada kasutatavaid kommunikatsioonikanaleid, jõudmaks oma sõnumitega suurema auditoriumini ning suurendada sihtrühmade osalust ERMi tegevustes. Seda soovi väljendatakse selgelt ka ERMi arengukavas (2008) aastateks 2008-2013, kus ERMi nähakse kaasaegse demokraatliku ühiskonna arendajana, kes on kodanikujulge ning mitmekülgne haridus-, meelelahutus- ja teaduskeskus. Tekkinud unikaalne situatsioon annab võimaluse jälgida ERMi tänast väliskommunikatsiooni ning pakkuda välja ka uusi lahendusi.

Minu magistritöö eesmärk on uurida ERMi sihtrühmi, sihtrühmade kaasamist ja praegusi kaasamispraktikaid, arvestades sealjuures asjaolu, et lisaks tavapärastele kommunikatsioonikanalitele on lisandunud *online*-kommunikatsiooni võimalused nii organisatsiooni sõnumite edastamiseks kui ka sihtrühmade kaasamiseks ning seeläbi on varasemast veelgi enam hägustunud piirid kommunikatsiooni-ja turundustegevuste vahel. Töö tulemusel selgitan aspektid, mis on kaasamislahenduste puhul olulised ning annan soovitusi edasiste projektide läbiviimiseks ning pakun välja viise, kuidas ERM oma sihtrühmadele suunatud kommunikatsioonitegevusi läbi võiks viia.

Magistritöö on jaotatud viide suuremasse ossa: esmalt annan ülevaate tööga seotud teoreetilisest raamistikust ning kasutusel olevatest mõistetest, seejärel püstitan uurimisküsimused ja selgitan kasutatud meetodeid. Tulemuste osas esitan tehtud empiiriliste uuringute tulemused. Seejärel võtan järelduste ja diskussiooni osas uurimisküsimuste kaupa töö kokku, arutlen, kuidas saaks tulemusi ERMi kommunikatsioonis rakendada ning annan ERMile praktilisi soovitusi tulevaste kommunikatsioonitegevuste planeerimiseks.

Magistritöö on osa Eesti Teadusfondi poolt rahastatavast rahvusvahelisest teadusprojektist „Muuseumikommunikatsioon 21. sajandi infokeskkonnas” (ETF8006), mille raames on läbi viidud vaatluse alla tulevad juhtumianalüüsid ning fookus-grupi uuringud. Muuseumide väliskommunikatsiooni ning muuseumi sihtrühmade kaasamist ei ole lisaks teadusprojekti raames tehtule Eestis väga palju uuritud. Mingil määral on uuritud muuseumide turundamise võimalusi: Eesti Teatri- ja Muusikaakadeemias kaitses Julia Amor 2006. a inglisekeelse magistritöö „Museum marketing: applied theory and European experience serving Estonian Open Air Museum” ja Silver Bohl kaitses 2008. a Maaülikoolis bakalaureusetöö „Eesti Rahva Muuseumi kui rahvusliku kultuuri- ja mäluasutuse turundamise probleemid.“. Samal aastal kirjutas Triinu Siller bakalaureusetöö „Eesti Rahva Muuseumi kuvand töötajate seas“. Kuigi see töö keskendus enam sisekommunikatsioonile ning kuvandiuuringutele, siis Silleri tehtud intervjuudest ERMi töötajatega leidsin ka käesoleva töö jaoks olulisi aspekte ning viitan intervjuude transkriptsioonidele mõningal määral ka selle töö tulemuste osas.

Tahan tänada kõiki teadusprojektis „Muuseumikommunikatsioon 21. sajandi infokeskkonnas” osalevaid teadlasi ning üliõpilasi, eesotsas oma juhendaja Pille Pruulmann-Vengerfeldtiga – teiega koos sain arutleda ja mõelda, korraldada erinevaid kaasamisprojekte, millest ka selles töös juttu, ning teie soovitused olid suureks abiks töö valmimisel. Suured tänud ka mu perele ja sõpradele, kes lisaks moraalsele toele aitasid mul aeg-ajalt välja tulla keerukate lausekonstruktsioonide maailmast ning asendada vähemalt mõned võõrtuletised eestikeelsete sõnadega.

# 1 Teoreetilised ja empiirilised lähtekohad

Käesolevas magistritöös paigutan Eesti Rahva Muuseumi tänapäevasesse turumajanduslikku konteksti, kus muuseum peab täitma erinevaid rolle – olema ühiskonna põhiväärtuste kandja, hoidma ja säilitama eesti ning soome-ugri kultuuripärandit, ent samas suutma enda juurde meelitada üha enam külastajaid, et olla ka majanduslikult konkurentsivõimeline. Alljärgnevalt annan ülevaate teoreetilistest ja empiirilistest lähtekohtadest, mida ERMi sellesse konteksti asetades arvestama peab ning kirjeldan oma töös ette tulevaid põhimõisteid. Selgitan lahti, mida pean silmas „integreeritud kommunikatsiooni“ all, kuidas paigutub ERM tänasesse turumajanduslikku konteksti ja mis on muuseumis kaasamine ning kuidas seda jaotada võiks.

## 1.1 Integreeritud väliskommunikatsioon

Pikki aastaid nähti organisatsioonide väliskommunikatsioonina peamiselt suhtlemist erinevate meediaväljaannetega – selleks kasutati nii pressiteateid, pressiüritusi, otsesuhtlust ajakirjanikega, reklaami teles, pressis, raadios ja/või tänaval. Oma sõnumi levitamiseks kasutati massimeediakanaleid ning vastavalt sihtrühmale valiti sobiv massimeediakanal, mida suhtluseks kasutada. Tänapäev on veel üsna levinud nii turunduses kui ka kommunikatsioonis kasutatavate meediakanalite jagamine uuteks ja vanadeks meediakanaliteks, kusjuures „vanadeks“ on nüüd jäänud ka kanalid, mis 20-aasta eest olid veel uued (nt televisioon). Ühe võimaliku jaotuse vanadeks ja uuteks meediakanaliteks on alles hiljuti välja pakkunud Murphy (2010). Oma blogipostituses kirjutab ta, et vanad meediakanalid on: press (ajalehed, ajakirjad), raadio ja televisioon, välireklaamid, telefonid, posti teel levivad teenused (nt tavakiri) ning näost-näku suhtlemine. Uue meedia kanaliteks loeb ta internetiga seotud kanaleid: veebilehed (sh blogid), sotsiaalse meedia kanalid (nt Facebook, Twitter, Youtube, Orkut, rate.ee), e-mail, mobiilteenused ning videokonverentsid (*ibid.*).

Tapscott ja Williams (2008) kirjutavad oma populaarteaduslikus raamatus „Wikinomics: How Mass Collaboration Changes Everything“, et seoses uue meedia pealetungiga ning inimeste suhtumise muutumisega on muutumas ka see, kuidas organisatsioonid ja inividid

maailma näevad ja mida nad üksteiselt ootavad. Nad räägivad sellest, et massiline koostöö muudab tulevikus kõike – nii seda, kuidas toimib ühiskond tervikuna, kui ka seda, kuidas toimivad organisatsioonid ja nende juhtimine. Nende lähenemise keskmes on eelkõige äriiline lähenemine – selleks, et oma kliente paremini mõista ja teenindama, peavad organisatsioonid laskma kliendid enda juurde ning paluma neilt abi muudatuste tegemisel. Aga selleks, et tehtud ettepanekutel või panustatud koostööl oleks ka reaalne jõud, peavad organisatsioonid siseselt selleks valmis olema: andma välja piisavalt infot ning tegema muudatusi, mida neilt oodatakse. See omakorda nõuab suurt erinevate osakondade koostööd, mille keskmes on klient ja temale suunatud ning temalt saadav kommunikatsioon. Sama mudeli võib äri sektorist üle kanda ka avalikku sektorisse, küll mitte üks-üheselt, kuid avatus ning valmisolek pakutavat vastu võtta peaks tänastes tingimustes valitsema ka teiste sektorite organisatsioonides, eriti neis, kes osaliselt tegelikult peavad end ise majandama, nagu näiteks paljud muuseumid ja teised mäluasutused.

Käesoleva töö üheks keskseks mõisteks kujunes „integreeritud kommunikatsioon“, mis laias tähenduses hõlmab kõiki organisatsiooni tegevusi, mis on vajalikud organisatsiooni edukaks toimimiseks ning siht-ja sidusrühmadega suhtlemiseks. Antud töö kontekstis uurin väikest osa integreeritud kommunikatsioonist ning pean eelkõige silmas omavahelises seoses olevaid väliskommunikatsioonitegevusi, et tagada efektiivseim suhtlemine organisatsiooni sihtrühmadega. Miks kasutan mõistet „integreeritud kommunikatsioon“ selle asemel, et kasutada mõistet „integreeritud turunduskommunikatsioon“ (nt Picton & Broderick 2000), millele ta ehk kõige enam sarnaneb? Mõiste „integreeritud turunduskommunikatsioon“ on tõepoolest kõige lähedasem sellele, mida „integreeritud kommunikatsiooni“ all silmas pean. Picton ja Broderick (2000:8) on joonistanud integreeritud turunduskommunikatsiooni ratta, kus on näha, kuidas samaaegselt peavad toimima nii turundus kui ka suhtekorraldus, kuvandi ja brändi haldamine, näost-näku suhtlus, müügikampaaniaid, üritusturundus jne. Käesolevas töös mõtestan integreeritud väliskommunikatsiooni suhtlusena, mis on suunatud organisatsioonivälistele sihtrühmadele, kasutades oma sõnumite edastamiseks ning sihtrühmadelt tagasiside ja panuse saamiseks

*offline*-ja *online*-kanaleid<sup>1</sup> parimal võimalikul viisil, kusjuures selles hajub piir suhtekorralduse ja turunduse vahel õhkõrnaks või lausa kaob. See on eriti märkimisväärne organisatsioonides, mille turundus ja/või kommunikatsioonieelarve ei võimalda suuremahulisi tele-ja välimeedia kampaaniaid.

Hetkel maailma üks tuntuim turundusspetsialist Seth Godin tõi oma hiljutises ettekandes välja, et kogu äritegevus peaks olema omavahel integreeritud – turundus, PR, müük, personali otsimine ja koolitamine, tootearendus ja kliendisuhetus – peaksid kõik olema tegelikkuses osa turundusest (Godin 2010). Siinkohal on oluline mainida, et ta küll paigutab kogu äritegevuse keskele turunduse, kuid tegelikkuses räägib ta suurel määral suhtlemisest ja kommunikatsioonist ehk samamoodi võime öelda, et keskmes on turunduskommunikatsioon või kommunikatsioon, mida teevadki näiteks Solis ja Breakenridge (2009), kes asetavad klientidega suhtlemisel keskele kohale just suhtekorralduse ja sellega seotud inimesed. Strateegilise juhtimise, kus kõik asjad on omavahel seotud võtakski minu arvates hästi kokku mõiste „integreeritud kommunikatsioon“ (kuigi Godin kasutaks ise ilmselt väljendit „integreeritud turundus“).

Kasutan „integreeritud kommunikatsiooni“ antud töö kontekstis siiski kitsamalt, kui Godin (2010) seda näeb, sest tööst jäävad välja personaliküsimused ning näiteks klienditeenindus ja töö keskendub enam siiski klassikalismatele kommunikatsioonitegevustele. Ent samal ajal pean kogu aeg meeles ning toon ka oma töös välja aspekte, mis ehk ei ole otsesed kommunikatsioonitegevused, kuid neil on kaasamistegevustes ning sihtrühmadega suhtlemisel täita oluline roll (nende tegevuste hulka kuuluvad nt muuseumipedagoogika, teadustöö ning näituste planeerimine).

Internetis leiduvaid kommunikatsioonikanaleid soovitatakse tihtipeale kasutada niššitoodetel, kuna nende abil on tihtipeale võimalik jõuda oma potentsiaalse sihtrühmani. Eelkõige näeb seda lähenemist uut meediat propageerivate (populaar)teaduslike

---

<sup>1</sup> Käesolevas töös kasutan väljendeid *offline*-ja *online*-kanalid nende ingliskeelsete nimetustega. Eestikeelsete vastetena on infotehnoloogidele välja pakutud, et *offline* võiks tähendada „vallas“ ning „online“ on „sidus“, kuid „vallas-ning siduskommunikatsioon“ ei ole mõisted, mis oleksid kommunikatsiooniuringutes laialdaselt kasutusel ning seetõttu jään töö mõistetavuse tagamiseks ingliskeelsete mõistete juurde.

autorite/uue meedia praktikute puhul (nt Solis & Breakenridge 2009, Laja 2010). Seda lähenemist propageerivad autorid aga unustavad, et interneti kasutavad küll paljud inimesed, kuid kasutuspraktikad on vanusegrupiti väga erinevad ning organisatsioon, kes saaksid kasutada ainult *online*-kommunikatsioonikanaleid on ikkagi vähem kui neid, kes oma sõnumi levitamiseks peaksid kasutama erinevaid kommunikatsioonikanaleid ning valima oma organisatsioonile sobivaimad. Ehk integreerima omavahel kogu kommunikatsiooni-ja turundustegevused ning muuseumi puhul ka mingil määral muuseumipedagoogika, näituste planeerimise ja kokkupaneku, reaalse ekspositsiooni ning muuseumi füüsilise keskkonna.

Eesti ühe juhtiva internetiturundus ettevõtte Altex Marketingi tegevjuht Robin Gurney (2010) sõnas oma hiljutises ettekandes, et sotsiaalse meedia kommunikatsiooni strateegia peab olema kooskõlas kommunikatsioonistrateegiaga, mis omakorda peaks olema seotud äristrateegiaga. Seega Gurney (2010) tõi väga selgelt välja integreeritud kommunikatsiooni vajalikkuse. Tema sõnul ei saavuta ükski organisatsioon sotsiaalses meedias ega muus kommunikatsioonis edu, kui neil ei ole seal toimetamiseks korralikku organisatsiooni eesmärke silmas pidavaid strateegiaid.

Integreeritud väliskommunikatsioon peab olema läbi mõeldud ning kooskõlastatud ka organisatsioonisiselt, seega ma kindlasti ei soovi tööga alahinnata sisekommunikatsiooni rolli ning seda, et sise-ja väliskommunikatsioon peavad samuti olema omavahel seoses, kuid antud magistritöö keskendub väliskommunikatsioonile.

## **1.2 Muuseum turumajanduslikus kontekstis**

Eesti Rahva Muuseum (edaspidi ERM) on Kultuuriministeeriumi valitsemisalas tegutsev riigimuuseum ja ministeeriumi hallatav riigiasutus. ERM on asutatud 1909. aastal Jakob Hurda mälestuse jäädvustamiseks ja eesti rahvateaduse igakülgseks edendamiseks (ERMi põhimäärus 2009). Muuseumi arengukavas on välja toodud, et ERM on eesti ja soome-ugri rahvaste kultuuri ja selle arenguloo allikmaterjale koguv, säilitav, uuriv ja vahendav asutus, mille tegevus toetab eesti rahvusliku identiteedi, eesti keele ja rahvuskultuuri püsimist, targa ja tasakaalustatud ühiskonna arenemist ning kollektiivse mälu tugevnemist (ERMi arengukava 2008:1).

DiMaggio kirjeldas juba üle 25 aasta tagasi, et muuseumitele on seatud vägagi vastandlikud ootused ning nad tegutsevad tihtipeale paradoksaalses situatsioonis – ühelt poolt kaitsevad muuseumi avaliku turu tingimustes valitsuste poolt jagatavad rahastused, mis tihtipeale püüavad muuseumit näidata kui mitte-tulundusühingut, ent teisalt töötavad muuseumid vaba turumajanduse tingimustes, kus neilt oodatakse võistlemist teiste äridega sarnastel tingimustel – ehk vastata turu nõudmistele sobivate pakkumistega (DiMaggio 1985, Rentschler ja Hede 2007 kaudu). Ka Falk (2009) asetab kõik vaba aja veetmise kohad ühele pulgale ning kirjeldab, et tavakülastaja teadvuses on muuseumid lihtsalt üks koht, kuhu minna ning inimene teeb selle otsuse lähtuvalt oma hetke huvist ja võimalustest. Samas ootavad inimesed vaba aja veetmiselt enam kui 100 aastat tagasi – nad tahavad lisaks füüsilisele puhkusele tihti ka elamust, aga inimestel tegelikkuses ei ole vahet, kas nad elamuse saamiseks lähevad kinno, muuseumisse, teemaparki või kaubanduskeskusesse.

Falki sõnul investeerivad muuseumid suure hulga ressursi, et anda maailmale teada, mida nad teevad (reklaammaterjalid, meedia jne), kuid inimesed teevad otsuse selle põhjal, mida nad kuulevad suuliselt neilt, kes on konkreetses muuseumis juba käinud. Siinkohal ta ütleb, et üksikult ei ole need olulised – üks või teine vestlus sõbra-sugulase-võõraga, kuid kollektiivselt on neil suur roll (Falk 2009:155). Mõneti annab Falk sellega muuseumidele mõista, et palju olulisem on investeerida sisusse ning pakkuda inimestele elamust, mis elab suuliselt edasi ning reklaamib end ise. Käesoleva töö käigus tuleb veel juttu ka külastusmotivaatoritest, kus see aspekt tuleb taas esile.

Paljud muuseumid tänases Eestis on samuti paigutatud teoreetikute poolt kirjeldatud vastuolulisse situatsiooni. Eriti kehtib see nende muuseumide kohta, kes mingi osa oma rahastusest saavad riigieelarvest ning sellest lähtuvalt peavad nad arvestama avaliku huviga. Nende hulgas ka Eesti Rahva Muuseum (ERM), mille põhimääruses on kirjas, et tegemist on riigimuuseumiga, mille tegevust finantseeritakse riigieelarvest, kuid lisaks sellele ERMi põhitegevusega seotud tasuliste teenuste osutamisel saadud vahenditest, toetustest, annetustest ning muudest laekumistest (ERMi põhimäärus 2009).

Veelgi enam kannab seda ootust edasi fakt, et muuseumeid koos osade teiste mälu-ja kultuuriasutustega loetakse eraldi majandussektoriks- loomemajanduseks, mis peaks

suutma „looma heaolu ja töökohti intellektuaalse omandi loomise ja kasutamise kaudu.“ (Loov Eesti kodulehekülj 2010). Kuigi peamiselt nähakse loomemajanduse subjektidena erinevaid kunstiliikidega seotud eraisikuid ja organisatsioone, siis selle alla loetakse tegelikult ka näiteks muuseumid ja raamatukogud:

*„Loomemajandus hõlmab arhitektuuri, audiovisuaalse, disaini, etenduskunstide, infotehnoloogia, kirjastamise, kultuuripärandi, kujutava kunsti, muusika ja reklaami valdkondi.“* (Allikmäe 2009)

Ootused loomemajanduses osalejatele, sh muuseumitele on kõrged. Eessõnas uuringukokkuvõttele „Loomemajandus Eestis 2009“ (2009) märgivad Kultuuriministeeriumi ning Majandus-ja Kommunikatsiooniministeeriumi kantslerid uuringut kokku võttes:

*„Kultuur ja sellega seotud ettevõtlus on majanduslikult tõsiselt võetav valdkond, luues lisaväärtust ja töökohti, hoogustades ekspordi ning kujundades atraktiivset elukeskkonda.“* (*ibid*:5)

Selge, et muuseumid ei saa olla ekspordikasvatavad, kuid neil on roll olla lisaväärtuste looja ning elukeskkonna kujundaja ja kuigi tegelikult teadvustatakse, et riik peaks seda sektorit arenemiseks ka toetama (*ibid.*), siis toetamise järel siiski oodatakse isetoimivat majandussektorit, mis arenduskulu asemel toob sisse tulu.

ERMi näol on tegemist riigimuuseumiga, mille ülesanne on koguda, säilitada, uurida ja vahendada eesti ja soome-ugri rahvaste kultuuri ning selle arengulugu. ERM sarnaselt teistele Eesti muuseumitele on seega paigutatud situatsiooni, kus nad on selgelt osa majandussektorist, neile on seatud ootused olla samal ajal meelelahutuslik, ent selle kõige juures arvestada avaliku huviga, olla eestluse järjepidevuse kandja ning kultuuripärandi säilitaja. Seega on muuseumi jaoks väga oluline leida nende kõikide aspektide vahel toimiv tasakaal ning integreeritud kommunikatsioon võiks aidata võimalikku saavutatud tasakaalu ka väljapoole muuseumit kommunikeerida.

ERMi erinevates dokumentides tulevad need ootused ja ülesanded ning nende mitmekülgsus ja kohati ka vastuolulisus väga selgelt välja. Selle tõestuseks on nii ERMi

visioon, kui ka arengukavas paika pandud eesmärgid ja meetmed nende teostuseks. Alljärgnevalt näitan, kuidas ERMi arengukavas leiduv ühelt poolt paigutab ERMi kirjeldatud positsiooni ning kuidas see teisalt seostub käesoleva magistritööga.

Antud töö kontekstis on oluline esmalt vaadelda ERMi visiooni (*ibid*):

- ERM on rahvusvaheliselt tuntud ja tunnustatud, tegus ja edukalt toimiv mäluasutus, kultuuri põhiväärtuste järjepidevuse kandja, mis integreerib ühiskonda, toetab üksteisemõistmist, koostööd ja dialoogi ning kannab vastutust rahvusliku kultuuripärandi säilimise ja kasutamise eest.
- ERM on vana ja väärikas, ent samal ajal optimistlikult tulevikku vaatav ja dünaamiline. ERM väärtustab traditsioone, juhib ja suunab valdkonnasiseseid positiivseid arenguid. ERM oskab kasutada uusi tehnoloogiaid kultuuripärandi senisest veelgi efektiivsemaks säilitamiseks ja vahendamiseks avalikkusele.
- ERM töötab koos teiste mälu- ja kultuuriasutustega Eestis ja maailmas, et aidata kaasa kaasaegse demokraatliku ühiskonna arengule. ERM on kodanikujulge ja avatud eestluse kandja ja hoidja. ERM on arvestatav partner, tulemustele orienteeritud hariduskeskus, usaldusväärne teaduskeskus, köitev vabaajakeskus, nauditav töökeskkond. ERM on igas oma tegevuses tunnustatud kompetentsikeskus.

Visioonist tulevad seega välja olulised aspektid, mida käesolevas töös silmas pidada, sest need annavad ülevaate sellest, millisena ERM end ise näeb ja seavad väljakutsed ERMi sihtrühmade määratlemisele:

- rahvusvaheliselt tuntud ja tunnustatud;
- vana ja väärikas, optimistlik, tulevikku vaatav ja dünaamiline;
- traditsioone väärtustav, uusi tehnoloogiaid kasutav (nii säilitamiseks kui ka vahendamiseks);
- köitev vabaajakeskus ja igas tegevuses tunnustatud kompetentsikeskus.

ERMi arengukavas on ette nähtud tegevused, mis lähtuvad kuuest põhieesmärgist. Nende põhieesmärkide all on loetletud ka kommunikatsioonitegevusi, mis on olulised selle töö kontekstis. Need on alljärgnevalt toodud kaldkirjas<sup>2</sup>:

- EESMÄRK 1: ERM tõlgib, tõlgendab ja vahendab –eesti ja soome-ugri kultuuri. ERM on ühiskonna sidususe hoidja ja järjepidevuse kandja. *Sh: 2008. a. ja 2009 koostatakse vähemalt kolm virtuaalnäitust.*

ERM paigutab end selle eesmärgiga olulisele kohale Eesti ühiskonnas ning seab üsna kõrged ootused ka sihtrühma suurusele ning sihtrühmadele pakutavale. Oma diskussioonis jõuan ka selleni, kas ja mil määral see mõjutab sihtrühmade määratlemist. Lisaks on virtuaalnäituste väljatoomine märk sellest, et end soovitakse näidata areneva, moodsa ning uusi tehnoloogiaid kasutava organisatsioonina, kes seeläbi tugevdab Eesti ühiskonda.

- EESMÄRK 2: ERM on rahvusvaheliselt tunnustatud ja usaldusväärne uurimiskeskus, mille pealiin on etnoloogiaalne teadustöö.

See eesmärk annab taas olulise panuse sihtrühmade paikapanekul ning paigutab ERMi uude rolli, kelle üheks sihtrühmaks on teadustööga tegelevad inimesed Eestis ja välismaal.

- EESMÄRK 3: ERMi kogud on süstematiseeritud, tagatud on nende pikaajaline säilimine, täiendamine, süsteemne läbitöötamine ning sihipärane ja hõlbus kasutamine.

Kolmas eesmärk võib esialgu tunduda kommunikatsioonitegevustest eemale jääva eesmärgina, kuid tegelikkuses peitub selle taga antud töö jaoks oluline aspekt: selleks, et oleks tagatud ERMi kogude pikaajaline säilimine, täiendamine ning hõlbus kasutamine, tuleb täna lisaks praeguste kogude hooldamisele tegeleda aktiivselt ka kogude täiendamisega ning siinkohal on oluline roll just osalusel, kaasamisel ning seda toetavatel kommunikatsioonitegevustel.

---

<sup>2</sup> Eristan otsesed väljatoodud kommunikatsioonitegevused kaldkirjas selguse huvides.

- EESMÄRK 4: ERM on tunnustatud muuseumiõppekeskus. ERMi mitmekülgne haridustegevus on ühiskonnale oluline ja vajalik.

Selgelt kommunikatsioonile orienteeritud tegevus, kuid kuna selle eesmärgi täitmine hõlmab lisaks tavapärasele kommunikatsioonitegevustele ka rohkelt muuseumipedagoogika küsimusi, siis on seda eesmärki kasutatud eelkõige sihtrühmade määramisel (täpsemalt on sihtrühmad kaardistatud käesoleva töö tulemuste osas). Töö järgmistes faasides on näha, et intervjuust sihtrühma esindajatega tulevad välja ka mõningad aspektid, mida üldises kommunikatsioonis arvesse võtta, kuid ma kindlasti ei keskendu oma töös muuseumipedagoogika erinevate tahkude analüüsimisele.

- EESMÄRK 5: ERM on hästitoimiv organisatsioon. ERM on kuuldav ja nähtav üle kogu Eesti. ERM kõnetab kõiki eestimaalasi ja väliskülalisi.

Eesmärki on juba sisse kirjutatud väga olulised, ent samas laiahaardelised sihtrühmad ning „*kuuldav ja nähtav üle kogu Eesti*“ ja „*kõnetab*“ on selgelt kommunikatsiooniga seotud eesmärgid.

- EESMÄRK 6: Kaasaegne, avatud, sõbralik, hästi toimiva infrastruktuuriga jätkusuutlik ERM on valmis kolima uude peahoonesse.

Kuues eesmärk toob välja ERMi suunatuse uuele hoonele ning on oluline ka muuseumi kommunikatsioonitegevuste vaatevinklist, kuna mõisted „*avatud*“, „*sõbralik*“ ja „*kaasaegne*“ on suunatud nii sisemistele kui ka välistele sidus- ja sihtrühmadele ning neisse on osaliselt sisse kirjutatud ootus olla ka osalust soodustav ning kaasav.

ERMi arengukava 2008-2013 edasi analüüsidest on näha, et erinevate meetmete abil on püütud eesmarke lahti mõtestada. Alljärgnevalt lühike kirjeldus nendest meetmetest, mille all on loetletud ka otseseid kommunikatsioonitegevusi (siinkohal jätan välja meetmekirjeldused, mille põhjal on võimalik kaardistada sihtrühmi ning tegevustele, mis nõuaksid kommunikatsiooni planeerimist ainult konkreetsele sihtrühmale, sest neist tuleb juttu hiljem, vaid keskendun vaid konkreetsetele kommunikatsioonialastele tegevustele). Kommunikatsioonitegevusi on enim mainitud kolmes meetmes:

- MEEDE 4: Näituste ja üritustega seotud tegevused.
- MEEDE 5: Kommunikatsiooni ja koostöövõrgustikega seotud tegevused.
- MEEDE 6: Haldustegevused, sh investeeringutega seotud tegevused

Neist üks, nagu nimegi järgi on võimalik aru saada, keskendubki peamiselt kommunikatsioonitegevustele, seega tuleb sellest juttu veidi pikemalt. Meede 4-s on üheks oluliseks teguriks ERMi virtuaalnäituste kujundamine ja veebipõhine avamine. Ka meede 6 on seotud digitaalse kommunikatsiooniga, st tegevuste seas on: veebikülje, virtuaalnäituste, infopunktide idee arendamine etapiviisiliselt kuni aastani 2011; digitaalarhiivinduse kontseptsiooni väljatöötamine ja rakendamine 2008–2011; multimeediavõimaluste loomine muuseumi näituste, ürituste ja programmide mitmekesistamiseks 2009–2011.

Meede 5 on juba nime järgi keskendunud enim kommunikatsioonitegevustele. Meetmest lähtuvalt on ERM avatud institutsioon, mis väärtustab kollektiivse mälu terviklikkust, traditsioonide tähenduslikkust, innovaatilist arengut, demokraatlikke väärtusi, professionaalsust koostöös ja arengutes. ERM töötab selle nimel, et suureneks ERMi tegevuse kandepind Eestis ja väljaspool Eestit, et ERMil kujuneks tegus ja usaldusväärne koostööpartnerite võrgustik, oleks pikaajaliselt planeeritud ja tulemuslik kommunikatsiooni- ja turundustegevus ning mõnusat töökeskkonda soodustav sisekommunikatsioon. Tegevustena on muuhulgas välja toodud:

- Sihtgruppidele (giidid, turismifirmad, omavalitsused jne) suunatud tegevuste
- kujundamine ja pakkumine 2008–2013.
- Meediakanalitest koostööpartnerite võrgustiku korrastamine ja lepingute sõlmimine–2008 a.
- Sponsorite otsimine ja leidmine konkreetsete ürituste ja tegevuste tarbeks 2008 a.
- Osalemine Eesti tutvustavatel üritustel väljaspool Eestit 2008-2013 a.

Eelpool tõin välja aspektid ERMi tulevikupildist, mis on olulised ka antud töö kontekstis. Nimetatud aspektid näitavad sarnaselt teoreetikute poolt välja toodule, et muuseum püüab endale kohati võtta vastandlikke rolle, siduda uut ja vana, algupärast ja uuenduslikku, olla samal ajal nii teadusasutus kui ka vabaajakeskus. See on situatsioon, milles tänased mäluasutused paiknevad ja millega nad peavad toime tulema – ühelt poolt kanda edasi kultuuripärandit, teisalt võistleva inimeste vaba aja sisustamisel kõigi teiste asutustega, olgu nendeks siis kaubanduskeskused, mänguväljakud, loomaaiad, teised muuseumid, kinod, kontserdid jne. See paigutab sihtrühmadega suhtlemise ning nende sidumise organisatsiooniga väga olulisele kohale. Viise, kuidas ERM on seda teinud, selgitan oma tulemustes ning soovitude osas pakun välja ka võimalikke uusi võimalusi lähtuvalt teoreetikute poolt pakutud võimalustest ning sihtrühmade ootustest ja soovitudest.

## 1.3 Muuseumikülastaja ja muuseumikasutaja ning nende külastusmotivatsioon

### 1.3.1 Väliste sihtrühmadega seotud mõisted

Rääkides muuseumikommunikatsioonist 21. sajandil ning uurides sellealast kirjandust saab üsna kiiresti selgeks, et valdkonnas esineb mõistete segadus. Seda eelkõige seetõttu, et integreeritud kommunikatsioonis, kuhu on kaasatud nii *offline*-kui ka *online*-kommunikatsioon, on kasutusel erinevad valdkonnad, kus ühte inimgruppi nimetatakse erinevate mõistetega. Püüan need siinkohal välja tuua ning selgitada, millisesse konteksti ma need mõisted käesolevas töös paigutan.

**Külastaja** (i.k. *visitor*) Muuseumiuuringutes kasutatakse muuseumit külastavate inimeste kirjeldamiseks just enamasti mõistet „külastaja“ (ka siin töös kasutatavad Falk 2009 jt räägivad külastajast). Peamiselt peetakse selle all silmas reaalselt füüsilist näituseruumi külastavat inimest. Käesolevas töös on külastaja see, kes külastab või võiks muuseumit külastada.

**Klient/tarbija** (i.k. *consumer*) Selgelt majandusvaldkonnast (turundus) tulenev mõiste, millega enamasti peetakse silmas potentsiaalset külastajat. Seda mõistet kasutan käesolevas

töös juhtudel, kui toon teooriaid või selgitusi üle majandusvaldkonnast. Töö käigus läbi viidud intervjuus kasutab seda sõna ka ERMi kommunikatsioonijuht (enamasti paralleelselt „külastajaga“). Käesoleva töö kontekstis on klient/tarbija nii külastaja kui ka kasutaja.

**Kasutaja** (i.k. *user*) - Mõiste „kasutaja“ tuleneb infotehnoloogilisest valdkonnast. Antud töö kontekstis on „kasutaja“ nimetus selle muuseumikülastaja kohta, kes paigutatakse internetikeskkonda ning kes kasutab muuseumi veebis leiduvaid osi.

**Loovtarbija** (i.k. *prosumer*) Inglisekeelne sõna „prosumer“ koosneb kahest osast „producer“ (looja) ja „consumer“ (tarbija). Sõnaga tähistatakse neid tarbijaid, kes muutuvad loojateks ning seeläbi kohati lõhuvad piire traditsioonilises ettevõtluses ning panevad ettevõtted olukorda, kus nad peaksid tarbijaid nägema kui potentsiaalseid partnereid innovatsioonis (Hemetsberger 2003). Antud töö kontekstis võiksid „loovtarbijad“ olla need, kes aitavad organisatsioonil (st ERMil) luua sisu ning viia läbi muutusi.

**Loovkasutaja** (i.k. *produser*) Loovkasutaja on oma loomult väga sarnase tähendusega „loovtarbijale“ ning taas tuleb mängu see, et „kasutaja“ on infotehnoloogia valdkonnast pärinev sõna. Loovkasutajateks nimetatakse neid erinevate veebikülgede kasutajaid, kes soovivad ka ise sisu luua või neid inimesi, kes kasutavadki veebi selleks, et näiteks teha oma blogisid, erinevaid fännilehti jne. Kalmus (2010) kasutab mõistet „loovkasutamine“ kirjeldamaks seda, kuidas noored *online*-võimalusi kasutavad. Kalmusele (*ibid.*) tuginedes on loovkasutajad inimesed, kes *online*-võimaluste valguses kasutavad veebi loominguliseks eneseväljenduseks ning osalus- ja kaasamistegevustes kaasa löömiseks.

Antud töö kontekstis on kõige tihedamini kasutatavad mõisted „külastaja“ ning „kasutaja“, esimese all mõeldakse muuseumi füüsilisse keskkonda tulevaid külastajaid ning teises muuseumi *online*-keskkonnas tegutsevaid kasutajaid.

Samuti on kasutusel mõisted „publik“, „avalikkus“ ja „auditoorium“, kuid nendel peatun alapeatükis 1.5 „Auditooriumi kaasamine“.

### 1.3.2 Külustusmotivatsioonid ja külastajatüübid

Falk (2009) on uurinud erinevaid põhjuseid, miks inimesed muuseumit külastavad ning selgitab, et põhjused ei ole üksteisest kergesti eristatavad, nagu ei ole võimalik ka lihtsalt selgitada muuseumikülastaja suhet muuseumis leiduvaga.

Falk (2009) kritiseerib tugevalt neid muuseume, kes oma sihtrühmade määratlemisel lähtuvad erinevatest demograafilistest määratlustest (etnilisus, vanus, sugu, haridustase, sissetulek) ja lisab, et muuseumikülustus ning selle põhjused on selleks liiga mitmekülgsed. Ta toetab lähenemist, et sihtrühmad pannakse paika lähtuvalt inimeste külustusmotivatsioonidest ning toob näiteid uuringutest, kus külustusmotivatsioone on üritatud kaardistada.

Sama autor viitab ka 1980ndatel läbi viidud uuringutele, mis uurisid külastajate motivatsiooni. Kuus peamist aspekti, mida inimesed vaba aja veetmise juures hindavad ning enamasti on külustuse taga kombinatsioon neist kuuest aspektist (Hood 1981, 1983, 1988, Falk 2009:48 kaudu):

- Inimestega koos olemine või sotsiaalne interaktsioon;
- Millegi olulise tegemine;
- Ümbritsevas enese mugavalt ja hästi tundmine;
- Võimalus saada uusi kogemusi;
- Õppimisvõimaluse olemasolu;
- Aktiivne osalus tegevuses.

Hood (*ibid.*) jagas külastajad kolme gruppi: sagedased külastajad (3 või enam külustust aastas), aeg-ajalt osalejad (1-2 korda aastas) ja mitte-osalejad. Siin on huvitav tähele panna seda, et Hood räägib räägin küll külustajagrupidest, kuid kaks neist on osalemist väljendavad nimetused. Paraku ei ole mul rohkem infot, kas Hood teeb seda teadlikult või kasutab ta osalejat lihtsalt külustaja sünonüümina. Seega Hood peab muuseumikülustajaid

mõneti kohe ka muuseumi tegevustes osalejateks, millel ei ole klassikalises mõttes osaluse ning kaasamisega erilist seost. Kusjuures kõigi kolme grupi külastusmotiivid on väga erinevad, sagedased külastajad pidasid kõiki aspekte oluliseks, kuid tähtsaimad olid: õppimisvõimalus, uute kogemiste saamise võimalus ning vaba aja sisustamine väärtusliku ajaviitega. Aeg-ajalt osalejad ja mitte-osalejad olid omavahel sarnasemad väärtustades inimestega koos aja veetmist, mugavust ning aktiivset osalust.

Moussouri (1997, Falk 2009 kaudu) jagab muuseumikülastuse motivaatorid samuti kuude kategooriasse, iseloomustades neid selle kaudu, mis funktsiooni muuseum kandma peaks. Nendeks on: (1) haridus, (2) meelelahutus, (3) sotsiaalne sündmus, (4) eluring, (5) koht ja (6) praktilised asjaolud (nt ilm, aeg, pileti hind jne). Kolm esimest funktsiooni tulid motivaatoritena välja kõige tihedamini.

Packer ja Ballantyne (Falk 2009:53 kaudu) küsisid inimestelt, milliseid tulemusi nad oma muuseumikülastuselt ootavad ning said tulemuseks viis külastusmotivaatorit: (1) õppimine ja avastamine, (2) passiivne lõbu, (3) taastumine, (4) sotsiaalne interaktsioon, (5) eneseteostus.

Külastusmotivatsioonid on Falki (2009) arvates demograafilistest näitajatest olulisemad aspektid, mida muuseumid oma turundustegevustes ning strateegiates silmas peaksid pidama. Ta toob näiteks Tate'i muuseumi Londonis, mis mõned aastad tagasi jagas oma potentsiaalsed külastajad kaheksasse kategooriasse: (1) fanaatikud, (2) aktualiseerijad (i.k. *actualizers*), (3) nautlejad, (4) teadlased-uurijad, (5) enesetäiendajad, (6) hängijad, (7) vaatamisväärsustega tutvujad, (8) perekonnad (*ibid*:54).

Falk arvab, et inimeste külastusmotivatsioonid on seotud nende identiteediga ning muuseumi külastatakse tema arvates vähemalt ühel neist viiest põhjusest (Falk 2009:63-64):

1. vajadus rahuldada isiklikku uudishimu ja huvi intellektuaalselt väljakutsuvas keskkonnas;
2. soov osaleda koos lähedase inimesega tähendusrikkas sotsiaalses kogemuses hariduslikult toetavas keskkonnas;

3. püüdlus olla avatud asjadele ja ideedele, mida peetakse kultuuris või kogukonnas parimateks ja intellektuaalselt kõige olulisemaks;
4. soov veelgi enam arendada kindlaid intellektuaalseid vajadusi kindla temaatilise fookusega keskkonnas/kohas; ja/või
5. igatsus end laadida nii füüsiliselt, emotsionaalselt kui ka intellektuaalselt kaunis ja värskendavas keskkonnas.

Diskussiooni osas vaatlen lähemalt, kuidas nimetatud külastusmotivatsioonid paigutuvad Eesti konteksti ning mida ERM peaks oma sihtrühmade määratlemisel neist arvesse võtma. Sellesse arutellu kaasan kindlasti ka Falki (2009) poolt välja toodud muuseumikülastaja tüübid, millest tuleb juttu järgmises lõigus ning püüan arutleda selle üle, kas need tüübid kehtivad ka Eestis ning kuidas ERMi sihtrühmad antud tüüpidesse jaguneda võiksid.

Külastusmotivatsioonidest lähtuvalt saab muuseumis käijad Falki (2009:64) sõnul jagada järgnevate rollide vahel: (1) avastaja (*explorer*), (2) grupijuht (*facilitator*), (3) kogemuste otsija (*experience seeker*), (4) professionaal-hobiurija (*professional/hobbyist*), (5) taastuja/eneselaadija (*recharger*). Falk (2009:75) lisab, et inimeste käitumisest (st muuhulgas ka muuseumikülastuse) arusaamiseks peame aru saama „konkreetses ajas, kohas ja olukorras eksisteerivatest aspektidest ning motivaatoritest, sest vastasel juhul loome stereotüüpe ja multikalaadseid reaalsuse tõlgendusi“. See tähendab aga, et muuseumi sihtrühmade määratlemisel ei saa olla üldist retsepti, vaid see on tingitud konkreetsest muuseumist konkreetses ajahetkes. Sellegipoolest usun, et ülal toodud külastajatüüpe on siiski mingil määral võimalik kasutada ka üldistavana, kuid nagu mainitud, selle üle, mil viisil need sobivad ERMi konteksti, arutlen töö järgnevates osades.

Falk (2009) püüab aru saada, millised muuseumi osad millistele kasutajatele olulised on ja selgitab, et „inimesed otsivad tuttavlikku, sest nende eelnevad teadmised ning kogemused aitavad neil muuseumisisu enda jaoks konteksti asetada“ (*ibid.*:97). Grupijuhtidele ning kogemuste otsijatele on oluline väljapaneku sisu ja disaini kvaliteet ning fookus, professionaalid-hobiurijad ning eneselaadijad on sellest vähem huvitatud ning avastajad

jäävad kahe vahele (Falk 2009:99). Siiski võib tema arvates teha ka üldistavaid järeldusi, mida inimesed muuseumiskäigust meelde jätavad:

*„Asjad, mida inimesed muuseumides näevad ja teevad on meelde jäävad, sest muuseumid on kohad, mis lubavad inimestel luua käegakatsutavaid mälestusi selle põhjal, et nad näevad päris asju sobivas kontekstis. Asjad, mida inimesed muuseumides näevad ja teevad, on meelde jäävad, sest need juhtuvad inimese jaoks emotsionaalselt positiivsel ja heal ajal, mis teeb need mälestused esilekerkivaks ja neid nähakse olulistena. Kõige meelde jäävaimad muuseumikülastused on enamasti need, mis lasevad külastajal olla kaasatud intellektuaalselt ja emotsionaalselt sobivatel tasanditel.“ (Falk 2009:153)*

Seega toob autor välja, et muuseumid peaksid oma väljapanekute ning kommunikatsiooni planeerimisel lähtuma külastaja kaasamisest sobivatel tasanditel. Falk (2009) lisab, et muuseum ei ole enam paigalseisev üksus, mis teenib kindlalt ette seatud eesmäärke, vaid muuseumit tuleb vaadelda kui „intellektuaalseid ressursse“, mida saab kasutada väga erinevatel eesmärkidel, kuid need eesmärgid on oma olemuselt sama tähtsad.

Seda, kas ja mil määral see kehtib ka Eesti muuseumikülastaja puhul ning kuidas külastaja kaasamine toimub ERMis, võib lugeda käesoleva töö tulemuste ning diskussiooni osas, kuid üldjoontes näitavad uurimistulemused, et Falki järeldusi saab üle kanda ka Eesti konteksti.

## **1.4 Internetikeskkond ja selle muutumine viimase 15 aasta jooksul**

O'Reilly (2005) tutvustas neli aastat tagasi mõistet Web 2.0, mis rõhutas, et veebis on oluline loominguilisus, infojagamine ja kasutajate omavaheline koostöö, mis avaldub näiteks wikide, blogide ja sotsiaalseid võrgustikke propageerivate lehekülgede näol. See vastandas end mõistele „web 1.0“, mille märksõnadeks sai staatiline organisatsiooni kodulehekülg, mis oli ühepoolne kommunikatsioonikanal. Pavlik (2007) kirjeldab oma uurimuses tehnoloogia mõjusid suhtekorraldusele. Ta toob välja Web 1.0 ja Web 2.0 erinevused, kirjeldades viimast kui täiesti uutmoodi mõtlemist vajavat kontseptsiooni.

Tema sõnul aitavad digitaalsed kommunikatsioonikanalid madalate kuludega panna toimima kahe-suunalise sümmeetrilise kommunikatsiooni. Täna on Web 2.0 edasi arenenud ning räägitakse nähtusest nimega PR 2.0. Selle nimetuse võttis kasutusele Ameerika Ühendriikide suhtekorraldusekspert Brian Solis ning selle lähenemise järgi peaksid organisatsioonid kasutama oma sihtrühmadega suheldes kasutama samaaegselt suhtekorraldust, multimeediat ja internetti (muuhulgas hõlmab see sotsiaalse meedia kasutamist) (Breakenridge 2007). Lisandiga „2.0“ tähistatakse arenguhüpet suhtlemisele suunatud tegevusele veebis ka teistes distsipliinides (nt turundus 2.0 jne).

Web 2.0 vahenditeks on mitmepoolset suhtlemist soodustavad kanalid (nn sotsiaalse meedia kanalid), mille keskmes on organisatsioonide seisukohalt oma klientide ja tarbijatega usaldusliku suhte loomine läbi tagasiside kogumise ja nende oma tööprotsessi kaasamise (vt nt Jarvis 2009, Solis & Breakenridge 2009, Scott 2010, Laja 2010). Sotsiaalse meedia kanalid kannavad Web 2.0 ideed avatusest, sotsiaalsetest võrgustikest, infojagamise hõlbustamisest ning inimeste oma panusest veebisisusse (loovkasutajad). Need kanalid võimaldavad inimestel omavahel ning ka indiviididel ja organisatsioonidel vahetult suhelda ning teha mõlemale poolele kasulikku koostööd. Seda läbi omavaheliste usalduslike suhte loomise – st organisatsioon on avatud oma kliendile, tarbijale ja/või külastajale, valmis võtma vastu tema ettepanekuid, kaasama kliendi oma tööprotsessi ning ettepanekute najal tegema ka muudatusi ja vajadusel erinevatele klienditeeninduses ette tulevatele probleemidele kiiresti reageerima. See lõppkokkuvõttes peaks tõstma kliendi usaldust ning seeläbi hoidma ta organisatsiooniga rohkem seotud (vt *ibid.*).

Põhjus, miks organisatsioonid peaksid oma klientidega suhteid looma just sotsiaalse meedia kanalites peitub peamiselt selles, et neil kanalitel on väga suur kasutajate hulk ning selle asemel, et kutsuda klienti enda juurde, soovitatakse organisatsioonidel minna kliendi juurde (st suhelda temaga läbi sotsiaalse meedia) (nt Jarvis 2009, Laja 2010). Töö sissejuhatuses tõin välja, et Facebookil on nende endi andmeil Eestist üle 200 tuhande kasutaja ning see arv kasvab igal nädalal. TNS Emori andmeil kasutab Eestis Facebooki kord nädalas umbes 100 000 kasutajat ning suhtlusportaali Orkut 200 000 kasutajat (Veskimägi 2010). Kahekordne vahe arvudes on eelkõige tingitud sellest, et TNS Emori numbris on kasutajad, kes kasutavad kanalid vähemalt kord nädalas ning samuti vanuselistest piiridest - TNS

Emor uurib inimesi alates 15. eluaastast ja kuigi Facebooki kasutajaks ei saa registreerida alla 12-aastased isikud, siis arvatakse, et seal on siiski ka nooremaid valeandmetega kasutajaid. Twitteri auditooriumiks märgitakse 26 tuhat inimest, mis on samal tasemel Alo TV vaatajanumbritega (*ibid.*).

Ajal, mil web 2.0 alles jõuab paljude inimeste teadvusesse, räägivad internetiasjatundjad juba web 3.0-st. Google'i juht Eric Schmidt selgitas juba 2007. aastal, et tulemas on nähtus nimega web 3.0 – internet, mis koosneb erinevatest rakendustest, mis „on väikesemahulised ning mida saab kasutada erinevate tehnoloogiliste vahenditega (lisaks arvutitele ka nt mobiiltelefoniga), nad on väga kiired, kergesti kliendi vajaduste järgi seadistatavad ning veelgi enam – need rakendused levivad viirusena, läbi viirusturunduse, läbi sotsiaalsete võrgustike.“ (Schmidt 2007) See tähendab, et inimesed ei osta tulevasi teenuseid poest, vaid nad saavad need sõpradelt, kas e-maili teel või kuidagi teisiti ning teenustele ligipääs on kerge.

Tehnoloogilisi vahendeid kasutades vabastavad muuseumid füüsilise elamuse saamise aja ja ruumi piirangutest, tuues muuseumi oma publiku juurde, igal ajal ja igal pool (Bartak 2007:20). Bartaki (*ibid.*) sõnul peaksid kõik muuseumid kasutama tehnoloogilisi vahendeid strateegiliselt, eriti tähtis on see autori sõnul praegusel ajal, mil kaasamine saab peamiseks märksõnaks ning tehnoloogiliste võimalustega mitte arvestamine tähendab rongist maha jäämist.

Garde-Hansen (2009) kirjutab, et kultuuripärandi organisatsioonid ei tohiks sotsiaalse meedia lehekülgi karta ning pigem peaks uuritama seda, mida seal leiduv tulevasele kultuuripärandile juurde annab. Ta küll ei peatu sotsiaalse meedia abil auditooriumi kaasamise teemadesse, kuid ta rõhutab, et neil lehtedel toimuv on samuti digitaalse loo rääkimine ning selle rääkimise viis sõltub konkreetsest kanalist. Veendumust, et digitaalseks muutumist ei tasu karta, jagab ka näiteks Schweibenz (2004):

*„Mõne muuseumi jaoks ei pruugi idee muutuda virtuaalseks tunduda väga meeldivana, kuid see arenguetapp on vältimatu, sest kultuuripärandid digitaliseeritakse üha enam ning nõudlus, et kollektsioonid oleksid kättesaadavamad, suureneb.“*

Ta lisab, et virtuaalsed muuseumid ei ole tavalisele muuseumile ohuks, vaid see lubab muuseumil laiendada oma praegust haaret ning jõuda ka nende külastajateni, kes muidu ehk muuseumit ei külastakski (*ibid.*).

Käesoleva töö kontekstis aitavad mõisted web 2.0 ning web 3.0 aru saada sellest, milliseks on kujunemas tänase muuseumikülastaja või – kasutaja ootused organisatsioonidele, st ka muuseumidele. Tehnoloogiline areng esitab organisatsioonidele olulisi väljakutseid, millest suurim on juba korduvalt mainitud avatus ja võime oma sihtrühmi kuulata ning kaasata.

## 1.5 Auditooriumi kaasamine

Selleks, et edaspidi rääkida auditooriumi kaasamisest, tuleb esmalt määratleda mõistete „auditoorium“ ja „kaasamine“ tähendus. Nendega seotult seletan lahti ka mõisted, mis teoreetilises kirjanduses toimivad kohati paraleelssõnadena või väikeste variatsioonidega. Nendeks mõisteteks on: avalikkus, avalik sfäär ning osalemine.

### 1.5.1 Mõisted ja kaasamise tasemed

McQuaili (2000) järgi on **auditoorium** (i.k. *audience*) „kõik need, kelleni jõuab konkreetne meediasisu või kes on kontaktis teatud meediakanaliga. Auditoorium võib eksisteerida ka kui kujuteldav sihtgrupp või eesmärgipärane vastuvõtjaskond. Auditoorium võib ühte langeda reaalse sotsiaalse grupiga või avalikkusega. Auditooriume võib defineerida vastava meediumi, kanali või sisu alusel; sotsiaalse koosseisu, asukoha või kellaaja alusel. Meediaauditooriumid pole kindlapiirilised kooslused ja neid saab määratleda tagantjärele kui statistilisi üldistusi (näiteks reitingutest lähtudes) koos teatava korduvesinemise tõenäosusega. Selline on tüüpiline auditooriumi käsitus meedia poolt vaadatuna, kuid eksisteerib ka samaväärselt põhjendatud alternatiivne käsitus auditooriumi kui kollektiivse sotsiaalkultuurilise koosluse kohta.“ (*ibid*:439)

Antud töö kontekstis kannab auditoorium definitsioonis toodud laiemat tähendust – ehk tegemist on nii kujuteldava kui reaalse sotsiaalse grupiga ning avalikkusega. Töö kontekstis on ka muuseum meediumi-vahendaja rollis, kellel võib olla oma auditoorium. Sellest lähtuvalt on ilmselt kohane ka selgitada, mida pean töö kontekstis silmas „avalikkuse“ all.

**Avalikkus** (i.k. *public*) tähendab nimisõnana „ühiskonna või piirkonna vabade kodanike üldkogumit. Mõiste sisu on tugevasti mõjutanud demokraatlik teooria, kuna vabadus ja (õiguste) võrdsus on tavapäraselt kättesaadavad vaid demokraatias. Tõelise avalikkuse liikmetel on demokraatia puhul õigus koguneda, mõtteid vahetada, organiseeruda ja kõigil teemadel oma arvamust avaldada ning valitsus on aruandekohustuslik avalikkuse kui terviku ees vastavalt kokkulepitud protseduuridele“ (McQuail 2000:439-440).

**Avalik sfäär** (i.k. *public sphere*) on „mõtteline ruum, mis eksisteerib ühiskonnas väljaspool otsest eraelu ning suletud institutsioone ja organisatsioone, mis taotlevad oma eesmärgi, kuigi mõnikord avalikes huvides. Selles kommunikatiivses ruumis on võimalik avalik assotsieerumine ja arutelu, mille tulemusel saab tekkida avalik arvamus ning poliitilised liikumised ja parteid, mis saavad hoida erahuve enda suhtes aruandekohustuslikena (McQuail 2000:439).

**Kaasamine** (i.k. *stakeholder engagement, mobilisation*) kui mõiste on kasutusel poliitilises diskursuses, kus ta tähendab inimeste võimalust osaleda neid mõjutavate otsuste tegemisel, kuid kaasamine on ka „ühenduse tegevus, mille sihiks on liikmeskonda, sihtrühma või tagalat oma eesmärkide teostamisel ja nende üle otsustamisel paremini rakendada ja aktiveerida“ (Lagerspetz 2006:9). Lagerspetzi (*ibid.*) sõnul peaks kaasamine võimaldama ka üldsuse osalust.

**Osalus, osalemine** (i.k. *participation*) on „isiku võimalus kaasa rääkida otsustes, mis teda puudutavad“ (Lagerspetz 2006:14). Osaliselt võib osalusena lugeda ka mõistet **kaasalöömine** (i.k. *involvement*), mida kasutatakse psühholoogilises ja majanduslikus diskursuses (nt Hemetsberger 2003), kus ta oma loomult tähendabki millestki osa võtmist ehk osalemist.

Minu hinnangul kasutatakse osalust ja kaasamist tihtipeale praktiliselt sünonüümidena, seda võib näha kas või sirvides näiteks „Kaasamise käsiraamatut ametnikele ja vabaihendustele“, kus üsna tihti on kaasamine-osalemine sidekriipsuga ühtseks seotud. Minu arvates on käesoleva töö raames oluline siiski neil kahel sõnal mingil määral vahet teha: inimesi saab kaasata, inimesed ise saavad osaleda. Seega organisatsiooni poolt saab

toimuda kaasamine läbi osaluse soodustamise. Antud töö kontekstis saab Eesti Rahva Muuseum kaasata oma sihtrühmi ning läbi kaasamise motiveerida oma sihtrühmi osalema.

Teisalt, tasemed, mil viisil saab kaasata ning mil viisil saab osaleda on siiski samad. Kasutan siinkohal International Association of Public Participationsi poolt välja töötatud 5-astmelist mudelit (IAP2 2007), mida on Hinsberg ja Kübar (2009) kasutanud ka näiteks kaasamise selgitamiseks Eesti vabariigile loodud kaasamise käsiraamatus. Kuigi antud jaotus on välja töötatud silmas pidades kaasamise ning osaluse poliitilist diskursust ja seal tegutsevaid organisatsioone ning vabariigisid, siis tundub mulle, et tegelikkuses saab lähenemise üle kanda ka teistele avaliku-ja erasektori organisatsioonidele, kes soovivad sihtrühmi oma tegevustesse kaasata. Seega selgitan toodud jaotust (IAP2 2007, Hinsberg ja Kübar 2009:13-14) ka juba üldisemast lähenemisest lähtuvalt:

- **Informeerimine** – potentsiaalsete osalejate roll on olla passiivsed info vastuvõtjad ning dialoogi kahe osapoole vahel tegelikkuses ei toimu (kuigi vahel võidakse tahta jätta muljet, et toimub);
- **Konsulteerimine** – kasutatakse tagasiside saamiseks ning enamasti konsulteeritakse ekspertidega. Osalejate roll on anda tagasisidet, kuid ei ole mingit garantiid, et sellest midagi muutuks või et just nende panust arvestataks;
- **Koostöö** – koostöö kogu kaasamise jooksul ehk koos osalejatega arutletakse võimalike lahenduste üle ning valmistatakse ette lõpptulemus;
- **Partnerlus** – pidev kahepoolne koostöö kõigis etappides (alates sellest, et otsustatakse koos, mille üle otsustama hakatakse või alates sellest, et inimesed ütlevad, mida nad tahavad ja viivad selle soovi ka ise ellu koos kaasajaga);
- **Võimustamine** – aktiivne roll ning täitmiseks vajalikud ressursid antakse üle osalejatele ning kaasaja taandab end sellega mõneti situatsiooni läbiviimisest (st võim on osalejate käes).

Oluline on siinkohal märkida, et need etapid on järjestikused – järgmisesse jõudmiseks peab eelneva läbima ning kaasatusest saame rääkida alates kolmandast etapist ehk koostöö-etapis. Töö diskussiooni osas selgitan, milliseid kaasamisviisidest on ERMis kasutatud.

### 1.5.2 Kaasamine muuseumis

Grandiprojekti, mille osa ka käesolev töö on, põhjenduses kirjutavad Pruulmann-Vengerfeldt et al (2008) lahti mõned lähtekohad, mis aitavad mõista, miks võiks kaasamine olla muuseumi jaoks oluline:

*„Hein (2006) ning Fisher ja Twiss-Garrity (2007) rõhutavad, et uute kultuuriliste objektide ja teadmiste loomine läbi muutumisprotsesside (nt remiks), mis tegelevad avalikkuse kaasamisega muuseumi kolleksioonide ja näitustega, on kasvava tähtsusega. Kuigi ERMi avalik kuvand on laias laastus kinni selles, et ollakse 19. sajandi talupoegade ja põllumajanduse etnograafiline muuseum (Runnel 2007), siis muuseumil on vaja kaasajastada kommunikatsiooniprotsessid oma 21. sajandi publikuga (Laak 2008). Muuseumist peab saama ideede ja uute algatuste laboratoorium ning kohtumispaik (van Mench 2005). Teiste sõnadega peab “pühakoda-muuseumist” saama “laboratoorium-muuseum” (Mairesse 2003), mis peab lugu muuseumitöötajate ja muuseumiekspertide asjatundlikkusest, kuid samal ajal on avatud pidevale dialoogile väliste maailmadega, mis vahel tulevad muuseumit külastama. Täpsemalt, 21. sajandi demokraatlik ja refleksiivne ühiskond vajab muuseumi, mis julgustavad oma vaatajaid omistama väljapandud kultuurilistele objektidele tähendusi (Hein 2006).”*

Rääkides kaasamisest ning osalemisest muuseumis, ei saa tähelepanuta jätta ka mõistet „kultuuriosalus“. Olgugi, et tegemist on mõistega, mis võib erinevates distsipliinides hõlmata erinevaid aspekte, siis selle defineerimisel lähtun Adolfo Morrone poolt UNESCO statistikainstituudile tehtud juhises paika pandud seletusest. Morrone'i (2006) sõnul leiab kultuuriosalus aset, „kui info saatjad ning vastuvõtjad selleks, et suurendada oma info-ning kultuuripagasit, pööravad rohkelt tähelepanu sõnumite vormidele ja sisule ükskõik, mis kontekstis ja kasutades ükskõik, milliseid ühise kommunikatsioonikoodiga kanaleid” (ibid:31). Selles definitsioonis on üritatud arvesse võtta seda, et kultuuriosalus on väga

erisugune – indiviid võib ühelt poolt osaleda kultuuriloojana või kultuuritarbijana, kuid samas ta ei pruugi tahta ka neid kahte aspekti eristada ning seda, et kultuur ei ole ainult kitsale ringile mõeldud tegevus, vaid see mõiste on tunduvalt laiem (Morrone 2006). Ta toob välja osaluse kolm peamist käitumisviisi (*ibid:7*):

- **Käimine (osalemine)/vastu võtmine:** ilmneb, kui toimub kommunikatsiooniprotsess väliste infoallikate ning vastuvõtja vahel;
- **Amatööride sooritus/loomine:** hõlmab neid, kes loovad nii materiaalseid kui ma mitte-materiaalseid kultuurilisi tooteid kas teistele näitamiseks või ainult iseenda lõbuks, kuid siit jäävad kindlasti välja professionaalid;
- **Vastastikune mõjutamine (interaktsioon):** seda iseloomustab lakkamatu tagasiside voog välise allika ning vastuvõtja vahel ning läbi info-ja kommunikatsioonitehnoloogiate saavad sõnumite/teoste vms vastuvõtjad anda neile omapoolse panuse ning saata need tagasi sõnumi esialgsele allikale, kes saab seda omakorda edasi arendada. See tähendab, et luuakse dialoogi viis, mis traditsioonilises meedias puudub.

Viimase viisi puhul näeb autori poolt rõhutatud *online*-kanalitel rolli kultuuriosaluse edasistel arenguetappidel. Morrone (*ibid:7*) toob näiteks, et varasemalt võisid inimesed oma peas tahta raamatut lugedes midagi öelda või raamatuga interaktsiooni astuda, kuid seda sai inimene siis teha vaid oma peas. Samas kui multimeedia võimalused lasevad inimestel vastastikust mõjutamist ka reaalselt ellu viia (*ibid.*).

Nõudlusest teha muuseum avatumaks ning panna muuseumis töötavad inimesed mõtlema nende küllastajate vajadustele ja ootustele, räägib ka Lawley (1992:38, Ross 2004:85 kaudu):

*„Muuseumid peavad toime tulema sellega, et minevikul on mitmeid eri tõlgendusi, seejuures vahetevahel üksteisega vastuolus. Muuseumid peavad lammutama kultuurilised barjäärid, mis takistasid seda, et inimesed oleksid muuseumitegevustesse kaasatud ning sellest saab üks peamisi viise, kuidas inimesed saavad ühendust oma minevikuga. Muuseumid peavad rohkem keskenduma*

*kogukondadele ning muuseumitöötajad peaksid arvestama rohkem nende inimeste arvamustega, keda teenindavad, kui teiste muuseumitöötajate arvamustega.“*

Autori toob seega välja, et läbi kaasamise asuvad külastajad kontakti oma minevikuga ja muuseumid peaksid seda tegevust innustama. Muuseumisituatsiooni üle kantuna võiks Morrone'i ja Lawley nägemusi kombineerides täheldada mitmeid erinevaid võimalusi. Esiteks näiteks seda, et kui tavapäraselt on võimalik inimesel tagasisidet anda mõnes külastajauuringus (täites selleks küsimustiku), siis vastastikuse mõjutamise teel saaks inimene nt virtuaalmuuseumis anda tagasiside, et talle meeldiks näha lisaks olemasolevale veel mingeid esemeid ja juba nt järgmises „virtuaalses ruumis“ need ka avalduvad. Käesoleva töö kontekstis võiks ehk aga mõelda sellele, kuidas vastastiku mõjutamist saavutada lisaks *online*-kanalite kasutamisele ka muuseumi füüsilises ruumis ja kuidas kaasata külastajaid nii füüsilises kui ka virtuaalses ruumis - töö järgmistes faasides tuleb neist ka juttu.

Hill et al (2003, Bartak 2007 kaudu) selgitavad, et auditooriumi arendamisel mängivad olulist rolli korduvkülastuste kultiveerimine neilt, kes kultuuriasutust juba praegu külastavad ning uute külastajate tekitamine. Kusjuures siinkohal eristavad autorid lihtsalt kohalolijate (i.k. *attendees*) ning osalejate (i.k. *participants*) rolli. Autorid peavad oluliseks kolme aspekti olemasolu strateegilistes plaanides, mis peaksid üksteist täiustama ning samal ajal olema tegevustes integreeritult: haridus, turundus ja programmi loomine (Hill et al 2003, Bartak 2007 kaudu) ehk toimima peaks integreeritud kommunikatsioon, mis võtab arvesse muuseumi erinevaid ülesandeid ja tegevusi.

Arvestades, et web 2.0 seotud *online*-kanalite (ehk lisaks koduleheküljele ka foorumite, sotsiaalse meedia, erinevate postilistide jne) laialdasem kasutamine kommunikatsioonis on üsna uudne nähtus, siis peatun lühidalt eraldi ka auditooriumi kaasamisel *online*-kommunikatsioonis ja aspektidel, mida tuleks *online*-kanalite puhul silmas pidada.

### **1.5.3 Auditooriumi kaasamine *online*-kommunikatsioonis**

Beer (2009) kirjeldab, et Web 2.0-i nähakse osalemist ja koostööd soodustava veebikasutusena, kus kasutajad saavad ise sisu loomisest osa võtta ning seda arvestades on

võim internetis läinud inimeste kätte, kes loovad sellega „kollektiivset teadvust“, kuid kuna nähtus on nii uus, siis on vähe uuritud seda, kuidas ja kas see uus võimuvõis tegelikult annab laiemale avalikkusele rohkem võimu või muudab ühiskonda demokraatlikumaks.

*Online*-kanalite kasutuselevõtt ei tähenda traditsiooniliste kanalite kaotamist, vaid nende kahe integreerimist. Burgess, Foth ja Klaebe (2006) kirjeldavad, et digitaalne lugude jutustamine ei ole asi iseeneses ning need ei asenda reaalses elus toimuvaid traditsioonilisi tegevusi, vaid enamasti aitab veebis lugude jutustamine neile kaasa ning aitavad seeläbi ehitada veelgi tugevamat kaasatust. See on heaks näiteks eelnevalt lahti kirjutatud integreeritud kommunikatsiooni kohta - kaasamisel on oluline nii *offline*- kui ka *online*-keskkonnas toimuv, need ei välista, vaid täiendavad üksteist ning erinevate tegevuste ja kanalite kombineerimine võib anda parimaid tulemusi.

Taanis on uuritud seda, millised on kunstimuuseumide peamised probleemid sotsiaalse meedia kasutamises. Need uuringud on lähtunud loovtarbija-vaatepunktist. Autorid toovad välja kolm põhilist dilemmat, mis esinevad, kui kunstimuuseum üritab sotsiaalse meedia võrgustikus oma sihtrühmadega suhelda (Damkjær & Schick 2010:38):

- kunstimuuseum peab looma oma kasutajatega sotsiaalse suhte ning see on problemaatiline, kuna see asetab muuseumi rolli, kus ta peab oma traditsioonilise võimupositsiooni ära andma ning tulema kasutajaga samale tasemele.
- muuseumi jaoks kaob traditsiooniline näitusesaal ja sellega kaasnev võimalus otsustada, mis seal toimub, n-ö kaob valge kuubik ning ka siin peab muuseum suutma luua sisu, mis oleks avatud sotsiaalseks suhtluseks ja kasutajapoolseks sisendiks
- sotsiaalse meedia mitmekesisus paneb proovile muuseumi kui organisatsiooni struktuurilise jaotuse. Seda kahel põhjusel: Facebookis on ühendatud nii kommunikatsioon, bränding ja turundus – traditsiooniliselt on need muuseumis erinevate struktuuriüksuste hallata, ent lisaks sellele ähvardab Facebook oma alt-üles struktuuriga muuseumi traditsioonilisest ülevalt-alla organisatsioonimudelist.

Sellest tulenevalt arutlevad autorid, et kui muuseumid soovivad olla osaks loovtarbijale suunatud kultuurist, peavad nad nende dilemmadega toime tulema. See tähendab oma autoriteedist loobumist, et saada endale sotsiaalne olemus, muuseumiruumi ümbermõtestamist, et luua keskkond, mis on avatud sotsiaalseks dialoogiks ning restruktureerida muuseumi organisatoorset struktuuri, et *online*-keskkondades viibimine oleks muuseumi muu tegevusega kooskõlas ning sujuks lihtsamalt (*ibid*).

Eestlased on siiski peamiselt harjunud ülevalt-alla suunatud võimalustega osaleda poliitikas ja demokraatlikes otsustusprotsessides, see tähendab seda, et inimesed on harjunud institutsioonide poolt pakutud võimalustega (Pruulmann-Vengerfeldt 2007). Kui me kanname selle üle mäluasutustele, siis võime oletada, et inimeste aktiivseks osaluseks peaks initsiatiiv tulema samuti mingil määral ülevalt-poolt ehk kui muuseum soovib oma tegevustesse inimesi kaasata, siis nad peavad seda ise õhutama. Samuti on oluline on see, et kuigi täna on tekkimas juba ka nn rohujuure tasandi algatusi, jääb ka nende algatuste säilitamisega ning muuseumitöösse integreerimisega seotud juhtiv roll siiski mäluasutustele.

## 2 Uurimisküsimused

Lähtuvalt töö eesmärgist püüan magistritöös anda vastused järgmistele uurimisküsimustele:

1. Milliseid väliskommunikatsioonikanaleid kasutatakse Eesti Rahva Muuseumi sihtrühmadega suhtlemiseks?

- Kes on Eesti Rahva Muuseumi sihtrühmad?
- Milliseid kanaleid kasutatakse nendega suhtlemiseks?
- Milline on sihtrühmade hinnang ERMi tegevusele?

2. Millised on ERMi senised kaasamispraktikad?

- Mida näeb ERM ise „kaasamisena“?
- Mil viisil kaasamistegevusi ellu viiakse?

3. Millised on ERMi viimase kahe aasta osalus-ja kaasamisaktsioonide tugevad ja nõrgad küljed?

- Mida osalus-ja kaasamisaktsioonide raames tehti?
- Milliseid kommunikatsioonikanaleid kasutati?
- Millised olid osalus-ja kaasamisaktsioonide tulemused?

## 3 Meetodid ja valim

Uurimisküsimustele vastamiseks kasutan kombineeritud meetodit, kus kasutan minu enda ning ka teiste poolt läbi viidud intervjuusid Eesti Rahva Muuseumi töötajatega ning muuseumidega väljastpoolt Eestit (nii suulisi kui ka distantsti tõttu e-maili teel tehtud intervjuusid), fookus-grupi uuringuid, ERMi põhidokumentide sisuanalüüsi ja kvantitatiivset analüüsi Mina.Maailm.Meedia 2008 andmetega. Alljärgnevalt kirjeldan iga meetodit täpsemalt, peatüki lõpus toon kokkuvõtva tabeli sellest, kuidas töö uurimisküsimused ja meetodid suhtestuvad ning ka meetodite kriitika.

### 3.1 Kvantitatiivne andmeanalüüs: Mina.Maailm.Meedia 2008

Oma uurimuse läbiviimiseks kasutan kvantitatiivset andmeanalüüsi uuringu Mina. Maailm. Meedia 2008. aasta andmetega. Uuringu läbiviijateks olid Tartu Ülikooli ajakirjanduse ja kommunikatsiooni instituut ning uuringufirma Saar Poll. Uuringule vastajad sattusid valimisse juhuvaliku teel. Kokku vastas küsimustikule 1507 inimest erinevatest Eesti asulatest eesti ja vene keeles. Tegemist on Eesti elanike suhtes esindusliku uuringuga, mille tulemusi võib laiendada kogu Eesti elanikkonnale.

Käesolevas magistritöös kasutan uuringu Mina. Maailm. Meedia 2008 andmeid selleks, et määratlada muuseumiskäimise põhjused, kirjeldada demograafiliste näitajate abil muuseumide võimalikke sihtrühmi, inimeste kultuurikäitumist ja internetikasutust ning nende aspektide omavahelisi seoseid. Eesmärgiks on eelkõige kirjeldada muuseumiskäijaid, nende käitumist ning teha ettepanekuid nende käitumiste/väärtuste/hoiakute muutmiseks või kinnistamiseks *online*-kommunikatsiooni abil. Lisaks antud uurimuses käsitletavatele aspektidele vaatlen ka inimeste elulaadi ning majanduslikku tausta.

Kvantitatiivset uuringut läbi viies tahtsin vastata järgmistele uurimisküsimustele:

- Kes käivad ja ei käi muuseumis ning kellele meeldib seda teha?
- Millised on nende hoiakud: miks nad käivad muuseumis?

- Mida peavad inividid kultuuritarbimise puhul enda jaoks oluliseks ning kuidas on seotud muuseumiskäimise meeldivus kultuuritarbimisega?

### **Valim ja analüüsiks valitud tunnused**

Uuringu Mina. Maailm. Meedia 2008 kirjalik küsimustik hõlmab 675 küsimust. Olen neist valinud analüüsimiseks need, mis on seotud muuseumidega ja kultuurihoiakutega:

284. Kas olete viimasel aastal käinud muuseumides? Võtke arvesse kõiki muuseumide liike – kunsti-, koduloo-, loodusloo-, ajaloo-, tehnikamuuseumid jms.

285. Kas Teile meeldib käia muuseumis?

286. Kui teile meeldib muuseumis käia, siis miks?

Küsimused, mille eesmärk oli uurida, kuidas iseloomustavad inimest oma suhtumist kunsti ja kultuuri. Vastajad pidid hindama toodud väiteid skaalal nõustun täielikult, üldiselt nõustun, pigem ei nõustu, ei nõustu üldse ja raske öelda. Küsimusi oli kokku 13, kuid neist selle uurimuse jaoks said välja valitud neli, mida saaks laiendada ka muuseumidele:

311. Mulle meeldib kogeda ja avastada teisi kultuure;

312. Kultuur on minu jaoks eeskätt emakeel, traditsioonid, ühised kultuuriväärtused, mille kaudu oleme oma rahvuse liikmed;

317. Mul ei ole kultuuri ja kunsti vallas mingeid kindlaid eelistusi, see, mis meeldib, sõltub meeleolust ja seltskonnast;

321. Kultuuris pakuvad mulle huvi erinevate aegade seosed, mineviku ja/või tuleviku toomine kaasaega.

Hilisema analüüsi käigus vaatlesin lühidalt ka teisi kunsti ja kultuuri suhtumise küsimusi, et püüda täpsemalt määratleda erinevate külastajate või potentsiaalsete sihtrühmade profiile.

Andmestiku analüüsil kasutan ka internetikasutajate tüüpe, mis on kokku pandud Pille Pruulmann-Vengerfeldti poolt tema varasemates uuringutes (vt nt Pruulmann-Vengerfeldt & Reinsalu 2009, Pruulmann-Vengerfeldt & Runnel 2004).

## 3.2 Intervjuu ERMi kommunikatsioonijuhiga

Ekspertintervjuu ERMi praeguse kommunikatsioonijuhi Liisi Toomiga viisin läbi 2009. aasta sügisel. Intervjuu peamiseks eesmärgiks oli kaardistada ERMi nägemus muuseumi sihtrühmadest ning neile suunatud kommunikatsioonikanalitest.

Intervjuu eelis teiste andmekogumismeetodite ees on paindlikkus ning võimalus andmekogumist vastavalt olukorrale ja vastajale reguleerida (Laherand 2008). Lisaks võib intervjuud pidada sobivaks meetodiks, kui uurimistöö käigus soovitakse saada põhjalikku infot (Laherand 2008:178). ERMi sihtrühmade kaardistamise puhul oli oluline saada info otse algallikast, sest dokumenti, kus oleks ERMi kõik sihtrühmad kirjas ning ka avalikkusele kättesaadavad, ei eksisteeri.

Täistranskriptsioon intervjuust on näha lisa 1.

Lisaks kasutan töös allikatena:

- intervjuud ERMi teadussekretär Agnes Aljasega, kes aitas täpsustada töös kasutatud juhtumite detaile (vt lisa 2);
- Triinu Silleri (2008) bakalaureusetöö raames tehtud intervjuud ERMi direktori Krista Aruga.

Jälgitavuse huvides saavad kõik allikad endale eraldi koodnimetuse, mis muutuvad oluliseks tulemuste esituse osas, kus kohati toon välja ka nende tsitaate.

**Tabel 1. Intervjueeritavate koodnimetused**

Allikas	Töös kasutatav lühend tsitaatide ees
Liisi Toom	LT
Agnes Aljas	AA
Krista Aru	KA

### **3.3 Fookus-grupi intervjuud**

Fookus-grupp on standardiseerimata intervjuu, kus osalejad vestlevad ja arutlevad vabas vormis modereerija poolt paika pandud struktureeritud küsimuskava alusel. Fookus-grupi eesmärk on saavutada osalejate omavaheline stimulatsioon samal ajal tagades, et säiliks survevaba õhkkond (Vihalemm 2009). Käesolevas töös kasutan kahte fookus-grupi intervjuud, milles mõlemas osalevad mitu sama elukutse esindajat selgitamiseks nende positsiooni ERMiga suhtlemisel. Ajaline ja rahaline ressurss ei võimaldanud läbi viia individuaalseid süvaintervjuusid või piisava valimiga kvantitatiivset uuringut. Leidsin, et fookus-grupid võimaldavad anda piisavalt andmeid, mis on vajalikud uurimisküsimustele vastamiseks. Fookus-gruppide võrdlemisel sama arvu süvaintervjuudega on leitud, et mõningatel juhtudel toodetakse grupiviisiliselt rohkem infot kui individuaalsete süvaintervjuudega, kuid on ka näiteid, kus infot liigub vähem (Fern 1982, Vihalemm 2009 kaudu).

Magistritöös kasutan kahte fookus-grupi uuringut, mis viidi läbi 2010. aasta alguses aine „Fookus-grupp“ raames. Ühe uuringu viisin läbi ise (turismikorraldajate ja giididega) ning teise (õpetajatega) autoriks on Liis Linn, kellega osaleme koos Eesti Teadusfondi poolt rahastavas rahvusvahelises teadusprojektis (ETF8006) ning sellega seoses jagasime ka läbiviidavad fookus-grupid.

#### **3.3.1 Fookus-grupi intervjuu turismikorraldajate ja giididega**

Fookus-grupi sisuks oli ühelt poolt selgitada erinevate sihtgruppide ootusi muuseumile kui organisatsioonile (käesoleva uuringu raames olid selleks sihtgrupiks turismikorraldajad ja giidid) ning teisalt hinnata inimeste suhtumist kaasavatesse tegevustesse.

Eesmärk oli saada ülevaade turismikorraldajate arvamusest ERMi tegevustest praegu ning saada kasulikke nõuandeid tulevaste tegevuste planeerimisel. Lähtuvalt uuringu eesmärgist on uurimisküsimused järgnevad:

- Milline on turismikorraldajate nägemus ERMist täna? Millisena reklaamivad turismikorraldaja ERMi oma klientidele? Millist infot peetakse oluliseks jagada? Kellele?

- Millise muuseumina soovivad turismikorraldajad ERMi tulevikus näha?
- Kuidas hindavad turismikorraldajad suhtlust ERMiga (sh *online*-suhtlus)?
- Kuidas suhtuvad turismikorraldajad muuseumi töösse kaasamise (sh *online*-kaasamine)?

Turismikorraldajate ja giididega tehtud fookus-grupi intervjuu täistranskriptsioon on lisas 3.

### **Valim ja osalejate kirjeldus**

Eesti Rahva Muuseumi arengukavas aastateks 2008-2013 on välja toodud kuus põhimeedet, millega nende aastate jooksul tegeletakse. Muuseumiõpet ning koostöötegevusi puudutavates meetmetes on eraldi toodud välja ka giidid, ürituste korraldajad ja turismifirmad. Üldnimetusena võiks neid kõiki kutsuda turismikorraldajateks. Lisaks puudutab nimetatud sihtrühmi kindlasti ka meede näituste ja ürituste kohta. Valimi loomisel kasutasin osalist lumepallimeetodit ning ka suunatud kutset, kus esimesed kaks inimest nimetas ERMist inimene, kes tegeleb igapäevaselt turismigruppide vastuvõtmisega ning neilt inimestelt sain järgmised kontaktid. Lisaks neile said kutse giidid, kes olid oma huvidena Tartu linna koduleheküljel märkinud kultuuriloo, etnoloogia, koduloo või rahvakultuuri. Kokku sai seeläbi valimisse 15 nime, kellest osad keeldusid kohe osalemast ning lõpuks andsid nõusoleku 8 inimest, kellest kohale jõudis kuus. Fookusgrupis osalejad olid Tartu linna atesteeritud giidid ning inimesed, kes igapäevaselt tegelevad Tartu tutvustamisega turistidele Eestis ning välismaal.

**Tabel 2. Turismikorraldajate ja giidide fookus-grupi uuringus osalejad**

<b>Osaleja kood</b>	<b>Osaleja kirjeldus</b>
TG1	Tartu linna atesteeritud giid alates 2004. aastast
TG2	Tartu linna ja maakonna turismiinfoga tegelev inimene
TG3	Tartu linna atesteeritud giid alates 2001. aastast
TG4	Tartu linna atesteeritud giid alates 2002. aastast
TG5	Tartu linna ja maakonna turismiinfoga tegelev inimene
TG6	Tartu linna atesteeritud giid alates 1999. aastast

### 3.3.2 Fookus-grupi intervjuu õpetajatega

Fookus-grupi õpetajatega viis läbi Liis Linn ning intervjuu täistranskriptsioon on lisas 4.

Uurimuse eesmärk oli välja selgitada õpetajate seniseid kogemusi muuseumiga, ootused virtuaalmuuseumile ning osalusprojektidele. Uurimisküsimused, mis olid olulised käesoleva töö kontekstis olid:

- Kas ja milleks kasutatakse muuseumi kodulehte?
- Kas on kaasa löödud mõnes muuseumi poolt pakutavas aktsioonis (kogumispäev, mardi, mihkli vms üritused) ja milliseid aktsioone oodatakse veel?
- Millisena nähakse tulevikus Raadil asuva Eesti Rahva Muuseumi rolli?

#### Valim ja osalejate kirjeldus

Esialgu plaaniti fookus-grupp läbi viia kuue Tartu õpetajaga – ajaloo, ühiskonnaõpetuse ja kirjanduse õpetajad. Soovitavalt õpetajad erinevatest koolidest, kuid see ei olnud peamine (Linn 2010). Fookus-grupi intervjuule tulid kohale kolm õpetajat, seega on metodoloogiliselt tegemist mini-fookus-grupi uuringuga.

**Tabel 3. Õpetajate fookus-grupi uuringus osalejad**

Osaleja kood	Osaleja kirjeldus
Õ1	Gümnaasiumi ajaloo ja ühiskonnaõpetuse õpetaja
Õ2	Põhikooli inglise keele ja meediaõpetuse õpetaja
Õ3	Gümnaasiumi meediaõpetuse õpetaja

### 3.4 ERMis läbi viidud kaasamisaktsioonide analüüs

Eesti Rahva Muuseumis on kaasamis- ja osalemisaktsioone tegelikult läbi viidud juba aastakümneid. Muuseumil on oma Kirjasaatjate võrk ning Sõprade Selts, kelle kaudu on aastate jooksul kogutud erinevaid lugusid. Oma töös võtan vaatluse alla viimase kahe aasta jooksul läbi viidud projektid, mis püüavad lisaks osaluse pakkumisele täita ka kaasamisfunktsiooni.

Need kolm projekti on „Kingi muuseumile päev oma elust!“, „Tuhande sammuga...“ ja „Oma Näitus“, mis viidi läbi grandiprojekti ETF8006 raames. Kirjeldan töös projektide läbiviimist, saadud tulemusi ning annan omapoolse hinnangu, millise tasandi kaasamisprojektiga tegemist võis olla.

### 3.5 Uurimuse käik

Lisaks ülalpool toodud meetoditele kasutan sihtrühmade määratlemisel ka ERMi avalikke dokumente, nt põhimäärust ja arengukava. Arvestades, et töö kasutab väga mitmesuguseid meetodeid, et saada kombineeritult parim tulemus, siis toon alljärgnevalt tabeli, kus on näha uurimisküsimuste ja meetodite-andmete seosed.

**Tabel 4. Uurimisküsimuste ja kasutatud meetodite ning allikate omavahelised seosed**

Uurimisküsimus	Meetodid	Allikad
Kes on Eesti Rahva Muuseumi sihtrühmad ja milliseid väliskommunikatsioonikanaleid kasutatakse nendega suhtlemiseks?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mina.Maailm.Meedia 2008</li> <li>• Intervjuu ERMi kommunikatsioonijuhiga</li> <li>• Fookus-grupi intervjuud turismikorraldajate-giididega ning õpetajatega</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ERMi põhimäärus</li> <li>• ERMi arengukava 2008-2013</li> <li>• Triinu Silleri bakalaureusetöö (läbi viidud intervjuude transkriptsioonid)</li> </ul>
Millised on ERMi senised kaasamispraktikad? - Kuidas erinevad sihtrühmad suhtuvad võimalusse osaleda Eesti Rahva Muuseumi tegemistesse?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fookus-grupi intervjuud turismikorraldajate-giididega ning õpetajatega</li> <li>• Intervjuu ERMi kommunikatsioonijuhiga</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• E-maili intervjuu ERMi teadussekretäriaga</li> <li>• ERMi kodulehekül: <a href="http://www.erm.ee">http://www.erm.ee</a></li> <li>• Teadusprojekti „Muuseumikommunikatsioon 21. sajandil“ kodulehekül: <a href="http://museum.edicypages.com">museum.edicypages.com</a></li> </ul>

Uurimisküsimus	Meetodid	Allikad
Millised on ERMi viimase kahe aasta kaasamisaktsioonide tugevad ja nõrgad küljed? -Mida kaasamisaktsioonide raames tehti? -Milliseid kommunikatsioonikanaleid kasutati? - Millised olid tulemused?	• Intervjuu ERMi kommunikatsioonijuhiga	• E-maili intervjuu ERMi teadussekretäriga • ERMi kodulehekülg: <a href="http://www.erm.ee">http://www.erm.ee</a> • Isiklikud kogemused „Oma Näituse“ läbiviimisel ning „Kingi muuseumile päev oma elust“ planeerimisel

Töö parema jälgitavuse huvides lisan siia tabeli, mis võtab kokku töös kasutatavate tsitaatide ees olevad lühendid.

**Tabel 5. Tsitaatide juures kasutatavad lühendid**

Lühikood	Tsitaadi autori kirjeldus
TG1	Tartu linna atesteeritud giid alates 2004. aastast
TG2	Tartu linna ja maakonna turismiinfoga tegelev inimene
TG3	Tartu linna atesteeritud giid alates 2001. aastast
TG4	Tartu linna atesteeritud giid alates 2002. aastast
TG5	Tartu linna ja maakonna turismiinfoga tegelev inimene
TG6	Tartu linna atesteeritud giid alates 1999. aastast
Õ1	Gümnaasiumi ajaloo ja ühiskonnaõpetuse õpetaja
Õ2	Põhikooli inglise keele ja meediaõpetuse õpetaja
Õ3	Gümnaasiumi meediaõpetuse õpetaja
LT	Liisi Toom, ERMi kommunikatsioonijuht
AA	Agnes Aljas, ERMi teadussekretär
KA	Krista Aru, ERMi direktor

### 3.6 Meetodite kriitika

Oma magistritöös olen kokku kasutanud mitmeid erinevaid meetodeid peamiselt seetõttu, et analüüsiks vajalike andmete saamiseks ei oleks piisanud ainult kvantitatiivsetest või kvalitatiivsetest uuringutest. Mitut meetodit kasutades sain osaliselt tasakaalustada ka

mõned teiste meetodite nõrkused, et tagada parimad uurimistulemused. Alljärgnevalt toon välja olulisemad meetodite puudused seoses konkreetse magistritööga ning jälgin meetodite kritiseerimisel sama järjekorda, mida kasutasin ka meetodite tutvustamisel varasemalt.

Uuring Mina.Maailm.Meedia 2008 on representatiivne Eesti elanikkonna suhtes, kuid uuring ei vaatle konkreetseid organisatsioone või nendega seotud küsimusi. See tähendab, et uuringus ei küsitud kordagi ERMi külastamise või selle kuvandi kohta. Seega saab nt muuseumikülastajate puhul välja tuua üldised tendentsid, mida võib küll üle kanda ERMi potentsiaalsetele külastajatele, sest üldjoontes on muuseumide külastajad oma tüpoloogialt sarnased, kuid ainult ERMi külastajate motivatsioonide või ERMi potentsiaalsete külastajate väljaselgitamiseks peaks viima läbi siiski spetsiifilisema uuringu. Seetõttu oli kindlasti vajalik ERMi puhul läbi viia ka ekspertintervjuu muuseumi kommunikatsioonijuhiga.

Intervjuu ERMi kommunikatsioonijuhiga Liisi Toomiga ei olnud ekspertintervjuu selle klassikalises tähenduses ehk meil ei eksisteerinud tavapärase ekspert-intervjueerija suhe. Oleme osa magistriõppe programmist läbinud Liisi Toomiga samaaegselt ning seetõttu võib meie omavahelist suhet pidada üsna mitte-formaalseks. Seega olgugi, et püüdsin intervjueerides igati säilitada neutraalse kõrvalvaataja rolli, siis kohati paigutati mind ennast intervjuu käigus eksperdi rolli ning uurijana muutusin lõpus veidi subjektiivseks, sest minu käest küsiti minu arvamust. Teisalt ma arvan, et tegelikkuses see ei vähenda tehtud intervjuu väärtust – pidev kordamine, sama teema juurde tagasitulek ning oma olemasolevate teadmiste rakendamine aitasid mul intervjuu käigus saada ülevaade rohkematest aspektidest, kui intervjueerija esialgu lootust andis (eelkõige puudutab see sihtrühmade kaardistamisega seotud küsimusi, kus esialgsed vastused olid uurimustöö jaoks selgelt liiga üldised).

Fookus-grupi uuringute puhul tuleb kindlasti silmas pidada, et tegemist ei ole mingil viisil representatiivse arvamusega, vaid siiski uuringu toimumise ajahetkel õhus olnud arvamustega nende konkreetsete inimeste seas. Samuti on olemas oht, et mõne inimese arvamus jääb domineerima või mõni aspekt saab nt osalejate emotsionaalsuse tõttu liialt tähelepanu. Turismikorraldajate ja giidide fookus-grupi puhul olid osalejad kõik

pikaajaliste kogemustega, mistõttu nende teadmised ja hinnangud olid veidi sügavamad kui õpetajate puhul. Õpetajate fookus-grupi intervjuule ei tulnud kõik kohale tulla lubanud õpetajad kohale ning esialgsest valimist osales vaid üks õpetaja. Lisaks sellele osales uuringus kõigest kolm inimest, mistõttu ei ole kindlasti tegemist täiemahulise fookus-grupi uuringuga, kuid arvestades, et ERMi sihtrühmade hulka kuuluvad tegelikult kõik Eesti inimesed (Toom 2009), siis on fookus-grupis välja tulnud tulemused olulised ka n-ö tavalise tartlase ja/või eestlase vaatevinklist. Seega antud töös kasutangi selle uuringu tulemusi üsna ettevaatlikult ning soovitan neil, kes tegelikkuses tahaksid teada õpetajate suhtumist nt ERMi haridusprogrammidesse või muusse, mis on seotud õpetajatööga, viia läbi uus uuring.

Töös analüüsi all olevad ERMi projektid on kõik osa teadusprojektist „Muuseumikommunikatsioon 21. sajandi infokeskkonnas“ ja ei kata kõiki projekte, mida ERM viimasel ajal läbi on viinud, kuid nad annavad mõningase ülevaate toimuvast. Analüüsis olid need kolm projekti tegelikkuses ebavõrdsetes olukordades, sest olin ise neist projektidest erineval määral teadlik või õigemini oli üks projekt, millest teadsin oluliselt rohkem kui teistest. Olin ise aktiivselt juures „Oma Näituse“ planeerimisel ning ka läbiviimisel, „Kingi muuseumile päev oma elust!“-aktsiooni puhul aitasin samuti planeerimisel, kuid „Tuhande sammuga...“ toimus igasuguse minu panuseta. Seega on mul ühe projekti puhul endal vajalikud informandi-teadmised, kuid teiste puhul olid teadmised kesisemad. Püüdsin tekkinud lünki täita intervjuerides e-maili teel ERMi teadussekretäri ning loodan, et see ka mingil määral õnnestus.

Kokkuvõttes õigustas meetodite valik end ning kasutada olnud materjal lubas uurimisküsimustele vastata.

## 4 Tulemused

Käesoleva töö esimeses osas oli sellest küll juttu, kuid toon veel kord ka siin välja, mis on Eesti Rahva Muuseum. Muuseumi arengukavas on välja toodud, et ERM on **eesti ja soome-ugri rahvaste kultuuri ja selle arenguloo allikmaterjale koguv, säilitav, uuriv ja vahendav asutus**, mille tegevus toetab eesti rahvusliku identiteedi, eesti keele ja rahvuskultuuri püsimist, targa ja tasakaalustatud ühiskonna arenemist ning kollektiivse mälu tugevnemist (ERMi arengukava 2008:1). Sellega kaasnevad ERMil väga erinevad rollid ja ootused, mida on oluline alljärgnevaid tulemusi lugedes silmas pidada ning arutlen selle üle ka diskussioonis.

### 4.1 Eesti Rahva Muuseum turumajanduslikus kontekstis

Alljärgnevalt esitlen ERMi sihtrühmade kaardistamise tulemusi. Seejärel ERMi kahe sihtrühmaga tehtud fookus-grupi uuringutes välja tulnud muuseumide olulisi omadusi üldisemalt ning seejärel sihtrühmade nägemust ERMist täna ja tulevikus.

#### 4.1.1 ERMi sihtrühmad

ERMi sihtrühmade määratlemiseks tegin intervjuu ERMi kommunikatsioonijuhiga. Kuna see intervjuu ei andnud piisavalt tulemusi, siis otsustasin kaardistada sihtrühmad veel ka lähtuvalt ERMi avalikest dokumentidest: ERMi põhimäärusest ning arengukavast aastateks 2008-2013. Alljärgnevalt toon välja sihtrühmad kõigepealt lähtuvalt uurimisobjektist ning seejärel pakun neist tuleneva ühe võimaliku ERMi sihtrühmade üldkaardistuse.

#### Sihtrühmad intervjuust ERMi kommunikatsioonijuhiga

ERMi kommunikatsioonijuht Liisi Toom pidas sihtrühmade loetlemist keeruliseks ülesandeks, öeldes, et ERMi sihtrühmaks on kõik maailma inimesed ning kaasamisaktsioone arvestades eelkõige kõik Eesti inimesed (Toom 2009):

*LT: Lühidalt öeldes on kõik, tähendab, ma mõtlen tervet maailma.*

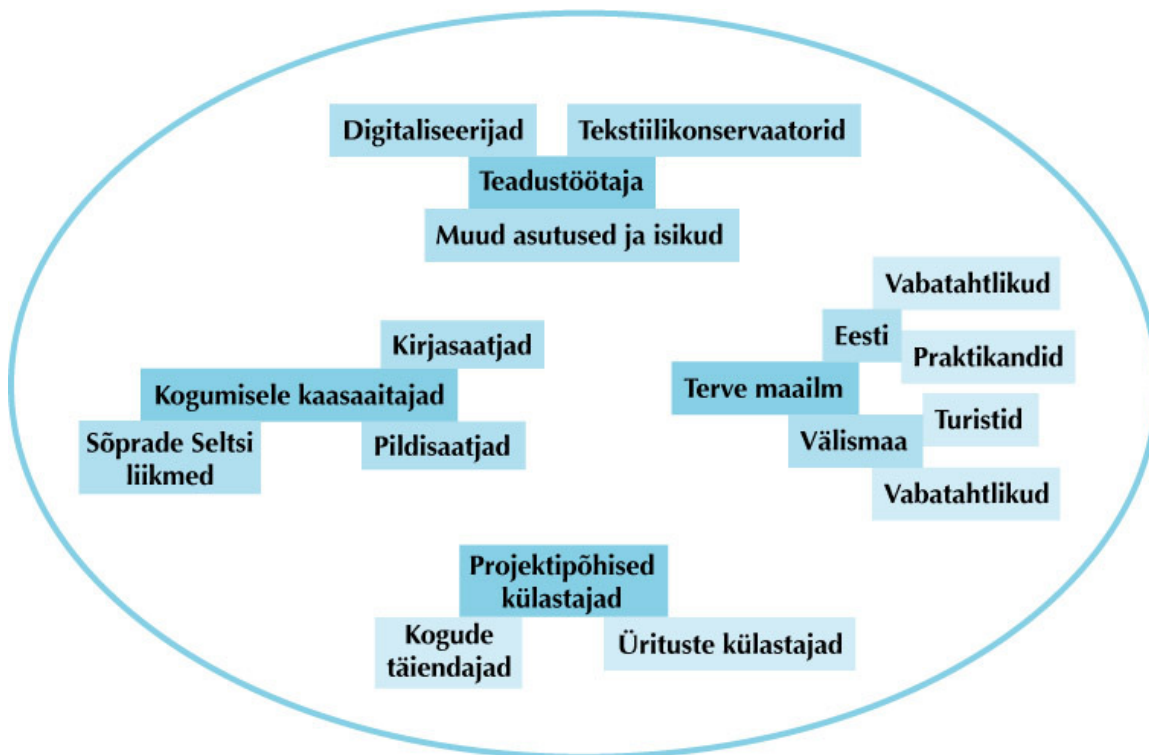
Oluline on ka, et Toom (*ibid.*) tõi ise sisse kaasamise-temaatika ning sellega seostuvad peamised sihtrühmad, kelleks on juba välja kujunenud ERMi Kirjasaatjate võrk, Sõprade Selts ning kõik Eesti inimesed, kellel võib olla teadmisi, mida ERMile edastada:

*LT: Kui me räägime kaasamisest, siis üks osa on täpselt see, et meil on vaja teatud teadustöödeks teatud infot, milleks on meil kaasatud siis kas juba olemasolevad sõbrad, keda sa siin juba maininud oled, et kas Sõbrad, Kirjasaatjad ja samuti need, kes veel ei ole ehk siis inimesed tegelikult kõik Eesti inimesed, kes võiksid teada midagi sarnast.*

Seega sihtrühmana nähaksegi tervet Eestit, mida kirjeldab ka ERMi direktor, kes paigutab ERMi ühiskondlikult punkti, kus ERM peab olema nii hariv asutus kui ka ühiskonna erinevaid rühmi siduv asutus (Aru 2008, Siller 2008 kaudu):

*KA: Olema selgelt a-poliitiline, olema selgelt selline seda tüüpi asutus, mis pakub ühiskonna väga erinevatele gruppidele, on nad siis sotsiaalselt erinevad, või demograafiliselt erinevad, või poliitilistelt vaadetelt erinevad, et ta peab neile kõigile suutma pakkuda sellist enda kui isiksuse ja ka neile gruppidele vajaliku identiteedi olemasolu. /---/ Vot sellist, üheltpoolt oleme selline sidustaja ja teiselt poolt pakkuma inimestele ja kõikidele neile erinevatele gruppidele sihukest kindlust, teadmist.*

Siiski saab Toomi (2009) intervjuu põhjal välja tuua ka mõningad konkreetsemad sihtrühmad. Kommunikatsioonijuhil poolt välja toodud väliskommunikatsiooniga seotud sihtrühmad on nimetatud alljärgneval joonisel (vt Joonis 1, lk 47).



### Joonis 1. ERMi sihtrühmade väli kommunikatsioonijuhi silme läbi

Paigutasin kommunikatsioonijuhi poolt välja pakutud sihtrühmad joonisele hajali näitamaks, et sihtrühmi ei olnud ERMis intervjuu tegemise hetkel selgelt struktureeritud või prioriteete seatud, mistõttu kõik joonisel olevad sihtrühmad on n-ö samal pulgal. Omavahel grupeeritud on sihtrühmad, mille puhul Liisi Toom ise tõi välja, et need on omavahel seotud.

- Teadustööga seotud inimesed: digitaliseerijatest tekstiilikonservaatoriteni
- Välismaalased-turistid: inimesed, kes tahavad tutvuda Eesti kultuuriga üldiselt, kuid täpsemat jaotust nende kohta ei ole (kuigi sellega intervjuu põhjal siiski mingil määral arvestatakse):

*LT: /---/Siis saab turiste väga palju edasi, ütleme, jagada siin, kas vanuseliselt, huvidelt ja nii edasi./---/*

- ERMi kogumistegevustes kaasa aitavad inimesed: Sõprade Seltsi liikmed, Kirjasaatjate võrgu liikmed. Täpsuse huvides: Sõprade Seltsi liikmete olulisust toodi välja ka vabatahtliku tegevuse juures.
- Need Eesti inimesed, kes veel ei ole ERMiga seotud, aga võiksid seda olla, sest neil on või nad saaksid koguda infot, mis ERMile vajalik. Täpsemat määratlust, kes need inimesed tegelikult olla võiks, ei ole, kuid juhtumipõhiselt püütakse neid paika panna:

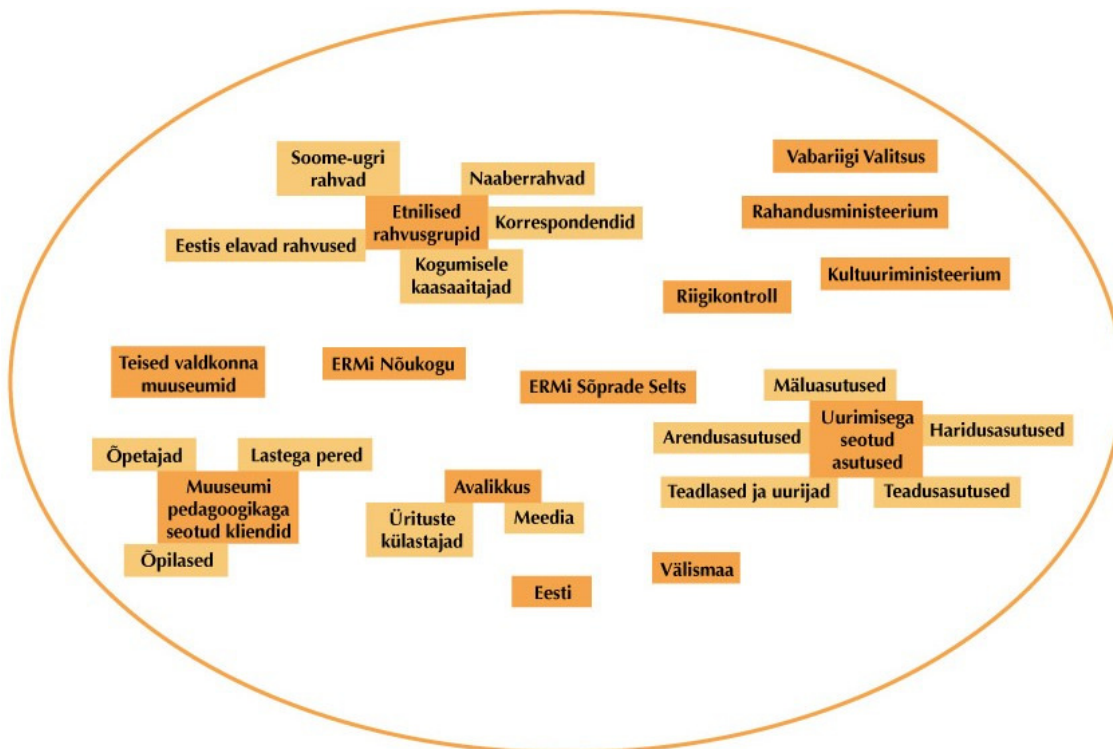
*LT: Kommunikatsiooni poolelt ongi see, et, et kui on mingi konkreetne teema nagu näiteks praegu on meil kartuliteema, siis noh, ühelt poolt loomulikult on see, et kartul seostub meile Maalehega näiteks, Maalehe lugeja profiiliga, et siis tuleb iga kord nagu see sihtgrupp paika panna, et seda on väga raske niimoodi kitsendada.*

*LT: Teiselt poolt on kogumisaktsioonidega seotud ehk siin on ikkagi ühe eristuse me saame kohe teha, et Eesti. Et praegu on väga palju rõhku või pigem, ütleme nii, on vähe rõhku välismaistele turistidele.*

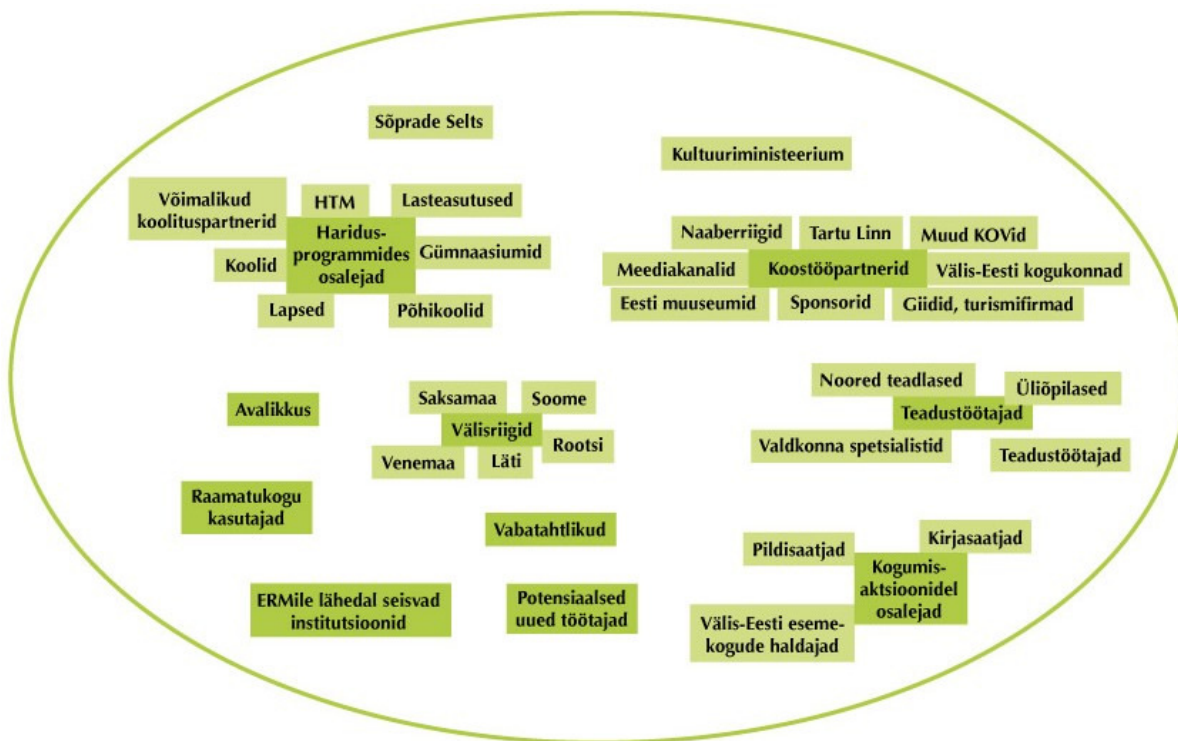
- Ürituse ja näitusepõhised sihtrühmad: kommunikatsioonijuht rõhutab mitmel korral, et sihtrühmad panevad nad paika juhtumipõhiselt.

*LT: Selline ikkagi külastaja- ja üritustepõhine sihtgrupp, et inimesed, keda võiks üks või teine üritus konkreetselt huvitada ehk siis kas näitused, mingid näiteks Maailmafilmi festivalis konkreetselt, no siin sa juba näed, et siit tekib väga erinev sihtgrupp, on ju.*

Oma töö raames töötasin läbi ka kaks ERMi avalikku dokumenti: põhimääruse ning arengukava aastateks 2008-2013. Seal leiduvatest ülesannetest, tegevustest ja eesmärkidest lähtuvalt kaardistasin veel võimalikke väliskommunikatsiooniga seotud sihtrühmi, mille toon ära kahel alljärgneval joonisel (vt joonis 2 ja 3).



Joonis 2. Sihtrühmade väli ERMi põhimääruses



Joonis 3. Sihtrühmade väli ERMi arengukavas

ERMi põhimääruses on sõnastatud muuseumi peamised ülesanded ning tegevused nende täideviimiseks ning neist tulenevalt tõin joonisele sihtrühmad, mis olid otseselt põhimääruses välja toodud. ERMi arengukavas toodud eesmärgid ning meetmed andsid võimaluse välja tuua üsna suure hulga erinevaid sihtrühmi. Sihtrühmade mitmekesisus ning laiahaardelisus kinnitab seisu, kus sihtrühmana nähakse praktiliselt tervet maailma – arengukavas on siiski viidatud mõndadele prioriteetsematele riikidele, mis on ka jooniselt näha.

Võrreldes ERMi kommunikatsioonijuhi poolt välja toodud sihtrühmadega, oli nimetusi põhimääruses ja arengukavas enam ning seadusele omaselt olid välja toodud ka riiklikud institutsioonid ja üsna pikalt räägitud ka muuseumipedagoogikast ja teadustööga seotud inimestest. Põhjus, miks muuseumipedagoogika ei tulnud välja kommunikatsioonijuhiga seotud intervjuust, oli peamiselt ilmselt selles, et kommunikatsioonijuht rääkis nendest sihtrühmadest, millega tema oma igapäevatoos tegeleb. Seega on oragisatsioonisiselt seatud nõnda, et nt muuseumipedagoogikaga seotud sihtrühmadega tema ei tegele. Integreeritud kommunikatsiooni põhimõtteid arvestades võiks seda teha, kuid sellest pikemalt järelduste ja diskussiooni osas.

Kolme joonist omavahel võrreldes võib näha, et ühiseid sihtrühmi nende seas leiab. Eelkõige paistavad silma teadustööd tegevad inimesed, ERMi Sõprade Selts, Kirjasaatjate võrk ja ürituste külastajad, kuigi osaliselt räägitakse neist ka erinevates võtmetes. Järelduste ja diskussiooni osas pakun välja võimaliku sihtrühmade kaardistuse, keda võtta arvesse kaasamistegevuste planeerimisel.

#### **4.1.2 ERMi kommunikatsioonikanalid**

Kaardistasin iseseisvalt võimalikud ERMi kanalid, mida intervjuus Liisi Toomiga täpsustasime. Alljärgnevalt (vt Tabel 6) on nimekiri ERMi peamistest kasutatavatest kanalitest, kusjuures kanalite mõiste on üsna laialdase tähendusega ning ei tähenda ainult meediakanaleid.

**Tabel 6. ERMi kommunikatsioonikanalid**

<i>Offline</i> -kanalid	<i>Online</i> -kanalid
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ERMi näitustemaja</li> <li>• ERMi Postimuuseum</li> <li>• ERMi mõisapark Raadil (Väravamaja, park, hoidlad, näitused)</li> <li>• ERMi raamatukogu ja hoidlad</li> <li>• Pressiteadete edastamine meediale</li> <li>• Ajaleht „Värat“</li> <li>• Posti teel suhtlemine Sõprade Seltsi ja Kirjasaatjatega</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kodulehekülg: <a href="http://www.erm.ee">www.erm.ee</a></li> <li>• ERMi postitusnimekiri: <a href="http://www.erm.ee/?lang=EST&amp;node=200">http://www.erm.ee/?lang=EST&amp;node=200</a></li> <li>• Sotsiaalne meedia: Twitter, Facebook, Orkut, Second Life LinkedIn</li> <li>• Video-ja fotoportaalid: Eesti Hetked, Youtube, Vimeo, nagi.ee, toru.ee</li> <li>• Wikipedia: <a href="http://et.wikipedia.org/wiki/Eesti_Rahva_Muuseum">http://et.wikipedia.org/wiki/Eesti_Rahva_Muuseum</a></li> <li>• Portaalid ja foorumid: Kultuuriaken, kuhuminna.ee, kultuur.net, Fenno Ugri, Folklore</li> <li>• E-maili teel suhtlemine Sõprade Seltsi ja Kirjasaatjatega</li> <li>• Teadete edastamine listidesse: utfolk, etnoinfo jne</li> </ul>

ERMi kommunikatsioonijuht ütles intervjuus, et sisulist eristamist nad *offline*- ja *online*-kanalite puhul ei tee. Tähtsaimad kanalid oma info väljasaatmisel on ERMi kodulehekülg ning üldised pressiteated, mis lähevad ajakirjandusväljaannetele, Sõprade Seltsi postiloendisse ning ERMi postiloendisse (*online*-suhtluse peamised kanalid). Neile lisanduvad ajakirjanike ning turismikorraldajatega suhtlemine, sotsiaalse meedia vahendid (Facebook, Twitter, Youtube). Sotsiaalses meedias suhtlemist peab Toom väga

aeganõudvaks tegevuseks ning seetõttu on see esialgu jäänud tagaplaanile. Samas tunnistas ta, et teema on õhus ning parasjagu üritataksegi aru saada, milliseid neist kanalitest edaspidi kasutada.

*LT: Et sa selles mõttes praegu üsna pöördelisel hetkel küsid neid asju, et mul on nagu ühelt poolt rääkida, sest ma tean, et need asjad hakkavad muutuma varsti.*

Praegu kasutatakse *online*-kanaleid ERMis lisakanalitena koos traditsiooniliste meediaga suhtlemise kanalitega ning vaid mõnel üksikul juhul läheb sõnum ainult läbi *online*-meedia (kasutates Twitterit). See tegelikkuses näitab, et praeguseks kasutatakse kanaleid küll integreeritult, kuid see ei ole strateegiliselt nõnda paika pandud, vaid pigem juhuslikult ning katsetades nõnda juhtunud ja nende teadlik integreerimine võiks anda paremaid tulemusi. Avalikkuse ning seeläbi oma sihtrühmadega suhtlemine käib peamiselt läbi pressiteadete saatmise nii meediasse kui ka sarnasesisuliste teadete saatmise erinevatesse postilistidesse. Kanalite valik sõltub ERMis pigem sellest, millised prioriteedid on aasta alguses paika pandud ning kui neist jääb aega üle, siis võib tegeleda ka muuga:

*LT: Et need on nagu paigas, et vot see on nagu ... väga oluline sellel aastal, on siiamaani, et see on asi, mis kindlasti tuleb ära teha ja kindlasti tuleb kasutada need, need kanalid, saada see ja teine, et ja kui siis jääb nagu aega üle, võimalusi, või tulevad mingid juhuslikud sellised pakkumised ja küsimused või noh, kajastused, mis on nagu väga hea.*

Seega võib öelda, et ERM kasutab kanaleid üsna mitmekülgset, kuid mitte kuigi struktureeritult või planeeritult. Võttes siiajuurde veel arvesse asjaolu, et ERMi sihtrühmad on üsna hajali, siis mõlema kindlam struktureerimine annaks ilmselt juurde efektiivsust nii oma sõnumi edastamise mõjukuses kui ka ajaressursi kasutuses.

### **4.1.3 Muuseumide olulised omadused**

Tartu linnas ja maakonnas on kokku üle 30 muuseumi, millest paljude nimed jooksid erinevatel ajahetkedel ka fookus-grupi uuringutest läbi. Turismikorraldajad ja giidid nimetasid esimeste meeldetulnud Tartu muuseumide seas: Mänguasjamuuseumi, Põllumajandusmuuseumi, Tartu Ülikooli Ajaloomuuseumi, Õllemuuseumi ning Tartu

Ülikooli Loodusmuuseumi (edaspidi kasutan Tartu Ülikooli lühendina TÜ-d). Ühtlasi toodi välja ka TÜ peahoone kui tervik ning oluline vaatamisväärsus, kuid tauniti seda, et kartserit ja aulat ei saa Kunstimuuseumist eraldi näidata. Õpetajate seas lisandusid nimetatuile Linnakodaniku muuseum, Spordimuuseum, Sõjakooli muuseum ning KGB kongid, ent lisati, et õpilastega käiakse muuseumis pigem harva, peamiselt seetõttu, et ei teata palju muuseumi pakutavatest võimalustest ning selleks, et korraldada muuseumiskäiku, peab suutma koolisisest kokku leppida tunniplaanimuutusi ning muud korralduslikku. Mõlema grupi puhul tõmmati pidevalt paralleele ka Tallinnas asuva KUMUga, mida nähti väga positiivsetes toonides ja Rocca al Mare vabaõhumuuseumiga.

Läbi kahe fookus-grupi uuringu tulid kokkuvõtlikult välja muuseumide olulised omadused, mis turismikorraldajate-giidide ning õpetajate puhul olid erinevad, seega toon need välja ka eraldi jaotustena (kattuvus oli ehk vaid paindlikkuse osas).

#### **Muuseumile olulised omadused turismikorraldajate-giidide arvates:**

- **Hea ligipääs:** a) geograafiline ligipääs (üksikuturistile sobib kesklinn, bussiga gruppidel mängib see vähem rolli; b) valmisolek klienti vastu võtta: eelkõige lahtiolekuajad ning võimalus ka ette tellimata muuseumit külastada;
- **Paindlikkus:** võimalus külastada muuseumi kõiki osi või ainult mõnda osa, võimalus grupi giidil samuti rääkida (oluliseks peetakse kultuurilise konteksti võrdluste toomist);
- **Aktiivsed tegevusprogrammid:** grupi jaoks on oluline ise oma kätega midagi teha, osa saada rollimängust või kuulata ajastutruud loojutustust;
- **Informatsiooni ja kogude hea esitlemine:** aktiivne viis esemete ning kogemuste esitlemiseks (audio, video, huvitavad väljapanekud), infokoguse mõistlikkuse piires hoidmine (liiga pikad tekstid või liiga palju ka visuaalset infot võib segada);
- **Hea enesetutvustus:** muuseumid peaksid ise tegema reklaami ning nägema vaeva, et grupid telliksid just konkreetse muuseumi külastamist (giid ei saa seda ülemäära dikteerida, sest ajamahud on piiratud), samuti peaksid muuseumid nägema ise vaeva

enda tutvustamisel erinevatele sihtrühmadele (ürituste tutvustused mitmes keeles, avatus jne);

- **Mitmekülgsed lisateenused:** siinkohal peeti peamiselt silmas head muuseumipoodi (kiideti Mänguasjamuuseumi mitmekülgset valikut), korralikku toidukohta (mis on võimeline teenindama ka suuri gruppe), piisavalt tualettruume jne.

Need on ka aspektid, mida giidid gruppide muuseumisse viimise puhul arvestatavad ja nende koosmõjul ei ole ERM tänasel päeval väga atraktiivne koht, kuhu oma gruppe viia ja mitmel korral rõhutati, et enamasti saab gruppidele näidata vaid ühte-kahte muuseumit ning kui ei ole eraldi küsitud, siis ERM jääb valikust tavaliselt välja. Turismikorraldajad, kes muuhulgas tegelevad ka Tartu kui sihtkoha populariseerimisega tunnistavad samuti, et ERM ei ole kõige parem koht, mille läbi Tartut tutvustada:

*TG5: /---/ aga noh alati sa viid mingitesse muuseumitesse, kas ühte või kahte, siis sa pead valima, justnimelt, et kui ajakirjanik kirjutab, et ta kirjutaks millestki väga põnevalt... Vabandust siin ma pean tunnistama, et kui ta ei ole väga spetsiifiline teema, siis ERM kahjuks ei ole number üks. No ühesõnaga, et kirjutada ühest muuseumist Tartus, siis ei ole 90% juhtudel vähemasti praegu ERM. Kui tuleb see uus, siis see on midagi muud.*

### **Muuseumile olulised omadused õpetajate jaoks:**

- **Paindlikkus:** sarnaselt giididele soovitakse, et muuseumid võimaldaksid õpetajal ka endal muuseumis rääkida, sest nii saavad nad nähtavat paremini õppekavaga kokku viia.

*Õ1: Ma saan aru, et see on nende leib, ma võtan nende leiva ära. Ma korra olen saanud riielda ülikooli selles Kunstimuuseumis selle pärast, et siis on eriti vihastav, kui sa võtad selle giidi ja siis see giid ei ole nii hea kui sa loodad või ootad.*

- **Selge kontseptsiooni olemasolu:** muuseum kannab selget sõnumit, mis on esitatud näitusel mitmekülgset ja konkreetset, ent selle puhul peetakse miinuseks, et see on võimalik tihtipeale väiksematel muuseumitel ja ühekordsest külastusest piisab;

- **Info ja ruumi tasakaal väljapanekutel:** muuseum peab suutma anda piisavalt infot, kuid külastajat sellega mitte koormama ning muuseumis ringiliikumine võiks olla loogiline (toodi näiteks, et vahel on muuseumitesse üritatud kuhjata liiga palju asju või on muuseumi maa-ala nii suur, et sinna eksib ära);
- **Oskus olemasolevat õpilastele eksponeerida:** muuseumid peaksid ära kasutama neil olemasolevaid võimalusi näidata reaalseid esemeid ja olemasolevat keskkonda, et saavutada muuseumitunni eelis tavapärase koolitunni ees:

*Õ1: Aga kui ma viimane kord Linnamuuseumis käisin, samamoodi sealt tellisin loengu ja see oli jama. Nad ei kasuta ise ära neid eeliseid, mis neil on. Et nad viivad samaoodi Powerpointi abil, mida ma saan ka tunnis rääkida selle asemel, et tuua kätte need esemed ja näidata ja sedasi asja üles ehitada.*

- **Rohkelt võimalusi tegevusteks ning erinevate osade integreeritus:** õpilasgrupid on üsna erisugune sihtrühm, kelle jaoks peab muuseum ka pakkuma erinevaid võimalusi, et kõik õpilased end seal hästi tunneksid ning ka õpetajal oleks võimalik õpilastele pakkuda samaaegselt nii meelelahutust kui ka uut teavet.

Nii giidid kui ka õpetajad võtsid muuseumidest lähtudes kahepidised hoiakud, mis lähevad hästi kokku ka Falki (2009) poolt välja pakutud külastajatüüpidega: muuseumisse minnes on nende roll olla grupijuht, kuid nende grupi sees on igal indiviidil oma agenda ja oma roll, mida nad tavapäraselt muuseumis käies täidavad või tahaksid täita ehk suurtes gruppides avalduvad kõik Falki külastajatüübid. Suuresti tingitult ka sellest on turismikorraldajate ja giidide ning õpetajate ootused üsna laiahaardelised. Olgugi, et täna ei nähta ERMi kõigile neile ootustele vastavaks muuseumiks, siis ootused uuele valmivale majale on kõrged nii turismikorraldajatel, giididel kui ka õpetajatel ning nende gruppide nägemustest tuleb täpsemalt juttu alljärgnevatel peatükkides.

#### **4.1.4 Sihtrühmade hinnang ERMile täna**

ERMi tänast näitusemaja väljapanekut kritiseeriti nii giidide kui ka õpetajate poolt. Turismikorraldajad ja giidid peavad maja välismaalaste jaoks igavaks ning üksluiseks. Ootused uuele majale on väga suured ning pigem räägitaksegi ERMist tuleviku võtmes, ent tänases olukorras eristavad giidid selgelt ERMi näitusemaja (aadressil Kuperjanovi 9) ning

Raadi kompleksi (kuhu tuleb ka uus maja). Näitusemajas gruppidega enamasti ei käida, kuid Raadi oma ajalugu ning võimalus olla värskes õhus annab sellele suuremad kasutusvõimalused:

*TG4: Praegune ERMi väljapanek, mis seal (näitusemajas –T.V.) on, see on ma ütleks... tolmunud ja surnud, et nii tore kui ta ka ei ole ja nii kenad ja armsad kui ta meie eestlase südamele ei ole, aga ta ei kõneta inimesi ja välismaalast, et ta on asi iseeneses.*

*TG5: Ei, Raadi on teine... aga Raadil on hoopis teised dimensioonid kokku. Ta on nii-öelda tervikkompleks, aga seal on üks maja, mis on ekssole nõukogudeaegne – minus ei tekita ta mingit emotsiooni, positiivseid emotsioone eks, aga see Raadi ise on juba siuke, et ma arvan, et need on täiesti erinevad asjad*

Tulenevalt ka eelnevalt selgitatud muuseumi tähtsatest omadustest ning tänasest situatsioonist, ei vii giidid grupe väga tihti ERMi. Ülal oli näha, et ERMi näitusemaja väljapanekut peetakse igavaks ja tuimaks. Lisaks sellele mängivad rolli ka ERMi asukoht, mis asub südalinnast väljas ning ERMi suunitlus pigem eestlastele kui välismaalastele (nt ürituste info on ainult eestikeelne). Giidide arvates on ERMi üritused selgelt loodud kohalikku tasandit (Tartu linna elanik) silmas pidades ning kohalike jaoks on toimuval ka rohkem väärtust. Üldiselt ollakse toimuvate sündmustega kursis, kuid tavapärasest enam soovitatakse kasutada Kultuuriakent ning seda nähakse ka võimalusena tutvustada üritusi Tartus elavatele või seda külastavatele välismaalastele:

*TG6: Aga hetkel praegu kui ta on seal nii-öelda näitusemajas, on ta ikkagi rohkem eestlastele see väärtus ja loomulikult see, et need üritused, et täna mulle tuli küll ka see kutse, lausa mitmest kohast, mitmest listist, et see udmurdi see teema, et see väärtus – et see oma roll on tal küll, et tartlastele siin igasugused huvitavad üritused.*

*TG5: Ja kui me Kultuuriaknast enne rääkisime, siis need üritused, et need ei olegi suunatud väljapoole, et see jätabki mulje, et mitte keegi ei olegi, et seal ei olegi väljastpoolt inimesed oodatud ekssole, see on ju sõnum. Kui mingit infot ei ole...*

Nagu mainitud, ERMi peetakse tänasel kujul eelkõige oluliseks eestlaste endi jaoks, eriti näiteks õpilastele. Võimalusel soovitatakse teda aga ka välismaalastele, kuid sellisel juhul peab olema spetsiifilise huviga eestlaste või Eestimaa ajaloo vastu:

*TG6: Ja ta ei olegi nagu see, mina käin seal hästi palju, aga need ürituste pärast just – see on see eestlane, kes seal pidevalt käib.*

*TG2: Ma soovitan ERMi nendele, kelle puhul tundub, et nad Eestist näiteks ei tea kuigi palju, et kes ei ole lähiriikidest või kes tahavad tõesti teada Eesti ajalugu või siis teine variant – eestlased ise, sest tegelikult see asi nagu kõnetab eestlasi rohkem, see väljapanek seal, sest neil tekivad mälestused*

Valdkondades, kus ERM võiks olla valikute seas, jääb ta alla sarnaste väljunditega muuseumile. Seega kui grupi huvi on teada saada eestlaste algupärandist ning talupojakultuurist, siis ERMi asemel minnakse Põllumajandusmuuseumisse:

*TG4: Jah, kui rääkida ERMist, siis me vaatame Tartus ära selle Raadi, kus on siis Tartu keskajast peale, mõisakultuur, ERM – kõik on koos ühes kompleksis, niipalju kui teda praegu visuaalselt näha on ja siis kui on aega, sõidame Põllumajandusmuuseumi, kus on siis see talupojakultuur.*

Olgugi, et suhtumine ERMi praegu pakutavatesse teenustesse ei ole väga kõrge ning meelestatus ERMi praeguses olukorras on tulevikku vaatav ja mitte praeguses hetkes viibiv, siis suudavad nii õpetajad kui ka turismikorraldajad ja giidid leida aspekte, mida annaks ka täna veel parandada, et järgmisel neljal aastal (kuni uue maja avamiseni aastal 2014) olla konkurentsivõimelisemad.

Õpetajad soovitavad oma sõnumeid suunata vaid õigetele sihtrühmadele (st mitte saata teadet lihtsalt kooli, vaid konkreetsetele õpetajatele, sest kirjade maht on suut) ja pakkuda põnevaid üritusi:

*Õ3: See jällegi oleneb, et kas on sihtgrupile suunatud asi või ei ole, et saadad lihtsalt suvaliselt koolimeilidele, et tulge vaadake, siis .. kui oleks konkreetset ajalooõpetajatele suunatud, siis meediaõpetajatele, siis see töötaks kindlasti*

*paremini, siis noh... mina isegi tavalise linnakodanikuna ei tea ERMist midagi ja see ei tundu üldse apetiitne. Ma üldse ei teagi, kas tavainimestele tehakse midagi sellist. Reklaami, et tulge sinna muuseumisse.*

*Õ1: Kas või võiks kutsuda, et nad üks kord selle (ajalooõpetajate aineseksiooni-T.V.) koosoleku teeksid ERMis seal millest siis üks osa arutavad oma küsimusi ja teine ka see, et mis neil uut on sel õppeaastal pakkuda et see delete-nupp käib ikka üsna lihtsalt alla, kui ta nagu kiire ka on veel, et siis otsesuhtlus on alati natukene parem.*

Lisaks õpetajatele suunatud tegevustele soovivad nad korraldada konkursse ja võistlusi õpilaste seas, kus samaaegselt saaks näiteks kasutada uue meedia vahendeid ja seeläbi õppida ning olla ka muuseumile kasulik:

*Õ3: Just jah erinevatele sihtgruppidele, mida mina küll oma vähese õpetajakogemusega aga siiski olen seda tööd teinud natuke aega, olen tähele pannud, et sellised konkreetset teemakohased konkursid või võistlused, et need panevad õpetajatel vere keema.*

Õpetajate ja turismikorraldajate-giidide teadmised ERMi ja seal toimuva kohta on erinevad. Uuringus osalenud õpetajad andsid mõista, et neil ei ole ERMi kohta väga palju teavet, mistõttu võib kõik see, mida nad soovivad ka juba toimida, kuid nad lihtsalt ei tea seda. Giidid-turismikorraldajad on pigem toimuvast informeeritud ning teave jõuab nendeni mitmeid kanaleid pidi ja nad ootavad seda, et see teave jõuaks ka nende inimesteni, kes neilt teenust tellivad.

Giidid näevad potentsiaali peamiselt Raadi kompleksi paremas eksponeerimises ning praeguse näituse elavdamises ja nähtavamaks tegemises. Täna kasutavadki giidid ERMi tutvustamiseks tihedamini Raadi kompleksi kui ERMi näitusemaja. Seda eelkõige seetõttu, et Raadi võimaldab rääkida Eesti ajaloost mitme tahu alt ning ümbruskond on kena:

*TG1: Et see lennuväli ei ole seal tühja koha peal, eks ole.*

*TG4: Terve see Raadi ajalugu.*

*TG1: See haakub ja seostub ju Eesti arenguetappidega, me saame rääkida kõikides nende ajaloo erinevatest etappidest, kohe automaatselt seostada teda muu Eesti ajalooga. See on see, mis teeb ta nagu atraktiivsemaks.*

Seega nähaksegi suurt võimalust Raadi atraktiivsemaks muutmisel – esiteks rõhutatakse elementaarsete aspektide täitmist (tualettruumid ja võimalus toitlustuseks) ning seejärel tuuakse toovad uuringus osalenud giidid-turismikorraldajad välja ka erinevaid ideid, mida Raadil teha annaks:

- Paremini eksponeerida juba olemasolevaid ehitisi (lisaks tornile, mis oli lahti 2009. aasta suvel, muuta atraktiivsemaks Raadil asuvat väikest näitusesaali);
- Jätkata teemapäevade korraldamisega ning neid paremini reklaamida (juba praegu toimivad teemapäevad rahvakalendri tähtpäevadel);
- Luua ajastutruu rollimänguvõimalus (sarnaselt Rakvere linnuses suviti toimuvale);
- Luua Eesti toitlustuskoht, kus saaks käia nii kohalikud kui ka turistid.

Arenguideid pakuvad turismikorraldajad-giidid välja ka ERMi praegusele näitusemajale, kus sarnaselt Raadile soovitatakse korraldada temaatilisi üritusi (hea näitena tuuakse välja Muuseumiööd) ning pakutakse välja ka mõned sisulised ideed, mis elavdaksid praegust näitusemaja ning selle ümber toimuvat:

- Näituse elavdamine reaalsete inimeste-rollimängijatega, kes räägiks konkreetsest ajastust:

*TG4: No vot need pinnad on nii napid ja need on täidetud... et seal on ka need toad eksole, Raadi mõisamööbel, siis on see 60ndate aastate Võru mööbel, et on sisustatud niimoodi, aga nad on asi iseeneses, et seal võiks tõesti tegevus toimuda, nagu sa ütlesid, et istus see inimene, kes võtab nagu külalisi vastu, et kui tuleb grupp, siis ta räägiks sellest ajastust. Noh midagi, et panna elama see praegune...*

- ERMi olemasoleva helimaterjali kuulamise võimalus (nt kaasaskantava audio-giidiga).

*TG4: Ja ise reklaami teha... ja siis see teie kohvik või see kohvik, mis seal on, see võiks olla või noh pakkuda meie mingit kaerakilet või midagi Eesti rahva näkse võiks...*

- ERMi erinevate valdkondade tutvustamine läbi inimeste harimise: nt soovitatakse, et võiks olla juurdepääs ERMi hoidlatesse, sest see annaks inimestele mõista, millega muuseum igapäevaselt tegeleb;
- Muuseumis toimuvate üksikürituste parem eksponeerimine ning suunamine ka Tartus viibivatele turistidele;
- Välituristi suunamine ERMi läbi suunatud võõrkeelsete teadaannete ja ürituste ning reaalse juhtimisega kesklinnast Kuperjanovi tänavale (seal asub näitusemaja). Siin pakutakse võimalus ka hooajaliseks koostööks giididega, et kord päevas saab kesklinnast jalutada Kuperjanovi tänavale giidi saatel ehk samal ajal osaleda linnatuuril ja lõpetada see ERMis.
- ERMi pakutava tootevaliku suurendamine ning ka ERMi kui brändi nähtavamaks muutmine: pakutakse välja uusi võimalusi ERMi suveniirideks (nt lauamäng), soovitatakse teha rohkem reklaami;
- ERMi kõrvaltegevuste arendamine: sarnaselt Raadile tuleb arutellu ka kohvik näitusemajas, mille puhul soovitatakse seal müüa Eestile omaseid toite:

*TG4: Siis see teie kohvik või see kohvik, mis seal on, see võiks olla või noh pakkuda meie mingit kaerakilet või midagi Eesti rahva näkse võiks...*

Nii Raadi kui ka näitusemaja kompleksi puhul tulevad esile muuseumile seatud ootus olla ajaviitekeskus, mis lisaks hariduslikule ja informatiivsele aspektile täidab ka meelelahutuskoha rolli. Need ootused viitavad otseselt teoreetikute poolt välja toodud võrdlusele, mida muuseumilt tänapäevases turumajanduslikus olukorras oodatakse – olla koht, kus saab vajadusel veeta terve päeva ja sealt mitte lahkud – õppida, avastada, meelt lahutada ning süüa-juua.

#### 4.1.5 Sihtrühmade soovitusel ERMi tulevikus

Ootused ERMi uuele ehitatavale majale Raadil on väga kõrged ning kõigil on selles aspektis ettepanekuid, mis kohati ei pruugi kokku minna ERMi otseste ülesannetega, kuid toon need siinkohal välja, sest need väljendavad seeläbi ka seda, et ei tunta ERMi kõiki funktsioone.

Turismikorraldajad-giigid on seadnud ERMi uuele majale väga kõrged ootused, nähes uuel kujul ERMi olulise turismiatraktsioonina:

*TG5: Ühe külastusmotivaatorina, kui me rääkisime, et Ahhaa on raudselt külastusmotivaator, mis saab selle aasta lõpus valmis ja järgmine aasta avatakse ja siis paar aastat sellega harjutakse ja siis tuleb meil aastal 2014 uus külastusmotivaator ja see on raudselt see ERM Raadil. Et ta peab olema niivõrd atraktiivne, no juba ehituslikult, tema asukoht on ja tema ehituslik, tema arhitektuuriline väärtus, kõik muu see, millest me räägime – see lugu sinna juurde, pluss need oma ekspositsioonid ja programmid ja ... kõik...*

Nagu öeldud, teadmised sellest, mis on Raadile rajatava muuseumi keskmis ja mis on ERMi funktsioonid üldiselt, on mõlemas fookus-grupi intervjuus osalejatel erinevad. Nii tuuakse turismikorraldajate-giidide arutelus välja, et muuseum võiks olla soome-ugri keskuseks, samas kui teised parandavad kohe, et tegelikult ongi seda plaanitud teha.

Sellest tingituna on ka inimeste ootused veidi erinevad, kuid kõik ühtmoodi laiapõhjalised näiteks soovitatakse muuseumil lisaks minevikule vaadata ka tulevikku, mõelda suurelt:

*TG2: Ja samas mitte jääda pidama sellesse, mis oli minevikus, vaid võiks olla ka selline tulevikunurk, et milline on eestlaste enda versioon nende enda tulevikust.*

Õpetajad ootavad ERMilt oma n-ö haarde laiendamist ning lisaks soome-ugri kultuurile ka teiste etniliste gruppide kultuuri tutvustamist:

*Õ2: Mina pakun, et võiks tuua rohkem eksootilisi mittepüsinäitusi, ehk siis midagi kaugel ämm ee väga noh niiöelda asju, millest ei ole väga palju kuulda olnud.*

See omakorda näitabki, et osad potentsiaalsed muuseumikülastajad ei pruugi olla teadlikud sellest, mis on ERMi põhimäärusega paika seatud roll Eesti ühiskonnas. Seega on selge, et ERMist rääkides peab seda ka välja tooma, sest vastasel juhul võib mingi osa sihtrühmal tekkida valed ootused uuenenud ERMile.

Tulevikku suunatult käisid läbi ka mõned ideed, mida pakuti välja nii selleks, et tänast ERMi muuta olemasolevates oludes atraktiivsemaks kui ka selleks, et tuleviku-ERMi hoida mitmekesisena.

Tuleviku-ERMi kirjeldades ootasid giidid-turismikorraldajad muuseumilt pea kõiki eelpool välja toodud hea muuseumi omadusi, kusjuures väga tugevasti tuli esile aktiivsete tegevuste olemasolu ning paindlikkuse ja n-ö vaimse ligipääsu teema, et kes ja kui palju seal rääkida võiks ja saab:

- **Atraktiivsed tegevused ja rollimängud:** giidid on kindlad, et ERMis leidub piisavalt materjali – nii esemelisi kui ka nt lindistusi, millest annaks tekitada vägagi atraktiivsed näituse osad. Nad rõhutavad, et muuseum peab olema huvitav kõigile – nii neile, kes tulevad sinna esmakordselt, kui ka neile, kelle jaoks on see korduskülastus. Nad leiavad, et meie kultuuripärand lihtsustatuna oleks aktiivsena huvitav ka välituristile.

*TG2: Et on võimalus, kes tahab, käib lihtsalt läbi, kes tahab, see saab keskenduda mingitele teemadele, kes tahab, tellib endale mingisuguse ürituse.*

*TG1: Ja ERMil on eeldused... et kogu see ERMi suuline pärand, mis on, loob väga suured eeldused, kõik võimalused tegevuste korraldamiseks.*

- **Ligipääs ja paindlikkus:** giididele on oluline, et muuseumisse tulevad külalised saaksid professionaalset teenust, mis on suunatud konkreetsetele inimestele ning seostavad muuseumis nähtava küllastajate kogemusega. Nii soovitatakse lisaks ainult n-ö majasisestele giididele atesteerida ka teisi giide, kes saaksid vajadusel ERMist rääkida. Sarnast viisi on kasutatud KUMUs ning giidide sõnul töötab see suurepäraselt, kuid see on koha enda vastutus endale pädevad giidid koolitada:

*TG4: Ja uus maja tulemas... Siis peaksid ERMi giidid ka olema sellised, mis ei ole ainult keelegiidid, vaid nad tunnevad kultuuriareali, nad teavad, millest nad jutustavad kas sakslasele, soomlasele või hindudele.*

*TG1: See on jah koolituse küsimus. ERMil on tohtu potentsiaal koolitada endale targad giidid.*

Õpetajate ning giididega-tehtud intervjuude põhjal võib mõlemad jagada Falki järgi „grupijuhtideks“ ehk siis oma ametikohustusi täites on nende ülesanne jälgida, et kõik teised saaksid muuseumist vajaliku ning oleksid rahul. Aspektid, millele nad tähelepanu juhtisid, kattuvad Falki külastustüüpide motivatsioonidega, mil viisil, seda saab lugeda juba käesoleva töö järelduste osast.

## **4.2 Muuseumikülastaja ja muuseumikasutaja ning nende motivatsioon**

Muuseumikülastajate ja muuseumis käimise põhjuste väljaselgitamiseks kasutasin „Mina.Maailm.Meedia 2008“ andmeid.

### **4.2.1 Muuseumis käijad ja mitte-käijad ning nende hoiakud**

Esialgu viisin läbi lihtsad ühemõõtmelised andmeanalüüsid, kust selgus, et suures plaanis jaguneb Eesti elanikkond muuseumis käimise/mittekäimise osas kolmeks üsna sama suurusega osaks: 31% Eesti elanikkonnast on viimase aasta jooksul käinud mitmel korral muuseumis, kuid 30% küsitletutest ei ole seda ammu või mitte kunagi teinud. 37% inimestest on kunagi varem kui viimasel aastal muuseumi külastanud.

**Tabel 7. Üldvalimi muuseumis käimise sagedus**

	<b>In arv</b>	<b>%</b>
Vastamata	30	2
Pole ammu käinud, pole üldse käinud	450	30
Viimasel aastal ei ole käinud, käisin mõni aasta tagasi	559	37
Jah, mitmel korral	469	31
Kokku	1507	100

Muuseumiskäijate iseloomustamisel on lisaks muuseumis käimise sagedusele oluline muuseumis käimise meeldivus ja selle põhjused. Koondasin küsimustikule vastanud iniviidid kahte gruppi: meeldib käia muuseumis (vastused „pigem meeldib” ja „jah, väga”) ja ei meeldi käia muuseumis („pigem ei meeldi” ja „üldse ei meeldi”).

**Tabel 8. Üldvalimi muuseumis käimise meeldivus**

	<b>In arv</b>	<b>%</b>
Ei meeldi käia muuseumis	545	36
Meeldib käia muuseumis	962	64
Kokku	1507	100

Siit selgub, et 64% Eesti elanikkonnale meeldib käia muuseumis, kuid hiljem selgub, et kuigi neile meeldib seda teha, siis realselt teevad seda tunduvalt väiksem hulk inimesi – 29% Eesti elanikest meeldib käia muuseumis ja nad on viimase aasta jooksul muuseumit külastanud rohkem kui ühel korral (vt Tabel 10).

Kirjeldamaks muuseumide sihtrühmi, uurisin, millised on demograafilised näitajad (sugu, ankeedi keel, vanus) nende seas, kellele meeldib muuseumis käia ja nende, kellele ei meeldi.

**Tabel 9. Muuseumis käimise meeldivus: soo alusel**

	<b>Mees</b>	<b>Naine</b>	<b>Kokku</b>
Ei meeldi käia muuseumis %	60	40	100
Meeldib käia muuseumis %	40	60	100

Kuigi naistele meeldib muuseumis käia enam kui meestele ning vahe on 20 protsendipalli, siis tegelikult peab kommunikatsioonis silmas pidama ka mehi, sest siiski 40% meestest meeldib muuseumis käia. Siiski, seos soo ja muuseumis käimise meeldivuse vahel kehtib – muuseumis meeldib pigem käia naistele. Seos ankeedi keele ja muuseumis käimise meeldivuse vahel on olemas ja pigem meeldib muuseumis käia eestikeelse ankeedi täitjaile. Vanuse puhul kindlaid seoseid teatud eagrupi ja muuseumis käia meeldivuse vahel ei ole. Seega meeldib muuseumis käia pigem eesti keelt kõnelevale igas vanuses naisterahvale.

## 4.2.2 Muuseumis käimise põhjused

Edasi uurisin, et kui inimestele muuseumis meeldib, siis mis on selle põhjused. Kui meeldib käia muuseumis, siis miks (vastajad said valida kolm kõige sobivamat varianti (vt Tabel 10). Kõige olulisem muuseumis käimise juures on uute teadmiste saamine ja uute asjade avastamine. Samuti on oluline see, et muuseumis saab oma silmaga näha ja kogeda vahetult asju, millest ollakse varem kuulnud või lugenud, saab huvitavalt ja kasulikult vaba aega veeta, saab õppida tundma teisi kultuure, ajastuid, maid ja loodust ning inimesed naudivad kunstiteoste ja muude väljapanekute ilu.

**Tabel 10. Muuseumis käimise põhjused**

<b>N=962 vastanut</b>	<b>Märkis ära</b>
Saan uusi teadmisi, avastan uusi asju	621**
Tegelen uurimisega, enese harimisega	174
Elan sisse ajalukku, saan osa möödunud aegade õhustikust ja sündmustest	293
Õpin tundma teisi kultuure, ajastuid, maid, loodust	351*
Näen oma silmaga ja kogen vahetult asju, millest olen varem kuulnud, lugenud	397*
Naudin kunstiteoste ja muude väljapanekute ilu	346*
Saan toitu oma fantaasiale, kujutlustele	97
Saan huvitavalt ja kasulikult vaba aega veeta	360*
Midagi muud	11

\*\* enim väljatoodud

\* kõrge tulemusega

Kuna soovin magistritöös saada paika ka muuseumide võimalikud sihtrühmad, et neid võrrelda teoreetikute poolt välja pakutud tüüpidega, siis leidsin, et oluline oleks teada, kuidas jagunevad inimesed muuseumis käimise sageduse ja muuseumis käimise meeldivuse vahel. Selgub, et 34% elanikkonnale meeldib käia muuseumis, kuid nad ei tee seda. Uurimus ei käsitlenud, miks – seda oleks hea uurida mõne kvalitatiivsema uuringuga. Igal juhul on see suur hulk inimesi, kellele muuseumid saaksid oma kommunikatsiooni suunata (vt Tabel 11).

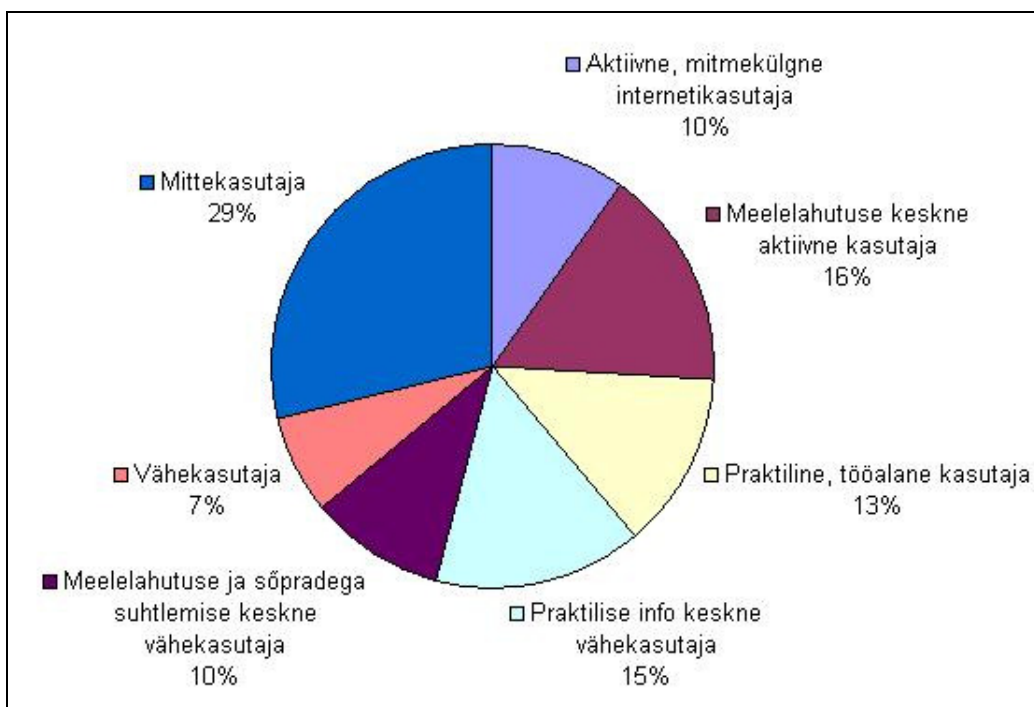
**Tabel 11. Indiviidide jagunemine meeldivuse/mittemeeldivuse ja muuseumikülastuse sageduse skaaladel**

		<b>Vastamata</b>	<b>Pole ammu käinud, pole üldse käinud</b>	<b>Viimasel aastal ei ole käinud, käisin mõni aasta tagasi</b>	<b>Jah, mitmel korral</b>	<b>Kokku</b>
Ei meeldi käia muuseumis	% kõik	1	21	11	3	36
Meeldib käia muuseumis	% kõik	1	8	26	29	64

Muuseumide jaoks on ilmselt põnevaim küsimus see, kes on need inimesed, kellele meeldib muuseumis käia, kuid ei ole seda viimase aasta jooksul teinud, sest tegemist on 34% inimestest ning kui kolmandik Eesti inimestest tegelikult naudiks muuseumiskäimist, siis tekib küsimus, kuidas neid selleks motiveerida.

Püüdsin seda gruppi analüüsida erinevate näitajate alusel. Demograafilisi andmeid arvesse võttes (sugu, vanus, ankeedi keel, elukoht, haridustase, sissetulek) tuli tulemuseks, et ta on eesti keelt kõnelev keskkaridusega mees või naine, kes elab kas Tallinnas või Lõuna-Eestis. Vanusegrupiti väga selget eristust välja ei tekkinud, kuid ta on pigem 60-74-aastane või tema vanus jääb 29-40 eluaasta vahele ja sissetulek pereliikme kohta on 4001-10 000 krooni. Seega ei saaks öelda, et selle põhjal on võimalik väga hästi määratleda, kellega on tegemist, sest tegemist on üsna keskmise inimesega, kes ei eristu suurel määral ka neist, kes muuseumis käivad.

ERMi läbiviidud projekte analüüsis selgus, et kahe projekti puhul tundus osalemisvõimalus interneti kaudu olevat osalejate arvu suurendav viis. Eesti internetikasutajad on Pruulmann-Vengerfeldt ja Reinsalu (2008) jaganud laias laastus seitsmeks (vt Joonis 4).



**Joonis 4. Internetikasutajate tüübid (Pruulmann-Vengerfeldt & Reinsalu 2008)**

Nimetatud gruppi (inimesed, kellele meeldib muuseumis käia, aga nad ei tee seda) analüüsid selgus, et neist on 66% internetikasutajad, kuid kui vaadelda seal sees internetikasutajate tüüpe, siis ei eristu ühte kindlat gruppi, vaid inividid on üsna võrdset jagunenud kõikide gruppide vahel. Kui vaatlesin põhjuseid, miks neile meeldib muuseumis käia (vt Tabel 12), siis need ühtisid üldiselt sellega, mida peeti oluliseks kõigi nende inimeste seas, kellele meeldib muuseumis käia (vt Tabel 10).

**Tabel 12. Muuseumis käimise põhjused nende inimeste seas, kellele meeldib muuseumis käia, kuid nad käivad seal harva või mitte üldse.**

N=513	Valisid märgituks
Saan uusi teadmisi, avastan uusi asju	319**
Tegelen uurimisega, enese harimisega	79
Elan sisse ajalukku, saan osa möödunud aegade õhustikust ja sündmustest	149
Õpin tundma teisi kultuure, ajastuid, maid, loodust	190*
Näen oma silmaga ja kogen vahetult asju, millest olen varem kuulnud, lugenud	223*
Naudin kunstiteoste ja muude väljapanekute ilu	179

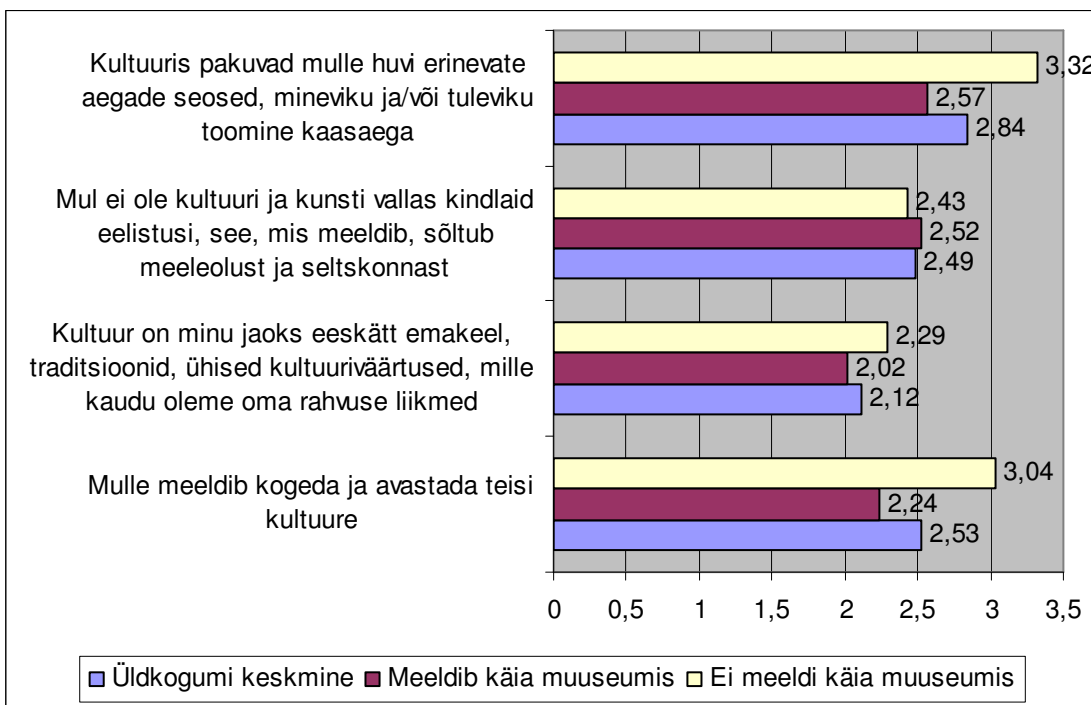
N=513	Valisid märgituks
Saan toitu oma fantaasiale, kujutlustele	46
Saan huvitavalt ja kasulikult vaba aega veeta	197*
Midagi muud	4

\*\* enim väljatoodud \* kõrge tulemusega

Seega võib üldkokkuvõttes öelda, et Eesti elanikest ligi kolmandik võiks olla potentsiaalsed muuseumikülastajad, kuid neid inimesi ei ole võimalik väga selgelt eristada, vaid nad jagunevad ühiskonnagruppide vahel võrdselt.

#### 4.2.3 Muuseumis käijad ja mitte-käijad ning nende kultuureelistused

Alloleval joonisel on näha üldvalimi ning muuseumis käijate ja mitte-käijate kultuureelistused. Keskmiste vaatlusel tuleb arvesse võtta, et siia on hulka arvestatud ka vastusevariant „raske öelda“. Standardhälve oli pea kõigil vastustel sarnane, olulisemalt eristus vastus „Kultuur on minu jaoks eeskätt emakeel, traditsioonid, ühised kultuuriväärtused, mille kaudu oleme oma rahvuse liikmed” nende inimeste seas, kellele meeldib muuseumis käia ehk selles grupis on vastuste varieeruvus kõige väiksem.



**Joonis 5. Suhtumine kunsti ja kultuuri üldvalimis ning nende seas, kellele meeldib ja kellele ei meeldi muuseumis käia**

Seega ei saa selgelt öelda, kui kultuurihuvilised erinevad grupid või üldkogum on, küll aga on võimalik teha järeldusi selle kohta, millised on üldtendentsid. Antud joonisel on inimeste kultuurihuvi seda suurem, kuivõrd väiksem on väärtuste keskmine. Inimesed, kellele meeldib muuseumis käia on ka keskmisest kõrgema kultuurihuviga – neile meeldib enam kogeda ja avastada teisi kultuure. Nende jaoks on kultuur eelkõige emakeel, traditsioonid, ühised kultuuriväärtused, mille kaudu ollakse oma rahvuse liikmed ja kultuuris pakuvad neile huvi erinevate aegade seosed, mineviku ja/või tuleviku toomine kaasaega. Kõigis neis aspektides on nad nende väidetega enam nõus kui üldkogum või need inimesed, kellele ei meeldi muuseumis käia. Nad ei nõustu enam väitega „Mul ei ole kultuuri ja kunsti vallas mingeid kindlaid eelistusi, see, mis meeldib, sõltub meeleolust ja seltskonnast”.

Seega võib öelda, et inimestele, kellele meeldib muuseumis käia, suunatud kommunikatsioon peaks arvesse võtma inimeste suhtumist kultuuri ja kui püüda enda juurde meelitada neid, kellele ei meeldi muuseumis käia, siis rõhuline traditsioonidele ning rahvuslusele on tugevaim argument.

Mina.Maailm.Meedia 2008 andmestiku põhjal võib muuseumide sihtrühmad jagada suurel määral neljaks:

- a) inimesed, kes juba käivad muuseumides ning kellele meeldib seda teha: neile suunatud kommunikatsioon võiks olla suuremale aktiivsusele ülesse kutsuv – eesmärgiga kaasata inimesed muuseumi tegevustesse;
- b) inimesed, kes käivad muuseumis harva, kuid kellele meeldib seda teha: nemad võiksid olla muuseumi üks prioriteetsemaid sihtrühmi, sest nende väärtused ja hoiakud on muuseumisõbralikud ning muuta tuleb käitumist (võimalik, et lahendus peitub informeerimises või kaasamises). Neist võiksid tulevikus saada potentsiaalsed aktiivsed muuseumikülastajad, kes osalevad muuseumi tegevustes;
- c) inimesed, kes käivad muuseumides, aga neile ei meeldi seda teha: see grupp hõlmab vaid 2,5% elanikkonnast, seega ei tasu muuseumidel nende inimeste hoiakute muutmiseks ilmselt ülemäära vaeva näha (st kui ressursse on, siis loomulikult võib,

kuid pigem suunata need mujale). Loomulikult jääb küsimus, et ehk muudaks kaasamine ja osaluse suurendamine nende meelt muuseumisõbralikumaks?

- d) Inimesed, kes käivad muuseumis harva või mitte üldse ja kellele ei meeldi seda teha: selle grupi muutmine muuseumiskäijateks on kindlasti kõige aeganõudvam protsess (muutma peab nii inimeste väärtusi kui ka käitumist) ning meeles peab pidama, et maitseid on erinevaid ning kõiki muuseumisse meelitada ei ole vaja.

### **4.3 Kaasamine ERMis**

Eesti Rahva Muuseumis on kaasamis-ja osalemisaktsioone tegelikult läbi viidud juba aastakümneid. Alljärgnevalt annan nendest tegevustest põgusa ülevaate ning pikemalt keskendun viimasel kahel aastal läbi viidud kolmele kaasamiskampaaniale. Muuseumil on oma Kirjasaatjate võrk ning Sõprade Selts, kelle kaudu on aastate jooksul kogutud erinevaid lugusid. Oma töös annan ülevaate erinevatest viisidest, millega saab muuseumi tegemistest osa võtta ning analüüsin viimase kahe aasta jooksul läbi viidud projekte. Vaatluse alla on kolm projekti:

- „Kingi muuseumile päev oma elust“, mis viidi läbi 2009. aasta kevadel ERMi 100. juubeli puhul;
- Näituse „Tuhande sammuga...“ näitusesaalis kommenteerimine, mis toimus 2009. aasta lõpus;
- „Oma Näitus“ ideedekonkurss, mis algas 2010. aasta alguses ning kestab 2011. aasta kevadeni, kuid mille üks oluline osa lõppes 2010. aasta mai keskel.

Nimetatud projektid on kõik osa grandiprojektist „Muuseumikommunikatsioon 21. sajandil“. Meeskonna liikmena olin ka ise tegev neist esimese ja kolmanda projekti läbiviimisel.

Kommunikatsioonijuht näeb kaasamist peamiselt osalemisena ning peamise sihtrühmana kaasamisel Eestis elavaid inimesi:

*LT: Teiselt poolt on kogumisaktsioonidega seotud ehk siin on ikkagi ühe eristuse me saame kohe teha, et Eesti. /--/ Ja just see kaasamine selles suhtes, et inimesed osaleksid meie üritustel, sündmustel, saaks osa sellest, mis me ehk siis see levitamise osa. Kui me võtame seda meie eesmärke. Ja teiselt poolt, jah, on see kogumise, kus me siis tahame kaasata inimesi rohkem ehk siis nad osaleksid fotovõistlusel ehk siis Eesti Hetked ja kogumisvõistlusel.*

Nagu näha, siis kommunikatsioonijuhi nägemus kaasamisest on pigem inimestega konsulteerimine/neilt nõu küsimine, inimestepoolne lugude jutustamine, nende muuseumikülastuseni viimine, millest oleks kasu muuseumil kui koguval ja säilitaval asutusel. Kaasamist kui koostööd ja partnerlust nähakse rohkem sihtrühmade osaluse suurendamisena muuseumile kasu saamise eesmärgil:

*LT: Ei, kindlasti tegelikult kaasamine tähendab dialoogi. Iga, ütleme ühelt poolt jah me nagu küsime neilt mingeid konkreetseid asju, me saame midagi vastu. Samas ka nendepoolne nagu panustamine aitab meil edasi arendada.*

*LT: Ehk siis suurim osa kaasamisest ongi see, kui inimesed saavad ise oma lugusid siia jäädvustada ja pakkuda neid. Noh, loomulikult on ka see, et inimesed tunneksidki huvi selle vastu, mis siin toimub, kuna see on just nende enda ajalugu.*

Ta toob välja Sõprade Seltsiga tehtud aktsiooni, mille raames 2009. aasta suvel valvas Raadi väravamaja suur hulk vabatahtlikke, kus taas on selge, et kaasamist mõtestab kommunikatsioonijuht siiski osalemise-tähenduses:

*LT: Suviti on seal väravamaja, mis on siis täiesti eraldi mõnes mõttes eraldi sellise informatiivse ja kaasamise funktsiooniga.*

Ainus aspekt, mille puhul võib rääkida veidi enam kaasamisest, kuigi nagu Toom isegi välja toob, see ei ole samuti siiski klassikaline kaasamine, on tagasiside küsimine muuseumikülastajatelt ja selle põhjal muutuste tegemine:

*LT: Noh, kaasamisest, see ei ole küll otsene kaasamine võib-olla, aga kus inimesed saavad oma, ütleme, arvamust välja öelda, needsamad tagasiside lehed, mis meil on*

*tegelikult olemas, mis on nii paber kui ka veebipõhiselt ja nende nagu täitmine just annabki ka selle meile tagasiside ehk siis ka selle kahepoolse suuna ja me saame reageerida sellele.*

Kommunikatsioonijuht selgitab, et praegused juba töötavad võimalused töötavad, kuid järjepidevuse tagamiseks peab muuseum otsima uusi võimalusi inimeste osaluse suurendamiseks<sup>3</sup> ning selleks, et panna inimesi mõistma – nende jutustatud lugudel on muuseumi jaoks suur väärtus ning need lood panevad aluse tulevastele näitustele:

*LT: Jah. Et noh, nemad osalevadki selles, mis muuseumis on. Ehk a la see, mis me täna näiteks kogume, ka see „Kingi muuseumile päev oma elust“, et ka see on see asi, mida 50 aasta pärast inimene näeb muuseumieksponaadina.*

Tänased lugude jutustajad on Toomi sõnul peamiselt vanemapoolsed isikud ja lisab, et tulevikule mõeldes tuleb kasutusele võtta uue meedia kanalid, et kutsuda osalema ka neid, kes seni seda ei tee. Ta toob välja muuseumi selge vajaduse omavahel kombineerida nii *online*-kui ka *offline*-kanaleid, et info jõuaks kõigi sihtrühmadeni ning kõigilt saaks lugusid koguda:

*LT: Me saame ette näha, et kui me ei muuda, ütleme, seda, et me lähmeegi veebi rohkem, et me kasutame veebipõhiseid küsitlusvorme, et siis mingi osa inimesi võib-olla ei tulegi nagu siia juurde. A me ei saa välistada seda teist poolt jällegi, sest siis need teised, kellel on see kaugem minevikumälestus ei tule.*

#### **4.3.1 Olemasolevad kaasamislahendused ERMis**

Töös olen mitmes kohas viidanud sellele, et tegelikkuses on ERM osalemis- ja kaasamisprojektidega tegelenud alates 1909. aastast, kui muuseum loodi. Süstemaatilisel on sellega tegeletud alates 1931. aastast kui loodi Kirjasaatjate võrk. Selle aja jooksul on

---

<sup>3</sup> Toom kasutab oma intervjuus üsna läbivalt sünonüümidena „osalemist“ ja „kaasamist“, kuid tulemuste esitluses lähtun siiski töö teoreetilises osas toodud International Association of Public Participation (Hinsberg ja Kübar 2009 kaudu) kaasatuse tasemetest, mille puhul Toomi poolt kirjeldatud on siiski „osalus“, mitte „kaasatus“.

koostatud teadaolevalt 228 küsimustelehte ning neile lisanduvad loodud ankeedid<sup>4</sup> (ERMi kodulehekülj: Küsimustelehed 2010). Alljärgnevalt annan ülevaate täna olemas olevatest osalus-ja kaasamislahendustest ERMis.

#### **4.3.1.1 Kirjasaatjate võrk**

Kirjasaatjate võrk (kasutatakse ka nimetust korrespondentide võrk) on ERMi juures tegutsenud 1931. aastast ning tänaseks on sellel 717 kaastöölist nii Eestis kui ka välismaal. Võrgu liikmed aitavad ERMi teabe kogumisel kaastööde kaudu ning seda saab teha ERMi koostatud küsimuslehtede kaudu. Lisaks koostatakse väiksemamahulisi küsimustikke kooliõpilastele ning alates 1958. aastast korraldatakse ka etnograafilise teatmematerjali korjamise võistlusi.

Teatmematerjali kogumise võistlusi on toimunud tänaseks 43 korral ning kokku on nendega laekunud 5285 tööd (ERMi kodulehekülj 2010). Igal aastal nimetatakse erinevad teemad ning kord aastas kuulutatakse välja võitjad. Käesoleval aastal (2009/2010) on teatmematerjali kogumise võistluse teemad:

- Räägime kartulist;
- Post minu elus;
- Vaba teema.

Samuti käib konkurss „Minu jõulujutt“. (*ibid.*)

Kirjasaatjad teevad tööd tasuta, seega on tegemist selgelt vabatahtliku osalusvormiga, kus parimaid autasustatakse rahaliste või esemeliste auhindadega ning vahel ka aunimetustega.

Muuseumi jaoks on tegemist olulise grupi inimestega – Kirjasaatjate võrk on välja toodud nii ERMi põhimääruses kui ka arengukavas. ERMi kommunikatsioonijuhi sõnul on tegemist toimiva süsteemiga ja ainus probleem on see, et enamasti on kirjasaatjateks

---

<sup>4</sup> 1943. aastani (k.a.) koguti andmeid rahvateaduslike küsimuskavadega, mis tänapäeva mõistes on ankeedid.

vanemapoolsed inimesed ning muuseumil tuleb näha vaeva, et panustaksid ka nooremad inimesed ja selles osas loodab ta uue meedia kanalitele.

*LT: Selles suhtes see Kirjasaatjate ja Sõprade Seltsi asi toimib väga hästi. Võib-olla see on see osa, et just seal see jätkusuutlikkus, et kui me võtame selle Kirjasaatjate, Sõprade seltsi keskmise vanuse, siis ta on nagu, noh, rohkem vanemapoolsed inimesed. Et see toimiks edasi, selleks ongi vaja kasutada neid uusi meediat, et saada ka järjest nooremaid ja et see info nagu jõuaks laiemalt, et ta vahepeal võib minna selliseks kinnisemaks ürituseks. Et, et see pigem ongi see jätkusuutlikkuse küsimus.*

Kirjasaatjad saavad ERMiga suhelda kasutades tavaposti, kuid oma loo võib saata ka kasutades veebivormi, kus muuhulgas kutsutakse üles illustreerima oma juttu ka piltidega, mida võib saata nii füüsilisel kujul, kuid need võivad olla kättesaadavad ka mõnes avalikus fotoportaal (ERMi kodulehekülg2010).

### **Pildisaatjad ja Eesti Hetked**

Portaal Eesti Hetked on MTÜ Eesti Hetked ja ERMi koostööprojekt, mille eesmärgiks on koguda ja eksponeerida Eesti igapäevaelu kajastavat foto- ja ka tekstimaterjali (EH koduleht 2010). Portaal jagab ka uudiseid, mis puudutavad ERMi ning ERMi fotokogudega seotut. MTÜ loojaks oli Tõnis Kärema, kes hetkel hoiab portaali ka oma jõududega üleval.

Tegelikkuses kogub Eesti Hetked praegu siiski peamiselt fotomaterjali, mis peaks kajastama Eesti igapäevaelu ning selleläbi täiendama ERMi fotokogu.

Sarnaselt Kirjasaatjate võrgule kogutakse pilte erinevate üleskutsete ning võistluste kaudu ning võistluste teemad kattuvad vähemasti osaliselt ERMi Kirjasaatjate võrgu aasta teemadega. Nii on näiteks 2010. aastal teemaderingis (*ibid.*):

- Minu auto;
- Kultuuride kohtumised;
- Kartul;

- Lugesisaasta;
- Eesti Post minu elus.

Neist kartuli-ja postiteema on selle aasta võistlusteemadeks ka Kirjasaatjate jaoks.

### **ERMi Sõprade Selts**

ERMi Sõprade Selts on muuseumist eraldi toimiv mittetulunduslik organisatsioon, mis on asutatud 1994. aastal ning mille eesmärk on kaasa aidata muuseumi tegevusele ja eesti ning teiste soome-ugri rahvaste ja Eestis elavate rahvusrühmade rahvakultuuri säilitamisele, uurimisele ja tutvustamisele. Seltsi väljaandes Lee tutvustatakse perioodiliselt oma tegevust ning avaldatakse ERMi kirjasaatjate kaastöid. Lisaks sellele korraldab selts erinevaid üritusi (konverentsid, ettekandekoosolekud, teabepäevad, õppereisid jne) ning annab välja trükiseid (ERMi kodulehekülg 2010).

Muuseumisõprade seltside eesmärgiks peaks Soome Tööraha Muuseumi direktori Kalle Kallio väitel olema anda vabatahtliku tegevusega muuseumidele lisaväärtust ning ühiskonna huve teeniv muuseum vajab sõpru (2008, Sild 2009:77 kaudu). Kallio rõhutab, et vähesed vabatahtlikud osalevad muuseumi töös ainult sellepärast, et neid motiveerivad muuseumitöö küljed, vaid seetõttu, et nad peavad end muuseumi sõbraks ja sõprussuhte loomine on keeruline, kui muuseumil ei ole oma ülesanne selge (*ibid.*).

Liisi Toomi sõnul toimivad ERMi suhted Sõprade Seltsiga väga hästi ning seltsi liikmed tulevad vajadusel ERMile ka appi. Ta kirjeldab, et 2009. aasta suvel valvati Raadil asuvat Väravamaja just tänu vabatahtlikele, kes leiti tänu Sõprade Seltsile ning see võimaldas ERMil maja suvehooajal lahti hoida:

*LT: Võib öelda Sõprade Seltsi raames näiteks me hõikasime välja, et meil on väravamajja suvel vaja vabatahtlikke ja põhimõtteliselt väravamaja suvine toimimine oli puhtalt see koostööst kaasamine. Nad ei saanud palka, nad said ainult tänu ja võimaluse panustada nii-öelda muuseumile, see on täiesti tegelikult mõnes mõttes hoopis teine, noh, et nad ei jäädvusta, noh, midagi või nii edasi, aga see oli*

*üks tegelikult selline koht, kus nemad tundsid, et nad on kuidagi saavad panustada ja meil oli sellest väga suur kasu.*

Samas Toom toobki just välja vabatahtliku töö aspekti ning selle, et nõnda on seltsi liikmete osalemine muuseumitöös on mõneti kokkuhoidmise viis.

### **4.3.2 ERMi osalus-ja kaasamisprojektide kirjeldus ja tulemused**

#### **„Kingi muuseumile päev oma elust“**

„Kingi muuseumile päev oma elust!“ aktsiooni viis ERM läbi oma juubeliaastal ning see kutsus inimesi üles jäädvustama oma päeva ERMi 100. sünnipäeval ehk 14. aprillil 2009. aastal. Inimestel paluti saata nii lugusid, fotosid, kollaaže kui ka filme ning soovi korral võis muuseumisse tuua ka päevaga seotud esemeid või muid materjale, mis päeva iseloomustavad. Kirjeldus võis sisaldada nii kogu päeva üldist ülevaadet kui ka kõige olulisemaid detaile oma päevast (ERMi koduleht: Kingi...2010). Võimalusi lugude saatmiseks oli mitmeid: lood võis saata posti teel, need võis tuua ERMi, kuid küllaldaselt oli avatud ka veebi teel saatmise võimalusi – inimesed võisid oma lugusid saata e-maili teel, fotosid laadida erinevatesse fotoportaalidesse (nii ERMi Eesti Hetkedesse, kui ka nt nagi.ee-sse), videoportaalidesse või edastada ERMile muuseumi Twitteri ja Facebooki lehtedele.

Tulemused: ERMile saadeti kokku 420 lugu, millest suurem osa (68,5%) saabusid muuseumisse *online*-kanaleid pidi. Saatjaid oli igas vanuses, nii näiteks oli vanim loosaatja sündinud 1913. aastal ning noorim 3-kuune, kelle vanemad jutustasid tema loo piltides ja tekstina (Toom 2009b). Lisaks saadeti erinevaid päevaga seotud esemeid – piletid, ostutšekid, konspektid, T-särk jne.

**Tabel 13. „Kingi muuseumile päev oma elust“ saabunud lood**

	<b>Lugude arv</b>	<b>Kommentaariid</b>
Tekstid (enamasti on juures ka fotod)	363	Posti teel 132, ülejäänud e-maili teel
Fotopäevad	35	Saabus nii posti kui ka e-

	<b>Lugude arv</b>	<b>Kommentaariid</b>
Videopäevad	4	maili teel (ka dubleeritult mõlemaid kanaleid kasutades)
Blogid	18	
Päeva mobiilne kaardistus	1	

Allikas: Aljas (2010)

Tänaseks on kõik saadud lood arhiveeritud ning paigutatud kogudesse ning tulevikus saab neid kasutada inimeste argielu ning selle muutumise uurimiseks. Inimestelt, kes projektis osalesid tagasisidet ei küsitud, kuid Aljase (2010) sõnul oli üldine tagasiside olnud positiivne.

ERMi kommunikatsioonijuht selgitas, et „Kingi muuseumile päev oma elust“ oli muuseumi esimene suurem katsetus *online*-meediaga ning tänu nii uute kanalite kasutuselevõtule kui ka aktsiooni laiale vastukajale tavameedias, jõudsid nad tavapärasest rohkemate inimesteni (erinevast vanusest, erinevatest piirkondadest jne):

*LT: Teine oli seesama mainitud „Kingi muuseumile päev oma elust“. Ehk siis see oli mõnes mõttes ka esimene selline suurem katse online'iga, aga noh, sealt tulid ka need samad kirjasaatjad, tulid need samad sõbrad ehk siis see mõnes mõttes viis nagu uuele tasemele selle kaasamise kui üldise nii-öelda vabatahtliku ja, ütleme, seotuse ERMiga. Seal oli, noh, see läbilõige inimestest on nagu väga erinev, et, et ei olnud ainult kas ühes vanuses või ühes piirkonnas või, et see oli nagu selles suhtes hea näide.*

### **Näituse „Tuhande sammuga...“ fotode kommenteerimine**

2009. aasta lõpus ning 2010. aasta alguses oli ERMi näitusemajas üleval ERMi fotokogu tutvustav näitus „Tuhande sammuga...“. Harjumuspärasest fotonäitusest eristas „Tuhande sammuga...“ see, et kõik näituse külastajad said soovi korral üleval olnud fotosid koha peal füüsilises ruumis kommenteerida.

Tulemused: Kahe ja poole kuu jooksul, mil näitus üleval oli, anti kokku umbes 200 kommentaari, millest suurem osa väljendasid suhtumist – inimesed kirjutasid, mis neile fotodelt meeldis, millistelt nad said uusi teadmisi, kuid esitati ka küsimusi erinevate fotode kohta või väljendati üllatust (Aljas 2010). Seda, mida antud kogemus inimestele anda võis või miks inimesed pilte kommenteerisid, aktsiooni jooksul ei uuritud, ent Aljase (ibid.) sõnul oli inimesi, kes seda oma kommentaarides ise välja tõid. Näiteks oli üks inimene kirjutanud: „*Mõte anda näituse külastajatele võimalus sel moel väljapanekut kommenteerida on väga hea! Kiitus.*“

Muuseumi jaoks olid nii mõnedki saadud kommentaarid kogu täiendamise seisukohalt olulised, sest fotode allkirju täiendati oma teadmiste võrra või tehti neisse parandusi. Nii näiteks toob Aljas välja (2010) mõned kommentaarid, mis andsid fotodele lisaväärtust:

- *16 Täpsusutuseks: Foto on tehtud Karksi vallas, Pöögle külas Maie talus (tookord oli see hoone Kõrgmäe sovh. lasteaed) praegu A. Kitzbergi tubamuuseum.*
- *747 See peaks olema Artur Vasiksaat, nime Vasikraat Muhus ei ole (Edgar Grünberg, muhulane Tartus)*
- *739 Kalda 22. See on nüüd Fortuuna tänav, MAJA on vist too, mis oli 1990ndate lõpul sellises seisus, et kukkus keset päeva tänavale. Liiklus seisis 4 tundi sel lõigul.*

Lisaks oma emotsioonide väljendamisele ning andmete lisamisele tekkis fotode ümber kommentaarilehtedel ka arutelu ning n-ö füüsilisel kujul paberilipikutel kommentaarium. Allolev arutelu tekkis kustutatud pildi juures:

*A: Naljakas, et 5-võitlus nii ohtlik olnud, et kustutada tuli*

*B: Eks keegi tegi sohki...*

*C: Ei tea mille alusel anti osa pilte kirjandusmuuseumile, osa kunstimuuseumile*

*D: ERM võiks uurida, kas need fotod ikka jõudsid sinna, kuhu nad kirja järgi pidid jõudma. Tõenäoliselt jõudsid need otse KGBsse või vähemalt neist tehti tolle jaoks koopia. See ei ole paranoia, nii oligi tol ajal.*

Näituse „Tuhande sammuga...“ piltide kommenteerimise võimaldamine näitas, et läbi selle saab muuseum täpsustada ning täiendada neil juba olemasolevat infot konkreetsete esemete kohta. Samuti võimaldab see muuta muuseumikülastust külastaja jaoks veidi elavamaks ja asuda külastajal suhtlusesse ka nende külastajatega, keda parasjagu kohal ei ole. Aktsioon toimus muuseumi füüsilises näitusesaalis ning juba siis suutis piltide alla tekkida kommentaarium. Tulevikus võiks sama näitust eksponeerida ka virtuaalnäitusena, et vaadata, kas see annab samuti lisandväärtust või kas tekib enam ja/või sisukam diskussioon.

### **„Oma Näitus“**

Projekt „Oma Näitus“ algas 2010. aasta alguses ning faktiliselt kestab kuni 2011. aasta märtsini, kuid seda saab kasutada antud töös kaasusena, sest üks suur osa aktsioonist lõppes 2010. aasta 15. mail.

„Oma Näituse“ raames kutsus ERM koostöös teadusprojektiga „Muuseumikommunikatsioon 21. sajandi infokeskkonnas“ kõiki eestimaalasi, kes ei ole igapäevaselt muuseumitööga seotud, üles esitama Eesti Rahva Muuseumile näituseidee igapäevaelu teemadel kahes kategoorias: oma esemetega ning koos ERMi esemetega. Algusest peale selgitati ka, et ideed lähevad avalikule hääletusele, mille võitjad saavad koos ERMiga näituse kokku panna ehk olla ise näituse kuraatoriteks. Palka näituse kuraatoritele ei maksta, kuid näituse ülespanekuga seotud kulud kaetakse.

Tulemused: Kokku saabus „Oma Näitusele“ 33 näituseideed, neist 26 soovis näidata oma esemeid ning 7 oma esemeid koos ERMi kogudes leiduvaga. Ühtegi sellist ideed, kus oleks tahetud kasutada ainult ERMi kogudes leiduvat, ei tulnud.

Kuu aega kestis avalik hääletus nii internetis kui ka ERMi näitusemajas. Kokku oli hääletajaid 566, neist 52 täitsid näitusemajas paberkujul hääletussedeli ning ülejäänud hindasid ideid „Oma Näituse“ koduleheküljel.

Alljärgnevas tabelis (vt Tabel 14) on näha, kuidas jaotus ideede esitamine ning hindamine *offline*-ja *online*-kanalite lõikes ning siit on selgelt näha, et *online*-kanalite kasutamine on kordi populaarsem ning läbi selle on suurendatud võimaliku auditooriumi hulka.

**Tabel 14. Kanalite kasutus „Oma Näituse“ ideede esitamisel ja hindamisel**

	<b>ERMi näitusemajas füüsilisel kujul (posti teel või kohapeal)</b>	<b>Kasutades <i>online</i>-kanaleid (e-mail, veebivorm)</b>
Ideede esitamine	5	28
Ideede hindamine	52	514

Avalikul hääletusel osutusid võitjateks kaks näituseideed, mis olid mõlemad saabunud ERMi tavaposti teel ning seda, mis kujul edasine kaasamisprotsess välja näeb, saavad uurida juba teised, kuid ideaalis peaksid kuraatoriteks olema näituseideede esitajad ning neid abistavad ERMi töötajad. Ehk tegemist ei ole täielikult osalejate võimustamisega, kuid väga tugeval kujul partnerlusega.

ERMi kogemused aktsioonide „Oma Näitus“ ja „Kingi muuseumile päev oma elust!“ läbiviimisel näitavad, et laialdaselt paisatud üleskutsetega on võimalik jõuda väga erinevate sihtrühmadeni ning *online*-kanalite kasutamine võib kohati olla tulemuste saavutamisel ligi 10 korda efektiivsem viis. Teisalt osalejate variatiivsuse saavutamisel on oluline säilitada ka *offline*-kanalite kasutamise võimalus.

## 5 Järeldused ja diskussioon

Käesolevat tööd esialgu kirjutama hakates seadsin töö eesmärgiks anda ERMile praktilisi suuniseid selle kohta, kuidas oma praegust suhtlust sihtrühmadega parandada ning teha konkreetseid ettepanekuid sõnumite osas, mida edastada muuseumiskäijatele ning muuseumivõõrastele inimestele ja kuidas läbi nende sõnumite suurendada sihtrühmade kaasatust muuseumi tegevustesse. Töö käigus sai aga selgeks, et ERMi praegune kommunikatsioonimaastik on tegelikkuses kaardistamata ning enne konkreetsete ettepanekuteni jõudmist tuleb püüda situatsiooni kaardistada. Nii tõusid töö keskmesse ERMi sihtrühmade ja väliskommunikatsioonikanalite kaardistamine ning integreeritud kommunikatsiooni (sh erinevate kanalite) roll sihtrühmade kaasamises. Töö eelnevates osades paigutasin ERMi tänasesse turumajanduslikku situatsiooni, kus muuseum peab võistleva muuhulgas kaubanduskeskuste ja muu meelelahutusega; kaardistasin sihtrühmad ja ERMi väliskommunikatsioonikanalid ekspertintervjuus ning dokumentides leiduva põhjal; analüüsisin Eesti muuseumikülastajaid ning analüüsisin ERMi kaasamislahendusi. Paraku ei jõua see töö konkreetsete sõnumite sõnastamiseni, kuid käesolevas peatükis annan omapoolsed soovitused, milliseid sihtrühmi võiks ERM kaasamisega seotud väliskommunikatsiooni tegevustes silmas pidada ja kuidas nendega suhelda.

### 5.1 ERMi sihtrühmad ning nendega suhtlemise viisid ja kanalid

Mina.Maailm.Meedia 2008 andmestiku põhjal tõin välja, et laias laastus jagunevad Eesti inimesed muuseumikülastustega seoses nelja gruppi, kellest muuseumide jaoks on olulised kaks: inimesed, kellele meeldib muuseumis käia ja kes teevad seda rohkem kui üks kord aastas ning inimesed, kellele samuti meeldib muuseumis käia, kuid teevad seda harva või üldse mitte. Loomulikult võib püüda muuta ka nende inimeste suhtumist, kellele muuseumis käia ei meeldi, kuid see on kindlasti aeganõudvam protsess ning ressursipuudusel valikuid tehes võiks ERM keskenduda eelkõige positiivse eelhäälestusega inimeste endaga sidumisele. Seda sobib kokku võtma ehk seos, et taimetoitlast liha sööma meelitada on võimalik, aga see ei pruugi olla vajalik või otstarbekas.

Uuringu Mina.Maailm.Meedia järgi meeldib 64% Eesti elanikkonnast käia muuseumis. Asutusele, mis on oma sihtrühmaks määranud terve Eesti, peaks see olema piisav hulk inimesi, kellega tööd teha ja tööd jagub, sest üle poole neist inimestest oma meeldivusest hoolimata muuseumis ei käi. Nende muuseumiga sidumisel võib kaasamistegevustel olla otsustav roll, kuid selle uurimiseks peaks tegema spetsiaalselt muuseumikülastajatele (ja miks ka mitte eraldi ERMi külastajatele) mõeldud uuringuid ning jälgima protsessi pikema ajaperioodi vältel. Mina.Maailm.Meedia tulemused kajastavad siiski üldiseid tendentse Eesti muuseumimaastikul ja mitte otseselt hinnanguid või käitumist Eesti Rahva Muuseumi suhtes. Samas toob üle-Eestiline uuring välja kenasti selle valukoha, millega ERMgi oma sihtrühmadega suhtlemisel hädas on – väga raske on eristada konkreetseid sihtrühmi. Oma analüüsis võtsin veidi teravama tähelepanu alla need inimesed, kellele meeldib muuseumis käia, kuid kes seda ei tee, lootuses, et ehk on nende suhtumises mingeid neid teistest gruppidest eristavaid faktoreid või ka selle rühma siseselt selgelt eristuvaid rühmi. Konkreetseid gruppe, mis võiksid aidata ERMi ja teisi muuseumeid sihtrühmade määratlemisel, sealt välja ei tulnud.

Püüan alljärgnevalt pakkuda välja veel võimalusi, kuidas ERM võiks oma sihtrühmi kitsendada. Juhul kui ERM soovib siiski oma sõnumitega endiselt tabada kogu Eestit, siis soovitan igal juhul võtta hoog maha ning **esialgu keskenduda sellele 64% elanikkonnast, kellele meeldib muuseumis käia.** Võimalik, et neile suunatud kommunikatsioonitegevused mõjutavad ka muuseumiskäimist oma lemmiktegevuste hulka mittelugevaid inimesi. Eriti kui muuseum tuleb väga selgelt üha enam välja erinevatel tasanditel kaasavate aktsioonidega, mis võivad nn eitajate-grupi suhtumist muuseumisse muuta. Väga suure tõenäosusega ei meeldi enamusele neile muuseumis käia just seetõttu, et seda peetakse liiga igavaks, vananenuks, ajalookeskseks jne. Need on küll vaid oletused, sest uuringus seda ei käsitletud, kuid kindlasti mõttekoht. Kui hoolimata minu soovitudest soovitakse endiselt suunata kommunikatsiooni kõigile, siis siit veel üks ERMi jaoks huvitav järeldus: uuringu järgi mõjutab neid inimesi, kellele ei meeldi muuseumis käia, kõige enam rõhumine traditsioonidele ning rahvuslusele. ERMil on võimalused selle ootuse täitmiseks, kuid see võib teha (ja ilmselt teebki) „karuteene“ ERMi püüdlustele olla kaasagne ja tulevikku suunatud. Muuseumikülastamist mitte-meeldivaks tegevuseks pidajate puhul on pigem siiski vajalik olemasolevate hoiakute muutmine ning uurida, miks

neile ei meeldi muuseumis käia – kas see on kuvand muuseumist kui vananenud organisatsioonist ja igavast kohast või neil inimestel lihtsalt puudubki huvi muuseumi kui institutsiooni, meelelahutusasutuse jne vastu. Suhtumist ja hoiakuid on pika tööga võimalik muuta, kuid täielikku huvipuudust – parem siiski suunata oma energia ja ressursid mujale.

Eesti üldisemalt tasandilt ERMi juurde liikudes on esimene aspekt, mis silma jääb see, et sihtrühmad on selgelt määratlemata ning tegutsetakse strateegilise plaanita. Sellest andsid märku nii kommunikatsioonijuhiga tehtud intervjuu kui ka ERMi põhidokumentides leitav. Ühelt poolt on see situatsioon mõistetav: ERMil on meie ühiskonnas kanda väga mitmekülgne roll- samaaegselt harida, uurida, koguda, hoida ja säilitada eesti ning soomeugri kultuuripärandit. See annabki võimaluse suunata end, nagu ERMi kommunikatsioonijuht isegi märkis, kogu maailmale või kogu Eestile. See aga viib paratamatult selleni, et oma sõnumeid kõigile suunates ei pruugita jõuda ühegi sihtrühmani. Läbivalt räägivad kõik kogumisega seotud inimgruppidest (Kirjasaatjate võrk, Pildisaatjate võrk) ning ERMi Sõprade Seltsist, kes aitab nii kogumisel, kuid kellega soovitakse arendada ka muul kujul koostööd. Sihtrühmade laiali valgumine on mõneti paratamatu, sest ERMi roll on tegeleda väga erinevate funktsioonide ja sihtrühmadega, kuid piiratud ressurssidega ei ole võimalik suunata oma kommunikatsiooni kõikidele maailma või Eesti inimestele. Selle asemel tuleb valida sihtrühmad, kes on võimalikult kitsalt määratletavad, kuid teisalt aitavad sõnumit ka laialt levitada.

ERMi kommunikatsioonikanalite kasutus on üsna mitmekesine ja aktiivselt kasutatakse nii *offline*-kui ka *online*-kanaleid, kuid viimaste osas käib veel kompimine. Üldiselt võib ka kanalite puhul välja tuua strateegilise lähenemise puudumise. Võttes siiajuurde veel arvesse asjaolu, et ERMi sihtrühmad on üsna hajali, siis mõlema kindlam struktureerimine annaks ilmselt juurde efektiivsust nii oma sõnumi edastamise mõjukuses kui ka ajaressursi kasutuses. Täpsema sihtmärgita tulistamisega võib keegi küll pihta saada, aga kes see on? Loomulikult oleks tore, kui kõik Eestis ja lähiriikides asuvad inimesed peaksid ERMi suurepäraseks ajaveetmiskohaks, mis töötaks Tartu või Eesti külastusmotivaatorina, nagu turismikorraldajad ja giidid välja tõid, kuid täna see nii ei ole ja ootused, et see uue maja avades saab nii olema, on kõrged. Ent see ei juhtu iseenesest ning selge sihtrühmade seadmine ning oma sõnumite igakülgne kommunikeerimine neile juba täna võiks olla

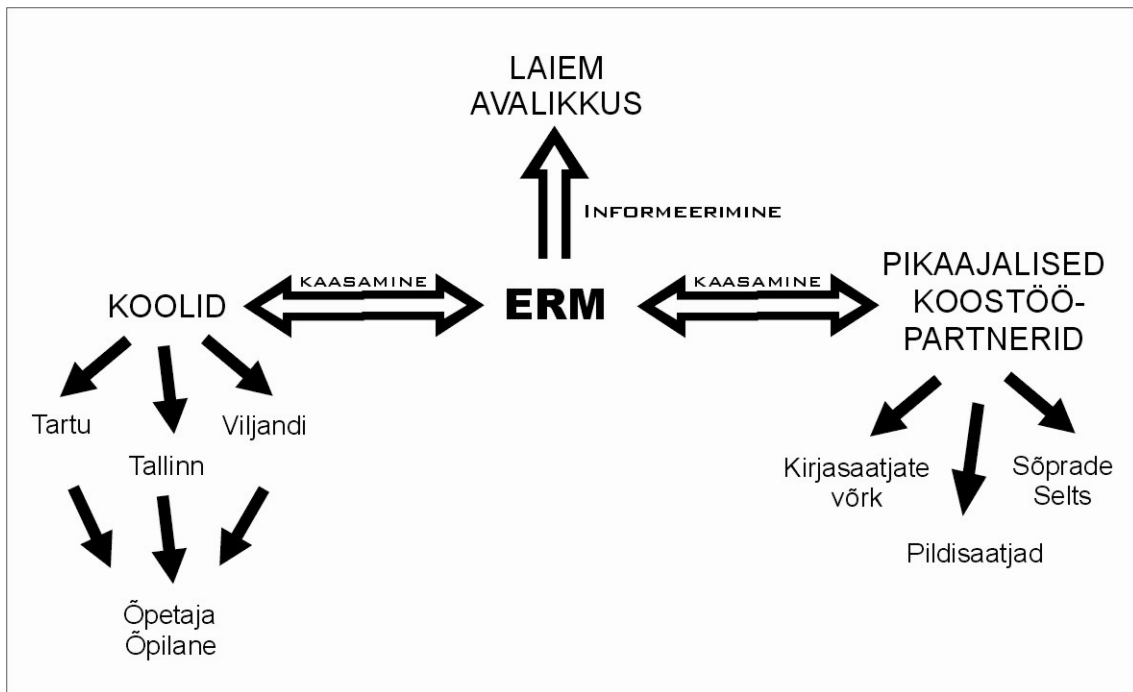
selleni kiirem tee, kui kõikide maailma inimeste tabada üritamine. Mulle endale tundub, et kaasamistegevused võivad olla siin võtmeteguriks – see aitaks ERMil välja rabeleda igava ja tolmunud väljapanekuga (kasutan sihtrühmade kasutatud väljendeid, mis ilmtingimata ei kajasta minu isiklike vaateid) ainult rahvuslikule pärandile keskendunud muuseumi kuvandist ning kui järgmised neli aastat järjepidevalt (kuid mitte ülemäära palju) olla avatud inimestele ning nende ideedele (st ka reaalselt kaasata inimesi muuseumi igapäevategevustesse, kuid sellest räägin täpsemalt kaasamist käsitlevate järelduste all), siis võib olla uuele majale seatud mõnus vundament ka võimalikke muuseumikülastajaid silmas pidades.

Nii suhtekorraldus- kui ka turundusvaldkonnas ei saa tänapäevaste meediumite võidukäiku tähelepanuta jätta ning need valdkonnad tuleb uute meediumitega siduda. Ehk siis – kui ERM soovib olla 21. sajandi „laboratoorium-muuseum”, siis on oluline arvestada ka tänapäeva olemasolevate võimalustega, mis aitavad sihtrühmadel osaleda muuseumi tegevustes. Seni on seda tehtud strateegiliselt planeerimata ning juhtumipõhiselt. Kuigi juhtumipõhine lähenemine sihtrühmadele ning kanalitele on kindlasti vajalik, siis nad peaksid olema siiski osad suuremast plaanist. Kui ERM tahab olla Eesti ühiskonna sidustaja, laboratoorium-muuseum ja lisaks veel ka miski muu, siis ka kanalite puhul soovitan välja valida prioriteetseimad – kelleni üks või teine kanal meid täna viib? Kas meil on sellest kasu? Ehk seda juba ka tehakse – käesolevas töö jaoks intervjuerisin nt ERMi kommunikatsioonijuhti ligi 9 kuud tagasi ja selle aja jooksul võib olla nii mõndagi muutunud, kuigi keskmiselt kõrgema huviga kõrvaltvaatajana ma seda ei näe. Piiratud inim-ja raharessursiga ei ole võimalik hallata kõiki kanaleid ning sihtrühmi sama edukalt ning prioriteetide seadmine on möödapääsmatu. Lihtsalt prioriteetid tuleb seada nõnda, et need ei välistaks ka teiste sihtrühmade, kanalite, osalejate jne võimalusi.

Seega soovitan ERMil mõelda strateegilise kommunikatsiooniplaani koostamisele. Seda koostades ei tasu unustada aspekti, et kõigel on kõigega seos ning ka kõigil muuseumi tegevustel on omavahel seos. ERM võiks seega mõelda **integreeritud kommunikatsiooni- ja turundusplaani loomisele, kus on arvesse võetud ERMi kui organisatsiooni kõiki eesmärke, kõiki ERMi osasid ja tegevusi**, neid prioritseeritud ning töötatud välja oluliseimad sõnumid, millega tahetakse edasi minna. See tähendab, et strateegilisse

plaanerimisse tuleb kaasata nii muuseumi kogud, muuseumipedagoogikaga tegelevad ERMi osad, turundust, kommunikatsiooni, näituste projektijuhte jne jne.

Mõtlesin, et annan sellele tulevasele strateegiale ka omapoolse panuse ning pakun välja ühe võimaluse sihtrühmade prioritseerimiseks just kaasamise vaatevinklist lähtudes. See põhineb ERMi enda nägemusel oma sihtrühmadest. Minu valik on subjektiivne kõrvaltvaataja hinnang, kuid neid paika pannes püüdsin arvesse võtta ERMi tänast situatsiooni ja ka isiklike teadmisi ERMi kohta, mis jäävad sellest tööst küll välja, kuid mida olen õppinud ja kogunud olles ERMiga olnud seotud läbi grandiprojekti umbes 1,5 aastat.



**Joonis 6. ERMi kaasamisaktioonide prioriteetseimad sihtrühmad uue maja avamiseni**

Jooniselt on näha, et ma ei paku välja täiesti uusi sihtrühmi, vaid **soovitan prioriteetseteks valida ainult kaks gruppi: koolid ning senised pikaajalised koostööpartnerid.** Mõlemad on ERMi jaoks sihtrühmad juba ka täna, kuid muuta nendega koostöö tihedamaks ning mitmekesisemaks nõnda, et saaksime realselt rääkida sihtrühmade kaasamisest.

Tegemist on strateegiliselt oluliste sihtrühmadega ka ERMi tegevusi silmas pidades: nende abil on võimalik koguda materjali, kaasata nad näiteks näitusetegemisse, harida neid muuseumiga seotud valdkondades ning hoida elus neid kontakte, mis aastakümnete jooksul loodud on. See soovitus ei tähenda, et teiste sihtrühmadega ei peaks üldse tegelema. Pigem tähendab see, et seniks, kuni ei ole välja töötatud strateegilist pikaajalist kommunikatsiooniplaani, võiks keskenduda neile kahele sihtrühmale. Selgitan alljärgnevalt miks ja kuidas töötab selline strateegia muuseumi kasuks nõnda, et teised rühmad võibki, vähemasti kaasamist ja otsest kommunikatsioonitegevust arvestades, jätta tagaplaanile.

Pikaajalised koostööpartnerid: ERMi Kirjasaatjate võrk on töötanud efektiivselt üle 70 aasta ning töötavat süsteemi, mis endiselt pakub organisatsioonile vajalikku sisendit, ei ole mõistlik lõhkuma hakata. Pildisaatjad on küll noorem üksus ning lühemate traditsioonidega, kuid mõnevõrra käib Kirjasaatjatega ühte jalga. Nendega seotud tegevusi saab jätkata. Pikaajaliste koostööpartnerite hulka kuuluvad ka Sõprade Seltsi liikmed. Kuna kõigi nende gruppidega on ERMil juba usalduslik suhe, siis soovitan viia see üks aste edasi ning mõelda edasi koos nendega, kuidas saaks koostööd tehes saavutada uusi eesmärke ja viia suhe kaasamiseni. Näiteks miks mitte mõelda koos välja viise, kuidas saaks uue maja valmides ERMi kogusid viia uutesse hoidlatesse – see grupp on ise andnud panuse kogude moodustamisele, nad on vähemasti osaliselt osalenud ERMi talgutel või muudel üritustel, neil on see kogemus ja ehk suudavad nad koos ERMi inimestega välja mõelda viise, kuidas uude majja kolimine otstarbekalt toimuda võiks. Nad saavad end seeläbi tunda vajalikuna, ise kaasa rääkida ning ehk leitakse üheskoos lahendus, mis on efektiivne ja ka laiemat avalikkust kaasav.

Koolid: Näiteks pakun ma välja võtta üheks sihtrühmaks õpetajad ja kooliõpilased. Miks? Esiteks seetõttu, et läbi nende on võimalik täita üsna mitu ERMi hallata olevat funktsiooni: harida, näidata oma kogusid ning koguda uut materjali tulevikuks. Õpetajad kinnitasid, et kõiksugu võistlused on põnevad ning õpilastele huvitavad. Täna täidavad õpilasgruppid küsimusteleti, kuid ehk saaks neid ERMiga veelgi enam siduda.

Koolidega suhtlemisel soovitan alustada mitte korraga, püüdes tabada kõiki Eesti koole, vaid vallutades neid järk-järgult. Osade Tartu koolidega on ERMil suhted kindlasti juba

olemas – seega alustage neist. Kui Tartu jääb väikseks, siis tuleb liikuda edasi. Suurem osa neist, kellele meeldib muuseumis käia, kuid kes seda ei tee, olid pärit kas Tallinnast või Lõuna-Eestist. Sellest tingitult valisin ka linnad, kuhu oma ressursid esialgu suunata.

ERMi tänased olud vanas näitusemajas ei võimalda teha väga atraktiivseid väljapanekuid ning näitusepindasid on vähe. Üks võimalus on liikuda majast välja. Idee, kuidas seda teha andsid õpetajad, kes töid näite ühest teisest muuseumist, kes koostab harivaid liikuvaid väljapanekuid, mida saab kooli tellida. Põhimõtteliselt peaks ju ERMilgi olema võimalik teha koolidega koostööd ja mitte ainult plakatite näol (kusjuures selliste harivate plakatite idee on ERMi arengukavas isegi kirjas), vaid püüda koole enam kaasata ja kutsuda neid üles tegema oma koolis ERMi materjalidega näitust. Sellist, kus ERM annab vajalikku teavet, aitab valida esemeid, mida on võimalik eksponeerida (sh arvestades hoiu- ja muid tingimusi), kuid ülejäänud tegevus jääks kooli ning õpilaste kanda. Nemad saaksid lõppkokkuvõttes otsustada kas näitust teha, kuidas teha ja kes seda teeksid. Julgen kahtlustada, et sellisel kujul „Oma Näitus“ võiks olla põnevaks väljakutseks, siduda ERMiga noort põlvkonda, keda soovitakse näha Kirjasaatjate võrgu tulevaste liikmetena. Selline eneseavamine võib lõpp-kokkuvõttes tuua külastajaid ka näitusemajja. Lastel tekib teema vastu huvi ning sellega on pandud alus ka tulevastele külastajapõlvkondadele ja mitte ainult. Seda õigesti ja laste jaoks põnevalt tehes saab huvi äratada ka lastevanemates. Ehk tegeledes koolidega ja eelkõige otse õpetajatega (kusjuures ei pea end piirama ainult ajalooõpetajatega, kuid selguse huvides võib, aga neile lisaks kindlasti ka algklasside õpetajad) jõuab ka õpilasteni ning nende vanemateni.

Siit edasi võivad „kõik Eesti inimesed“ kaasneda ka iseenesest, sest tasub meeles pidada Falki (2009:155) poolt välja toodud aspekti: inimesed teevad külastusotsuse enamasti teiselt inimeselt kuuldud info põhjal. Seega, meediaga suhtlemine ja laiale avalikkusele pressiteadete suunamine informeerimise eesmärgil peab jääma samuti üheks tegevuseks, kuid sellest olulisem on positiivsete kogemuste ja elamuste loomine neile, kes on juba täna muuseumiga seotud (nt külastajad, oma töötajad, Kirjasaatjate võrgu liikmed, Sõprade Seltsi liikmed jne). Samm-sammu haaval saab oma haaret laiendada ning kui tundub, et valitud meetodid ei tööta ja koolidega koostöö tegemine ei ole võimalik, võib kaaluda ka teisi sihtrühmi. Minu peamine sõnum on mitte joosta igas suunas, vaid valitutes.

## **ERM aastatel 2010-2014: sihtrühmade soovitus**

Tegutsedes tänastes turumajanduslikes tingimustes, kus muuseum peab samaaegselt olema haridus- ja meelelahutusasutus ning suutma meelitada enda juurde vägagi erinevate huvidega inimesi, on ERM oma vana näitusemajaga raskustes. ERMi sihtrühmad andsid praegusele ERMi näitusemajale väga kriitilise hinnangu ning rääkisid parema meelega tuleviku muuseumist kui tänasest situatsioonist. Tuleviku suhtes on nende ootused kõrged, kuid mõned nende tehtud ettepanekud parandaksid ka tänase ERMi sihtrühmade hinnaguid muuseumile.

Turismikorraldajate ja giidide soovitus on kohati väga asjalikud ning ERM võiks kindlasti kaaluda neist mõne kasutamist. Siinkohal tasuks lähtuda asjaolust, et kuigi n-ö vanasse näitusemajja ei soovi ERM enam investeeringuid teha, siis neli aastat peab siiski veel suutma ka seal külastajaid vastu võtta ning neile meelde jäävat elamust pakkuda. Seega miks mitte järgmise Muuseumiöö raames panna näitusesaali päris inimesi rääkima konkreetsest ajastust või nähtavast tegevusest? See võiks olla üks neist tegevustest, mis paralleelselt koolide ning pikaajaliste koostööpartneritega suheldes samuti edasi toimub.

Teisalt on giidide soovid ka üsna nõudlikud ning näiteks kui soovitatakse inimesi viia hoidlatesse, siis tegelikkuses ei olda teadlikud, et ERMi hoidlate seisukord ei võimalda sinna suurte gruppidenä minna. Aga ehk on võimalus seda ideed edasi arendada ning teha hoidlate tööst väike lühivideo – selgitamaks, millega muuseum tegelikkuses iga päev tegeleb.

Õpetajate ning giididega-tehtud intervjuude põhjal võib mõlemad grupid jagada Falki (2009) järgi „grupijuhtideks“ ehk siis oma ametikohustusi täites on nende ülesanne jälgida, et kõik teised saaksid muuseumist vajaliku ning oleksid rahul. Aspektid, millele nad tähelepanu juhtisid, kattuvad Falki (*ibid.*) külastustüüpide motivatsioonidega. Teisalt õpetajate puhul võib kindlasti öelda, et osades muuseumides võtavad nad ka „professionaali-hobiuurija“-positsiooni ning erinevaid rolle võtavad ka nende gruppide liikmed. Antud töö kontekstis on huvitavam aga see, et grupijuhina püüavad nii turismikorraldajad ja giidid kui ka õpetajad mõista teiste positsioone ning huve muuseumikülastusel (olgu siis selleks turistid või õpilased). Näiteks kui me vaatleme seda,

milliseid aspekte toodi kõige enam välja ja püüame neid seostada Falki külastajatüüpidega, siis toodud ideed ja probleemkohad on küllaltki üks-üheselt võimalik paigutada Falki külastajatüüpide huvidega ning külastusmotivatsioonidega. Nii näiteks:

- **Paindlikkus:** see on selgelt seotud fookus-gruppides osalejate kui grupijuhhi rolliga - nad tahavad, et neil oleks muuseumiskäik mugavam, nad saaksid seal täita oma ülesannet ning võtta kohati ka professionaali-rolli (rääkides nt ajaloost teises võtmes, saades ise rohkem teada neid huvitava teema kohta);
- **Ootus aktiivsemate ja atraktiivsemate väljapanekute järele:** need kaks aspekti on olulised avastajatele, kes soovivad rahuldada isiklikku uudishimu (tehtud fookus-gruppides rääkisid mõlemad grupid kohati kindlasti ka enda seisukohtadest lähtudes, võttes avastaja-rolli ja teisalt arvestades ka seda, mida nad on oma igapäevatoos gruppe jälgides näinud), kuid samamoodi ka kogemuste otsijale, kes tahab olla uutele asjadele ja ideedele avatud;
- **Raadi kompleksi edasi arendamine:** giidid tõid eriti selgelt välja, et Raadi on ilus ja põnev koht, kuhu inimesi viia ja see läheb väga selgelt kokku taastujate/eneselaadijate peamise külastusmotiiviga, milleks on igatsus end igakülgelt laadida kaunis keskkonnas;
- **Kõrvaltegevuste paigutamine olulisele kohale:** ühelt poolt on tegemist taas taastujate/eneselaadijatele olulise aspektiga, teisalt võib see tunnus olla omane ka grupijuhtidele (mida giidid ja õpetajad oma ametipositsioonil kindlasti on).

Sihtrühmade ootused tulevasele ERMile on väga kõrged ning kohati tundub, et nad ei anna endale aru, mis on ERMi koht ja ülesanne ning muuseumi sees töötavatele inimestele võivad need ootused tunduda isegi naeruväärsetena. Oodatakse, et ERM oleks samal ajal hariv ja mänguline; peaks pakkuma Eesti toitu, mis peaks edasi kandma eestlust, kuid samas olema välismaalasele vastuvõetav kaasaegne muuseum jne. Aga see on täpselt see situatsioon, milles ERM täna on ja millesse ka teoreetikud tänase muuseumi paigutavad – kui muuseum tahab endale külastajaid, siis ta peabki võistlema erinevate kaubanduskeskuste, olgu selleks Lõunakeskus või Solaris, ja teemaparkidega. Muuseum

võib tahta olla elitaarne, kuid sel juhul ei tohiks oma sihtrühmaks määrata „kõik Eesti inimesed“.

Mõned sihtrühmad ootavad ERMilt Raadi seadmist teemapargi seisusesse ning ERM ühelt poolt ütleb oma tulevikunägemuses ka ise, et nad soovivad olla hea ajaviitekeskus, kuid teisalt ei positsioneerigi ERM ennast lõbustuspargina. Sarnaseid valeootusi on veel (nt kui oodatakse nt Lõuna-Ameerika kultuuride tutvustamist) ning see on muuseumi ülesanne enne oma uue maja avamist selgeks teha, mis uues majas olema saab ning mida seal kindlasti ei näe. Seda selleks, et kõrvaldada valeootused, tõsta teadlikkust ning seeläbi lõppkokkuvõttes vähendada inimeste võimalikku pettumust (kui nende soovitud asju ei ole) juba eos.

## **5.2 Kaasamine ERMis: mis, miks ja kuidas peaks?**

Sihtrühmade kriitikast ja kõrgetest ootustest tulenevad kaks probleemkohta:

- a) uue maja valmimiseni läheb veel vähemalt 4 aastat;
- b) kuidas nelja aasta pärast vastata kõigile ootustele?

Ma pakun välja, et kaasamislahenduste aktiivsem kasutamine ning tõesti kaasamine, mitte ainult osalema motiveerimine, võivad olla siin headeks probleemilahendusteks. See ei tähenda, et teisi lahendusi ei ole, lihtsalt kaasamine oleks üks võimalus.

ERMi uus maja avatakse kõige varem nelja aasta pärast ja praegu ei ole tegelikult sajaprotsendilist kinnitust (ehk lõplikku kinnitust raha olemasolule), et see siis ka juhtub. Seega kuigi olemasolev näitusehoone on vana, väsinud, igav ja üksluine (kasutan siinkohal sihtrühmade välja toodud aspekte), siis see on ka ainus näitusehoone, mis praegu olemas on ning selles tuleb veel neli aastat külastajaid vastu võtta. Sihtrühmad ei tohiks olla arvamusel, et praegu kõik seisab ja nelja aasta pärast toimub plahvatus.

Muuseum on õigel teel – järjest katsetatakse aktsioone, mille käigus püütakse inimesi kutsuda erinevatel viisidel muuseumielust osa saama. „Oma Näitusega“ suudeti kaasamisskaalal jõuda juba üsna kaugele ja anda osa oma võimust (otsustusõigusest) käest

ära. Protsessis osalejana nägin, et see ei tulnud kõigil organisatsiooni liikmetel kergelt, kuid esimesed signaalid sellest, et muuseum ei ole ainult vana ja väsinud maja, vaid organisatsioon, mis tahab oma külastajatega suhelda, neid kaasata ning nendega koos teha (mitte ainult neilt midagi saada), on välja saadetud. Edasine sõltub sellest, kas sarnaseid aktsioone korraldatakse veel (rõhk on siinkohal just neil aktsioonidel, mis ka kaasaks, mitte ainult ei kutsuks osalema) ning kuidas praegu käimas olev „Oma Näitus“ kommunikatiivselt välja mängitakse. Aga taas tuletan meelde, et ehk võiks võtta suuna ainult mõnele sihtrühmale ja nendega tõsiselt tööd teha.

Käesoleva töö kontekstis lõin kasutades Morrone'i (2006) kultuuriosaluse viise kui ka International Association for Public Associationi (IAP2 2007) poolt välja töötatud kaaasamise mudelit ühe võimaliku osalus-ja kaasamisskaala, mida kultuuriasutused oma osalus-ja kaasamisaktsioonide kaardistamisel ning ehk ka planeerimisel kasutada võiks. See on üsna algeline ja vajaks kindlasti ka edasi arendamist, kuid aitab paigutada ERMi tänased peamised osalust suurendavad aspektid/organisatsioonid ning analüüsivad projektid kultuuriosaluse ja -kaasamise skaalale tabeli kujul. Tabeli alumine parem nurk võiks iseloomustada kõrgeimat kaasamise-ja kultuuriosaluse taset. Tabeli ülemine vasak nurk on kultuuriosaluse ja -kaasamise skaala madalaim tase, kuid sellest madalamal on kindlasti situatsioon, kus kaasamist ja osalemist ei toimu ehk antud tabel on kasutamiseks juhul, kui esmased osalusalged on siiski olemas.

**Tabel 15. ERMi tänane situatsioon osalus-ja kaasamisskaalal**

<b>Morrone'i jaotus</b>	<b>Käimine (osalemine)/vastu võtmine</b>	<b>Amatööride sooritus/loomine</b>	<b>Vastastikune mõjutamine (interaktsioon)</b>
<b>IAP2 jaotus</b>			
<b>Informeerimine</b>	Eesti Hetked		
<b>Konsulteerimine</b>	Kirjasaatjate võrk	Kirjasaatjate võrk	„Tuhande sammuga...“
<b>Koostöö</b>			Sõprade Selts
<b>Partnerlus</b>			„Oma Näitus“
<b>Võimustamine</b>			-

Käesoleva skaala puhul tuleb silmas pidada, et IAP2 jaotus on järjestikune ehk järgmisesse etappi jõudmiseks peab eelnev läbitud olema, kuid Morrone'i puhul ei ole seda tingimuseks seatud.

Kuigi tabeli kaks erinevat nurka väljendavad piltlikult ühe skaala kahte otsa, siis see ei tähenda seda, et muuseum peaks püüdlema ühe või teise ääre poole. „Oma Näitusega“ jõudis ERM minu arvates piirini, kuhu muuseumid peaksid püüdlema, sest täielik kontrolli käest andmine ning kogu protsessi külastaja kätte andmine (ehk kaasatuse viimane aste võimustamine samaaegselt täieliku interaktsiooniga) ei pruugi muuseumi jaoks olla elujõuline lahendus. Eriti kui me vaatleme näituste ning esemetega seotud aspekte, kus mängu tulevad hoiustamistingimused ning esemete õige käitlemine. Samas võiks võimustamise-tasemeks ilmselt lugeda seda, kui näiteks mõni hobikoguja annetaks faktiliselt oma kogu muuseumile kui tervikliku muuseumi, ent hoiaks seda eraldiseisva muuseumina käigus iseseivalt, suurema muuseumi allüksusena. Aga kas ka see oleks võimustamine, kui nt „Oma Näituse“ laadsete kaasamisaktsioonidega loodud näitused ja kogud jääksid edaspidi muuseumi kasutada? Mulle endale tundub, et kui need nt annetatakse lihtsalt muuseumi kogu jaoks, siis tegelikult ju antakse kogu „võim“ materjali üle taas muuseumile ja kuna kogu kinkinud indiviid enam ei saa mõjutada seda, mis selle koguga tehakse, siis võimustamise-tasandile ei jõuta. Teisalt ma usun, et on võimalik tõestada ka vastupidist. See töö ei keskendu sügavatele filosoofilistele aruteludele, kuid mulle endale tundub, et kultuuriosaluse-ja kaasamisega seotud edasiarenuma skaala väljatöötamine ja lahtimõtestamine võiks olla mõne eraldiseisva teadustöö teema.

Tulles tagasi ERMi kaasamislahenduste juurde, siis Sõprade Seltsi, Kirjasatjate võrgu ja Pildisaatjate näol on tegemist väga väärtusliku võrgustikuga andmete kogumisel ning nende näol on tegemist praktiliselt ainsate ERMi sihtrühmadega, kelle puhul on aru saada, et nad on juba praegu prioriteetsed. Seega nendega tegeletakse, neile korraldatakse üritusi ja teatakse, mida neilt tahetakse. Selle tulemusel saadakse neilt ka panus kas siis kogutud info või väravamaja valvamise näol. Teisalt on küsimus selles, kuidas neid inimesi muuseumisse kaasata ja kas seda peaks tegema. ERMi näide selle kohta, et vabatahtlikud Sõprade Seltsist ja Kirjasatjate võrgust aitasid neil valvata väravamaja on kena. Tegelikuses aga ei ole tegemist kaasamisega, parimal juhul osalemisega, kuid

küünilisematele inimestele robustselt võttes võimalusega raha kokku hoida. Seda aeg-ajalt tehes ei ole oht suur, kuid kui oma sõpru kasutatakse vaid selleks, siis juhtub nagu tavapärareski sõprussuhetes – need saavad ühel hetkel otsa. Siin aga sõltub ju palju ka idee serveerimisest ning sellest, kas pakutakse ka muid võimalusi. Siinkohal ongi oluline vahet teha kaasamisel ja osalemisel – kaasamise puhul saavad inimesed ka ise midagi vastu ja tunde, et neist midagi ka sõltub. Ühest võimalikust ideest rääkisin juba eelnevalt.

Olgugi, et täna toimiv, on nii Sõprade Seltsi kui ka Kirjasaatjate võrgu näol tegemist gruppidega, mis ei kata kogu ERMi vajadust erinevate andmete kogumisel, eriti mis puudutab praeguse igapäevaelu kujutamist. Selle üheks põhjuseks on kindlasti nt Sõprade Seltsi ja Kirjasaatjate võrgu liikmete vanus, mis on pigem vanemapoolne ehk tulevikku vaadates ei ole need kuigi jätkusuutlikud. Tagamaks seda, et ka tulevikus oleks ERMi külastajatel, mida tänasest elust vaadata ning teadlastel, mida uurida, peaksid muuseumi tegevustest osa võtma ka nooremad inimesed. Kuidas nendeni jõuda? Üks on minu välja pakutud viis teha seda koolide kaudu, teine on jõuda nendeni seal, kus nad veedavad osa oma koolivälisest ajast – internetis. See tähendab sihipärast tööd ning uute võimaluste väljamõtlemist selleks, et noorte tähelepanu võita ja nad endaga koostööd tegema meelitada.

Ettevõtmine „Tuhande sammuga...“ näitas, et hea tahtmise korral on võimalik ka füüsilisel kujul seintel olev fotonäitus panna elama ning seda väga madalate kuludega – vaja läks paberit ja pliiatsit. Selleks ei olnud vaja uut maja, avaramat näitusepinda või suurel hulgal tehnoloogilisi vahendeid – töötas ka niisama. Teisalt oleks põnev, kui sama näitus avataks ka veebis – kas kommentaare oleks rohkem? Kas need oleksid sisutihedamad või mitte? Millist lisainfot muuseum sealt saaks? Näitus oli ära, neile küsimustele vastuse saamiseks peaks näituse paigutama veebikeskkonda ning jääma tulemusi ootama.

„Kingi muuseumile päev oma elust!“ oli avatud paljudele erinevatele viisidele oma loo rääkimiseks ning ka selle edastamiseks ning usun, et just see oli üks põhjuseid miks sellega koguti rohkem lugusid kui tavapärares küsimustelehtedega. Seega üks oluline õppetund on laiemate kampaaniate puhul hoida avatud niipalju kanaleid kui võimalik, ent oma energia suunata tähtsaimatele. „Oma Näitusega“ just seda tegimegi – paigutasime rohkem ressursse

veebi, kuid võimaldasime inimestel kasutada ka nt tavaposti või hääletamist näitusemajas. *Online*-võimalust kasutati tunduvalt rohkem, kuid ka näitusemaja hääletuskast ei jäänud tühjaks, vaid sinna kogunes 10% hääletuse tulemustest. Internet võimaldab oluliselt laiendada potentsiaalsete osalejate arvu, kes mingist aktsioonist osa võtavad. Seda näitas nii „Kingi muuseumile päev oma elust“ kui ka „Oma Näitus“.

Need kaks projekti olid suunatud üsna laiale avalikkusele ning läbi pideva sõnumite edastamise voo erinevatesse kanalitesse, said nad ka mingi kandepinna. Siiski nõuavad laiale üldsusele suunatud tegevused oluliselt rohkem ressursi ja ilmselt oleks tulemused olnud veelgi paremad kui lisaks n-ö majasisestele vahenditele, peamiselt tööjõu näol, oleks lisandunud korralik makstud reklaamkampania. See aga on enamikele riigi poolt rahastatavatele organisatsioonidele ilma väliste toetusfonditeta liiga kulukas ettevõtmine.

„Oma Näitusest“ võtsid ühel või teisel viisil osa ligi 600 inimest – see ei ole väga suur arv, kuid see on algus, millest muuseumil on võimalik edasi sammuda, sest need on inimesed, kes vähemasti korraks olid ERMiga seotud. Kummaline oli see, et erinevaid avalikke hääletusi eri teemadel toimub ju iga päev, kuid muuseumi selline käitumine tekitas mõndades inimestes esialgu segadust. Ajakirjanikud küsisid minult, et kes siis lõpuks otsustab, mis näitus tuleb ja neil oli raske uskuda, et tulemused selguvadki ainult rahva häälte põhjal. Isegi „Oma Näitusele“ ideede esitajad uurisid hääletuse ajal üle, et kas tõesti on kogu otsustusvõim inimeste käes ning kas see ei ole ideede erinevat taset arvestades ebaaus jne. Muuseumi avatus on inimestele võõras, seega läheb veel aega, enne kui jõuab inimeste teadvusesse see, mis oli ka ERMi kommunikatsioonijuhil südamel – muuseum kogub lugusid inimeste endi jaoks, mitte lihtsalt niisama ja see kui muuseum kutsub neid ise näitust tegema, annab võimaluse igäühele anda panus sellesse, kuidas inimesed erinevaid näitusele pandavaid aspekte näha võiksid.

ERM peab toime tulema tänastes turumajanduslikes tingimustes ning selleks peab kohati mõtlema sarnaselt äriorganisatsioonile – kuidas ma saan oma klientidega paremini suhelda? Mis on nende ootused? Kuidas neid täita ja kuidas neid suunata, kui täita ei ole võimalik? Kui ERMi üks funktsioone on korjata inimeste lugusid tänapäevast või lähiminevikust, siis tuleb seda teha kasutades kõiki olemasolevaid vahendeid. See tähendab endiselt mingite

kanalite prioriteetsemaks seadmist lihtsalt ressursimahte arvestades, kuid seda tehes ei saa teisi kanaleid välistada. Siin võib muuseumile pigem kiitust avaldada, sest nii siin töös analüüsitud juhtumid kui ka mõned, mis analüüsist välja jäid, üritavad seda igati teha. Teisalt – kui need aktsioonid suunata kitsamale ringile, siis võib olla neid analüüsida kergem ning saadud tulemusi kanda hiljem üle suuremale hulgale sihtrühmadele.

Erinevates töösituatsioonides olen sihtrühmade ettepanekuid vahendades kuulnud organisatsioonidest, et nad teavad küll, mida neile ette heidetakse, nad ei saa seda parandada ja selle asemel pakkugu kommunikatsiooniinimesed välja lahendusi mingitele teistele probleemidele. Siin tuleb veel üks kord meelde tuletada Falki (2009:155) poolt välja toodud - inimesed teevad oma külastusotsuse siiski peamiselt suuliselt kuuldu informatsiooni põhjal. Erinevad inimesed jätavad meelde erinevaid aspekte – nõnda võib huvitavast väljapanekust saadud hea emotsiooni nurjata tualettruumi ebapuhtus või see, et vajalikul hetkel ei olnud võimalik mõne eksponaadi kohta lisainformatsiooni küsida. Minu välja pakutud selgituses „integreeritud kommunikatsiooni“ mõistega rõhutasin, et organisatsiooni eri osad on üksteisega tihedalt seotud ja kommunikatsiooni roll on jälgida, et see toimiks ning sihtrühmadele ka mõistlik välja paistaks. Külastaja või potentsiaalne külastaja ei mõtle sellele, et „hoidlad on eraldi teema“ või „sellega tegeleb teine osakond“. Tema jaoks on kõik ERMis nähtav üks suur ERM ning ta ootab ERMilt kvaliteetset teenust.

Kui ERM tahab olla kaasaegne ja aidata kaasa demokraatliku ühiskonna arengutele, on üsna vältimatu neid sihte ka oma kommunikatsioonitegevustes mitte silmas pidada. 21. sajandil ei saa sel juhul ümber tehnoloogilistest arengutest ja web 2.0ga kaasnenud inimeste ootustest organisatsioonide kommunikatsioonile, mis peaks olema loomuline, informatiivne ja rõhuma kasutajate omavahelisele koostööle, sealhulgas ka oma sihtrühmade osaluse suurendamisele. Seda nii täna, järgneva nelja aasta jooksul kui ka ilmselt kaugemas tulevikus.

## **5.3 Soovitused**

Alljärgnevalt toon antud soovitused välja konkreetse nimekirjana. Olen siia kaasanud analüüsi põhjal tehtud enda soovitused, millest oli juttu eelnevatel lehekülgedel ning

sihtrühmade poolt välja pakutud ideedel, mis minu arvates on tuumakamad ning väärivad tähelepanu ja võimalusel teostamist.

- Prioriteetsete sihtrühmade määramine, et väheseid ressursse kõige efektiivsemalt rakendada (alati ei ole asi kvantiteedis, vaid kvaliteedis);
- Interaktiivse kommunikatsioonistrateegia loomine, mis võtab arvesse organisatsiooni üldeesmärke, kuid valib nende seast välja prioriteetseimad, mida toetada mitmekülgsete lahendustega;
- Sõnumite edastamine neile, kellele meeldib muuseumis käia: kui ERM soovib oma sõnumeid endiselt edastada tervele Eesti elanikkonnale, siis oma sõnumitega keskenduda siiski neile Eestis elavatele inimestele, kellele meeldib muuseumis käia;
- Kommunikatsioonikanalite efektiivsem kasutamine ning soovitatavalt *offline*-ja *online*-kanalite integreeritud kasutamine, mis ei tähenda ainult sõnumi dubleerimist, vaid ka kanalite tugevuste kasutamist (nt sotsiaalne meedia annab head võimalused otsesuhtluseks);
- Oma sõprade usaldamine ja uute leidmine: ERMil on pikaajalised koostööpartnerid Sõprade Seltsi ja Kirjasaatjate võrgu näol, keda võiks oma tegemistesse rohkem kaasata (mitte ainult osalema kutsuda). Teisalt tuleks juurde leida ka uusi gruppe, kes aitaksid praegust sõprade hulka suurendada (pakkusin välja koole ja õpetajaid);
- Muuta kas või kord aastas (nt Muuseumiööl) vana näitusemaja ning selle püsinäitus elavamaks kohtumispaigaks, kus räägitakse ajastu lugusid või saab käia mõisaproual külas;
- Mõelda läbi, kas praeguseid muuseumitegevusi (nt pood, kohvik) on vaja atraktiivsemaks muuta ja võimalusel teha väiksemaid muudatusi;
- Olla avatud ja valmis inimeste poolt pakutud ideid objektiivselt hindama, ilma neile kohe „seda ei saa teha“-hinnangut andmata. Harjutada võib seda kasutades uusi tehnoloogilisi vahendeid, sest neisse on avatus mõneti sisse kodeeritud.

# Kokkuvõte

**Märksõnad:** kaasamine, kultuuriosalus, integreeritud kommunikatsioon, online-kommunikatsioon, Eesti Rahva Muuseum, muuseumikülastaja

Eesti Rahva Muuseumi näol on tegemist riigimuseumiga, mille põhiülesanne on eesti ja teiste soome-ugri rahvaste, samuti Eestis elavate rahvusgruppide ja naaberrahvaste kultuuri kajastava ainese kogumine, säilitamine, uurimine ning üldsusele vahendamine, samuti etnoloogia- ja museoloogiaalase töö edendamine (ERMi põhimäärus 2009). Seoses uue maja võimaliku avamisega 2014. aastal on ERMil tekkinud võimalus kaasajastada oma kommunikatsioonitegevusi võttes arvesse uute infotehnoloogiliste vahenditega tekkinud võimalusi ja ootusi.

Magistritöö „Integreeritud kommunikatsiooni roll sihtrühmade kaasamisel Eesti Rahva Muuseumis“ eesmärk oli uurida ERMi sihtrühmi, sihtrühmade kaasamist ja praegusi kaasamispraktikaid, arvestades sealjuures asjaolu, et lisaks tavapärastele kommunikatsioonivahenditele on lisandunud *online*-kommunikatsiooni võimalused nii organisatsiooni sõnumite edastamiseks kui ka sihtrühmade kaasamiseks. Magistritöö peamised uurimisküsimused olid: milliseid väliskommunikatsioonikanaleid kasutatakse ERMi sihtrühmadega suhtlemiseks? Millised on ERMi senised kaasamispraktikad? Millised on ERMi viimase kahe aasta osalus-ja kaasamisaktsioonide tugevad ja nõrgad küljed?

Töö teoreetilises osas andsin omapoolse selgituse mõistele „integreeritud kommunikatsioon“, mis minu definitsiooni kohaselt hõlmab laias tähenduses kõiki organisatsiooni tegevusi, mis on vajalikud organisatsiooni edukaks toimimiseks ning siht-ja sidusrühmadega suhtlemiseks. Antud töös pidasin selle all eelkõige silmas omavahelises seoses olevaid väliskommunikatsioonitegevusi, mille tulemusel tagatakse efektiivsem suhtlemine organisatsiooni sihtrühmadega. Seejuures tekib vajadus lisaks tavapärasele suhtlusele ning traditsioonilistele meediakanalitele kasutada ka uusi *online*-meedia kanaleid ja suhtlusviise. Web 2.0 seab organisatsioonile ootused olla avatud, luua oma klientidega usalduslikke suhteid ning lõhkuda valitsevaid barjääre (nt O'Reilly 2005, Solis & Breakenridge 2009, Scott 2010). Selgitasin ka, kuidas ERM on oma põhidokumentides

võtnud endale väga mitmekülgse ühiskonna sidustaja rolli ja paigutasin ta seeläbi tänasesse turumajanduslikku konteksti, kus ta peab külastajate tähelepanu nimel konkureerima teiste vaba aja veetmise kohtadega ning samaaegselt täitma talle ühiskondlikult seatud ülesandeid. Kaasamise jaotamisel lähtusin Eesti avaliku – ja mittetulundussektorites kasutusel olevast International Association of Public Participation (2007, aga ka Hinsberg & Kübar 2009) poolt välja töötatud 5-astmelisest kaasamismudelitest: selle järgi on kaasamine järjestikune protsess, mille madalaim aste on informeerimine ning kõrgeim võimustamine. Kultuuriosaluse viisid jagunevad: käimine(osalemine)/vastu võtmine, amatööride sooritus/loomine ja vastastikune mõjutamine (interaktsioon) (Morrone'i 2006:6).

Magistritöö meetoditeks olid kvantitatiivne uuring Mina.Maailm.Meedia 2008 andmetega, intervjuud ERMi kommunikatsioonijuhiga ning fookus-grupi intervjuusid õpetajatega ning turismikorraldajate ja giididega.

Tehtud analüüsi tulemused võib kokku võtta järgnevalt:

- ERMil on oma tegevuse mitmekesisusest tingituna suur hulk sihtrühmi, kuid need on üsna üldised (nt terve maailm, Eesti, turistid, teadlased) ning sihtrühmi pannakse paika enamasti ürituse-ja projektipõhiselt. Siiski on mõned sihtrühmad, mis tulevad teistest selgemini esile, nt ERMi Sõprade Selts, Kirjasaatjate võrk, teadustööga seotud inimesed ja Eesti Hetked;
- ERM kasutab integreeritult nii *offline*-kui ka *online*-kommunikatsioonikanaleid: peamised kanalid on pressiteade, e-kirjad postiloenditesse ning kodulehekülg. Lisaks katsetatakse ka sotsiaalse meedia kanaleid (Facebook, Twitter, Youtube, Vimeo), hetkel peamiselt sihtrühmade informeerimiseks;
- Sihtrühmade arvates on muuseumide olulised omadused: hea ligipääs, paindlikkus, aktiivsed tegevusprogrammid, informatsiooni ja kogude hea esitlemine, hea enesetutvustus/reklaam ja mitmekülgsed lisateenused, selge kontseptsiooni olemasolu ning info ja ruumi tasakaalu säilitamine näitustel. Õpetajad tõid oluliste

punktidenä välja veel oskuse olemasolevat maksimaalselt eksponeerida ning mitmekesiste tegevuste olemasolu;

- ERMi tänast väljapanekut peetakse igavaks ja aegunuks, eriti välituristide jaoks ning seetõttu pakuti välja ideid, mida ERM saaks kasutada ka enne uue maja avamist: nt Raadi paremat eksponeerimist, näituse elavamaks muutmist läbi rollimängude, olemasolevate lisateenuste täiustamine;
- Tuleviku-ERMi puhul tõusid esile kaks olulist aspekti, mida oodatakse: atraktiivsed tegevused ja rollimängud ning hea ligipääs ja paindlikkus (sh võimalus ise olla muuseumis giid);
- Mina.Maailm.Meedia 2008 andmetest selgus, et 64% Eesti elanikkonnast meeldib käia muuseumis, kuid neist üle poolte käivad muuseumis harva või mitte üldse - tegemist on sihtrühmaga, mis võiks olla muuseumide potentsiaalne kasutaja;
- Peamised põhjused, miks muuseumis käiakse olid kõigil, kellele meeldib muuseumis käia hoolimata muuseumis käimise sagedusest, samad: uute teadmiste saamine, uute asjade avastamine; võimalus huvitavalt ja kasulikult vaba aega veeta; näha ja kogeda ise vahetult asju, millest ollakse varem kuulnud ning õppida tundma teisi kultuure, ajastuid, maid ja loodust;
- Kaasamisega on ERMis sisuliselt tegeletud alates selle loomisest 1909. aastal. Täna kasutab ERM kaasamist peamiselt siiski osalemise-tasandil, kus erinevatelt sihtrühmadelt kogutakse süstemaatiliselt ERMi kogude täiendamiseks vajalikku teavet. Peamiselt tehakse koostööd ERMi Sõprade Seltsi, Kirjasaatjate võrguga ning Pildisaatjate võrguga (sh Eesti Hetked).
- Projektis „Tuhanda sammuga...“ kutsuti inimesi üles kommenteerima näitust füüsilises ruumis ja see näitas, et lihtsate ja odavate vahenditega on võimalik näitust elavdada. „Kingi muuseumile päev oma elust“ ning „Oma Näituse“ tulemusel selgus, et inimesed eelistavad oma lugude ja ideede saatmisel *online*-kanaleid ja *online*-võimaluste pakkumine võib kasutajate hulka mitmekordistada.

Diskussiooni osas pakkusin välja kaasamise-ja kultuuriosaluse skaala, millega osalusele kutsuvaid projekte täna ja tulevikus positsioneerida. Samuti annan ERMile erinevaid soovitusi oma kommunikatsioonitegevuste planeerimisel: keskenduda tunduvalt väiksemale hulgale sihtrühmadele ning välja töötada strateegiline integreeritud kommunikatsiooniplaan, mis arvestaks aspektiga, et nii ERMi külastaja kui ka laiema avalikkuse jaoks on kõik muuseumist välja paistvad tegevused osa ERMist.

Käesolev magistritöö on osa Eesti Teadusfondi poolt rahastatavast teadusprojektist „Muuseumikommunikatsioon 21. sajandi infokeskkonnas” (ETF8006). Töös tehtud sihtrühmade kaardistused annavad võimaluse võrrelda muuseumi ja teiste mäluasutuste kommunikatsioonitegevusi. Eraldi sügavamalt uurimist vääriavad muuseumikommunikatsioonis käibel olevad erinevate valdkondade mõisted ning kindasti ka kaasamise ja kultuuriosaluse temaatika nii muuseumis kui üldisemas mäluasutuste kontekstis.

# Summary

## “Target Group Engagement Through Integrated Communications in Estonian National Museum”

**Keywords:** engagement, cultural participation, integrated communications, online-communication, Estonian National Museum, museum visitor

Estonian National Museum (ENM) is a state funded museum, the main mission of which is gathering, preserving, researching and mediating culture materials of Estonian and other Finno-Ugric people, and of nation groups living in Estonia and neighbouring countries. Additionally, the museum undertakes to promote work in the fields of ethnology and museology (ERM põhimäärus 2009). In relation to opening the new exhibition building in year 2014, an opportunity has arisen for ENM to modernize its communication activities, considering the possibilities and expectations created by the new technological means.

The aim of the Master’s thesis “Target Group Engagement Through Integrated Communications in Estonian National Museum” was to study ENM’s target groups, engagement of these target groups and current engagement practices, taking into account the fact that in addition to regular communication tools, there are online-communication opportunities for communication organisation’s messages and to engage target groups. The main research questions were: Which external communication channels are used to communicate with the ENM’s target groups? What are ENM’s engagement practices? What have been the strengths and weaknesses of ENM’s participatory interventions during past two years?

In the theoretical part of the paper I explained the term “integrated communication”, which by my definition includes all the activities of an organisation that are necessary for the successful functioning of the organisation and for communicating with stakeholders and target groups. In this paper the term focused on interrelated external communication activities that result in a more efficient communication with the target groups. To do that there is a need need to use new online-media channels and ways of communication in addition to the more traditional ways of interaction and communication. Web 2.0 creates

the expectation for an organisation to be open, to create trusting relationships with the customers and to deconstruct existing barriers (e.g., O'Reilly 2005, Solis & Breakenridge 2009, Scott 2010). I also pointed out how ENM has positioned itself as a multifaceted social binder and placed the museum into the present market economic context, where the museum has to compete with other recreational institutions for the attention of the visitor as well as fulfil the socially placed mission. Determining engagement I utilized the 5-step model used in the Estonian public- and non-profit sectors, developed by the International Association of Public Participation (2007, also Hinsberg & Kübar 2009), and following it, engagement is a sequential process from informing to empowering. Ways of cultural participation can be divided: attending/receiving, performance/production by amateurs, interaction I used the guideline given to the UNESCO Institute for Statistics by Adolfo Morrone (2006:6).

The methods of this paper include quantitative research with data from study Mina.Maailm.Meedia 2008, interviews with ENM's communication manager and focus group interviews with teachers and tourism organizers and tour guides.

As a result of the analysis the following conclusions can be made:

- ENM has a wide variety of target groups due to the multifaceted activities, but these are rather general (e.g., the whole world, Estonia, tourists, researchers) and the target groups are mostly event- and project-based. However, there are some target groups which are set apart from the rest, for example ENM's Friends' Society, Lettersenders, research related people and the portal Eesti Hetked;
- ENM integrates offline and online communication channels: the main channels are press release, emails to mailinglists and the museum's home page. Additionally, the social media channels (Facebook, Twitter, Youtube, Vimeo) are being tested, at the moment they are mainly used to inform the target groups;
- The target groups consider the following as necessary qualities of a museum: good access, flexibility, active participation interventions, good presentation of information and collections, good self introduction/advertisements and manifold

spin-off activities, clear presence of conception and maintaining balance between information and space in an exhibition. The teachers also pointed out the ability to expose the existing as much as possible and the presence of various activities.

- The present exhibition at ENM is thought to be boring and dated, especially for foreign tourists. However, ideas that were offered by the focus groups could be used by the ENM even before the opening of the new building: e.g., exhibiting the museum complex at Raadi better, enlivening exhibitions through role plays and improving the present spin-off activities.
- For the future ENM two important expected aspects were highlighted: attractive activities and role-plays and good access and flexibility (including the chance to be a guide in the museum);
- The data from Mina.Maailm.Meedia 2008 said that 64% of Estonian population likes to visit museums, but more than half go there rarely or not at all. Therefore, this is the target group where museums could find most of their potential visitors;
- The main reasons for visiting museums were the same for all who like to go there, disregarding the frequency of visits. These were: gaining new knowledge, finding out new things, the opportunity to spend free time usefully and in an interesting way; to see and experience for oneself things that have been only heard of, to get to know other cultures, eras, countries and nature;
- ENM has dealt with engagement activities ENM since its establishment in 1909. Today ENM uses engagement on the level of participation, where necessary data to enhance ENM's collections is gathered systematically from different target groups. The museum mainly cooperates with the ENM's Friends's Society, Lettersenders and Photosenders (also the portal Eesti Hetked).
- Additionally, there have been experiments in engaging people more widely. The project "In thousand steps..." asked people to comment on the photo exhibition in the physical space and this indicated that it is possible to enliven the show by simple

and cheap means. Furthermore, “Give the museum a day of your life” and “My Exhibition” proved that people prefer online channels to send in their stories and ideas and offering online possibilities could multiply the amount of the users.

- In my discussion, I offered a version of a participation and engagement scale, that can be used to position participatory interventions in the present and the future. I also give ENM suggestions on how to plan their communication activities: to prioritise target groups and to devise a strategic integrated communication plan that would take into account the fact that for ENM visitors and general public, all the observable activities of the museum are a part of the museum.

In conclusion, the ENM’s activities are varied and I believe that connecting different parts of the museum, finding target groups, and setting priority target groups and offering them participatory intervention and engagement opportunities would help to increase the visibility of the museum.

Present Master’s thesis is part of the research project “Developing Museum Communication in the 21st Century Information Environment” (ETF8006) funded by the Estonian Science Foundation. The mapping of target groups in this paper give an opportunity to compare the communication activities of a museum and other memory institutions. The keywords from different areas used in museum communication and engagement and cultural participation in a museum and more generally in memory institutions, definitely deserve additional research.

# Kasutatud kirjandus ja allikad

## Kasutatud kirjandus

**Allikmäe, T. (2009)** Loomemajandus Eestis: jagatud kogemus. Loov Eesti

**Bartak, A. (2007)** The departing train: on-line museum marketing in the age of engagement. Rentschler, R. & Hede, A-M. (2007) *Museum Marketing Competing in the Global Marketplace*. Oxford: Elsevier, 21-37

**Beer, D. (2009)** Power through the algorithm? Participatory web cultures and the technological unconscious. *New Media and Society*. Vol 11(6) lk 985-1002

**Breakenridge, D. (2007)** PR 2.0 Defined. Blogisissekanne. URL (kasutatud 10.10.2010): <http://deirdrebreakenridge.com/pr-20-defined/>

**Burgess, J., Foth, M., Klaebe, H. (2006)** Everyday Creativity as Civic Engagement: A Cultural Citizenship View of New Media. In *Proceedings Communications Policy & Research Forum*, Sydney.

**Damkjær, K., Schick, L.(2010)** Can You be Friends with an Art Museum? Rethinking the Art Museum through Facebook. Aljas et al (2010) *Transforming Culture in the Digital Age International Conference in Tartu 14-16 April 2010. Papers presented at the conference in Tartu*. Digitaalne raamat. URL (kasutatud 20.04.2010):

[http://dspace.utlib.ee/dspace/bitstream/10062/14768/1/transform\\_book.pdf](http://dspace.utlib.ee/dspace/bitstream/10062/14768/1/transform_book.pdf)

**Schweibenz, W. (2004)** Development of Virtual Museums. ICOM News 3, lk 3. URL (kasutatud 26.05.10): [http://cool.conservation-us.org/icom/pdf/E\\_news2004/p3\\_2004-3.pdf](http://cool.conservation-us.org/icom/pdf/E_news2004/p3_2004-3.pdf)

**Facebakers (2010)** Facebook Statistics Estonia. URL (kasutatud 26.05.10): <http://www.facebakers.com/countries-with-facebook/EE/>

**Facebook (2010)** Statistics. URL (kasutatud 19.05.10): <http://www.facebook.com/press/info.php?statistics>

**Falk, J.H. (2009)** Identity and the Museum Visitor Experience. Walnut Creek, California: Left Coast Press

**Garde-Hansen, J. (2009)** MyMemories?: Personal Digital Archive Fever and Facebook. Garde-Hansen, J. et al (2009) *Save As... Digital Memories*. Hampshire:Palgrave Macmillan.

**Godin, S. (2010)** Videoettekanne. Pärnu Turunduskonverents, 13.-14. mai 2010, Pärnu

**Gurney, R. (2010)** Sotsiaalmeedia turundus-ja kommunikatsioon (MarComms) strateegia. Ettekanne seminaril BlogFest 2010/e!SOCIAL, 25. mai 2010, Tallinn

**Hinsberg, H., Kübar, U. (2009)** Kaasamise käsiraamat ametnikele ja vabäähendustele. Eesti Mittetulundusühingute ja Sihtasutuste Liit.

**International Association for Public Participation (IAP2) (2007)** IAP2 Spectrum of Public Participation. URL (kasutatud 20.05.10): [http://www.iap2.org/associations/4748/files/IAP2%20Spectrum\\_vertical.PDF](http://www.iap2.org/associations/4748/files/IAP2%20Spectrum_vertical.PDF)

**Jarvis, J. (2009)** What Would Google Do? New York: Harper Collins Publishers

**Kalmus, V. (2010)** Infoajastu «munad ja kanad»: küsimusi noorte sotsialiseerumisest tänapäeva ühiskonda. Suuline ettekanne: inauguratsiooniloeng, 21.04.2010, Tartu Ülikool.

**Lagerspetz, M. (2006)** Kodanikuühiskonna lühisõnastik. URL (kasutatud 17.05.10): <http://www.siseministeerium.ee/public/KYsonaraamatWEB.pdf>

**Laherand, M. (2008)** Kvalitatiivne uurimisviis. Tallinn: Infotrükk

**Laja, P. (2010)** Internetirevolutsioon. Veebipõhine kursus. URL (kasutatud 2.-29.04.10): <http://internetiturundus.traindom.com>

**Led by Facebook, Twitter, Global Time Spent on Social Media Sites up 82% Year over Year (2010)** *Nielsenwire*. URL (kasutatud 25.05.10): <http://blog.nielsen.com/nielsenwire/global/led-by-facebook-twitter-global-time-spent-on-social-media-sites-up-82-year-over-year/>

**McQuail, D. (2000)** McQuaili massikommunikatsiooni teooria. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus

**Morrone, A. (2006).** Guidelines for Measuring Cultural Participation. UNESCO Institute for Statistics. URL (kasutatud 10.01.10)

[http://www.uis.unesco.org/template/pdf/cscl/framework/CUL\\_particip.pdf](http://www.uis.unesco.org/template/pdf/cscl/framework/CUL_particip.pdf)

**Murphy, D. (2010).** Traditional vs. New Media Channels. 23.02.10 URL. (kasutatud 17.05. 2010). <http://masterful-marketing.com/marketing-channel-strategy/>

**Nutall, C., Gelles, D. (2010)** Facebook becomes a bigger hit than Google as sociability clicks with US web users. Financial Times. URL (kasutatud 25.05.10): <http://www.ft.com/cms/s/0/6437d2b6-3164-11df-9741-00144feabdc0.html>

**O'Reilly, T. (2005)** What Is Web 2.0? Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software. URL (kasutatud 10.10.2010): <http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html>

**Picton, D., Broderick, A. (2000)** Integrated Marketing Communications. Financial Times/Prentice Hall

**Pruulmann-Vengerfeldt, P. (2007)** Participating in a representative democracy. Three case studies of Estonian participatory online initiatives. Carpentier, N. et al. (2007) *Media Technologies and Democracy in an Enlarged Europe. The Intellectual Work of the 2007 European Media and Communication Doctoral Summer School*. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus

**Pruulmann-Vengerfeldt, P., Reinsalu, K. (2009)** Elukvaliteedist infoühiskonnas. Eesti Inimarengu Aruanne 2008. Tallinn: Eesti Koostöö Kogu. URL (kasutatud 30.05.10): [http://www.kogu.ee/public/EIA08\\_est.pdf](http://www.kogu.ee/public/EIA08_est.pdf)

**Pruulmann-Vengerfeldt, P., Runnel, P. (2004)** Mobiilid, arvutid, internetid: Eesti infoühiskonna künnisel. Kalmus, V., Lauristin, M., Pruulmann-Vengerfeldt, P. (2004) *Eesti*

*elavik 21. sajandi algul: ülevaade uurimuse Mina.Maailm.Meedia tulemustest.* Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus

**Pruulmann-Vengerfeldt, P. et al (2008)** Developing Museum Communication in the 21st Century Information Environment. Grandiprojekti kirjeldus. URL (kasutatud 9.01.09) <http://museum.edicypages.com>

**Ross, M. (2004)** Interpreting the New Museology. *Museum and Society*. Jul 2004, 2 (2), 84-103

**Schmidt, E. (2007)** Web 2.0 vs. Web 3.0. Esinemine Souli Digitaalsel Foorumil 2007. aastal. URL (kasutatud 29.04.10) <http://www.youtube.com/watch?v=T0QJmmdw3b0>

**Scott, D.M. (2010)** *The New Rules of Marketing and PR*. Hoboken:Wiley

**Sild, M. (2009)** Eesti Rahva Muuseumi toetavate üksuste roll muuseumi tegevuste edendamisel. Runnel et al (2009) *Eesti Rahva Muuseumi aastaraamat 52*. Tartu: Greif

**Solis, B., Breakenridge, D. (2009)** Putting the Public Back in Public Relations: How Social Media Is Reinventing the Aging Business of PR. New Jersey: FT Press

**Tapscott, D., William, A.D. (2006)** *Wikinomics : how mass collaboration changes everything*. London:Atlantic Books

**TNS Emor (2010)** 2009. aastal oli Eestis 6-74-aastaseid internetikasutajaid 861 000. URL (kasutatud 20.05.10): <http://www.emor.ee/arhiiv.html?id=2094>

**Vihalemm, T. (2009)** Loengumaterjalid aines „Fookus-grupp“, 2009/2010 sügissemester. Ajakirjanduse ja kommunikatsiooni instituut, Tartu Ülikool.

### **Kasutatud allikad:**

**Aljas, A. (2010)** Autori intervjuu e-maili teel. Tartu, 27. mai

**Eesti Hetked (2010)** Erinevad lehed: info, fototeemad. URL (kasutatud 20.05.2010): <http://www.eestihetked.ee>

**Eesti Rahva Muuseumi kodulehekülj (2010)** Erinevad leheküljed: Kingi muuseumile päev oma elust, Kirjasaatjate võrk, Kirjasaatjate võrgustiku 2010. aasta teatmekogumine, Sõprade Selts, Küsimuslehed. URL (kasutatud september 2009-mai 2010): <http://www.erm.ee>

**Eesti Rahva Muuseumi põhimäärus (26.03.2009)** RTL, 2009, 29, 372; URL (kasutatud 05.05.2010): <http://www.riigiteataja.ee/ert/act.jsp?id=13163068>

**Eesti Rahva Muuseumi arengukava (2008)** Eesti Rahva Muuseumi strateegiline arengukava 2008-2013. URL (kasutatud 12.03.2010): <http://www.erm.ee/files/arengukava.pdf>

**Linn, L. (2010)** III iseseisev kodutöö aines Fookus-grupp. Ajakirjanduse ja kommunikatsiooni instituut, sotsiaal-ja haridusteaduskond, Tartu Ülikool.

**Siller, T. (2008)** Eesti Rahva Muuseumi kuvand töötajate seas. Bakalaureusetöö. Ajakirjanduse ja kommunikatsiooni instituut, sotsiaalteaduskond, Tartu Ülikool

**Toom, L. (2009a)** Autori intervjuu. Tartu, 21.oktoober

**Toom, L. (2009b)** Kingi muuseumile päev oma elust! raames on registreeritud 420 tööd. Eesti Rahva Muuseumi kodulehekülj, URL (kasutatud 20.05.10): <http://www.erm.ee/?lang=EST&node=1555>

# Lisad

## Lisa 1. Intervjuu ERMi kommunikatsioonijuhiga: transkriptsioon

Püstikirjas on eristatud intervjuueerija tekst ning kaldkirjas Liisi Toomi tekst.

Triin: Olgu peale, paneme selle käima ja ma alustan hoopis natukene kommunikatsioonikanalitest kaugemalt, niiöelda, et mis on sinu jaoks Eesti Rahva Muuseumi funktsioonid?

LT: *Sa hakkasid tõesti kaugelt pihta.*

Nojah, aga et sa jõuaks sinna.

*No kui lugeda visiooni ja strateegiaid üldiselt, siis loomulikult Eesti Rahva Muuseumi funktsioon on Eesti kultuuripärandi kogumine, selle säilitamine, selle uurimine ja levitamine. Põhimõtteliselt neli funktsiooni.*

Ja kas sinu arvates nendel funktsioonide, säilitamisel, levitamisel, kogumisel ja mis see neljas oli?

*Oot, oot, säilitamine, kogumine, uurimine, levitamine.*

Jah. Et nagu kas nendel on erinevad sihtrühmad?

*Kindlasti on juba levitamisel üksinda on väga erinevad sihtrühmad, et loomulikult.*

Okei, aga, aga mis, äkki me jõuamegi nagu funktsioonide läbi nende sihtrühmadeni, et ...

*Ma arvan, et see pole praegu küll see teema, sest noh, uurimise ja säilitamisega tuleb rääkida üldse koguhoidjatega, siis selleks on eraldi ...*

Et lihtsalt rääkige üldiselt nendest sihtrühmadest, nii-öelda, mida sina näed kommunikatsioonijuhina, kes peab seda kõike haldama niiöelda, noh, selles suhtes ...

*Lühidalt öeldes?*

Jah.

*Lühidalt öeldes on kõik, tähendab, ma mõtlen tervet maailma, kitsamaks hakatud minema on ühelt poolt kõik, kes on seotud just selle teadmise, teaduse poolega ehk siis alates sellest, kuidas midagi digitaliseerida, mis on väga spetsiifiline grupp kuni võib-olla tekstiilikonservaatoriteni, kuidas, kuidas siis mingit tekstiili hoida ja säilitada, see on nagu üks osa, et siis selle teadmise ja teaduse poole pealt. Siis on teiselt poolt on turistid või inimesed, kes tahavad näha seda ja tutvuda Eesti kultuuriga üldiselt, siis saab turiste väga palju edasi, ütleme, jagada siin, kas vanuseliselt, huvidelt ja nii edasi, siis teiselt poolt, kui me räägime kaasamisest, siis üks osa on täpselt see, et meil on vaja teatud teadustöödeks teatud infot, milleks on meil kaasatud siis kas juba olemasolevad sõbrad, keda sa siin juba maininud oled, et kas sõbrad kirjasatjad ja samuti need, kes veel ei ole ehk siis inimesed tegelikult kõik Eesti inimesed, kes võiksid teada midagi sarnast. Ja noh, kommunikatsiooni poolelt ongi see, et, et kui on mingi konkreetne teema nagu näiteks praegu on meil kartuliteema, siis noh, ühelt poolt loomulikult on see, et kartul seostub meile Maalehega näiteks, Maalehe lugeja profiiliga, et siis tuleb iga kord nagu see sihtgrupp paika panna, et seda on väga raske niimoodi kitsendada, et siin tuleb väga küsimusepüstitus natuke teistmoodi teha.*

Pigem võib-olla siis see, et kuidas te enda jaoks ise eristate neid sihtrühmi? Ja noh, sa ise juba ütlesid, et ah, see on hoopis kellegi teise teema.

*Osaliselt.*

Et jah, kuidas te siis majasiseselt neid, mille poolest need neljale funktsioonile põhinevad sihtrühmad esialgu, mille järgi te ise need ära eristate? Või kas üldse eristate?

*See on juhtumipõhine, põhimõtteliselt võib öelda, et juhtumipõhine.*

Ja sina, teeme siis nii, et kui me nüüd nagu edasi räägime sihtrühmadest, siis me räägime mingitest konkreetsetest, aga need sõnastad sa nagu ise, et mis on siis need sihtrühmad, kellega sina võib-olla igapäevaselt peamiselt kokku puutud, et ma ei saa neid nimetada ERMi peamisteks sihtrühmadeks, sest et neid, nagu ma saan aru, on väga palju, aga minu ülesanne ongi kaardistada kogu kommunikatsioon ka üldisemalt, mistõttu ma pean ...

*Selles suhtes ma arvan, et me ei saa seda vestluse teel teha, see tuleb ikkagi paberi teel teha. Ma ei saa ka sulle öelda väga konkreetseid üksisihtrühmi, sest tegelikult mina tegelengi igapäevaselt kõikide sihtrühmadega.*

Aga ütle siis, mis on peamised sihtrühmad sinu hinnangul?

*Praegusel hetkel ma pean ütlema, et mida me ise muudame praegu, aga kui me veel hetkeseisu nagu räägime, siis on selline ikkagi külastaja ja ürituste põhine sihtrühm, et inimesed, keda võiks üks või teine üritus konkreetsetel huvitada ehk siis kas näitused, mingid näiteks Maailmafilmi festivalis konkreetsetel, no siin sa juba näed, et siit tekib väga erinev sihtrühm, on ju. Ja teiselt poolt on kogumisaktioonidega seotud ehk siin on ikkagi ühe eristuse me saame kohe teha, et Eesti. Et praegu on väga palju rõhku või pigem, ütleme nii, on vähe rõhku välismaistele turistidele. Et jah, see on, milles praegu meie teeme muudatusi ise. Ja just see kaasamine selles suhtes, et inimesed osaleksid meie üritustel, sündmustel, saaks osa sellest, mis me ehk siis see levitamise osa. Kui me võtame seda meie eesmärke. Ja teiselt poolt, jah, on see kogumise, kus me siis tahame kaasata inimesi rohkem ehk siis nad osaleksid fotovõistlusel ehk siis Eesti Hetked ja kogumisvõistlusel. Et need on võib-olla niuksed kaks suuremat kohta.*

Nüüd sa ise tõid selle kaasamise teemasse sisse on, et mis sinu hinnangul on nii-öelda muuseumisse inimeste kaasamise, kuidas teie nagu näete seda kaasamist?

*Praegu on just põhiliselt ongi see, et inimesed, ühelt poolt see mõistmine, et tegelikult see muuseum põhineb inimeste lugudel, muuseum on loodud inimeste kogumise tulemusel saadud vara põhjal ja, ja see on hoitud selle põhjal, see läheb ka edasi selle põhjal. Ehk siis suurim osa kaasamisest ongi see, kui inimesed saavad ise oma lugusid siia jäädvustada ja pakkuda neid. Noh, loomulikult on ka see, et inimesed tunneksidki huvi selle vastu, mis siin toimub, kuna see on just nende enda ajalugu. Et võib-olla lühidalt võib niimoodi öelda.*

Et ma võib-olla nii-öelda võtan kokku, et põhimõtteliselt, kui me võtame, et lühidalt, mis on kaasamine, on ühelt poolt mõistmine, et see, mis nii-öelda muuseumisisest toimub, on tegelikult nii-öelda kõigi inimeste asi, sest et see muuseumi elujõulisus sõltub inimestest põhimõtteliselt.

*Võib ka nii öelda, jah.*

Ja, ja teisalt siis see jagamine?

*Jah. Et noh, nemad osalevadki selles, mis muuseumis on. Ehk a la see, mis me täna näiteks kogume, ka see „Kingi muuseumile päev oma elust“, et ka see on see asi, mida 50 aasta pärast inimene näeb muuseumieksponaadina.*

Aga sinu hinnangul, mis praegu kaasamisega seis ERMis on, et kui hästi või halvasti või nagu toimib see nendelt põhjadelt siis see nii-öelda inimeste kaasamine?

*Ühelt poolt on nüüd väga hästi, sest meil on pikad traditsioonid, just seesama Kirjasaatjate võrgustik, ma eksin, kui ma ütlen 75, noh, ikkagi kümneid aastaid, selles suhtes, seda aastat tuleb vaadata ja teiselt poolt, nüüd ma ütlesin Sõprade Seltsi praegu, Kirjasaatjate, siis ma ütlesin õigesti, jah, ja teine ongi Sõprade Selts, et need ongi nagu kaks väga suurt. Noh, Sõprade Selts konkreetselt eraldiseisev organisatsioon mõnes mõttes ja Kirjasaatjad lihtsalt, noh, ta toimib juba lausa nagu organisatsioon. Et Sõprade Seltsis on seal üle 1000 inimese, Kirjasaatjatest ma ei oska sulle seda numbrit öelda, aga, aga ka see on väga mastaapne üritus. Et selles suhtes see toimib väga hästi tegelikult. Nüüd, mis kaasneb tegelikult nii-öelda tänapäevaga ja selle uue meedia kasutamisega, siis see võiks kindlasti toimida paremini, et me tegelikult ei ole veel kõiki neid võimalusi piisavalt hästi ära kasutanud, aga see kõik on plaanis ja tegutsemisjärgus.*

Aga kui sa ise ütled, et piisavalt hästi, millest te siis tunnete ise, et on puudu?

*See on hea küsimus.*

No mille põhjal sa ütled, et ei ole piisavalt hästi, kui on juba kaasatud mingil määral?

*Selles suhtes see Kirjasaatjate ja Sõprade Seltsi asi toimib väga hästi. Võib-olla see on see osa, et just seal see jätkusuutlus, et kui me võtame selle kirjasaatjate, Sõprade Seltsi keskmise vanuse, siis ta on nagu, noh, rohkem vanemapoolsed inimesed. Et see toimiks edasi, selleks ongi vaja kasutada neid uusi meediat, et saada ka järjest nooremaid ja et see info nagu jõuaks laiemalt, et ta vahepeal võib minna selliseks kinnisemaks ürituseks. Et, et see pigem ongi see jätkusuutlikkuse küsimus. Et praegu ta on nagu toimib hästi, aga me saame ette näha, et kui me ei muuda, ütleme, seda, et me lähmegi veebi rohkem, et me kasutame veebipõhiseid küsitlusvorme, et siis mingi osa inimesi võib-olla ei tulegi nagu siia juurde. A me ei saa välistada seda teist poolt jällegi, sest siis need teised, kellel on see kaugem minevikumälestus ei tule.*

Okei. Aga praegu niiöelda teie senises tegevuses, mis teie jaoks on niiöelda parimad näited kaasamisest ja, ja nii, niiöelda offline, kui ka online?

*Kas sa mõtled nagu konkreetseid juhtumeid või need ... ?*

Jah, konkreetselt, mis teie jaoks on nagu praegu te tunnete, et ma saan aru, et see Kirjasaatjate selts kui selline on nagu üks väga tugev töötav viis, kanal, organisatsioon kõik ühes, eks, aga et nagu kas on veel mingi selline, mis?

*Juhtumite põhiselt sel aastal on näiteks kaks asja. Võib öelda Sõprade Seltsi raames näiteks me hõikasime välja, et meil on väravamajja suvel vaja vabatahtlikke ja põhimõtteliselt väravamaja suvine toimimine oli puhtalt see koostööst kaasamine. Nad ei saanud palka, nad said ainult tänu ja võimaluse panustada nii-öelda muuseumile, see on täiesti tegelikult mõnes mõttes hoopis teine, noh, et nad ei jäädvusta, noh, midagi või nii edasi, aga see oli üks tegelikult selline koht, kus nemad tundsid, et nad on kuidagi saavad panustada ja meil oli sellest väga suur kasu. Teine oli seesama mainitud „Kingi muuseumile päev oma elust“. Ehk siis see oli mõnes mõttes ka esimene selline suurem katse online'iga, aga noh, sealt tulid ka need samad kirjasaatjad, tulid need samad sõbrad ehk siis see mõnes mõttes viis nagu uuele tasemele selle kaasamise kui üldise nii-öelda vabatahtliku ja, ütleme, seotuse ERMiga. Seal oli, noh, see läbilõige inimestest on nagu väga erinev, et, et ei olnud ainult kas ühes vanuses või ühes piirkonnas või, et see oli nagu selles suhtes hea näide.*

Mhmh, et nii-öelda „Kingi muuseumile päev oma elust“, et kas võib öelda, et selle kõige tugevam positiivne oligi see, et saite nagu uut ...

*... verd?*

Võib-olla verd mitte, aga niimoodi varieeruvama nagu ülevaate sellest, kui näiteks mööda kirjasaatjate klubi, kes on nagu ühes vanuses ja, ja.

*See jõudis laiemalt nagu välja ja noh, tõenäoliselt selle mõju on veel suurem just tänu sellele, et ta sai nii palju nagu kõlapinda.*

Aga noh, praegu su jutust jääb hästi mulje, et kaasamine on teie jaoks üsna ühepoolne, et ta ei ole nagu dialoogi tekitamise vahend kui selline?

*Kuidas võtta, ma saan aru, mida sa mõtled. Ei, kindlasti tegelikult kaasamine tähendab dialoogi. Iga, ütleme ühelt poolt jah me nagu küsime neilt mingeid konkreetseid asju, me saame midagi vastu. Samas ka nendepoolne nagu panustamine aitab meil edasi arendada. Näiteks meil on seesama vabatahtlik siin praegu, noh, kes on rahvusvahelisel pinnal küll, aga tema on, tema tähelepanekud võib-olla ja tema olemine siin paneb meid läbi mõtlema selle, mis meie oleme. Ja ütleme muutma nagu ka ennast ja tegelikult avatumaks just nendele vajadustele, mis tuleb ja ma arvan, et just seesama kingi päev näitas just seda, et me peamegi olema avatumad ja nähtavamad, et jah, et see on kahepoolne, et tegelt nende soovitusel tähendavad meie muutusi mingeid konkreetseid. Noh, kaasamisest, see ei ole küll otsene kaasamine võib-olla, aga kus inimesed saavad oma, ütleme, arvamust välja öelda, needsamad tagasiside lehed, mis meil on tegelikult olemas, mis on nii paber kui ka veebipõhiselt ja nende nagu täitmine just annabki ka selle meile tagasiside ehk siis ka selle kahepoolse suuna ja me saame reageerida sellele.*

Ja siis ma küsin kohe selle tagasisidelehe kohta, et kui, kui tihti neid täidetakse ja kui suur see niiöelda nende tagasitulnute hulk on, on sul mingeid?

*See põhimõtteliselt, see vorm peaks konkreetselt nüüd juuni alguses tuli see töösse ja nüüd esmaspäeval ma võtsin kokku kuni septembri lõpuni ja neid oli, ütleme, noh, viie maja peale, aga kõik ei olnud kogu see aeg, 264 või midagi sellist, et, et jah, selle täitmine on praegu üsna hõre tegelikult, aga me saame juba hakata mingisuguseid järeldusi, sellist üldist nagu, sealt on tulnud ka väga konkreetseid nagu ettepanekuid ja kuidas, mida inimesed nagu soovivad teha.*

Kõik, kes on teadustööd teinud teavad, mida see tähendab. Aga okei, korraks võib, selle kaasamise juurde me jõuame veel tagasi, ma ei tahagi teda niimoodi väga eraldi teemana siis käsitleda, rohkem integreeritult, et ma natuke kiusan nende sihtrühmade ja sidusrühmade ...

*Võid proovida.*

Püüan siis nii, et võtame nii-öelda, mis on need kanalid, mida te täna peamiselt oma siht- ja sidusrühmadega suhtlemiseks kasutate? Ma saan aru, et siht- ja sidusrühmad, ma pean tegema kirjaliku küsimustiku.

*Noh, selles suhtes jah, et siis ma põhimõtteliselt praegu sulle loetlen kõik kanalid, mis me kasutame.*

Noh, põhimõtteliselt sa võid mulle loetleda kõik kanalid jah.

*Ma ei hakkaks, tegelikult ma ei hakkaks sulle eraldi neid juurde nimetama, ma võtan selle sama, mis sa mulle ette saatsid, mis sa vaatasid.*

Võib-olla sa lisad ...

*Just, täpselt, ma tahtsingi, et võtaks nagu selle ette. Ja ma ka siin nagu võib-olla kommenteeriks või küsiks sinult nagu, et ...*

Kus siis vead sees on.

*Ma just tahtsin, see ... tuli nagu lihtsalt seotuna. Näiteks sul puudus postimuuseum.*

... ka sees.

*Tegelikult minule pakub see huvi just sellepärast, et mis tõttu see postimuuseum välja jäi, kas sa ei leidnud seda?*

Ma ei leidnudki seda. Ja nüüd, kui ma täna ekstra otsisin seda, siis ma leidsin.

*Et sa teadsid, et on olemas?*

Ma teadsin, et on olemas, siis ma käisin erinevaid menüüsid läbi ja otsisin, kust ma nagu leian teda.

*Aga kust sa nagu teada said, et see olemas on?*

Pille ütles mulle.

*Pille ütles, jah? See on, vot minu jaoks on see nagu tagasiside. Siis teine tähelepanek näiteks on ERMi kogud Raadil. Tegelikult Raadi ei ole ju ainult kogud, kogud on üsna kinnine asi tegelikult, Raadiga on seotud, noh, nii see park iseenesest, mis on avatud ju põhimõtteliselt kogu aeg, teiseks on need näitused, mis on nii kinnised, kui ka seesama meie siin maal, mis on avatud ju, noh, ongi avatud näitus ja noh, suviti on seal väravamaja, mis on siis täiesti eraldi mõnes mõttes eraldi sellise informatiivse ja kaasamise funktsiooniga. Siis lisaksin siin sellele üldinfodest lisaks juurde pildisaatjad ehk siis küll ta on sul Eesti hetkedena on kajastatud, aga tal on ka selline üldisem, et see Eesti hetked, noh, nad on üsna üks-ühele võetavad, aga see ei eelda, et sa pead Eesti Hetkedest kaudu nagu tulema. Siis lisaks juurde just see vabatahtlikud ja praktikandid näiteks, et kindlasti on need inimesed, kellega me veel tegeleme ja ka tegeleme, kes kohati lähevad nii Sõprade kui Kirjasaatjate alla, aga tihtipeale ka ei lähe.*

Nüüd tuli väga ilusasti sidusrühm.

*Noh, sa võid ka nii võtta jah. Aga noh, need lagunevad, vaata, tegelikult. Siis online kanalite juurest, jah, kuna ... on eraldi, siis ma paneks võib-olla juurde veel sellise markantsema, see Second Life ehk kuigi seal on meil paar näitust olnud, siis sisuliselt Second Life'is on olemas niiöelda viide ERMile või siis selle niiöelda kultuuribaasile. Mis on nagu püsivalt seal.*

Okei. Ehk kas, mis ERMi nimi Second Life'is on?

*Selles suhtes ta on virtuaalsaatkonnas, selle Eesti virtuaalsaatkonnas, noh, seal on see üks koht, kus on need lingid, et kuhu nad saadavad, kui veel mingit lisahuvi on inimestel. Siis ma paneks, läheks selle sotsiaalmeedia juurde ja siin, ah, tegelikult veel online kanalite juurest tuleb ära mainida erinevad, mina kutsun neid niiöelda kuhu minna portaalid ehk siis, noh, seal on see tõesti kuuminna.ee, kultuuriaken, noh, neid nimesid on tegelikult hästi palju, kuhu need see programmiinfo ja niuksed kutsungid jõuavad.*

A ... ütle varasemad.

*Ütleme need, kuhu mina saadan või panen kindlasti on kultuuriaken, kust siis läheb edasi siis, kas ta on, Eest instituudi see kultuuriportaal kultuur.net vist vä, mis toimub ehk siis Delfi ja mina panen Tallinna kultuuri sellise kuhu minna kohta ja see kuuminna ma vist mainisin juba ehk siis neil on endal oma koostööpartnerid, kuhu nad edasi lähevad, et sellepärast mina nagu rohkem ei hakkagi neid panema. Siis on erinevad portaalid, kes meid viitavad. Kindlasti Fenno Ugri, siis, siis on see Foklore, neid on veel ja ma võin sulle tegelikult pärast näidata, kui ma vaatan analyticsist, siis on keskel läbi seal üle 400 lingi näiteks, viite. Et noh, kõik ei ole ju loomulikult püsivad, aga, aga ütleme sellise üldise mulje saab sealt juba. Sotsiaalne meedia, lisaksin Youtube channel, kanali, Vimeo oli, siis erinevad fotofoorumid. Ma isegi praegu sulle kõiki neid nimesid, aga see pole ka nii oluline, ma arvan, et see fotofoorum on just tulnud praegu selle meie fotokonkursiga, pliiatsinüütuse raames oleva fotokonkursiga. Ja ka pildisaatjatega selles suhtes. Me ise oleme konto loonudki sinna fotofoorumile, mis Photopointi oma, lisaks siis Nagi, Toru, mõlemad, mis oli ka kingipäevaga seotud. Ja LinkedIn on nagu olulisemad välja tuua. Mul oli neid minu arust veel, aga ma praegu ei suuda sulle, ütleme, need on tegelikult, see on tegelikult hea kaardistus sellistest olulisematest asjadest, mis nagu on me üritame katta.*

Okei. Aga kui sa nüüd vaatad seda nimestikku, mis siin ...

Listid.

Listid.

*Jah, tegelikult teised, vot siin ongi see a la erialalistid ...*

Näiteks?

*Näiteks utflok, etnoinfo, muuseumi listid või muuseumi list, teatud hetkedel on kõik haridusega, ütleme, koolidele suunatud. Selle kohta on meil endal ka oma andmebaas, noh, ajakirjandus, pressilist siis põhimõtteliselt. Siis lisaks on turismivaldkonna listid ja siis on inimesed, kes, ütleme, ei lahterdu võib-olla ühegi nende alla, aga on nagu ka, ütleme, sellise programmi või meil toimuva, kes ei käi ka nagu päris selle postiloendi alla.*

Okei. Kui sa vaatad nüüd sellele nimekirjale peale, kus on 30+ kanalit kokku ilmselt, mis on tähtsamad, olulisemad? Kas te olete, okei, ma küsin siis nii, kas te olete enda jaoks paika pannud, mis on tähtsamad?

*Selles suhtes käitumismall on selle järgi jällegi ühelt poolt on niukene üldstamp, mida me saadame a la kui on pressiteade mingi kindla sisuga, on olemas kindel arv kohti, kuhu nad või mitte kindel arv kohti, vaid kindlad kohad, kuhu nad kindlasti lähevad, alates sellest, et on pressilist, on muuseumilist ja siis on meie enda postiloend loomulikult, et noh, need on näiteks kolm, noh, mis on nagu peaks kaetud olema ja loomulikult meie siseinfo, mis on see ja nagu mainimata, et see on ju teistmoodi kaasa ..., et meie intranet on loomulikult esimene koht, kuhu kõik see info läheb, et see on nagu oluline, et inimene ise sisemiselt teab, mis toimub, ükskõik, kes ta siis ERMis on. Et jah, intranet. Et aga siis tulebki juba see, et kui tuleb, ma ei tea, lasteaedadele või koolidele mõeldud mingi giidiprogrammi info, et noh, ma ei pane seda alati mingi, noh, ülikooliõpetaja, ülikooli tudengitele ja nii edasi.*

Okei, et üks on selline üldine nii-öelda teate väljasaatmise nii-öelda meetod, kus on juba aastaid ilmselt paigas olnud nii-öelda mingid, aga mis nendest kanalitest veel on või noh, kuhu te ise nagu oma ressursi kõige rohkem suunate? Okei, no näitusemaja on loogiline, aga kommunikatsiooni, et noh, kommunikatsioonikanalid, noh, võtame siis, et väliskommunikatsioonikanalitest mitte, nii-öelda otseselt muuseumiga seotud. Näitusemaja on kindlasti oluline ja näitusemajas tehtavad näitused on üks muuseumi nii-öelda väljundeid, aga et nii-öelda kommunikatsioonikanalitest, kuhu läheb võib-olla veel, noh, kõige rohkem võhma? Lisaks pressiteadete edastamisele, noh, lisaks sellele. Kas see on ajakirjanikega otsesuhtlus, on see mingi Twitter, Facebook, noh, misiganes, mis on need?

*Selles suhtes ma isegi ei eristaks neid, sest nad on, ma ei ole neid kunagi niimoodi äärmiselt vaadanud ühelt poolt ja nad on nagu, noh, veeb on üks asi loomulikult, mis on nagu põhi, mis peab olema nagu korrektne niivõrd-kuivõrd, aga see ongi see, et kogu aeg tuleb seda infot, et mis seal kõik võiks muuta. Ehk võib-olla sellegi sinu küsimusepüstituse järgi ma ütleks, et ühelt poolt on meie veeb ja, vaata, siin on ka see, et kogu see info, mis tuleb, kui tuleb jälle uus üritus ja ma ei räägi siin praegu konkreetselt näitusemaja, ütleme, sellist programmilist üritust, siis tegelikult ei ole alati sissetöötatud kontakti, sest need on, see, ütleme, need sündmused laienevad kogu aeg. Et me peame ise nagu kogu aeg juurde otsima neid, et selles suhtes võib ka öelda niimoodi, et iga, ütleme, uue sündmuse puhul, uue teate puhul siis tegelikult me mõnes mõttes alustame nullist, et me otsime neid sihtgruppe pidevalt juurde. Ehk siis tegelikult see on üsna sellise, ühelt poolt nagu pressiteate saatmise põhiselt, ütleme, kui nii võtta, et kas ma siis saadan just pressiteate või võtan nendega personaalselt ühendust, et ikkagi sellise teatamise ja veebilehe põhine on ta. Jah, teiselt poolt on ka selliste portaalide, ütleme, kuuminnad ja ütleme need seal sama leidmine, kuhu foorumitesse, kuhu peaks see info veel minema, kelle veebile ülesse, et see on nagu ühelt poolt läheb siis selle otsingu raames või see ajakulu, kui sa mõtled nii. Praegu ei ole Facebook, Orkut, need on, mida ma näen, et sinna tegelikult kulub meeletult, et kui ma olen mingi konkreetse ürituse näinud, et see peaks seal olema, siis noh, iga kord ma näen, kui palju aega see võtab, et selle pärast see sai tehtud üsna niimoodi ülepeakaela, et see ei olnud nii strateegilise lähenemisega, mistõttu me oleme selle praegu ka mõnes mõttes seiskuma pannud ja tegelikult me vaatame asjad üle, et miks, kuhu ja kuidas panna. Et sa selles mõttes praegu üsna pöördelisel hetkel küsid neid asju, et mul on nagu ühelt poolt rääkida, sest ma tean, et need asjad hakkavad muutuma varsti.*

Okei, aga kuna sa töid samas selle ajafaktori ise sisse, et kas see, kui palju võtab, kui me võtame online kanaleid ja see, et kui laialt sa neid võtad, on nagu sinu valida, et kui palju võtab, noh, nendega tegelemine aega?

*Palju.*

Enamik aega oma tööajast või?

*Ei, selles suhtes, kuna me ei tegele sellega praegu niivõrd aktiivselt, siis ta ei võta mult nii palju aega.*

Tegelikult foorumite otsimine, nende ja nende asjade otsimine võtab.

*See võtab, aga noh, me delegeerime seda, see oleneb nagu ka asjast konkreetselt, et ma saan seda kohati delegeerida, noh, nii turunduse poole peale, kui ka vahepeal Cindyle, kes, noh, tegeleb ka sellega vahepeal. Et ma ei saa sulle numbrit öelda ja ma ei saa ka protsenti öelda, et umbes millist võtab, et noh, tõenäoliselt ta peaks võtma mingi keskeltläbi, kui me võtame üldiselt, siis niukse 10 või 20% kogu selline programmide ja, ütleme, portaalide haldamine võtta, aga kui sa mõtled video tegemisest alates näiteks, kui sa tahad Youtube'ile klippi teha, siis noh, see võtab meeletult aega, mitme inimese tööaega.*

Ja seetõttu on seda praegu ka nii-öelda vähem?

*See on praegu nagu selles suhtes, ta ei ole meil prioriteet. Hetkel. Aga ta on prioriteet selles suhtes, et me praegu planeerime, kuidas seda teha.*

Okei. Aga ma korraks nüüd struktureerin meie selle kanalite jutu nagu kokku, vaatame, kas me saime asjadest samamoodi aru, et nii-öelda, kas võib öelda, et teie tähtsaim *online*-väliskommunikatsioonikanal on veeb, noh, teie enda kodulehekülg?

*See on see sisu tegelikult jah, ... ta peab olema.*

Ja nii-öelda võib-olla nüüd üldiselt, tava tähtsaim kommunikatsioonikanal on nii-öelda pressiteadete, muude teadete edastamine õigetele sihtrühmadele või noh, õigetele nii-öelda selleks ette nähtud sihtrühmadele?

*Kui sa mõtled, et see on nagu selles suhtes olulise järjekorras?*

See sinu nii-öelda, kui ma võtan nagu, võtan nagu üldise kommunikatsiooni ja võtan nagu *online*-kommunikatsiooni, et kas nad jaotuvad või võib öelda seda, et nii veeb, kui ka need pressiteated on kõik üldise kommunikatsiooni kaks väga tähtsat vahendit, noh, mingit *online* versus *offline* eristust siin ei ole?

*Jah. Selles suhtes võib küll öelda nii.*

Et pigem et ei ole eristust? Kui et on?

*Jah, nad käivad koos selles suhtes jah, et tõepoolest, kui sa mainisid, et ühelt poolt on see sihtgruppide leidmine, see on osaliselt nii-öelda *offline* tegelikult ju, helistamiste ja, ja eraldi suhtlemised kas, kas alates ajakirjanikest kuni koolideni võib-olla välja, et oleneb teemast.*

Ma saan aru küll, et neid *online*-kommunikatsioonivahendite kasutamist on nagu vähendatud või mingil määral vaadatakse üle, aga, aga mis on need põhjused, miks neid veel mingil määral, miks te kasutate neid?

*Just seesama, ühelt poolt on see nähtavuse küsimus, tuleb minna sinna, kus inimesed on, ühelt poolt, ja teine on just see, et, et inimesed saaksid nagu reageerida kiiremini ja olla nagu osa sellest, et see ei ole lihtsalt, noh, väga kerge oleks teha blogi, kui ma hakkam lihtsalt pressiteateid sinna panema, väga kindel on ka see, et sealt, noh, see jääkski minu üksikisiklikuks hobiks. Et, noh, mina pean, noh, kui panna olulisuse, siis Twitter, Facebook ja ütleme siis mõnes mõttes see Youtube'i, ütleme, videod, pigem see Youtube isegi, et need on selles suhtes nagu ühed väga olulised nagu kanalid just seesama, et ta nagu loob sellise nagu liikuvuse*

*juurde. Ja ta loob võimaluse nagu inimesel sellist emotsiooni nagu edasi jagada või nagu meile vastu anda, et lihtsalt küsimus ongi praegu see, et, et kuidas neid asju õigesti sõnastada, et see tegelikult see reaktsioon tuleks ja see ongi see, mida me praegu nagu paika paneme. Et seal ongi meie jaoks nagu oluline see, et inimesed just tunneksid nagu ennast kaasatult, ühtsena, et kui me ütleme, noh, et ERM on meie kõigi asi on, on ju, siis kui sa oled tegelikult ERMi grupis, siis sa mõnes mõttes tegelikult näedki, et me kõik oleme ERMis, kuidagi selline visuaalne nähtavus on siis parem ja kaasamine, olemine koos.*

Et aga mis see praegune seis online-kommunikatsioonis on, kas pigem seni on kasutatud seda rohkem nii-öelda siis ikkagi kui ühena vahenditest info edastamiseks või siis juba selle kaasamise vahendina?

*Ütleme nii, et pigem ühena kanalitest, aga kallutatult sinna kaasamise poole, see mõte on olnud, mõte ei ole olnud pressiteateid saata läbi selle, panna igale poole pressiteade üles. Et ta on nagu algselt ikkagi mõeldud sellise laiema ampluaaga ja mitte müügi eesmärgil.*

A kas nii-öelda mõnes mõttes või hinnangute pealt, ma lihtsalt mõtlen seda, et kui te olete situatsioonis, kus te vaatate seda kõik üle, eks, et tõenäoliselt te ei ole siis saanud sealt neid tulemusi, mida te olete oodanud?

*Jah, võib öelda, tegelikult nad on nii vähe olnud, et ma ei sa ühelt poolt hinnata, teiselt poolt jah, sest kui me vaatasime seda, mis sa kirjutasid, et kui palju näiteks on liikmeid on üks asi ja teine asi on, kui ma hakkasin nagu täpselt vaatama seda, kui palju aega mul selleks kuluks, et palju mõistlikum on nagu seda ette planeerida ja tegelikult, noh, teada, mida sa paned järgmisel nädalal. Ühelt poolt, noh, kõike ei saa, aga mingil määral. Et kui ma hakkasin nagu vaatama neid asju, siis, noh, ta ei tekitanud sellist nagu, seda mida, jah, ma ootasin, et hakkab tulema mõnes mõttes, aga kuna ta oli ka katsetus mõnes mõttes, siis noh, sealt ei saagi eeldada, sest need, ütleme need sõnumid olid ka niukse rohkem hetkemõttel pandud, mitte läbi mõeldud, et mida me tegelikult tahame, kas me tahame õpetada ka selle hulgas.*

Teil ei olnud põhimõtteliselt strateegiline plaan kui selline üldse nagu ...

*Jah, täiesti. Noh, niivõrd ainult selle kingi muuseumile päev oma elust, et siis olid nad mõnes mõttes just seesama kampaania plaan, aga see oli ka põhimõtteliselt nagu, me ei mõelnud edasi nagu tol hetkel.*

Aga nüüd sa, noh, mainisid juba ühe nii-öelda mõõdiku selle näol, et kui palju inimesi jälgib või, et kuidas te online kanaleid, kas ja kuidas te neid mõõdate?

*See Analytics on selles suhtes on analytics, noh, teine ongi seesama aktiivsus, et kui mina olen üksinda aktiivne, siis noh, on näha. Teiselt poolt, noh, mida võib, selline mitte väga hästi mõõdetav, aga samas nähtav ja tunnetatav on reaktsioon nagu, ütleme, offline'is. Et minuni on nagu jõudnud väga palju seda, et inimesed on öelnud, et oh, lahe, ERM on Youtube'is, ma nägin ERMi Youtube'i videot või kuigi noh, me vaatame, et tegelikult väga vähesed inimesed on vaadanud seda Youtube'i videot ja noh, täna hommikul just ütles üks ajakirjanik, et ta noh nägi, et me Twitterisse olime pannud ühe info, et kõik hullult nagu käivad seda linki vaatamas, et me panime oma veebile ka üles, et, et noh, see on selline nagu suusõnaline tagasiside. Et mis on kohati parem kui need tulemused näitavad, kui sa vaatad seda kvantiteeti, mis sealt. Teine asi on Analytics, kust siis saad ka vaadata, kui palju neid on tulnud, et noh, sealt erinevad need, et Orkuti puhul, kõik need kanalid on sealt nagu välja tulnud, mõni rohkem, mõni vähem, et Twitter iseenesest saavutas nüüd, noh, me oleme ka ainult mingi mõned kuud teinud seda, nii Twitter kui Analyticsit, siis Twitter seekord septembrikuus oli kümnes viitaja tegelikult ja mitte üldse palju vähem kui näiteks kultuuriaken. Mis on, noh, tegelikult selline ...*

Aga nende, kuivõrd te nagu spetsiaalselt jälgite, mismoodi mingi sõnum liigub?

*Sa mõtled a la, et me paneme ...*

A la, et paned Twitterisse ühe konkreetse teate, lingi, et kas just jõuti läbi selle lingi näiteks teieni või jõuti nagu üldiselt läbi Twitteri?

*Me teeme iga kuu analüüsi, teeme veebimonitooringut ehk siis konkreetset niiöelda ERMi iseenesest, nojah, siin ei saa enam öelda, et erm.ee analüüsi, sest sealt täpselt tulebki välja see, et, et, et kust mujalt on veel tulnud ja me võrdleme täpselt seda, et mis on näiteks olulisem sealt lingid olnud, mida me oleme teatud kanalite kaudu edastanud ja siis vaadanud, kuskohast nad on tulnud. Et see tegelikult toimib nagu igakuiselt.*

A kuidas, sain ma täiesti isikliku või kuidas sina ise tunned või te siin siseselt, et kas teil on nagu piisavalt nõu, et teadmisi endal, et kõike seda online suhtlust nagu jälgida või pigem on see, et, et seal võiks olla mingi ..., mida nagu jälgiks rohkem või võiks osata rohkem?

*Kindlasti oleks vaja nagu. Meil oleks juba vaja inimest, kes nagu tegeleks konkreetset sellega, sest tegelikult, millest on puudu, on ajalisest ja inimressurssist. Et, sest noh, online meedia muutub nii kiiresti, et tegelikult seal ei ole, noh, nii mina kui ka meie IT valdkonnas inimesed, noh, mõlemad saaksid sellega väga hästi hakkama, kui oleks rohkem aega süveneda. Et, et see on nagu selles mõttes kahetine, et ühelt poolt jah, kui oleks konkreetne inimene, kes seda teeks, kes teab, kes jõuab ennast kursis hoida asjadega, oleks nagu kõige lihtsam meil. Et jah. Noh, sellele ei saa niimoodi otse vastata jah või ei.*

Okei. Sellega me jõudsime selle toredate nende raha ja ressursi nagu teemani, et kui, mis on nagu ERMil praegu üldse see raha, mida kommunikatsioonile saab nagu, mis on eraldatud iga-aastaselt?

*Ma ei tea, kas ma saan sulle üldse seda vastata, selles suhtes ...*

No sa küsi selle ...

*Et sa tahad teada finantskulusid? No okei, küsin üle, kas saab, aga ma arvan, et seda ei pruugi saada vastata, a ma küsin üle.*

Aga siis ma küsin nii, et mis on need, kas on olnud kommunikatsiooniplaane, mis on jäänud rahapuudusel realiseerimata?

*Ma ütlen, et mitte miski ei jää rahapuudusel realiseerimata. Kõik saab tehtud, alternatiive saab alati kasutada.*

Okei.

*Et parim näide on jälle seesama „Kingi muuseumil päev oma elust“, see tehti väga väikeste rahadega ja sai väga hea tulemuse. Korra täpsustan, kas sa tahad täpselt kulud online'ile või sa mõtled üldse?*

Üldiselt, et mis on nagu üldkommunikatsioonikulud, see ei pea olema nagu täpne summa, vaid nagu aste. Näiteks võiks olla nagu nii summa, kui ka näiteks see protsent nii-öelda muuseumi üldeelarvest. Et aga noh, sa ise töid praegu sisse selle, et võiks ju olla veel keegi inimene, kes sellega tegeleb. Siis võib ju öelda, et see on nagu üks asi, mis niiöelda raha olemasolul võiks olla nagu realiseeritav, aga hetkel.

*No hetkel pigem koondatakse ju igal pool, kui võetakse juurde, et selles suhtes võin öelda jah, et raha tõttu jäävad mõned asjad pigem vähemtehtuna või noh, ütleme selles suhtes siis ei jõua nii palju kui võiks.*

Kui tahaks, võiks ja sooviks.

*Mhmmh.*

Okei. Ma korra vaatan, oota, mis see aeg, on 40 minutit. Okei. See nii-öelda online ja offline selline, et kas on sõnumite edastamisel nagu sina või teie mõtlete ka selle peale, et kas on mingit infot, mida nagu edastate ainult online, et üldse ei kasutagi muid, muid viise?

*On küll. Täheleb, just Twitter selles suhtes on hästi hea näide, et, et kui on mingid, ma ei tea, näiteks loengud on siin olnud, kus ma ise osalen või tegelikult, kui nüüd ka juba laiemalt, et see ei ole ainult minule, nagu tegelt et koodid on mõnel inimesel veel, siis sellised emotsionaalsemad osad, et a la keegi ütles midagi*

*väga lähedat, mis võiks teistele huvi pakkuda, et siis, et sel juhul, no ma ei hakka eraldi pressiteadet ei hakka veebile panema selle kohta. Et noh, Twitter on selles suhtes küll praegu ja tähendab, ühesõnaga see sõnum, mis sa mõtlesid, ongi siis jah, et sellised emotsionaalsed praegu just juhtuvad asjad lähevad sinna.*

Okei. Et ...

*Emotsioonide kasulik info jah, mida nagu laialt ei ole nagu levitanud, see on üks. Siis vahepeal võib juhtuda see, kui tuleb väga eksprompt mõni uus sündmus, üritus ja see on enamasti niukse programmilise juhtumiga, et siis me lähme nagu just selliste online kanalite peale, et kui meil ei ole lihtsalt nagu ajaliselt võimalik enam hakata mingisugust asja nagu paberile tegema. See on nagu põhiline.*

Okei.

(Pikk paus.)

Meie kahjuks ei saa seda vestlust võtta niimoodi, ma natukene räägiksin nendest, noh, kui noh, sa oled öelnud täna, et nii-öelda sihtrühm on kõik Eesti inimesed, sest et ...

*Maaailma.*

... kõik maailma inimesed ja niiöelda praegusel hetkel kitsendanud selle Eesti peale, sest et ...

*Kui me vaatame kanaleid, jah.*

... hetkel nagu nii palju ei tegele võib-olla nagu maailmaga.

*Kusjuures siin võib ka selles suhtes natukene, mina võin nagu mööda panna, kuna võib-olla teaduses on ... täpselt tegeletakse võib-olla väga palju nagu välismaailmaga, et, et see, mis minu kaudu läheb jah, on nagu pigem suunitletud Eestiga praegu, aga praegu täpselt samamoodi praegu järjest rohkem me lähme nagu välismaailma peale ja seesama Facebook ja Youtube mõnes mõttes juba vaikselt ka katsub neid piire, et tegelt läbi online'i on kergem jõuda laiemasse maailma.*

Aga kas juba see, et te kasutate Facebooki ja Youtube'i ju tegelikult mingil määral kitsendab seda sihtrühma, nii-öelda inimeste vanuselise ja kõige muu nagu asja juures ja alusel, et me ikkagi nagu tahaks jõuda vähemalt mingite gruppideni, et sa oled jooksvalt tegelikult maininud neid sihtrühmi nagu väga kenasti, nüüd tõmbaks nad nagu kokku, et nüüd niimoodi terve Eesti on nagu väga paha sihtrühm, nii ei jõua ...

*Aga vaata, see on see sama, mis ma ütlesin, et, et see on case-by-case.*

Okei, et case-by-case. Et Eesti Rahva Muuseumi üldisest, et noh, ei saa öelda, et Eesti Rahva Muuseum sihib neid inimesi, vaid et Eesti Rahva Muuseum sihib kõiki eestlasi ja iga ürituse puhul erinevaid eestlasi?

*Erinevaid sihtgrupe, jah, selles suhtes küll. Aga, aga sa alustasid sellest, et Youtube ja Facebook limiteerib või piiritleb.*

No mingil määral nagu piiritleb jah.

*Selles suhtes ma ei ole suga mõnes mõttes nõus, oleneb, kuidas seda nüüd lähtuda, et kui jah, kui me paneme teatud asju ainult Youtube'i ja Facebooki, siis jah, siis see ongi konkreetselt juba suunitlusega. Samas, noh, antud hetkel on Facebook-Youtube pigem lisandväärtus, et enamuse infot, mis me sinna paneme, on olemas mingil teisel kujul, kas ta on lihtsalt veebis või on ta mingite plakatite, pressiteadete, ükskõik, noh, mis kujul meie nii-öelda maja peal kuskil turismibüroos, räägitud ajakirjanikele ka artiklina, et selles suhtes ma ei suuda sulle praegu, noh, jälle minnes selle Twitteri juurde, et on üksikud asjad, mis on Twitterisse läinud, et nad ei ole mitte kuskil mujal, aga need on, noh, põhimõtteliselt mu enda näppude peal ära lugeda, mitu neid on, et selles suhtes ei, ta ei limiteeri. Pigem, kui me ei kasutaks neid, me limiteeriks nagu võib-olla seda kättesaamist. Info kätte saamist.*

Okei. On üks tsitaat, millele ma tahaks sinu kommentaari. See on sinu enda artiklist viimasest sellest muuseumiajakirjast: "Et seetõttu on vajalik, et muuseum mitte lihtsalt ei müüks, vaid selgelt kommuniqueeriks oma sõnumit oma brändi loomise kaudu ..." ja nüüd tuleb see niiöelda põhikoht "... et läheneks erinevatele sihtgruppidele personaalselt ja kasutaks õigeid kanaleid erinevate gruppide kaasamiseks." Kõigepealt ma lasen sul kommenteerida või no, et ühesõnaga, mõnes mõttes ma saan aru, et sa oled öelnud ka, et see on nagu nii-öelda ühe ürituse või asja nagu põhine, aga, aga mis see personaalne suhtlus siis nagu siinkohal tähendaks? Mida te siis näete nagu ideaalis selle niiöelda ideaalina, sõnastame siis selle ideaali?

*See tähendab põhimõtteliselt seda, et kui meil on mingisugune teema või asi, mida me kujutame ette, et vot, 20-aastane noormees võiks tunda selle vastu huvi, siis see algab sellest, et me mõtleme, kuidas me seda talle ütleme ja nagu kuidas me seda temani siis viime, seda ütlust, ja tegelikult mõnes mõttes ka see, et me saaksime lõpuks ka tema nagu reageeringu sellele ehk siis see on niiöelda kliendi teekonna jälgimine algusest lõpuni, et tema võimalused, et seda kätte üldse saada, et see algab võib-olla sellest ja sellest analüüsist. Kuni siis selleni, et mis ta selle infoga teeb ja kas see mõjub, et see põhimõtteliselt tähendabki, et me mõtleme sellele, mis on, keda võiks see asi, mida meie nagu teeme, huvitada, tõenäoliselt see huvitab väga paljusid erinevaid sihtgrupe, aga täpselt, et noh, järgmise nädala näitus. Noh, kui ma ütlen, et tulge järgmise nädala näitusele, nad ütlevad "mhmh" ja ongi kõik. Kui me ütleme, et sa saad seal, näiteks, noh, triikimasinaga nagu teha seal asju või ma ei tea, noh, vaadata selle ekraani peal mingisuguseid kihelkondi ja uurida, et nende asjadega, mida sellega teha on võimalik, nendega sa piiritled ära, et sa nagu ütledki ühele inimesele, et oh, tule vaata oma kihelkondi, sellel inimesel on nagu täiesti suva, kuskohas, mis kihelkonnast ta on, teda lihtsalt huvitavad võib-olla need asjad, mis seal on, et eriti, kui ta on ise näiteks kunagi midagi siia toonud, et võib-olla kirjasaatja tahab seda kuidagi teistmoodi saada, tema tahabki paberil kutset võib-olla. Et, et see on nagu see, kui ma nüüd vastasin su küsimusele.*

Põhimõtteliselt. Ja kas praegusel juhul see töötab juba nii?

*Jah, ma arvan küll. Kindlasti ta võiks rohkem, et neid sihtgrupe on, saab veel detailsemalt, veel piiritletumalt, et.*

A kas peab?

*Me võime selle teema üle, ma arvan, et filosoofiliselt väga pikalt nagu vaielda, et ma arvan, et tulemus on sedavõrra parem, inimene, kui sa ikka suhtled, ma ütlen, et Triinu isa, et sinul täpselt on just see asi, ma tean, et sulle meeldib, sa oled ütelnud, et sulle meeldib see, et me just panime selle, et sa saaksid näha või katsuda seda või misiganes teha.*

A kuidas sellises situatsioonis nagu see tasakaal paika saab, et ühelt poolt ju läheb tohutult palju energiat sellele, et kui väga fragmenteeritult infot jagada ja teiselt pool ..., sa võidki saada väga huvitatud inimesi, aga kas te olete nagu, ma saan aru, et see on veidi filosoofiliseks ajav, aga omakeskis arutanud seda, et kus tegelt jookseb see piir, et kui, kui nišši nagu on võimalik minna.

*Siin tuleb prioriteetidega välja, sest noh, ühelt poolt, noh, ma ei saagi kõiki igat asja, mis meil toimub majas, ma ei saa nagu, kas see on nagu põhimõtteliselt ei saa seda levitada või noh, ta ei ole tegelikult, ütleme, mastaapselt, kui me vaatame seda kuuprogrammi ja mitte seda, mis veebilehel on, vaid mis meil tegelikult toimub ka kogudes, et, et kui me vaatame juba seda kuu- ja tegelikult seda aastaprogrammi, siis sealt me saame juba prioriteetid panna, et mis on meil nagu oluline ja see mõnes mõttes tulebki nagu läbirääkimiste kaudu. Et tuleb osakondadega.*

Et see, mis on oluline, tuleb läbirääkimistega?

*Täpselt. Et need on nagu paigas, et vot see on nagu ... väga oluline sellel aastal, on siinamaani, et see on asi, mis kindlasti tuleb ära teha ja kindlasti tuleb kasutada need, need kanalid, saada see ja teine, et ja kui siis jääb nagu aega üle, võimalusi, või tulevad mingid juhuslikud sellised pakkumised ja küsimused või noh, kajastused, mis on nagu väga hea.*

Okei. Et kas need prioriteetidid, sõna, mida sa kasutasid, on nii-öelda, kas prioriteetidena pannakse paika üritused või pannakse prioriteetidena paika ka nii-öelda sihtrühmad?

*Eelkõige see sündmustepõhiselt, noh, üritused on selles suhtes praegu vale, et me ei mõtle praegu a la filmipäevi või midagi, et ma mõtlen ka see sama, et lähivad ale põletama või mis on hoopis teine teema ja kus me ei tegelikult ei taha mõnes mõttes, noh, see on vale nüüd öelda, tegelikult me tahame sinna inimesi ka osalema, aga mis ei ole nagu ühekordne selline üritus, tegelikult näitab seda tegevust. Et üritus on väga konkreetne nagu väljendusviis, levi osa, aga just sedasama, mida meie nagu üritame, nüüd ma lähen natukene teemast eemale, aga mida me nagu rohkem soovime välja nagu ka paista, on just see tegelikult igapäevane tegevus, et inimesed tegelikult tunnevadki ennast osa sellest, et Kirjasaatjate võrk või see panustamine, mida inimene saab teha, noh, väljendub erinevalt ja meie teeme seda igapäevase tööna, et see ongi tegelikult üks oluline eesmärk ja osasid.*

Aga kuidas sa praegu hindad, kas, kuivõrd inimesed on ..., sa ise ütlesid väga vahvalt hetkel, et ma lähen nüüd teemast välja, a tegelikult ju ei lähe.

*Selles suhtes jah.*

Et, et no et kus see nagu niiöelda tuum paikneb seal?

*Oota, küsi uuesti.*

Jah, et, et sa nagu ütled, et ühelt poolt me tahaksime näidata seda, mis on ERMi igapäevased tegevused, eks ole, noh, et seeläbi panna inimesed rohkem tunda kaasatuna ERMi tegevusse, siis nad saavad nii-öelda süsteemi toimimisest ja protsessi toimimisest aru.

*Ja küsimus?*

Aga et, aga teisalt nagu on tunda seda, et sa ütled jälle, aga see pole nagu päris teema, et kas tavainimene täna kõrvalt tegelikult saab aru, mis toimub ja kui hästi ta tegelt saab aru, et ta võib teada seda, mis toimub?

*Täna, täna inimene saab rohkem aru, kui ma arvan, aasta tagasi. Ma saan, kahjuks mul ei ole seda statistikat, mis mul on hästi kahju, noh, mida mul see aasta ei saanud teha ja seda võib täiesti öelda, et rahalistel põhjustel, just seesama omnibuss, et kas ta oli nüüd 2008 või 7, issand, ma ei mäleta, kus, ma arvan, et sa oled seda analüüsi kuskil kindlasti näinud ka. Ma võin sulle seda anda, mis oli selles suhtes hästi nagu kurb, et kui ma nüüd numbritega ei eksi, aga see oli umbes, et alla 50% Eesti elanikkonnast teab, mis on Eesti Rahva Muuseum. Et noh, see ütleb juba nii mõndagi. Kui me nüüd selle aasta selle uuringu teeks, mina, minu eesmärk oli, mida ma ei saa kahjuks tõestada, oli saada see kuskil 20% paremaks ja ma arvan, et see on üsna palju tõusnud just tänu sellele, et tegelikult meie oma kommunikatsioonis olemegi, see jõudlus on praegu just seesama, mis natuke takistab ja ka inimeste harjumatus, see on see teine, see sisekommunikatsiooni teema. Tegelikult ka koguhoidjad või teaduse pool võib-olla ei ole niivõrd harjunud seda, et tegelikult nende teemasid kuidagi esile nagu tõstetakse. Ka see alopõllu teema, no et, noh, minu arust oli see väga vahva ja kõik, noh, tegelikult täiesti asi, mis inimesi huvitaks, noh, eriti see, kuhu minnakse ju, see piirkonda, aga see on ka meie enda siseselt harjumatus teha sellest lugu mõnes mõttes või tõsta see esile kuidagi. Et ikka on nagu tava, et meil tuleb, ma ei tea, Ungari köök ja kõik niuksed asjad ja näitused on ja programm, et, et see praegu nagu tegelikult see tasakaal läheb natukene, see on nagu ühelt poolt prioriteet meil rohkem, just seesama see sisu nagu välja toomine, et, et praegu ta on niuksel murdepunktil jälle, noh, see aasta see ... ajaga nagu see asi nagu, ma arvan, et tegelikult see sisu sellest puhtalt programmiliselt, et tule nüüd, tule, kuula muusikat, tule, vaata näitust, et see on nagu tegelikult vahetunud nagu positsiooni, et kui ta enne oli nagu natuke programmilisem, siis ta on nüüd natuke sisulisem.*

Et sina, sinu hinnangul, sa arvad, et praeguseks on nagu juba see sisu nii-öelda ületanud programmi?

*Jaa, see selles suhtes, nüüd, kui ma teen meediamonitoringut, siis see järjest rohkem nagu tuleb ka välja, et järjest rohkem on see, kus, noh, kus ERMi nii-öelda kasutatakse teistes kontekstides, et ERM on alates sellest arhitektuurist, mis on nagu uuema ajaga puhtalt, kuni sellest, et miks on Tartul vaja lennujaama, sellepärast,*

*et noh, Eesti Rahva Muuseum on siin, et noh, kõik see mängib rolli. Tähendab, ei ole nagu ainult meie nagu selline üritustepõhine info, mis levib, et meil on kümnes portaal, noh, see kaal hakkab üle minema.*

Selge. Ma arvan, et sellega on päris hea see osa kokku tõmmata, niiöelda, jõudsime puändini ka.

## **Lisa 2. E-maili intervjuu ERMi teadussekretäriaga**

### **„Tuhande sammuga...“**

**Mis ajavahemikul sai pilte kommenteerida – kas kogu näituse üleval oleku jooksul?**

Jah, 15.11 – 31.01.10

**Kui palju kommentaare kokku tuli?**

Ca 200

**Millised olid eredaimad näited sellest, et inimeste osalemisest oli muuseumile kasu?**

1. Inimesed tegid kommentaare, kus leiti vigu fotode allkirjades või täpsustati pildiallkirju, näiteks:

- 16 Täpsusutuseks: Foto on tehtud Karksi vallas, Pöögle külas Maie talus (tookord oli see hoone Kõrgmäe sovh. lasteaed) praegu A. Kitzbergi tubamuuseum.
- 747 See peaks olema Artur Vasiksaat, nime Vasikraat Muhus ei ole (Edgar Grünberg, Muhulane Tartus)
- 739 Kalda 22. See on nüüd Fortuuna tänav, MAJA on vist too, mis oli 1990ndate lõpul sellises seisus, et kukkus keset päeva tänavale. Liiklus seisis 4 tundi sel lõigul.

2. Enamus väljendasid suhtumist – mis meeldis fotodel, mis pani mõtlema, kust saadi uut teadmist või esitati küsimusi fotode kohta / üllatusi tekitasid miskid asjad.

**Mida inimesed, kes osalesid, võisid sellest kogemusest saada?**

Osalemisest kui sellisest mis kogemust saadi – ei tea kui aus olla, seda ei küsitud; aga mõned olid seda ise kirjutanud:

- Mõte anda näituse külastajatele võimalus sel moel väljapanekut kommenteerida on väga hea! Kiitus

Tekkis ka mõne kommentaari ümber vestlus/diskussioon fotode ümber, mis kogudest kustutatud oli:

- A: Naljakas, et 5-võitlus nii ohtlik olnud, et kustutada tuli
- B: Eks keegi tegi sohki...

- C: Ei tea mille alusel anti osa pilte kirjandusmuuseumile, osa kunstimuuseumile
- D: ERM võiks uurida, kas need fotod ikak jõudsid sinna, kuhu nad kirja järgi pidid jõudma. Tõenäoliselt jõudsid need otse KGBsse või vähemalt neist tehti tolle jaoks koopia. See ei ole paranoia, nii oligi tol ajal.

### **„Kingi muuseumile päev oma elust“**

#### **Kui palju lugusid muuseumile kokku saabus?**

420

#### **Kuidas need olid jaotunud: foto/video/tekst/muu (mis?)? Kas on selle kohta mingi statistika?**

#### **Kui palju saabus veebi teel (e-mail, portaalid, blogipostitused), kui palju tavalist posti pidi/kohale toomisega?**

Tekstid 363 (sh tekstidel on ka fotod juures enamasti) / neist tuli postiga 132

Fotopäevad 35

Videopäevad 4

Blogid 18

Päeva mobiilne kaardistus 1

Esemeid – piletid, ostutsekid, konseptektid jpm.

#### **Mida muuseum on tänaseks nende lugudega teinud ning milleks saab muuseum neid Sinu arvates tulevikus kasutada?**

Lood on arhiivi vastuvõetud ja vastavatesse kogudesse – ootavad kasutajaid ja uurijaid (ERM on teinud ise kokkuvõtteid, ajakirjas Lee avaldati 2 päeva lugu)

Tulevikus saavad kõik kasutada – veebipõhiselt fotosid/videosid; materjalid on head selleks eelkõige et argielu ja inimeste argielu muutusi uurida. Aga ka paljuks muuks!

#### **Mida inimesed, kes osalesid, võisid sellest kogemusest saada?**

Ei tea, ei küsitud – aga eelkõige on kuulda olnud:

a) positiivne tagasiside, et sellise aktsiooni ERM tegi ning inimestele andis võimaluse lugusid saata

b) vene proua kes tänas pisarateni ERMi, et keegi nüüd ka venelastele Eestis tähelepanu pöörab

## Lisa 3. Fookus-grupi intervjuu turismikorraldajate-giididega: transkriptsioon

ERMi fookus-grupi intervjuu turismikorraldajate ja giididega: transkriptsioon

Toimumise aeg: 12. jaanuar 2009

**Fookusgrupi moderaator:** Triin Visnapuu

**Triin:** Täna me käsitleme esialgu üldisemat Tartu linna muuseumide ja vaatamisväärsuste plaani ning hiljem räägime sellest, milline võiks ERM olla, et teie tahaksite seal käia ise ja gruppidega näiteks. Kui teil on vahepeal küsimusi ja kommentaare, siis alati võib neid öelda. Kõik võivad rääkida ning eraldi annan sõna vaid vajaduse korral, kui keegi ei räägi. Üldiselt ma ei tea, kui palju te olete varem sellises vestlusringi-laadses uuringus osalenud, aga kõigil on õigus rääkida seda, mida nad tahavad ja võivad teistele vastu vaielda. Vahepeal teen märkmeid siia tahvlile ja saame asju üle vaadata. Ma arvan, et hakkame pihta. Orienteeruvalt läheb umbes 1,5 tundi, võib-olla kiiremini ja kui rohkem, siis vaatame, kas soovime oma aruteluga jätkata.

**Kõigepealt olekski selline küsimus, et millistes Tartu ja lähiümbruse muuseumides te oma gruppidega käite ja need, kes gruppidega otseselt ei käi, siis milliseid te soovitate kui keegi küsib, kuhu võiks minna? Mis on need põhilised muuseumid?**

TG5: Meie jaoks tegelikult, ma ei saa öelda, et ta number üks on, aga kuna ta asub siin vanalinnas ja väga soodsa koha peal ja ta on siiski piisavalt atraktiivne kui me teeme oma reise ajakirjanikele ja reisikorraldajatele, siis on täiesti stampkohana sees meil Mänguasjamuuseum, hästi palju on Õllemuuseum, väga palju võtame just programmide pärast, kus on hästi palju erinevaid asju vaadata, on Põllumajandusmuuseum, sest seal on mõned leivaprogrammid ja kõik muud erinevad ja mina julgekski väita, et need on nagu meie jaoks Antoniose gild ei ole muuseum ja Botaanikaaed on ka midagi muud, et kui me räägime nüüd puhtalt muuseumi mõistest, aga need kolm on nagu siuksed raudselt Tartu linnas top3. Kui me lähme maakonda, siis tuleb loomulikult juurde, no Põllumajandusmuuseum on ka piiri peal, Lennundusmuuseum ja vanausuliste muuseumid – nii Kolkja kui Varnja. Ütleks mina, mis on ütleme nagu kõige esimesed.

TG3: Eino lastega paneks juurde veel võib-olla Loodusmuuseumi Ülikooli oma. Üsna sageli nad ikka tahavad sinna minna.

TG4: See on nüüd sina... Kui lapsi on, siis on seda tellitud.

TG3: Ja siis muidugi, siis kui mina, oleme Toomemäel, siis ma alati räägin, et kui teil on Tartusse kauem asja ja teid ülikool huvitab, siis minge ikkagi Tartu Ülikooli ajaloomuuseumisse ka, aga ma ei ole seal grupiga käinud ammu-ammu-ammu, seepärast, et lihtsalt ei ole aega selle jaoks. Ei ole mõtet sealt läbi joosta.

TG4: Grupiga ei ole aega kui ei ole tellitud, kui on selline rühm, kui spetsiaalselt on tellitud, siis me saame minna, aga muidu ei jõua.

TG6: Kui nõu küsivad enne, siis saab.

TG1: Jah, see, mida TG5 rääkis on selline üldine tasand, tema näeb seda kõige kõrgemalt, nii-öelda asutusena ka. Aga meie näeme seda nii-öelda giiditasandilt. Kui ma räägin oma seisukohast, siis ma räägin giiditasandist. Giiditasand sõltub väga palju sellest, kuidas tellitakse või mida siis klient küsib, see kuidas on formuleerinud selle tasandi. Mina omalt poolt lisaksin sinna juurde soovitusel seisukohast kindlasti ERM ja

Raadi, selle kes on siis näiteks individuaalid, kes saavad ise oma transpordiga liikuda või siis kahtlemata ratastega, kes tahab vähegi natuke liikuda, siis Raadi park on selline ilus ja niipalju kui ma olen gruppidega käinud, mina olen pannud oma ekskursiooni sisse ERMi ja kõikidele on meeldinud see pargiõhkkond seal, see park on väga, seda kiidetakse kui grupiga minnakse ERMi see raadile just (kõik teised ka noogutavad: „Jah, Raadile just.“). Ja teine asi oli see ja just see soovitusasand ja ühtlasi see, kuhu ma jõuan ja kuhu ma tahan jõuda, aga teine asi on jällegi see, mida tellitakse ja see ei sõltu minust. Noh nii nagu TG3 ütles eksle Loodusmuuseum kui on lastega või uus tasand jälle juurde, välismaalased, siis Ülikooli muuseum. See kõik sõltub siis selle sihtgrupi puhul, kellega mina töötan – see on sakslased.

TG3: Sa mõtled ajaloomuuseum?

TG1: Jah, ülikooli ajaloomuuseum Toomel.

TG6: See tekitab pidevalt ju segadust.

TG1: Jah, just.

TG5: Ja mina tahtsin seda öelda, et tegelikult et kui me räägime, et ta tuleb ainult teatud osadena välja, mis on tegelikult ka alati grupi sees on Ülikooli peahoone, aga seal tahetakse näha kahte asja: aula ja kartser. Aga tavaliselt on see täiskomplekt muuseumina ja see muuseum on nii ühesõnaga... ei ole aega. Aga sa tahaksid näha seda pärlit: aula, et see on võimas ja teine asi see kartser.

TG3: Üks asi on see, et ei ole aega, teine asi on see, et sel ei ole ka mingit mõtet, sellepärast, et neid kuramuse kipskujusid on kõik näinud niipalju kui kulub.

TG6: Ülikooli kunstimuuseum sobib väga hästi Eesti õpilastele enda harimiseks.

TG1: Jah, eestlastele, siis kui teema on hästi oluline.

TG3: Triin seda ilmselt ei tea, aga see on läbi ajaloo olnud giidide ja Tartu Ülikooli kisklemise teema, sest me korduvalt oleme üritanud ülikooli veenda, et lastaks turistide ka ainult kartserisse ja ainult aulasse ja ülikool ei ole sellega lihtsalt nõus ja kõik.

TG1: Ma lisaksin veel...

TG5: Mina olen siin seitse aastat varsti olnud ja see on kogu aeg.

TG3: Eelmisel aastal tegime isegi TG4 initsiatiivil kirja ja see sai suhteliselt häbematu vastuse ülikooli käest.

TG4: Mitte ülikooli käest. Ta ei läinudki ilmselt konkreetsest isikust kaugemale.

TG3: No ta esindab ikkagi ülikooli. Nii ei ole midagi teha.

TG4: Nojah.

### **Triin: See on väga huvitav teema.**

TG3: See on väga huvitav teema ja raske teema.

TG1: Ma tahaksin siia veel midagi öelda. See läheb ikkagi natuke teemast kõrvale, see on siuke oluline, aga ta läheb meie teemast praegu natukene kõrvale. See on nagu suhtumise küsimus eksle, kas me saame kuhugi või ei saa. Et üks dimensioon giidi töö juures ongi see, et kas ma lähen muuseumisse eraldi, et kas ma planeerin selleks eraldi aega, mis omakorda haakub sellega, kas seda tellitakse. Kui see on juba tellimuses sees, siis järelikult on selle jaoks aega. Ja teine asi on see, mida ei ole otseselt tellimuses sees, vaid kuhu ma võiksin minna töö käigus selleks et muuta tervikpilti kliendile atraktiivsemaks. Ja mina näen väga suurt potentsiaali justnimelt toomemäe ülikooli muuseumis, sest seal on ka selline suhtumine, et ma tohin seal sees ise rääkida. Ja see avab mulle...

TG3: Suure vaevaga saavutatud...

TG1: Ja see avab mulle kui giidile minu rollis väga suured võimalused muuta grupile asju atraktiivsemaks. Et see on oluline tasand muuseumide juures: kas ma lähen sinna nii muuseumis ja tohin seal suu lahti teha või ma lähen spetsiaalselt kuhugi muuseumisse.

TG6: Kas ma võiksin TG1-le nüüd lisada, et see Toomemägi loodaks, et arendaks end väga hästi välja seal. Tegelt ülikooli muuseum kui katusena seal – et mitte ainult vana see kirik, vaid ka vana see... aud..

TG1: anatoomikum.

TG6: Anatoomikum jah, kuhu minu sakslased muide on omast huvist läinud ja vaadanud ja tohutult meeldind, vaatamata sellele, mis ta praegu välja näeb ja siis ka midugi see tähetorn, mille vastu väga suurt huvi tuntakse – nad teavad seda.

TG5: See on ju UNESCO maailmapärand.

TG3: Tähetorniga vist on asi korras.

TG5: Jah, 2010 lõpp on korras.

TG6: See on väga suur potentsiaal eks, kui see nüüd välja arendatakse. Ja sama asi toob ka TG1 välja, et tee peal saaks kas või sisse minna, kui on see ka võimalik, aga selle vastu on hästi suur huvi ikka.

TG4: Ja tahangi täiendada, et muuseumid ei tohi olla arrogantsed, et teie tulete meile ja põhjalikult peate vaatama ja põhjalikult peate vaatama poolteist tundi, vähemaga te ei saa, parem kui kaks või kolm. Et reeglina ongi see linnaekskursioon poolteist tundi kuni kaks tundi. Ja tõesti kui ei ole tellitud, siis meie ei saa pakkuda niisugust põhjalikku käiku, kui ainult tõesti möödaminnes sisse astuda, huvi tekitada, et see oleks muuseumi seisukohalt ka väga maksimaalne ja tulevikuperspektiivikas. Aga nii nagu praegu on..

TG1: Just, see on nagu suhtumise küsimus.

TG4: Ja siis ongi nagu muuseumidel, nagu TG5 ütles – Mänguasjamuuseum, Õllemuuseum ja Põllumajandusmuuseum ka – nad on teinud ise reklaami! Et siin meie, giidid, me saame küll soovitada reisibüroodele, aga see on soovituslik, et nad ise peavad olema aktiivsed, ennast reklaamima ja siis tellitakse ühesõnaga selle ringkäigu raames, et siis me oleme õigustatud minema, me saame minna, on piisavalt aega selleks.

TG3: Aga ma Triinule räägiks ühe sellise naljaka näite ka. Sellest on nüüd küll juba aastaid tagasi, et praegu enam võib-olla sellist asja ei juhtu... Aga Tartu tegi Euroopa rahadega SRÜ noh nendele... pediaatritele siin mingit koolitust ja siis mul oli rõõm ja õnn teha ekskursioone usbekkidele, armeenlastele, venelastele, kellele iganes. Neid oli kokku umbes üks kümnekond rühma ja programmi oli teinud ülikool. Ja ülikool oli teinud täiesti „geniaalse” (näitab sõrmedega, et peab silmas „geniaalse”) programmi – alustasime sellega, et käisime linnamuuseumis, siis tulime ülikooli, õnneks siiski kunstimuuseumit ei olnud seekord, vaid ainult aula ja kartser ja siis ma tegin neile väikse väikse väikse kesklinnaekskursiooni ja siis me läksime Toomele ajaloomuuseumisse ja see oli veel aegadel, kus kõikides kohtades rääkis rangelt oma giid, kuigi linnamuuseumis ja ülikooli ajaloomuuseumis ei olnud venekeelseid giide, nemad rääkisid eesti keeles ja mina pidin neid tõlkima ja täiendama siis tegelikult nende juttu. Kujutate ise ette mis juhtus – nad kuulsid kolm korda praktiliselt ühte sedasama juttu

TG5: Linnalugu! Jah, täpselt...

TG3: Sest, et Tartu linn on ju ülikool, eksole...

TG4: Ja see ongi see oht, et Tartu Ülikooli peahoone puhul, selle kunstimuuseumi puhul, et seal räägitakse pikalt laialt ajaloo, millest me oleme kas ära rääkinud või mida nähakse linnas, sest ülikooli ajalugu...

TG5: need on seotud...

TG6: Ma väga toetan TG4 mõtet, ma ei olegi ise, ma tänan, et sa tulid sellega välja, et tegelikult ka selline asi, et oleks kas või võimalik lihtsalt huvi äratamine, et meil on kaks tundi aega, no vahepeal juhtub, et on ka natuke rohkem.

TG5: Harva.

TG6: Jah harva, aga no ütleme, et on kaks tundi, et ma tõesti korraks lähen sisse ja räägin, mis siin on põhimõtteliselt ja et kui neil kusagil on no vähegi aega, et neil oleks endal võimalik, aga ma ei pea seal tõesti väga pikalt olema, lühidalt räägin, et misasi see on, eks.

TG1: Jah mina just, mul on sellesama asja kohta kogemus olemas...

TG4: sest sa võid verbaalselt ütelda ja soovitada...

TG1: Ja väga positiivne kogemus.

TG4: et see on kusagil kaugel, võib-olla ta ei näegi seda visuaalselt momendil...

**Triin: Aga... TG3 siin juba rääkis ühe sellise enda meeldejäanud loo muuseumikülastusest, teistmoodi, aga äkki teistel on ka niisuguseid lugusid...**

TG5: Neid on nii palju, et...

**Triin: Mõni meeldejäävam...**

TG5: No mina võin näiteks öelda tüüpsuhtumise Mänguasja muuseumi puhul, mis on olnud alguses, et need on sellised vanemad inimesed, mitte vanemad, ütleme keskeas, et alates ikkagi... no ütleme juba lapselapsed

on olemas ja põhiline – nii kui ma räägin, et läheme mänguasja muuseumisse, siis alati on niimoodi, et – „no hea küll, kui sa väga peale käid”, „no kui see on meil programmis, hea küll lähme” ja kui nad välja tulevad, siis on (teeb rõõmuliiugutusi ja žeste) – siis silmad säravad ja siis on...Sead äratundmisrõõmu, küll neil on oma lapsepõlvest, kes ostis oma tütrele ja pojale ja kellel on juba lapselapsele. No ühesõnaga see on, sellel on niipalju eri tasandeid...

TG1: Ja kellest sa räägid praegu – eestlastest või välismaalastest?

TG5: Välismaalastest...

TG4: See on kõik!

TG5: Jah, eestlased ka, aga mina räägin välismaalastest.

TG3: Absoluutselt.

Kõik noogutavad.

TG4: Ja tähtis on see, et muuseumis oleks tegevus, just tegevusvõimalus ja siis ka pood, et just

Mänguasjamuuseumis on lelude ostmise võimalus, see on väga tore...

TG5: ja seal on päris suur valik.

TG4: Jah ja

TG5: Võrreldes teiste kohtadega Tartus on päris suur valik.

TG6: Mina võin öelda, et kuidas mina hästi palju muuseumidesse sattun ja ka kuidas ma sinna inimesi viin, aga nemad on ka ju üks sihtrühm, on õpilased, sest mina olen ka õpetaja ja näiteks täna, selleks, et siia tulla, organiseerisin ma õpilased muuseumitesse, no ülesanded muidugi, eksju... Et mul on väga hea kog, et mina ju valin selle järgi, et need on turismi ja reisikorraldus ja sekretärid ja sellised inimesed, Eesti kultuurilugu, selle raames, et Tartu linnamuuseum sobib väga hästi, ERM eks, ERM oli küll see nädal kahjuks ennast kinni pannud sisuliselt. Siia ülikooli ma muidugi ei tule, peahoonesse.

TG4 noogutab.

TG5: Miks?

TG6: Sest mina ei leia, et ma Eesti kultuuriloo raames peaksin kipskujusid lahkama.

TG1: Ei, aga peahoonest läbi ja peahoones ikka käid...

TG6: Seal on seesamune, TG1, et ma ei tea, kuidas, kui mul tuleb keegi vastu, et kuidas nad suhtuvad sellesse..

TG1: Aaa...

TG3 noogutab.

TG4: Et mina siis leebelt selgitan meie olemasolu, õigustan meie olemasolu..

TG1: Aga mul ei ole kunagi olnud probleeme sellega, kui ma korraks lähen sisse – ma kõikide gruppidega käin läbi peahoone – tulen tagant sisse ja lähen eest välja või vastupidi, lihtsalt selleks, et natuke pakkuda õhkkonda ja peale selle ma näitan seda teaduskondade nimekirja ja seletan selle abil eesti keelt.

TG4: Jah, nii eesti keelt, kui ka selgitada...

TG1: Noh see ei ole enam see teema, see on metoodika juba.

TG4: seda, milline on see tänapäeva ülikool.

TG1: Jah just.

TG4: Aga võib-olla ERMi juurde tuleks veel korraks tagasi, et kui sa ütlesid, et ERM ja Raadi on täiesti eraldi ,et see Raadi... praegune ERMi väljapanek, mis seal on, see on ma ütleks... tolmunud ja surnud, et nii tore kui ta ka ei ole ja nii kenad ja armsad kui ta meie eestlase südamele ei ole, aga ta ei kõneta inimesi ja välismaalast, et ta on asi iseeneses.

TG5: Et see keskkond ka ei kõneta ja see on nii oluline ja see ei toeta üldse, et see on vastupidi, pigem töötab vastu sellele muuseumile ja muuseumikontseptsioonile.

TG6: Ja kui sa mõõdad seal (näitab tahvlil nimekirja muuseumidest) ja sa viid ta näiteks

Põllumajandusmuuseumisse, siis kogu see õhkkond ja...

TG4: Ja mõis...

TG6: ja paljus ka sarnast tegelikult, aga see mõjub tunduvalt huvitavamalt ja paremini

TG4: Ja seetõttu on väga tore ka see Raadi, et mina olen haaranud Raadi oma bussiekskursioonidesse, et meil on bussiga ja jalgsi, et kus me maha läheme ja bussiga sõidame sinna, saame pargis käia, räägime natuke mõisakultuurist ja Raadi tulevikust, ka ERMi

TG3: Kas sa sõidad lennuväljale ka päris?

TG4: Ja ERMi tulevikust... Jah Lennuväljalt teen tiiru ja siis tulen sealt Raadi ette kui vähegi aega on ja siis läheme sealt õue peale, kui vähegi aega on ja nüüd ma võtsin Kristaga (Krista Aru, ERMi direktress) kontakti no kuna neil algab see ERMi ehitus ja et kas juba sel suvel pääseks sinna Raadi noh... vaatetorni ja edasi

natuke sujuvamalt ja ta ütles, et see on täitsa võimalik, et räägime sellest... Et see raadi võiks juba sel suvel kaasata tõhusamalt ja koostööst ja nüüd tuleks Krista Aruga ise kokku saada, sellepärast, et vist on kontaktisik Kristjan Raba, aga aastate jooksul see ongi sinna jäänud, et ta arvab, et Giidide Ühing tuleb tema juurde, aga meil paraku ei ole aega, et me oleme kõik üpris hajali.

TG1: Ei aga, Siimets, see on üsna spetsiifiline juba, aga Siimets ju toimetab seal.

TG4: Võib-olla Siimets, aga...

TG1: Tema on põhiline tegelane seal, aga see pole teema praegu.

TG6: Aga hetkel praegu kui ta on seal nii-öelda näitusemajas, on ta ikkagi rohkem eestlastele see väärtus ja loomulikult see, et need üritused, et täna mulle tuli küll ka see kutse, lausa mitmest kohast, mitmest listist, et see udmurdi see teema, et see väärtus – et see oma roll on tal küll, et tartlastele siin igasugused huvitavad üritused.

TG1: Ja kohalikele üldse. Ma toaksin välja võib-olla, et üldistavalt jällegi, et vahepeal on vaja niimoodi kokku võtta. Et muuseumikülastuse puhul on kaks tasandit ehk siis sihtgrupi näol – et kohalikud eestlased ja turismi seisukohalt siis nii eestlased kui välismaalased, sellepärast, et välismaalastele on vaja seletada hoopis teisi asju või samu asju hoopis teistmoodi, mis omakorda tuleneb sellest, et või noh põhjustab selle, et giid peab asja juures kommenteerima või kui giidi juures ei ole, peab see asi olema presenteeritud niimoodi, et välismaalasel on huvitav.

TG2: Vot siinkohal ma tahaksin mõelda, et korraks ka sõna võtta, et on erinevused ka selles, et kas on grupiga toodud turistid, et siis on tavaliselt giid nendel võetud või on üksikturistid ja üksikturistidega, need on põhiliselt need, kellega mina tegelen oma igapäevatöös ja ütleme, et ERMi kohta – ERMi miinuseks on see, et see on kesklinnast natuke väljas, et üldjuhul me saamegi soovitada neid, mida, et nendel on ka piiratud aeg, nad ei viitsi minna sinna, vaatavad, et „ah see on nii kaugel” ja võtavad ikka need kesklinnamuuseumid ette, aga me alati oleme ERMi soovitanud, aga seal ongi see, et tagasiside meil puudub, kuidas nad rahule on jäänud. Aga lihtsalt paljud ei viitsigi lihtsalt seda teekonda ette võtta.

### **Triin: Aga Raadi puhul?**

TG5: Ei, Raadi on teine... aga Raadil on hoopis teised dimensioonid kokku. Ta on nii-öelda tervikkompleks, aga seal on üks maja, mis on eksole nõukogude-aegne – minus ei tekita ta mingit emotsiooni, positiivseid emotsioone eks, aga see Raadi ise on juba siuke, et ma arvan, et need on täiesti erinevad asjad

TG2: Aga selles mõttes teavitustöö on ERMil hea, et ta saadab kogu aeg listiga nagu uudiseid, et mis toimub, et see on nagu hea.

TG1: Jah...

### **Triin: Aga kas need, nii-öelda teated selle kohta, mis toimub, tulevad piisava varuga?**

TG2: Jah, noh tõesti, päris palju tuleb neid ja nad saadavad tõesti igale poole

TG6: Just, hästi erinevatest kohtadest tuleb seda informatsiooni ikka väga hästi.

TG5: Kultuuriaknasse võiks tegelikult panna... mis on tegelikult hämmastav – Kultuuriaknas ei ole isegi põhinäitusi teil inglise keeles näiteks väljas. Ei ole ERMil. See ei ole ainult ERMi viga, see on paljudel muuseumitel – pannakse eesti keeles ära ja arvatakse, et „aga ma olen kõik teinud”. Sorri.

TG2: kusjuures seal ei ole vist üksiküritusi ka ei ole...

TG5: üksiküritusi ka muidugi ei ole...

TG2: Seal võiks olla, sest neid mitmepäevaseid on väga palju.

TG1: Jah, kuna see sisestamine käib ise, eks...et kuidas öelda, need tasemed on hästi erinevad, puhtalt isiklik arvamus, mis mind häirib on see, et kui ma löön kultuuriakna lahti, siis see on esimene asi, et kõik filmid, mis Tartus vähegi on, on ükshaaval reas seal.

TG3: Just!

TG1: Et see häirib üldpilti. Aga see ei puutu jällegi otseselt teemasse.

TG5: Aga mina pean näiteks tunnistama, miks mina näiteks panen, mina teen valiku, millised ma teen aktiivseks visittartu.com'il, mis jooksevad vasakus servas ürituste all. Me oleme kultuuriaknaga ajanud pea praktiliselt poolteist aastat ja nüüd ta saadab välja, et näiteks Vanemuise suuremad kontserdid, suuremad üritused, mida linn toetab need peavad olema vähemalt pealkirjad inglise keeles kõik tõlgitud korrektselt, et ei

saa olla nii, et ei ole inglise keeles, aga ma tulen tagasi selle juurde, et miks on näiteks meil palju filme – sest muidu oleks inglisekeelne täiesti tühi. Üritused täna-homme.

TG1: No mitte ainult inglise keeles, see on eesti keeles ka.

TG5: Nojah, aga ma pean nad ära klikkima ka eesti keeles, need, mis eesti keeles ei ole, siis need ei tule ka inglise keeles. No see on meil. Aga...

TG1: Nagu öeldud, see on tehniline nüanss.

TG5: Aga selleks, et oleks mingitki üritust, et midagi Tartu linnas toimub, seega on eesti keeles need filmid, siis ma panen need lingina ülesse, et midagi toimub.

TG1: No see on ikkagi küsimus inimestele, kes sisestab.

TG5: Pigem on siin kultuuri sisestamise programm, et sisestada üritusi.

TG1: Aga no ütleme, et seal taga on ikkagi IT-tehnoloogia ju.

TG5: Ei no iga ürituse korraldaja peaks.

TG2: ei, no meie peaks lõpuks siis trükkima inglise keelde, et panna ülesse sinna enda sellesse aknasse.

TG1: ei no see on selles...

TG5: Ah ei, sa ei saanud aru...

TG1: Aga ma küsiks, kas me oleme selle küsimuse juures veel?

**Triin: Jah.**

TG1: Ma küsiks, et see küsimus oli, et minu meelest rohkem sedamoodi, et kuidas nagu... sina oled... (Pöördub TG2 poole.)

TG2: Ei, mina olen turismiinfokeskuses.

TG1: Jah, vabandust.

Vaikus.

TG1: Et... mul on nägude mälu, aga ma ei suuda nimesid praegu seostada.

**Triin: TG2 siin rääkis juba natukene sellest üksikuristist. Äkki sul on veel midagi selle kohta lisada?**

TG2: No ma võin rääkida sellest, mida nad näiteks küsivad ise. Et.. eem, ütleme nii, et Eesti Rahva Muuseum ei ole muidugi seda kujutad sa ette. Pigem tuntakse huvi sellise erilise vastu, näiteks KGB kongid...

Kõik noogutavad.

TG1: Väga spetsiifilised.

**Triin: Ma ootasingi, millal te selle ka välja toote.**

TG2: Ja seda küsivad enamasti isegi noored inimesed, mis on üllatav, sest nemad nagu ei tea väga sellest... väga noored inimesed ju üldsegi ei tea seda tausta. Aga küsivad seda, sest see on teistsugune. Noh mänguasjamuuseumit enamasti peredega, kellel lapsed on, neile soovitan ja eks juba küsivad ka. Siis näiteks Anatoomikumi, Vana Anatoomikumi küsitakse. Et nad on kuskilt kuulnud ka, et see on hästi põnev näitus seal. Ja siis Tähetorni, aga Tähetorniga on jah kehvasti hetkel.

TG5: Noh praegu, aga see laheneb.

TG3: 2010.

TG4: seda kaunim ta on.

TG2: Ka siis, kui ta oli avatud, siis kõik oli see ettetellimisel ja noh õllemuuseumiga sama asi, et ei saa iga kell sisse sadada. Huvi on suurem kui see valmisolek vastu võtta.

TG4: Õllemuuseumil, aga neil vist avaneb varsti see värav ka... Nad on tegemas seda või...

TG5: No õllemuuseumi puhul muidugi, mis mängib rolli on, et seal on see degusteerimine ka. See kindlasti on atraktiivne – sa näed seda protsessi, sa näed seda ajalugu ja kolmas on see degusteerimine

TG1: Aga nüüd kui me vaatame seda muuseumide üldist dimensiooni, milline on üldine praktika, ma lähtun nagu oma kogemusest, siis see on üks atraktiivsuse näitajaid, et on see kolm asja koos. Et on lihtne ligi pääseda, teema on atraktiivne ja see, millest juttu on, seda saab proovida, see on see jookide teema. Et see on siis nagu, ütleme, see on nagu teine tasand juba, ütleme, rahvusvaheline turismitasand ütleme. Noh kohalik naganii, aga see on ka väga oluliselt rahvusvaheline turismitasand.

Triin liigub tahvli juurde, et teha kokkuvõtteid ja märkida mõned asjad pabertahvlile.

**Triin: Me jõudsimegi väga sujuvalt selleni, et ma tahtsin kokku võtta lühidalt selle, mida te ise olete siin jutu sees maininud, et mis on need aluspunktid, mis ühel muuseumil peaksid olema, et te üldse tahaksite, viitsiksite, et teie grupid tahaksid sinna minna ja siin mitu korda on käinud läbi see tegevus, et sa... et peab olema midagi lisaks sellele lihtsale väljapanekule. On mul õigus?**

TG1: Jah.

TG5: Sellest ei ole mõtet rääkidagi – loomulikult!

**Triin: Ja teine, TG1 Sa väga kenasti töid, on teema atraktiivsus ise ning siis ligipääs ja kui me kanname selle üle ERMile, siis saame, et ligipääs on selline, et kesklinnast ta paraku välja jääb tihtipeale.**

TG1: Tähendab, need on...

TG4: Tähendab, me peame vist eraldama ERMi praeguse... tähendab, me ootame uut maja ja sisuliselt see põnev atraktsioon saab olema Raadil. Nii, et see pragune maja on hädalahendus, võib-olla sellest isegi ei räägiks.

TG6: Ja ligipääsuga ma sain aru, et tavaturistile, aga bussiga saab.

TG4: jah bussiga.

**Triin: Et ootused on kõrged...**

TG1: Jah, aga ma lisaksin sinna juurde need üldmõisted, need ligipääs ja teema, et need ei... võib-olla peaks neid täpsustama. Ma ligipääsus ei ole ju või ma ei tea, kas see lähebki sinna alla tegelikult, et ligipääs ei ole mitte ainult füüsiline ligipääs, vaid ka see ligipääsu korraldus. Et seal tuleb see teine tasand mängu, et kuidas ma grupiga saan sisse ja kuidas individuaalselt saab sisse.

TG2: Ja kui rääkida nagu see asukoht eksole, et tegelikult ligipääsu alla võiks olla ka lahtiolekuajad, sest no läbi aegade, mis on nagu probleemiks olnud, on see, et esmaspäeviti on kõik muuseumid kinni ja siis tulebki see koht, et ainus koht, kuhu saab saata, on seesama kipskujude ...

Naer.

TG2: et ee...

**Triin: Ma ühildasin need selleks valmisolekuks vastu võtta, kuhu alla käib see.**

TG2: Jah, see on tõsine probleem läbi aastate, et esmaspäeval tuleb turist ja mul ei ole teda mitte kuhugi saata ja ta tuleb ainult üheks päevaks ja ta on pettunud, sest ta ei näe mitte midagi.

**Triin: Jah... Ja üks aspekt oli vist see, et oleks selline lühike kava võimalik läbida? Et linnaekskursiooni oleks võimalik sellist lühikest sutsu teha kui kahte poolt tundi muuseumis veeta?**

TG5: Seda küll, et muuseumil peab olema paindlikkus, peab olema see, et nad ei oleks...

TG1: Suhtumine...

TG5: Justnimelt, et nad ei ole praegu. Et nemad on muuseum kui asi iseeneses, et kas nad on enda jaoks.

**Triin: Muuseum muuseumi pärast.**

TG5: Jah, muuseum muuseumi pärast, või on nad kliendisõbralikud, siukest asja...

TG3: Seda mingis mõttes võib ka koostöövalmiduseks nimetada. Siin oli juttu näiteks sellest, et meie oleme mitmel pool võib-olla teatud mõttes paremad kui need muuseumi enda giidid eksole. Aga teistpidi võttes ma ei kujuta iganes ette, kes meist võiks olla parem Õllemuuseumis kui Ilmar Kõrgessaar eksole või kes meist võiks olla... ma tunnen teemat väga hästi, aga ma ei saa iialgi nii heaks kui on Anna Politova- Kolk (?????) eksole, nii et...

TG1: Aga mis... ma tuleks veel ringi tagasi küsimuse juurde, et küsimuse üks pool oli, et kuhu viitakse või kuhu võiks vihjata, et mis täiesti tähelepanuta jäi, oli Lauupeo muuseum, mis tegelikult ei ole üldsegi mitte halb muuseum, aga te kordagi ei maininud seda siin, sest ta läks meelest ära, kuigi ta ei ole kaugel.

TG2: Ta jääb ikka välja.

TG5: No me ei saa rääkida kõiki, teatud asjad jäid välja, et on teatud teemade spetsiifika..

TG1: Seda küll, aga ma lihtsalt tahtsin tuua...

TG5: Meil on linnas ja maakonnas 35 muuseumit.

TG1: Hea küll...

TG5: Et me tõimegi siia lihtsalt teatud osad ära.

TG1: Ma tahtsin välja tuua lihtsalt selle, et olgugi, et ta on kesklinna lähedal, ta on natukene tipa-tapa linnamuuseumist edasi minna, aga see läheb miskipärast meelest ära.

TG6: Ei lähe meelest...

TG5: Ei lähe.

TG1: Aga, mis see tähendab?

TG2: Ta on nii et... Minu jaoks on näiteks Lauupeo muuseum selline, et ma näiteks ju kuulan, mida inimene tahab kõige rohkem, aga see on üks selliseid muuseumeid, kuhu inimene tuleb ka, et noh ekstra küsib, kus teil see asub.

TG3: just...

TG2: Mitte nii, et mis teil siin on, et pakkuge midagi, vaid tal on päriselt konkreetselt juba huvi selle asja vastu, et ta teab, kuhu ta läheb.

TG5: jah erihuvidega inimene.

TG1: Nojah, see tähendabki ju tegelikult seda, et muuseumid ju tegelikult jagunevadki spetsiifika järgi või võivad jaguneda eksole. Õllemuuseum on tegelikult ju üsna spetsiifiline, aga sellegipoolest ta hõlmab paljusid sihtgrupe

### **Triin: Aga millised on muuseumide eelised teiste vaatamisväärsuste ees ja mis on tema nõrgad küljed?**

TG2: No ta selgitab asja lahti, millega tegu on, et kui on lihtsalt mingi kuhu kuskil, et sul võib seal see silt olla, aga sul ei teki emotsionaalset sidet.

TG5: Ei, tekib seakuju või vaatad Isa ja poega ja kõigil on absoluutselt side olemas.

TG2: Aga see on korraks aint, see on hetk, onju. Aga muuseumist sa saad mingisugust lisaväärtust nende inimestega suhtlemisel...

TG6: Hästi tuleb mul endal meelde, et suvel kui ma Tallinnas soovitasin, et neil oli kuidagi jäetud väga tobedalt päev otsa enne kui nad lennukile läksid, et mida teha? Mina siis soovitan, et see asi ja need muuseumid ja selle peale üks proua ütleb, et ärge muuseumi küll hakake soovitama, see on viimane asi, mida ma teen ühes huvitavas linnas. No et tal oli selline ettekujutus sellest vanast klassikalisest muuseumist vitriini taga mingid asjakesed..

### **Triin: Aga ehk me siis võime edasi minna, et kui meil praegu niiviisi teravalt ei tule, mis me siin üldse nimetame tavavaatamisväärsusteks... Et kas te viite oma grupe hea meelega muuseumisse tegelikult?**

TG4: No me rääkisime juba ajadimensioonist – kui meil on aega, kui on tellitud. Kui on tellitud, siis on aega ja meie oleme alati hea meelega valmis viima kui haakub teemaga, kui me vaatame, et vastavalt sihtgrupile eksole, kui meil on valik ja piisavalt aega, et siis saame pakkuda. Muuseum, kuhu ollakse nõus minema näiteks... no võtame niisugune ideaalgrupp, kes tuleb siia no ütleme päevaks...

TG5: jääb ööbima...

TG1: unistus...

TG4: Jääb ööbima ja siis on sinul see vaba voli sisustada nende aega ja pakkuda muuseumi.

### **Triin: et siis saab muuseumi peale rõhuda?**

TG4: No siis on need sihtpunktid üldse ja pakud ja saad välja pakkuda.

### **Triin: Ja kas teised ka nüüd nõustuvad nende TG5 poolt välja toodud top 3-ga nii-öelda.**

TG5: No ma ei tea, kas see just top 3 on, aga mina tahtsin öelda just selle kohapealt, et sa ei jõua kõiki noh kahtekümment linnas ja 15 maakonnas läbi käia... Et kui sa tood esimest korda siia ajakirjanikud ja reisikorraldajad, siis loomulikult on teised objektid ka – kas siis on lodja peale minek või misiganes – Antoniuse gildis tehakse mingit käsitööd, aga noh alati sa viid mingitesse muuseumitesse, kas ühte või kahte, siis sa pead valima, justnimelt, et kui ajakirjanik kirjutab, et ta kirjutaks millestki väga põnevalt... Vabandust siin ma pean tunnistama, et kui ta ei ole väga spetsiifiline teema, siis ERM kahjuks ei ole number üks. No ühesõnaga, et kirjutada ühest muuseumist Tartus, siis ei ole 90% juhtudel vähemasti praegu ERM. Kui tuleb see uus, siis see on midagi muud.

TG1: Jah...

### **Triin: Okei... Aga millistel juhtudel te soovitate ERMi ja millistel juhtudel te lähete sinna?**

TG4: Ühesõnaga, mulle tundub, et see muuseum, kui seda välja pakkuda, siis vastavalt sihtgrupile ja üks, maksimaalselt kaks, et peab jääma just kirgas emotsioon. Et emotsiooni tekitamine on see, mitte informatsiooni andmine.

TG5, TG1: noogutavad, nõustuvad. Keegi: Absoluutselt!

TG4: Mitte laia informatsiooni andmine. ERM paraku ongi siuke, et ta tahab nagu kõike pakkuda – tervet Eesti ajalugu ja kultuuri ma ei tea rauaaajast kuni ma eitea, rauaaajast peale ja siis see emotsioon ka hajub ja tekib selline hall väsimus.

TG5: no juba see maja juba tekitab.

TG4: No see maja jah...

TG5: Siukse frustratsiooni.

TG4: Aga just need muuseumid, mille sa siis välja valid, et ta oleks lühike, lõov, ta haakuks teemaga ja jääks midagi eredalt meelde. Et kui inimene läheb siit ära, võib-olla Tartus on päeva, siis ta tuleb võib-olla perega tagasi ja tuleb kauemaks ajaks.

TG1: mhm...

TG5: Kui rääkida emotsioonist, mida me ei ole maininud, ta ei ole klassikaline muuseum, aga tegelikult ta on nii ja naa on Ahhaa.

Kõik noogutavad.

TG5: Näiteks no Ahhaa 4D kinogi – piisab sellestki. See on ka täpselt samamoodi alguses, et mis seal, misasi... Kinno minna? Lähme käime ära! Ja siis on täpselt samamoodi, et pärast vaadatakse võimalusel kolm filmi järjest.

TG3: Ahhaa saab olema kahtlemata Tartu kõige suurem tõmbenumber.

[TG5: külastusmotivaator!]

TG1: Tooksin sisse ühe dimensiooni veel, mis on, mida meie giididena siin tegelikult räägime on ju teema, mis sellega omakorda haakub, on Tartu üldine positsioneerimise turisti seisukohast, noh võttes praegu aluseks välituristi eksole, kellest on meil ju rohkem kasu.

TG6: Ossaa... Üldine naer ja TG4 kopitab läbi nalja sõrmedega lauale soovides TG1-te justkui korrale kutsuda.

TG1: Vabandust. [TG3: Rumal jutt suhu tagasi.] Ma olen noor ja otsekohene. Et välituristi seisukohast, kas Tartu on kui sihtkoht või Tartu on kui koht Eestis, koht Baltikumis ja sealt tulevad välja, joonistuvad just need probleemid, mida me giididena siin rõhutasime: kui palju on aega ühe või teise asja jaoks ja kas üldse on tellitud midagi. Ja omakorda me tegeleme ju giididena alati gruppidega ja me ei näe tegelikult seda individuaalturisti vaatepunkti, mida näeb tegelikult palju rohkem turismiinfopunkt, mida näevad majutusasutused ja seal ka oleks vaja teha üldistusi – mida majutusasutused, kuidas majutusasutused saavad tagasisidet ja infot, mida neilt tegelikult nõutakse, mida individuaalklient tuleb ja palju neid no ühesõnaga ja nii edasi... Et noh need asjad kokku panna. Et seda ju, mida meie siin räägime, see on grupiturismi tasand ja see on läbisõidu tasand.

TG4: Kas ma saan sinust õigesti aru, et majutusasutused peaksid tegema küsitlust siis?

TG1: Mitte küsitlust, vaid selles mõttes, et kui tuleb individuaalklient, perekond, väike sõpruskond või ükskõik kes, hotell on reeglina loogiline ja üks esimesi kohti, kus küsitakse, mis teil siin Tartus on, esimene küsimus – kas teil on linnaplaani hotellis? Ükskõik, kes läheb kuskile välismaale.

TG5: Niuksed asjad on korraldatud, neid ei ole mõtet siin praegu...

TG1: Teine asi... Ei ma lihtsalt toon näiteks. Kas teil on linna plaani? Teine asi on see, et näiteks turist võib küsida kuhu sööma minna ja kolmas asi on see, et turist võib hotellist küsida...

TG3: Kuule, TG1, pea kinni. Tähendab, mina olen ka hästi palju reisinud ja mul ei ole mitte iial tulnud sellist mõtet pähe, et ma hakkasin hotellist küsima, kus siin linnas minna. Jah, kaardi ma küsin küll ja siis küsin ma turismiinfopunkti ja lähen sinna ja küsin sealt...

TG6: Ja tegelikult on ka...

TG1: Aga see variant on täiesti olemas.

TG6: me puutume kokku ikkagi individuaalturistiga ka seal TG2 kas või sinu kaudu, et helistatakse ja tellitakse ja siis küsitakse küll eksju, peale selle, et nad on TG2 käest küsinud, nad küsivad minu käest ka üle, eks, et kuhu ma ikka soovitan minna.

### **Triin: Aga kellel te soovitate ERMi minna? Praegu jääb selline mulje, et eriti mitte kellelegi.**

TG3: Mina kindlasti mitte.

TG2: Mina küll soovitan...

TG5: Aga miks?

TG3: Aga sellepärast, et ma töötan põhiliselt venelastega ja tähendab... ma ei ole mitte kunagi soovitanud.

TG2: Ma soovitan ERMi nendele, kelle puhul tundub, et nad Eestist näiteks ei tea kuigi palju, et kes ei ole lähiriikidest või kes tahavad tõesti teada Eesti ajalugu või siis teine variant – eestlased ise, sest tegelikult see asi nagu kõnetab eestlasi rohkem, see väljapanek seal, sest neil tekivad mälestused

[TG5: Praegusel kujul kindlasti...]

TG2: Et välismaalane tuleb, tal ei teki seda seost, ta ei ole Nõukogude Liidus võib-olla elanud, siis tal ei teki selle ajastuga sellist...

TG5: Ja ta on praegu ikka liiga klassikaline muuseum ja need väljapanekud on natukene...

TG2: Üksikuristi jaoks see seal ka ei pakuta...

TG6: See tundub, et kõik see potentsiaal, mis seal olemas on, aga ta ei ole päris...

TG2: Võib-olla peaks teemadesse võtma rohkem...

TG3: Mina olen kallitele kaaslastele aeg-ajalt andnud informatsiooni kui midagi põnevat käib, kui eelmisel aastal näiteks mandalat tehti eksole, paljud inimesed ei olnud kuulnud. Ja siis ütled, et minge istuge seal tunnike, teine saab täiesti teiseks inimeseks selle ajaga. Käisid, kiitsid, ütlesid „aitäh!”, et ma ütlesin neile seda.

TG1: Ma ütleksin siia juurde veel selle, kuidas ERM ennast üleüldse mõtestab, mitte ainult seda, kuidas ta ennast suunab sihtgruppidele, vaid see, kuidas ta ennast sihtgruppidele suunab see oleneb ju sellest, kuidas ta ennast sihtgruppidele mõtestab. Et praegu on ju see, mida me siin rääkinud oleme, on ju see, et ERM mõtestab ennast kui Eesti ajalugu, aga ERM võiks ju ennast mõtestada ka kui soome-ugri dimensiooni omamist.

[TG6: Ta ju plaanibki hakata seda mõtestama.]

TG1: no et mis väga jõuliselt... no see on tuleviku teema eks.

TG4: Uue maja...

TG6: Jah, see olekski ju see väärtus, et tegelikult see turistil on seda Eesti ajalugu palju mõnusam ju Tallinnas saada selles Suur Gildi hoones [TG4: Vabaõhumuuseum...] Vabaõhumuuseumis ja see on üks pool, aga teine pool, et Eesti linnakultuurist on ju see Suur Gildi hoonest, mis juba hoone ise on juba noh [TG5: Täpselt!] juba nii võimas eksju. [TG5: Jah, et juba sellest.. tajud!] Aga siin on juba küsitud, et minu arvates kui nüüd küsitakse, et kumba ma nüüd Põllumajandusmuuseumi või ERMi soovitan just põllumajandusest huvitatud inimestele, siis mina küll ausalt öelda suunan sinna Ülenurmele, sest seal on noh ka see mõis ikka kenasti olemas. [TG2: Ja eluolu...] Ja mõisa kõrval, just.. ja see on iseenesest juba väärtuslik.

TG4: Jah, kui rääkida ERMist, siis me vaatame Tartu ära selle Raadi, kus on siis Tartu keskajast peale, mõisakultuur, ERM – kõik on koos ühes kompleksis, niipalju kui teda praegu visuaalselt näha on ja siis kui on aega, söidame Põllumajandusmuuseumi, kus on siis see talupojakultuur.

TG5: tundub nii, et õpilasgrupid – Eesti oma koolilapsed väga erinevas vanuseastmes, kuna tegelikult see materjal selles suhtes on ju väga-väga palju eksole, siis nende jaoks.

TG6: Nojah, niipalju on seal, et seal on tõesti see inimesest lähtuvalt eksju see eluolu, see rehetare, seal Põllumajandusmuuseumis on ta ikkagi põllumajandusliku tootmise seisukohalt. Et õpilastele on ta muidugi hästi huvitav ja hea minna ka...

TG5: et noh sinna see ERM, aga justnimelt aga, et esimesse valikusse, kuna ta on nii klassikaline, traditsiooniline muuseum...

TG6: Ja ta ei olegi nagu see, mina käin seal hästi palju, aga need ürituste pärast just – see on see eestlane, kes seal pidevalt käib.

TG5: Jah, just. Aga üritused on suunatud ikkagi eestlastele...

Kõik noogutavad. Ühine „jah, ikka eestlastele.”

TG5: Ja kui me Kultuuriaknast enne rääkisime, siis need üritused, et need ei olegi suunatud väljapoole, et see jätabki mulje, et mitte keegi ei olegi, et seal ei olegi väljastpoolt inimesed oodatud eksole, see on ju sõnum. Kui mingit infot ei ole...

TG1: Jah, eripära on kindlasti üritused... kindlasti üritused, aga see on jällegi kohalik tasand eksole, kohalik sihtgrupp. Ja me räägime [TG5: Ja Maailmafilm, mis nad teevad!] turismist laiemalt eksole, siis kohe kaob see dimensioon ära, siis kohe tulevad, hakkavad mängima teised tegurid, kui me räägime välismaalasest. Kui me räägime eestlasest, mängivad ühed tegurid, kui me räägime välismaalasest, mängivad teised tegurid.

**Triin: Okei... Ma korraaks tõmbaks selle kokku ja laseks teil individuaalselt ise läbi mõelda, millisena te ERMi näete sellisel natuke teistsugusel skaalal. Ma jagan teile kätte... Jagan lehed laiali.**

TG4: Vabandust, mul on kohe siis küsimus [TG5: Kas uus ERM või vana ERM?], et jah, kas uus ERM või praegune.

TG2: See vist, kuidas me ise seda kujutame.

**Triin: Pigem – kuidas te näete tänast ERMi on praegune küsimus ja me jõuame kohe, üsna pea ka tuleviku ERMi juurde.**

TG1: Et ikka kuidas me näeme ERMi tervikuna – nii Raadit kui seda praegust.

**Triin: Jah. Et see on... pastakaid siin laua peal on... Kas on kõigil olemas? Üldiselt on siin enam-vähem vastandlikud sõnad ja palun pange siis üks rist rea peale.**

TG4: Aga ma olen nagu lõhestatud – ma olen lõhestatud ERMi praeguse maja ja Raadi vahel, et need on nagu mõlemad ERMid...

TG1: et sa pead valima nende pooluste vahel (naljaga).

TG4: Mida me peame silmas pidama? Kas praegust näitusemaja?

**Triin: Tegelikult Eesti Rahva Muuseumi üldiselt...**

TG1: Aga ma võin teha ettepaneku. Kas ma tohin teha ettepaneku? Et kuna me oleme eestlased, soome-ugrilased, lisaks sellele muud dimensioonid ka, mis ei ole olulised, siis lepime... Kas on niimoodi võimalik, ma ei tea, et me lepiksime kokku, et räägiksime ERMist kui tema koht ja missioon Eestis ja eestlastele ja mõtestame seda...

**Triin: Ei, see on praegu siiski individuaalne momendi seisu kaardistamine, võttes arvesse, et need aspektid võiksid käia võib-olla rohkem ERMi suhtluse kui sellise kohta. Et siin on näiteks küsimused, kas ta on avatud või suletud, et siin ei ole tegelikult küsimus, kas Raadi mõisahoone on ilus või mitte.**

TG5: Ma panen siis ikkagi selle Kuperjanovi maja.

**Triin: Pigem jah, parem lepime siis kokku, et me lähtume näitusemajast.**

TG5: Kuperjanovi 9.

**Triin: iseenda nägemusest.**

TG3: Triin, ma palun kergemat karistust, aga mina jätan selle vahele, sest ma lihtsalt olen seal nii vähe käinud (kätega žest) et ma ei hakka punnitama.

**Triin: Olgu...**

TG3: Ma olen seal üritustel käinud, aga jah... ei!

TG6: Sest siin on jah jälle see asi, et see, kui ma mõtlen neid üritusi ja kõike seda, siis ta on minu jaoks selline kiire ja hooliv, aga kui ma võtan seda näituse osa, siis ma ei ütleks, et ta on... siis ta on hoopis midagi muud.

TG1: Et jah, tegelikult joonistusid ju välja kaks tasandit. Et need üritused ja see materiaalne pool – see näituse pool.

**Triin: No ütleme, et kui te võtate nüüd nagu sellest güidiseisukohast ka, et kui palju väljapoole paistab...**

TG1: Mul on ka see skaala ikka väga raske, sellepärast et ma näen neid poolusi nagu...

**Triin: No proovime, ega sellest... need jäävad teile kuni tänase vestluse lõpuni kätte siia ja neid riste võib tõmmata lõpuni, aga ma natuke annan hetkel aega, et seda esialgu teha. Ja TG3 võib ka neile peale vaadata, vabandust, ma sinatan [TG3: Jaja, julgesti!], et võib-olla siiski. [TG3: Et mõne äkki oskan?] Et**

**mõne ehk äkki oskad panna, et siin nad väga rasked ei ole. Võib-olla jah, selline üldkuvand ERMist kui sellisest teie silmis.**

TG4: Soome-ugri rahvas – oma ja väga aeglane.

Grupp täidab lehti. Kirjutamise ajal tekib kohati ka arutelu:

TG4: Pedagoogi töö on seal väga hea, aga see ei ole muuseum.

TG6: Jah, me peame ikka turisti seisukohalt võtma.

TG4: Just, see on hoopis muu. See ei ole isegi muuseum, see on kool.

TG6: jah.

TG5: Milles probla? Valmis.

Paus.

TG5: Emotsionaalselt hakkab varsti üle laua sülge pritsima.

**Triin: Järgmine küsimus juba täitsa võib jah tõenäoliselt viib selleni.**

Osadel on valmis.

**Triin: teised võivad seni küpsist süüa. Siin on juustuküpsist ja keemiatäidisega küpsist ja transrasvadega küpsist.**

TG5: Naeruga. E-sid täis.

TG6: Kas on ka sellist ökoküpsist?

TG3: Valmis!

**Triin: ei olnudki nii raske, eksole?**

TG3: Einojah.

**Triin: Ma natuke annan veel aega peale vaadata neile... Aga jah, ma jätan need selle vestluse lõpuni teie kätte, et te saate veel muuta, kui midagi tundub, et sai liiga hästi või liiga tehtud.**

Kõik teised on juba lõpetanud.

**Triin: TG1, kas tohib, me hakkame edasi rääkima? Sa võid neid veel edasi täita ja ka lõpus jääb aega.**

TG1: jah.

**Triin: Esiteks ma küsin siis seda, et me läheme nüüd veidi selliste visuaalsemate küsimuste juurde. Et milliseks te praegu peate oma suhtlust ERMiga? Või milline see teile tundub?**

TG4: No minu jaoks on see ootusrikas ja tulevikku suunatud, sest praegust ERMi minu jaoks sisuliselt ei ole. Noh ta on olemas, aga me ootame ikkagi uut maja, uut sisu, uut lähenemist.

**Triin: Jah, olgu, aga ma korraks veel püsin selle tänase ERMi juures, siis meil on korraks siin ka läbi käinud, et teavitamine oma üritustest, ütleme kogukonnapõhiselt siin, Tartu kogukonnapõhiselt, et sellega võiks nagu rahul olla?**

TG5: No erinevatesse listidesse ta jookseb sisse palju.

TG2: Jah, listides on ta küll päris aktiivselt.

TG3: Mina olen ERMi listi lugeja, et ma rohkem ei oska öelda, ma mujalt ei vaata neid asju üldse.

TG2: Ja turismiinfos jookseb ka.

TG1: Et ei ole keeruline sinna listi saada ka, et see ligipääs on lihtne, liitumine on lihtne. Et ei ole tehtud kuidagi keeruliseks.

**Triin: Aga sellised, üks aspekt, mis täna veel üldiselt on muuseumide juures läbi käinud: väga rangelt oma piiridesse kinni jäämine või a la ainult oma giidide kasutamine ja teised aspektid, mille te olete siin ise välja toonud, et kuidas nagu sellest vaatevinklist – kas ERM on vastutulelik, paindlik?**

TG3: Kas seal lastakse rääkida?

TG4: Minu meelest täiesti vabalt on valmis koostööks.

TG6: Lastakse...

TG4: Ja-ja.. Täiesti sõbralik, kui oleks vaid minejaid.

TG6: Aga lihtsalt, ei ole mõtet seal ainult ise rääkida. Ei ma olen küll käinud seal sakslastega, et ma tõesti on lastud ja aru saadud, et ma tõesti võtan selle asja kokku ja käsitlen hoopis teistsuguseid asju...

TG4: Just-just.

**Triin: Aga kas, kui me räägime veel tänasest suhtlusest, siis paraku uue maja valmimine on paar aastat jälle edasi lükatud kui algselt plaanis oli, et järgmised vähemalt neli aastat tuleb veel selle ERMiga hakkama saada, mis praegu on. Kas on veel? Mida ERM saaks teha, et teie kliendina, teie teiste klientide toojana, oleksite rohkem rahul?**

TG5: Pakkuma atraktiivseid programme võõrkeeltes.

TG4: Võõrkeeltes ja Raadil. Ma arvan, et huvi Raadil on peale selle torni veel maju. Mina olen käinud isiklikult muljetavaldavas selles hoidlas...

TG3: No sinna ei lasta...

TG5: See on võimas!

TG4: No seal gruppidega käia ju ei saa, küll tahaks neile näidata ja ütelda, mida meil kõik on... aga vist midagi on veel...

TG3: No seal järve ääres on ka mingisugune väike näitusesaal.

TG2: No Raadil saaks teha ju midagi sellist nagu näiteks Rakvere linnuses on... et seal on kogu aeg, suvi läbi, on seal inimesed õue peal, inimesed on riietunud vastavalt seal, lastel on seal mingisugune mängimisvõimalus, noh inimestega tegeletakse... ja siuke ajastutruu...

TG3: See on väga hea näide, sest et Rakvere on tõesti saanud ennast uskumatult hästi käima...

TG1: Ja lisaksin sinna väga praktilise vinjeti, et seal võiks olla korralik WC, sellepärast, et see vajadus paraku on.

TG2: Siis võiks olla seal ka toitlustus ja kõik see.

TG5: Jah, see kõik on...

TG1: Väga oluline.

TG5: Turism algab viitadest ja WCdest.

TG1: Kui võtta nii linnaekskursiooni kontekstis, siis see on üks koht, kuhu on võimalus minna.

**Triin: Aga praegu te näete, et need järgnevad aastad, kui uut maja alles ehitatakse, et võiks oma tähelepanu... et Raadile te viiksite oma gruppe?**

TG5: Viiakse praegu juba...

TG1 ja TG4: viiakse, viiakse.

TG3: Raadil on ju tegelikult olnud ju sel aastal ka mitmeid väga omapäraseid näituseid eksole.

TG5: ja üritusi, mida nad teevad!

TG6: Ja selles mõttes on ka need rahvakalendri tähtpäevad, et see, mis on traditsioon juba – jaanipäeva ja mihklipäeva ja see on pikk traditsioon juba...

TG1: Jaja, just, aga...

TG3: Ma ei tea, aga ma usun küll, et selline asi, nagu see „Siga seebiks“ oli, läheks ükskõik, mis rahvusest inimestele suurepäraselt.

TG1: Et see oli ju tegevusega seotud näitus.

TG4: Moslemitele ei läheks vist.

TG3: Naerab. No moslemitele...

TG2: Palju meil neid ikka siin käib...

TG5: No vastupidi, võib-olla just on huvitav.

TG3: Vot see aeg on veel ees, TG4, kui me peame moslemite peale mõtlema kogu aeg. Mina õnneks olen surnud selleks ajaks.

TG5: TG3, ära ole nii fataalne, mis sul väga täna on?

TG1: Üks asi, mida veel teha saaks on, et kui sihilikult ennast reklaamida, siis võib-olla tasuks reklaamida sellist külastatavuse rütmi, et siis seda, et näiteks rõhutada, et tulge kindlasti näiteks laupäeviti-pühapäeviti, et rahvas harjuks ka, et kohalikud harjuks ka regulaarselt käima mingil põhjusel. Et võib-olla see lähen reklaamitemaatikasse.

TG2: Turisti peab jah teavitama, et esmaspäeval ärge tulge!

TG1: Jah täpselt.

TG2: Ta tuleb siia ja on pettunud.

TG1: Et jah, teatud päevadel toimub midagi näiteks.

TG3: Üldiselt Euroopas ollakse sellega harjunud, et esmaspäeval on kinni.

TG2: Samas midagi võiks ikkagi olla.

TG3: See on ka igavene jama, see on ka muude reise peal, et esmaspäeval mitte kuskile ei ole minna.

TG5: Ja neljapäevast hakkab pihta, siis on üritused, nii et...

TG2: Et mingi alternatiivgi pakkuda, et...

### **Triin: Võib-olla on see nišš, mida tasuks täita?**

TG4: See võiks Tartu suuruses linnas täiesti olla...

TG6: Teistes linnades ikka tavaliselt on, et paar muuseumit on olemas, mis on esmaspäeval lahti.

TG1: Tavaliselt kipuvad vist olema eramuuseumid, mis on esmaspäeval lahti, riigimuuseumid on väga traditsioonides, see töörütm on selline, et esmaspäeval on kinni, ka mujal Euroopas.

TG3: paraku jah...

### **Triin: Aga kuna mulle tundub, et ERMi näitusemaja on siin ühiselt välja hääletatud, siis räägiks natukene Raadist. Ja esialgu selles plaanis, kus seal on veel praegused atraksioonid, mis on seal olemas, uut maja hetkel ei ole ja lähema paari aasta jooksul seda alles ehitatakse, et te mainisite et korralik WC ja võib-olla toitlustusvõimalus?**

TG5: See on seal üle tee olemas see toitlustusvõimalus. Seal on ju see hotell – Raadimõisa hotell.

TG1: Kas sinna niimoodi saab?

TG4: Saab, ikka...

TG3: Aga kas seal mingisugune peldik on seal üldkasutatav Raadil olemas? Või ei ole üldse?

TG1: Seal on see sinine putka, aga kui sinna läheb juba 10 inimest, siis on piinlik, see võtab järjekorra ja enamasti bussis on ju ikkagi rohkem kui kümme.

TG2: Aga, mis mulle näiteks Vabaõhumuuseumis meeldis, oligi see, et seal on nagu kõrtsi moodi koht, kus ongi täpselt näiteks Eesti rahvustoiu... [TG3: Jah...] Tartus ei ole praegu rahvustoiu, kes see pakub?

Tegelikult küsitakse – seda väga palju küsitakse.

TG6: See on võib-olla nende arendustegevus, aga nad on ju tahtnud sinna oma mingit teemaparki arendada...

TG1: Jah seal see etnoloogia teema jah...

TG5: See on juba hästi pikalt olnud...

TG6: Jah, jah, et ma ei tea, mis seal tuleb, aga sellel oleks tohutu potentsiaal olemas. Kui meil tõesti tuleks midagi nagu on see Rocca Al Mare seal

TG5: Ja siis ei ole see kaugus mingiks...

TG2: Siis ta on asi, mille pärast inimene viitsib pingutada.

TG6: Et tegelikult siis on ka see üks, see on just see TG1-e rida ka, et just see jalgrattalaenuetus, et need turistid, kui neil on aega, vältavad ise kesklinnas mõnusalt sinna ja tegutsevad seal aktiivselt ja sõidavad siis tagasi.

TG3: Käivad siis tagasi tulles ehk laulupeo muuseumiski...

TG1: Aga kas? Aga üleüldse, ega kas väliturist üle jõe ju väga ei lähegi [TG2: Linnamuuseumisse vahepeal saadame.] Jõgi on väga suureks barjääriks tegelikult.

TG6: Jah, aga just, ma olen siin vaadanud ka Berliini arengut, aga kui palju, seal on muidugi tohutulult liiklust ja kõik, aga kui palju seal liigutakse praegu jalgratastega, turist laseb, seda saab väga palju laenutada, Pariisis on täpselt samuti. Väga mõnusasti saad laenutada, sest see on automaadiga ekssole, jätab kuhugi maha [TG2: See süsteem vist on jah.]

TG1: Selle nimi on... Selle nimi on... Icyng. See on leiutatud Barcelonas ja see on väga jõuliselt levinud väljapoole ja see eriliselt torkab silma, no metropolides eriti... Väiksemates linnades ta on iseküsimus. Meil ta... see on omaette teema täiesti, aga see on hästi atraktiivne teema, sest see töötab linnas väga hästi, see niivõrd torkab silma.

TG6: Võiks ju olla, et seal Raekoja juures on... ütleme, et meil ei ole ta niimoodi nagu oleks seal Pariisis, et nii nagu välja arendatud, meil ei ole lihtsalt niipalju inimesi. Aga ta saab selle ratta sealt võtta, siis ta sõidab seal, ta saab teie käest soovitusel, kuidas ja mida vaadata, siis on Laulupeo muuseumi juures need jalgratta kohad olemas, kuhu ta saab need jätta. [TG5: Ja ERMi juures ka.] Ja ERMi juures ka eksju ja ega

jalgrattakohtadega neid tuleks tänapäeval järjest rohkem teha, suvel vist ka on järjest rohkem inimesed liiguvad, aga see võiks just turistidel olla võimalus rohkem liikuda.

TG1: Et tulles nagu sinna juurde tagasi, mida ERM saaks teha on üksiküritusi, mida saaks väga hästi suunata laiale publikule, näiteks Muuseumiöö, millel on tohutu potentsiaal, no mitte tohutu, aga ütleme, et suur potentsiaal. Eelmine aasta oli muuseumiöö, jah, ta oli atraktiivne. Muuseumiöö on selline, mida annab teha väga põnevalt. Mina näiteks tegin muuseumiööl rattatuuri – me sõitsime lihtsalt muuseumist muuseumisse, kogu asja eesmärk oligi, lõpetasime ühiselt kell 12 Laulupeo muuseumis, Lutsus anti meil seal suupisteid, vaatasime Eurovisiooni, siis sõitsime laulupeo muuseumisse, seal suurepärase (nimi) tegi meile seal ekskursiooni, seal oli kontsert jne, ühesõnaga Muuseumiöö – väga huvitav asi, väga atraktiivne asi, laiale publikule saab suunata. Ja Raadil ei olnud. Jah omakorda jutu mõte on lisaks ka see, et raadil ei olnud muuseumiööl mitte midagi, aga see on kevadine aeg ja täiesti võiks olla midagi seal öösel, kas või lihtsalt lahti. Et muuseumis muidugi, selles Kuperjanovis muidugi oli... ja film ja kõik ja seal oli hästi palju rahvast, sest see oli hästi atraktiivne kõik, sest sellistel üritustel nagu ERM tõmbab hästi ligi. (Taustal käib vaikne sosin TG3 ja TG4 vahel, kuid kuulda olevate sõnade järgi ei tundu see temaatiline.)

TG2: Aga mitte välituristi.

TG1: Nojah, ta ongi oma nagu publikule, aga ma usun, et noh...

TG6: See väliturist tuleb ainult, alles siis kui see uus hoone valmis saab.

TG1: Väliturist tuleb siis, kui tal on puhkus.

TG6: Me ei saa... [TG5: No ta tuleb üldse siis Eestisse, kui tal on puhkus] aga kui meil on tõesti, kas või arhitektuuri poolest midagi suurejoonelist näidata, kui me räägime välisest kujust, et enne ei ole seal... Praegu ei ole väliturismiga seal midagi...

**Triin: Aga kas praegu ka siis Raadile välituristi ei vii?**

TG5: Ei, no viiakse küll, kõik tegelevad ju välituristidega siin.

**Triin: Aga kuidas te seda tutvustate? Mis on need aspektid, millega te Raadi n-ö „maha müüte“?**

TG3: Ära minu otsa vaata!

**Triin: Ja ma vaatan siin kõigile otsa. [TG5: Sina lähed ju oma venelastega sinna...] TG4, ehk Sina alustad, sina oled hästi mitu korda maininud seda Raadi parki, et millega sa n-ö „müüd“ seda oma klientidele?**

TG4: Juba terve ajalooaga. Et keskaeg, Raadi, Raadi mõis ja Lippartidest [TG6: Ja siis on muidugi ajalugu, Lippartidest] koos: see on niivõrd huvitav suguvõsa. TG4: Lippartidest saad rääkida, niivõrd erinevad põlvkonnad, nende kunstikogumine [TG6: Euroopa suurimaid erakunstikogusid üldse] Baltisakslaste äraminek siit. [TG6: Ja üks esimesi eralennujaamasid Eestis.] [TG1: jah. Jah... Et see lennuväli ei ole seal tühja koha peal, eks ole.] Terve see Raadi ajalugu. [TG1: Et see lugu, Raadi lugu.] [TG6: Seal käisid Vene tsaarid, seal suurvürstid käisid eksju kohal, eino see lugu on juba nii võimas, et seal taga... Aga see ei olegi otseselt see ERMi lugu, vaid see on selle Raadi enda lugu.]

TG1: Aga see haakub ja seostub ju Eesti arenguetappidega, me saame rääkida kõikides nende ajaloo erinevatest etappidest, kohe automaatselt seostada teda muu Eesti ajalooaga. See on see, mis teeb ta nagu atraktiivsemaks.

(Taustal käib vaikne sosin TG3 ja TG4 vahel, kuid kuulda olevate sõnade järgi ei tundu see temaatiline.)

**Triin: Ja te tunnete, et ERMi näitusemaja, kuna neid lugusid seal taga ei ole, siis välituristile seda...**

TG6: No võib ju rääkida Nõukogude aja hallusest.

TG1: Nojah, nõukogude aja näitus on ka ju.

TG6: Ei no ma ütlen, et see maja ise. Arhitektuuri eksju... ilus näide.

**Triin: Võib siis vist öelda üldiselt, et ootused on pigem tulevikku suunatud... [TG5: Väga. TG4: Väga on.] ja täna tuleb hakkama saada sellega, mis on ja väga atraktiivseks väliskülaliste seas te ERMi hetkel ei pea, aga Eesti gruppide seas, siis võib-olla koolilapsed [TG5: Hästi erinevates vanuseastmetes. TG1: Erinevad vanuseastmed just.] Aga täiskasvanute seas?**

TG6: Aga täiskasvanute seas seal on nagu nii, et kui keegi ikka uurib rahvariideid, see kogu ja kõik [TG5: Erihuvidega inimestele. TG1: Erihuvid.] Ja see teave, mis seal on ja mis neid nõustada suudetakse, et tõesti inimesed, kes seal pidevalt käivad siis külastajatena. Aga see on see Eesti siseturism.

**Triin: Aga näiteks siseturistile, kas te mainite ka näiteks mingeid üritusi, et „süa võib ka teinekord tagasi tulla.” Või? See ürituste maht on ju tegelikkuses päris suur?**

TG5: Loomulikult mainime.

TG1: Üritustel käimine sõltub ju lõppkokkuvõttes inimese enda päevaplaanidest ja asjadest eksole, mainida võib igasuguseid asju ... Et mainitakse ikka neid asju, mis pähe tulevad.

**Triin: Teie ekstra ei paku neid kui programmi osa?**

TG1: Sõltub jällegi, mis meelde tuleb või mis aktuaalne on või mis no mu enda puhul näiteks...

TG5: Seal on ju eesti keeles kõik need programmid, tõesti nagu probleem on see, et nad ei olegi suunatud välituristile, nad ongi suunatud, kas puhtalt tartlasele või siseturistile.

TG1: Just mõeldud meile endile...

TG6: Ja lisaks sellele kodulähedale, kõik mis nad pakuvad Eesti rahvakultuurist, kõik, mis sealt kätte saab, see on tohtu palju.

TG4: Jah.

TG1: See on Eesti rahva narratiiv...

Paus.

TG2: aga see ei ole väljapoole.. Et sa võid olla ise omas asjas, aga et seda väljapoole kommunikeerida...

**Triin: Aga millisena te siis tahaksite tulevikus ERMi näha?**

TG5: Ühe külastusmotivaatorina, kui me rääkisime, et Ahhaa on raudselt külastusmotivaator, mis saab selle aasta lõpus valmis ja järgmine aasta avatakse ja siis paar aastat sellega harjutakse ja siis tuleb meil aastal 2014 uus külastusmotivaator ja see on raudselt see ERM Raadil. Et ta peab olema niivõrd atraktiivne, no juba ehituslikult, tema asukoht on ja tema ehituslik, tema arhitektuuriline väärtus, kõik muu see, millest me räägime – see lugu sinna juurde, pluss need oma ekspositsioonid ja programmid ja ... kõik... Seal on ju praegu räägitud erinevatest nendest kinonäitamissaalidest ja just oli konverentsisaalist. Kas eile või üleile just kirjutas minu kas Krista Aru sellest Eesti Päevalehte pika ja laia artikli eksole – kaks kuud ollakse maha jäänud tempos ainult, et kõik need asjad, kui need ainult ellu viia. Et selles mõttes potentsiaali... Kõik need raamatupoed, mis on sinna plaanitud ja kõik need suveniiride poed, et sul ongi seal tegevust nii, et sa lähedki sinna ja sa veedatki seal terve päeva, nagu praegu põhimõtteliselt KUMU, aga kuna tegelikult see valikuvõimalus. Et seal on nagu üks teema, aga siin on nagu palju laiem on Eesti Rahva Muuseum, et kui sa sinna nagu lähed, et sa jäädkki sinna. Mida ma tegema täna lähen? Ah, ma lähen Raadile ja olenki seal.

TG3: Ja see mis enne jutust läbi käis ka, see rahvustoitide koht ja... [TG6: Kõik siuksed asjad.] Ja see teemapark...

TG2: Ja samas mitte jääda pidama sellesse, mis oli minevikus, vaid võiks olla ka selline tulevikunurk, et milline on eestlaste enda versioon nende enda tulevikust.

TG6: Aga see ei peaks olema ainult eestlaste, vaid ka soome-ugri [TG4: Soome-ugri keskus.] Nad on ise ka välja öelnud, et nad tahaksid olla Euroopa suurim soome-ugri keskus ja üldse või terves maailmas...

TG2: Aga samas ei maksa üle oma varju hüpata, et esialgu püüaks täita selle Eesti...

TG4: Ei, aga sellisena on ta planeeritud praegu.

TG6: Algselt jah nad on ise öelnud seda.

TG1: Soome-ugrit on ikka meile endile ka vaja.

TG5: Ma arvan, et seda on rohkem isegi me naabritel, nendel, kes välja suremas on. [TG1: Ja aga ikkagi harimise mõttes ja niimoodi.]

TG6: No, et tuleksid sealt Lääne-Euroopast ja nad teavad, et on siin soome-ugrilasi, aga just et nii suur keskus on ainukesena siin Tartus.

TG1: Just...

**Triin: aga ühelt poolt te mainisite arhitektuuri ja nii-öelda seda füüsilist keskkonda, aga mis peab olema siis see sisu, et see oleks atraktiivne?**

TG6: Aga see sisu tegelikult väga palju siin on olemas, see on tegelikult tohtu materjal, mis neil on olemas ja mida polegi saanud näidata eksju. Kui seda juba suudetakse paremates ruumides atraktiivsemalt ja paremini näidata...

### **Triin: Aga mida tähendab huvitav näitamine?**

TG2: No ma ei tea, kui on näiteks mingi küüditamise teema, siis tehakse siukene nagu välismaal on, mis on seal Leedus või kuskil ma käisin, siis seal oli nagu vangla seal, seal vangivalvur nagu rääkis, ta tegi kõik selle asja said ise läbi teha.. Et kas või võtta küüditamise teema, et inimesed, mingi grupp on kas või ja siis tullakse „no nüüd lähme küüditame teid”, aga no mingi siuke asi läbi mängida, et tal tekiks ettekujutus, et ta ise on asjas sees, mitte see, et ta lihtsalt vaatab pilte.

TG6: No nii kas või see, et see soome-ugri värk, seal on ka see, et just ka nendele inimestele, kes tahab sinna rohkem tagasi tulla, et ta tõesti näeb, filme saab vaadata, nagu on ka selles okupatsioonimuseumis eksju, et sa saad vaadata [TG1: Et jah, ekraanid ja need asjad] Et jah ekraanid ja need eksju...

TG3: Ma mõtlen seal on üks tegelikult, mul praegu äkki tuli pähe see üks väga suur oht, ma ei tea palju teist käisid selles Orlovi muuseumis Eesti 90 näitust vaatamas? [TG1: Mina nägin seda. **Triin: Mina olen näinud.**] TG3: Sulle meeldis või?

TG1: No mismõttes? Mismõttes meeldis?

TG3: Sest no minu meelest oli see kohutav näide selle kohta, kuidas ei tohi ühte näitust teha. Ta oli niivõrd intensiivne – üks pilt on sul siin, teine pilt on sul seal, kolmas möliseb sul täie jõuga selja taga, tekste seal nii, et ma ei tea üldse ei saa aru, kus maal sa oled, need peegeldused igasugused ... Täiesti niisugused, et mul, ma ei suutnud seal olla, ma tegelikult olin seal mingi 2 tundi, aga siis ma olin õhtuks tead (Näitab, et oli täiesti läbi.)

TG1: Kõik peab olema väga võimekalt. See on sihtgrupp: väga võimekad inimesed, kes oskavad sorteerida. Üldine naer. [TG5: paneb sind paika!]

TG3: Ma usun, et siiski väga suur osa inimesi läheb muuseumisse ikka eelkõige puhkama.

TG5: Aega veetma, mõnusalt aega veetma, aga samas ta saab midagi teada sellelt, et sa ei lähe niisama mõnusalt lonkima, muidu võib-olla need noored 15-aastased lähevad shoppingut tegema eksole, aga sina lähed sinna raadile, et sa saad midagi teada, aga sul on põnev ja atraktiivne ja sa veedad mõnusalt aega.

TG6: Ja kui sa seekord ei jõua, siis sul jääb meelde, et sa tuled järgmine kord tagasi ja vaatad sealt edasi...

TG3: Aga see Eesti 90 oli selline käänuline vorst eksole (näitab kätega) ja kui sa ühest otsast sisse ronisid, siis sul ei jäänud midagi muud üle kui sa pidid [TG4: Läbi käima...] selle kõik ikkagi läbi käima

TG1: jah, tuleb meelde, et ruumide paigutus oli ikka kohutav.

TG6: Ja seal oli ka ju see asi, et on olemas Tallinnas ju eksju see vanalinnas see Suur-Gildi hoones ja siis on seal Orlovi lossis, kus on tegelikult see Eesti rahva ajalugu olemas. Et noh ta ei peaks ju seda kordama.

TG1: Vot ongi see, et Eesti Rahva Muuseum on ise seda nagu toonitanud ka, et nendel on, nende ajalugu koosneb konkreetsetest lugudest, mis see, mis uue näitusemaja kontseptsioon ongi see niisugune lugudel põhinevus, sellel sisul, justnimelt sellel rahvas kui selline, inimene... Et see, mis seal Tallinnas on niuke materiaalne, poliitiline, ajalooline ülevaade, mis ju saab ka olla. Rocca Al Mare on ka ju tegelikult füüsilise kultuuri, materiaalse kultuuri näitamine, aga ERM näitab just seda sisu, või noh mis on üle nende seinapindade või noh nende materiaalsete pindade taga või sees, et mina olen nagu ERMist niimoodi aru saanud, et kui ma olen käinud mõnel ERMi üritusel, siis on räägitud sellest.

TG4: Mitte ainult...

TG5: No võtame kõige traditsioonilisema... no õllekapad – missuguseid õllekappasid missuguses kihelkonnas tehti, need kõik olid mustilised ja kõik erinevad onju. Et kui sa oled sinna, et mina ka olen sinna saanud, sinna ladudesse, kus sa näed no millised valikud neil tegelikult on! No see on müstiline!

TG1: No mis seal taga just see lugu seal taga [TG5: Just!] Erinevad kihelkonnad, erinevad variandid, et nagu see tervikkikkus, et nagu see lugu natukene kokku sidumine, et see ei ole võrreldav nende tehnoloogiate või asjadega, aga [TG5: Aga see on materiaalne ikka, ma tahtsin öelda, et see on materiaalne.] seda küll, aga ERM nagu rõhutab seda lugu seal taga.

TG5: noh jah, inimest.

TG1: No inimest.

### **Triin: Et te näete siis ERMi tulevikku sellena, et nad suudaksid oma praegusi olemasolevaid ressursse näidata paremas keskkonnas, ilusamas majas, kus on inimesel lihtsalt hea olla, hea kõndida, teinekord tagasi tulla?**

TG4: Atraktiivsemalt läbi tegevuse [TG6: Seda saab ka veel edasi areneda.] Sellepärast, et see visuaalne pilt seinal või õllekapp kusagil nurgas, see ei...

TG2: Et on võimalus, kes tahab, käib lihtsalt läbi, kes tahab, see saab keskenduda mingitele teemadele, kes tahab, tellib endale mingisuguse ürituse [TG5: Ükspuha, mis programmid seal toimuvad...]

### **Triin: Aga mis ideed teil on?**

TG5: No võtame näiteks hakkame rahvariidest pihta, rahvariidest õllekappadeni.

TG2: Kas või teha rahvariideid.

TG5: Absoluutselt. Misiganes, samas sul võivad juba olla need lõiked erinevad, need lõiked neil on olemas tegelikult, et erinevates etappides keegi aitab sul...

TG3: Rahvariide asju nad on ju teinud ka.

TG5: Jaja, on ja kõik need muusikaasjad või noh selles mõttes, et mis muusikat, kõik need Eesti asjad. See torupillid ja kõik siuksed asjad, et [TG4: nende kuularitega...] Et saad muusikat kuulata ja misiganes...

TG1: Et ERMi see eripära või ütlemine rõhuasetus on see, et see on vaimsel kultuuril, et see materiaalne on küll väline osa, aga see vaimne kultuur tegelikult, mida saab eksponeerida niivõrd erinevalt, selle pärast, et.. ee... et... ee... Mul kadus...

TG6: Aga kuidagi ma mõtlen, et ta jääb ikkagi erinevaks, et see, mis on eestlastele huvitav ja mis on välismaalastele, see jääb paratamatult natuke erinevaks.

TG3: No loomulikult.

TG1: Mhmm... Et just see mitmekesisus ja kirevus tuleb nende lugude jutustamisega välja, et kui neil on seal see õllekapp siis erinevates kihelkondades, et saab eksponeerida, jutustada sinna juurde, mida see kõik tähendab...

TG4: Ja uus maja tulemas... Siis peaksid ERMi giidid ka olema sellised, mis ei ole ainult keelegiidid, vaid nad tunnevad kultuuriareali, nad teavad, millest nad jutustavad kas sakslasele, soomlasele või hindudele.

TG1: või soome-ugri dimensiooni puhul ongi just oluline see võrdlus, mitte just sakslastega, vaid just näiteks germaanlastega või noh nii edasi, see on juba spetsiifiline teadmine, aga lihtsalt see.

### **Triin: seega kultuurikonteksti tajumine?**

Kõik noogutavad. „Just...”

TG4: Ja ka temaatiliselt, mitte ainult nii, et meil on nüüd ette nähtud ringkäik poolteist tundi ja vot teie peate selle paketi võtma. Vaid erinevad paketid.

TG6: Vot mina kujutan ette, et seal on selliselt... seal on muidugi praegu olemas juba see rehetare, see rehetare näeb hirmus uus välja, see peaks ikka sellise vanaaegsema mulje jätma, eks... Naer. No teil on ta praegu selline! Ja siis võiks olla, et kui ma lähen sinna üksinda ja mitmendat korda või ka perega, siis ma võin võtta näiteks mingid kõrvaklapid ja et ma teisi ei häiriks ja tegelikult on ju olemas ja see on ju nüüd kogutud ka kõik kokku need mälestused, et miks mitte teha? Panin just õpilastele ülesse Eesti kultuuriloos internetti kuulamiseks need helifailid – räägib seal Sangaste üks naine, üles lindistatud 1960 ja see proua on 80 aastane ja tema räägib siis elu seal Sangaste keeles-murdes, Tartu murre on tegelikult, ta räägib seal sellest, kuidas tema lapsepõlves seal rehetares ikka elas... No sellist asja võiks nagu kuulata... Ja need on tegelt olemas ju see materjal kõik!

TG1: Et jah neid asju, et see ongi vaimne pärand, see on suuline kultuur, aga paljuskki seda saab anda, no seda saab tõlkida edasi.

TG5: No Hurt kogus sada aastat tagasi juba neid asju ju!

TG6: Loomulikult peab seal olema see Hurt ja no tema lugu [TG5: Ei noh selles mõttes, et ta kogus neid lugusid. Mitte tema lugu.] Aga, ei, ka see Hurda lugu eksju, et see on ka omaette asi...

TG1: me enda ??? (nimi, millest ei ole võimalik aru saada) lugu, see on ka ju seotud nii paljude asjadega.

TG4: Temast algabki see asi kõik ju.

TG1: Täpselt no kuni Eesti ajalooni välja

TG6: Ja no minu arvates võiks olla täiesti seal, mis on ka minu arust Eesti Rahva Muuseumi algusaegadega seotud, on see Johannes Pääsuke eks...

TG5: Jaah... Mina olen selle õudne fänn!

TG6: No mina näiteks käisin sakslastega seal. No neil oli natukene rohkem aega, nii et nad jäid ööseks siia ja ma viisin neid, no ütlesin, et ise rääkisin, et teate, nii kihvt näitus on see Pääsukese näitus. Ma ei tea, kas te ise käisite? [TG5: Muidugi!] Ja ma ise rääkisin need noh lood juurde ja nad olid nii vaimustuses, et mitmed ostsid need kataloogid ära ja pärast rääkisid, et üks kihvtimaid muuseumi oli Eesti Rahva Muuseum naerab Aga see oli tänu nendele lugudele ja seal oli nii huvitav näitus.

TG5: Ei need on väga-väga kihvtid, ta on ikka väga hea silmaga olnud. Aga mina võin sellest Pääsukesest rääkida sellise loo, et ma sain nagu.. ma olin seda näitust näinud, ma olin selle kataloogi kingituseks saanud ERMi poolt ja siis ühele inimesele väga meeldis see Johannes Pääsukese kataloog ja ma mõtlesin, et hea küll, ma olen kõike näinud seal ja vaadanud ja kinkisin ära ja kas te usute, et mul ei saanud hing rahu? Ja KUMUs nägin juhuslikult müügil ja ostsin endale uue! Et noh mul süda nii valutab, et kuidas ma kinkisin oma Johannes Pääsukese ära, et ma ei saagi vaadata igal ajahetkel kui ma tahan, vaadata seda kataloogi. Ja siis oli nagu hing rahul, et ma pidin endale uuesti ostma.

**Triin: Aga see toob meid kenasti siia, et võib-olla ERM nende järgnevate aastate jooksul turiste, nii sise-kui ka välituriste meelitama nende oma ajutiste näitustega, mis on?**

TG4: Ei no ongi see, et see peakski olema mosaiik. See maja tuleb ju suur-tohutu, seal on ammendamatud võimalused näidata, et kildudest tekiks tervikpilt eksle.

TG6: Aga see on ka minul, et kuidas see siis lahendada, et kuidas see ligipääs luua siis ma mõtlen just vaimsel tasandil, et seal juhtus, et minule endale hirmsasti Pääsuke meeldis ja ma teadsin teda, ma teadsin, mida sakslased teavad umbes, ma suutsin selle silla luua. Et seal ongi see oht, et kas kohalikud giidid suudavad selle luua?

TG1: See on jah koolituse küsimus. ERMil on tohutu potentsiaal koolitada endale targad giidid.

TG5: No KUMUs on näiteks, ei ole ju mõtet midagi jalgratast leiutada, KUMU ju tegelikult teeb väga põhjalikke koolitusi, kes on need KUMU giidid, eks, väga erinevad teemad... [TG1: Rocca Al Mare samamoodi...] Absoluutselt, ega siis...

TG1: See on selle koha enda vastutus koolitada endale head giidid.

TG5: Aga kuna ta on nii suur kompleks, siis ta tõenäoliselt, see on tõenäoliselt ta avab, et giidid saavad sinna sisse neid ekskursioone ka teha, aga nad peavad olema selle koolituse läbinud.

TG6: Aga Tallinnas on näiteks, mina olen mitu korda KUMUs käinud sakslastega a loomulikult mina ei tohi seal ise teha, aga mul on olnud täiesti tavaline Tallinna giid, väga asjalikult on teinud, ma olen isegi rohkem näinud, et need linnagiidid, kes on sealt saanud selle kohaliku atesteeringu, kui need, kes on täiesti kohapeal. Nende pilt on hoopis avaram eks. Tegelikult oleks see võimalik ka pärast, et sinna oleks ka ainult maja atesteeringuga, aga ütleme meie teeks, kes me tahaks.

TG5: Seda ma mõtlen täpselt, aga et need linnagiidid saaksid sinna teha.

TG1: See on väga hea süsteem, Tallinnas see töötab. Kadriorus see töötab ju väga hästi, KUMU ja Kadrioru ja Niguliste isegi ja Rocca Al Mare, et koolitatakse välja, need, kes tahavad, registreeruvad, et koolitatakse välja, see koht ise vastutab, et see info on hea, mis see giid saab, noh see on juba...

TG6: Ja nemad on siis informeeritud ka väga hästi, et mis seal need näitused on ja mis seal kõik on eks... Et sa ei peagi olema võib-olla see maja oma, et võib-olla see keeltega neil ei olegi niipalju seda tagada alati, kuigi neil muidugi kohapeal peavad olema ka ikkagi giidid olemas.

**Triin: Et ühelt poolt temaatiliselt ja teiselt poolt avatud, et oleks teistel giididel ka võimalus saada seda atesteeringut?**

TG6 noogutab.

**Triin: Et meil kaks inimest on väga vaikseks jäänud selle aktiivse arutelu peale... Mida teie ootate ERMilt aastal, no ütleme 2015?**

TG3: Ma ikka paar korda tegin ka häält ja pealegi said niuksed olulisemad asjad siin ära öeldud, et mis ma seal enam targutan.

**Triin: TG2?**

TG2: Ma midagi natuke ikka mainisin siin...

**Triin: No meil on nüüd väga palju häid ideid, kuidas atraktiivsemaks muuta ERMi... see küüditamise modelleerimine...**

TG2: No see oli näide.

**Triin: jaja... see oli näide, aga neid näiteid oleks ilmselt veel, et äkki teil on veel mõni näide, mida te äkki olete mujal maailmas näinud ja mis ERMi kontekstis võiks ka võib-olla töötada sellise käelise või tegevuselise tegevusena lisaks mainitutele?**

TG4: Siin vist nad on juba ise ka kirjutanud, mis neil kavas on. Et te võiksite sellest juba lähtuda, et siin meie ootused ongi... et workshopid on üks ja siis temaatilised ekskursioonid ja siis noh need kohapealsed võib-olla mingisugused rollimängud.

TG5: Täpselt, ma tahtsin seda just öelda, et need rollimängud, et sellega annab ju kaasata, suvel vähemasti, hästi palju kooliõpilasi, kes sinna tulevad ja noh täiesti, mitte ainult seal majas sees, vaid ka maja ümbruses.

TG6: tegelikult ka seda edasi arendada, mida nad on seal juba teinud selles näitusemajas, õnnetus näitusemajas, et kas või seda, mis on õpilastega käinud, et saada neid riideid ja siin ma ei mõtle neid kauneid pidupäeva rõivaid, vaid neid tööriivaid, et sa tunnetad ja siis tõesti proovid [TG4: Tunnetad, kuidas need meestel püksid tagant käivad nööriaga] Et just jah kuidas see on sul seljas eksju ja siis seal võib-olla ka midagi teha, eksju..

TG1: jah, ega praegu on ka juba midagi olemas, neil on meisterdamistoad olemas praegu.

TG6: Neil on ju rahvakalendri tähtpäevade tähistamised ka olemas ju seal majas täitsa...

TG5: Rollimängud sellistel päevadel lastele.

TG6: Et seda siis lihtsalt paremates tingimustes annab veel paremini teha.

**Triin: Aga tänases muuseumis siis võib-olla veel paremini väljapoole reklaamida, et seda ikkagi saab teha või on see, et töötab väga hästi, aga lihtsalt keegi ei taha selles majas olla?**

TG6: Võib-olla paljus on selles see asi seal jah... Ei noh seal on väga huvitavaid... meie oleme kutsunud enda majja ka näiteks nende inimesi ka, et enne jõule nad õpetaksid meile neid vanu jõulukombeid ja siis me tegime, laulsime seda regilaulu ja kõiki selliseid asju.

TG5: Ja me oleme ka neid teinud, ma olen venelastegagi teinud regilaulu seal laulnud ja...

TG4: Kuidas see venelastele peale läheb?

TG5: Kuule, päris naljakas... need olid ajakirjanikud ja reisikorraldajad. Päris naljakas oli. Panime mingeid pärjamängusid ja tegime, seal oli Terje Puiste seal ja automaatselt tõlkis kohe... väga hästi läks, nagu ei olnud üldse mingit tõlkevahet...

TG6: Aga seda annaks ju tegelt välismaalastele väga hästi teha... Et minu arust väga tore on, mida nad pakuvad, on ju Setumaal seal Värskas, kui on hästi tihti selline pakett, eks... et lähed sinna, ma ütlen välismaalastega ikkagi, et vaatad maja, sööd eks setu toitu ja siis on need setu lauljad ja siis nad ka tegelikult ju kaasavad sind, eksju...

TG5: Sa pead kordama, eksle...

TG6: Jah-jah... Et see läheb ju, et seda saab üks välismaalane seal ju ka väga hästi teha ju...

TG1: Ja ERMil on eeldused... et kogu see ERMi suuline pärand, mis on, loob väga suured eeldused, kõik võimalused tegevuste korraldamiseks, mis omakorda on aluseks ka kõikidele...

TG6: Tegelikult võib ju ka välismaalasele ka õpetada natuke seda lihtsamat rahvatantsu, mitte seda kunstrahvatantsu, aga seda lihtsamat rahvatantsu õpetada ja seda regilaulu...

TG3 ja TG4 rääkisid midagi omavahel.

TG5: Mis on? (TG3-le ja TG4-le)

TG3: Ei midagi, ma lihtsalt ütlesin seda, et peab olema ka võimalik kaasamisest loobuda, kui sa seda ei taha, sest ma olen ka selliste kohtade peal olnud, kus sõna otseses mõttes veetakse sind sirtakit tantsima ja kui sul jalg parajasti haige on, on ikka igavene jama küll...

TG6: Selle peab ikka ära tabama, et kellele see absoluutselt ei sobi eksju...

TG1: See on juba inimlik tasand, inimlik suhtumine...

TG6: Aga paljude inimeste puhul pead sellise väikse lükke andma, et siis nad on tegelikult pärast väga vaimustuses, aga seda peab ära tunnetama, et kellele see ikka absoluutselt ei sobi. Aga lihtsalt minule on väga meeldinud see, et mida teeb ja pakub, sa tead ju ka kindlasti näitab TG5 poole ja teised ka kindlasti, ikkagi see Värska, sellised hästi atraktiivsed ja muidugi seal on kena see söögi võimalus ka olemas... Tegelikult kui saadakse ikka, siin ongi see, et kuidas ta selles supermoodsas ja fantastilises arhitektuuris, et ma ei teagi, kuidas see Eesti see talupoeglik toit sinna sobib? Et Setumaal on ta üles ehitatud kõik tänapäeval, aga ta on ikka vanas stiilis see maja.

TG4: Et uude majja need suitsunud palgid...

TG6: Aga seal ei olegi need suitsunud, vaid et nad lõhnavad hästi, mitte need uued palgid...

TG5: Ega see ei pea kõik selles majas olemas, et selles majas on need väiksed kohvikud ja asjad niikuinii, aga...

TG2: Et ta ongi nagu eraldi tare selline...

TG6: Aga siis võiks olla tõesti, kas kusagilt laenatud, aga seda vana palki, et see lõhnaks... [TG4: Just kõik see maitsmine, haistmine, tegevus...] Mitte selline nagu ta praegu on. See mulle üldse ei meeldi. Ta on niivõrd, sellise euron mõjub ja on pseudo-Versace... Praeguses näitusmajas see rehielamu, see on Vercace.  
TG3: See on nii nagu, ma olen lõpmatult vaielnud...  
TG5: Hea, et ERMi otseselt ERMi inimesi siin ei ole, nad oleks praegu juba täiesti, ma ei tea, juuksed pealae peal püsti.

**Triin: Need ideed kontsentreeritud kujul jõuavad nendeni kindlasti.**

TG1: Me siin nagu materdame ERMi, aga tegelikult väga armastame.

**Triin: Aga see ongi.. Ikkagi õpetab see, kes armastab, eksole. Et sellest ei ole midagi lugu...**

TG4: Praegune aeg on paratamatu, see on kompromiss, et hea, et see näitusmajagi olemas on, see...

TG6: Me saame aru ju, et hea, et ta sellisenagi on...

TG3: No kui veel mujalt näiteid otsida, mis jõe hästi töötavad, siis mul tuleb meelde üks, kus eestlased küll eriti ei käi, aga lätlased käivad tohutu palju on see [TG5: metsavenna!] Metsavenna talu jah...

TG6: Ei, mis see, meie käime...

TG3: No ta eestlase jaoks jääb nii kuradi kõrvale [TG1 irooniaga: lätlastele on palju kättesaadavam.]

TG6: Me käisime spetsiaalselt ja meil oli see, me ju ka see Forseliusele õpetame ja nemad on ju sellises mürsikueas. [TG3: jajah...] Ja mis, pildistasid ja pärast vaatasin ise ka, et missuguse huviga need poisid ja tüdrukud, kes midagi eriti ei kuula ega kuule, kuidas nad niimoodi silmad särasid... et muidugi seal oli veel see väärtus, et see vanaproua, kes oli ise veel seda kogenud, et tema rääkis ja no need lood on see väärtus just ka eks... et kuidas ta räägib.

TG5: no need Eesti erinev ajalugu, sa võid praktiliselt igast ajast, igast teemast nii liivi sõjani või põhjasõjani minna, et mida see tähendas, kui katk tuli ja mis nende inimestega siis juhtus.

TG6: Aga üks mõte on sellest Nõukogude ajast, ma ei tea, mis seltskonnas ma seda rääkisin, aga Berliinis mulle väga meeldis, no ma ikka püüan Lääne-Euroopas ka muuseumides, uuemates muuseumides käia ja seal on uus muuseum selles Ida-Saksa elukorraldusest...

TG5: Sa mõtled Ponzalit vä? (arusaamatu muuseuminimi, millele ei leidnud ka Google's vastet)

TG6: Ei ma mõtlen seda, mis on see on see DDR Museum on selle nimi. Ja seal siis oli üks proua rõivastatud kittelkleiti, et meil ka täpselt onju ja siis ta istus... seal oli siis niimoodi, et terve see muuseum, see oli pisikene muuseum, oli korterina üles ehitatud, aga miks ei võiks olla ka ERMis üks selline nurk – Nõukogudeaegne korter. Ja oli siis elutoas oli kõik see mööbel, no väga tuttav tuleb meile ka ette, ja tema istus nagu oleks seal külalised eks ja räägib meile, kuidas neil see elu käib. Tegelikult oli ta sellesse rolli sisse elatud, eksju, aga ta rääkis niimoodi nagu ta ise pajataks, et temaga on see asi juhtunud ja seal oli siis ka niimoodi, mida ma ei ole mujal näinud, et lähed ka tualetti, lähed vannituppa, mis oli, et no üks sein oli niimoodi avatud ja lähed ka kööki ja köögis saad kõiki neid sahtleid lahti tõmmata, vaadata, seal oli küll klaas peal, et nad vist kartsid, et võib hakata neid nugasid ära võtma või... aga sa nägid kõike eksju, said katsuda!

TG5: Einoh ma räägin, see Ponschali Berliinis on samamoodi, see on nõukogudeajas söökla, see on samamoodi, et lähed sinna ja vaatad, oi see on ju samamoodi! Ja sa söödki neid makarone, mis on natuke poolenisti kakisid [TG2: Ja need on laua külge nõõriga pandud?] Ei nõõriga ei ole, aga kõik need klaasid ja nõud ja kõik ongi täpselt samamoodi.. [TG6: Järgmine kord sa võid minna sinna DDR muuseumi].

TG3: Eestis on ju selliste, tõsi küll projektidena ainult väga geniaalselt selliseid asju teinud hiidlased. Seal oli see, noh see suvi nad äratasid selle vana elektriijaama ellu eksole [TG5: Kaevandusmuuseum on ka hea näide.] Jah, Kaevandusmuuseum absoluutselt! Ja ma siis mäletan sealt ühte jõulumaad, mis seal muuseumis oli, kus oli nii, et see oli igavene kihvt, kuidas köeti pliiti eks puudega, pliit oli tegelt papist eksole ja kõik oli butafooria täielik, seal oli elektripliit peidetud alla, selle pliidi peal kurat praeti kakkusid, eksole ja no muud sellised asjad, et tõesti oli kihvti tehtud väga nappide vahenditega. NO muidugi üks idee, mille eestlased on lootusetult maha maganud või kui siin tehtaks seda, siis on lätlaste käest maha aetud, on... ma ei tea, kas te olete seal käinud, aga seal Gaunja rahvusparkis kuskil sees või lähedal see varjend.

TG5: Ei saand sisse, käisin, aga seal peab grupp olema, vähemalt 10 inimest!

TG3: Assakurat küll see on kihvt, see on tõeliselt kihvt koht. Seal on ka, see on nii stiilne, seal tuleb sul selline tädi vastu, krunn kuklas eksole, sellises politroki riietuses, siis sa saad seal endal lõunasöögi tellida, kus on siis pool klaasi viina ja kiluvõileib ja see paganama nohh... rosolnik, eksole ja nii edasi, et noh tõeliselt kihvt koht.

TG5: Ja et selles suhtes kõik need ajastud panna niivõrd ajastutruult elama. Selles mõttes, et sa saad ju kasutada ju nii need rollimängud igas ajastus ära, no see on tegelikult meeletult põnev on.

**Triin: et saad kuu aega iga päev käia, ilma et tüdimus tekiks.**

TG5: No täpselt! No onju, et sa võtad sellest osa ja kui tahad, siis sul on võimalik vaadata filme sinna juurde, kuulata, mis lugusid sinna juurde, olla seal rollimängus sees või lugeda seal raamatut või misiganes.

TG1: Kuulmine ja puutumine ja katsumine ja nägemine, tajumine, kompimine. Kõik meeled. ERMil on väga suured eeldused, sest tal on see vaimne, noh see ressurs ajaloost võtta, alates regilauludest kuni lõpetades kõige muu pärandiga, mis on need lood, on igast lindistatud lood ja asjad. Et iga ajastu kohta on praktiliselt, muidugi alates sellest, kui lindistada sai... [**Triin: Et sada aastat on materjali kogutud?**] Et no lihtsalt, potentsiaal on niivõrd suur! Teha just mitmekesiselt.

TG5: see on üks ajastute, aga teine on ka ju Eesti piires ju tegelikult, et kui me võtame need kihelkonnad näiteks, mida ERMi eestvedamisel 100ndal sünnipäeval pandi ülesse [TG1: Pandi need sildid: nii äge on sõita igal pool] Kihelkonna lugu on täpselt samamoodi, kui erinevad need kõik on, traditsioonidki.

TG1: Kas või see, et kusagil olin ühes loengus ja meile räägiti seal rahvariitetest ja seal oli, et kui kirevad on rahvariided. Igas kihelkonnas erinevad [TG5: no muidugi] Kihelkonna ühes otsas niipidi triibud, kihelkonna teises otsas naapidi triibud, aga me arvasime Saaremaal on ma ei tea Põide kihelkonnal seelik on nagu ühte värvi pruun eksle või ühte värvi must ja siis vaieldakse, et kas on must või on pruun, tegelikult võib olla ükskõik, mis värvi. Et just et me oma kultuur on just hästi mitmekesine, et me eestlased ka võib-olla natuke unustame ära selle.

**Triin: Okei. Nüüd on selline puht praktiline ülesanne järgmisena, et te saaksite natukene kirjutada. See on ERMi uue maja küllastajatele avatud saali vaade, palun võtke kahepeale ja täiesti nimelt ei ole siia märgitud mis ruum on mis ruum, ma võin öelda, et siit on sissepääs A ja siit on sissepääs B, aga põhisissepääs on siis see pool (näitan pildil). Ja te võiksite paberile pliiatsite abil joonistada selle, mida te näete, milline see seest võiks olla, et teil mõne grupiga oleks seal mõnus ja mugav olla... Ehk siis, et tõenäoliselt olete ka teie käinud paljudes muuseumides ja kus te lähete sisse ja selleks, et kas või kolm sõna juttu rääkida grupiga, ruumi juba ei ole või et tualett on nii vales kohas, et keegi ei jõua selleni.**

TG4: Mina arvan küll, et see on nii ammendamatu suur maja, et no see ei ole niisugune maja, kuhu nüüd hetkeks lähed, see on niisugune päevamaja.

**Triin: Aga igal juhul see on selline esimene põhinäituste saalide korrus, et...**

TG3: Kummal pool linn on?

TG1: Siin... See on siin lennujaamapoolne. Kõrgem pool on linna pool eks. Arutelu, kontroll.

**Triin: Nii-öelda, see on kujutlusvõime ülesanne, ma annan teile üks viis kuni seitse minutit joonistage, kritseldage seda, nii-öelda sellist... te olete siin – osad teist on rääkinud, et te tahaksite, et väljapanekud oleksid sellised ajastulised, osad ütlevad, et väljapanekud võiksid olla geograafilised näiteks, et ka neid ideid võite sinna lihtsalt peale joonistada, kirjutada, siin on teist värvi pliiatseid ka. Et väike käeline tegevus, et suu saaks puhata.**

TG6: et see on selline, et mingi kohvik ja...

**Triin: Just, et mis teie arvates kindlasti peaks olema olemas...**

Vaikne arutelu.

**Triin: Et selle võitegi kirja panna, kus te näeksite neid asju eelisseisus.**

Osalejatel oli käes must-valge plaan, kuid võis vaadata ka ERMi uue maja brošüüri, mida ka kasutati.

TG1: Et kas on soovitatav täpselt nagu paika panna, kuidas me täpselt seda soovime, et kas vets on paremal ja kas vets on vasakul?

**Triin: Põhimõtteliselt jah, kui teil on väga selge kujutlus, siis pange see kirja. Kui on nagu konkreetne eelistus.**

TG4: Kus on kempsud?

TG3: ei olegi! [Ilmselt on mõeldud siis keldrikorrusele.] Kõik teevad püksi.

**Triin: Novot, siis tulebki kirja panna.**

TG5: Ja mitte ainult ühes otsas! Kuna see on nii pikk maja...

TG3: Iga kümne meetri tagant.

TG1: Ja kuna kaks sissepääsu on nagunii...

TG4: Ühes ja teises otsas ja igal korrusel.

TG1: Kui nad kujutavad ette suuri masse, siis nad peavad kujutama ka ette väga palju vetsuskäijaid.

TG5: No võta kas või seesama praegu Lõunakeskus, seal on viies kohas juba kempsud ju.

TG3: Mina tean ikka ainult ühte.

TG6: Mina käisin Berliinis ühes mingis seitse korrust ja seal tõesti tualetid olid igal pool, millest ma puudust tundsin, oli et oleks tegelt vahepeal mõni kohvikukoht ka eksida [TG5: näet!], sest et see oli alguses ära. Ma ei viitsinud tagasi minna.

**Triin: Pange kõik kirja. Veel ei ole ehk hilja, kopp ei ole veel maasse löödud.**

TG5: Aga need ajutiste näituste pinnad või põhinäitus...

**Triin: Kui teile tundub, et ajutiste näituste pinnad peaksid olema just esimesel korrusel või just põhinäitus... tegelikkuses põhinäitus on siin esimesel, veidi on näitusepinda ka allpool. Põhiosa üldse näitusepinnast on esimesel.**

TG3 (olles läbi vaadanud brošüüri): Ei ole, selles majas kemmerguid ei ole.

**Triin: Näed, siin ongi, et üks väga väike näituseala on veel 0-korrusel, muidu on kõik esimesel (vastuseks TG5 küsimusele).**

TG6: Ma pean nüüd seitsme minuti pärast kooli tagasi minema.

TG3: Muidu lastakse lahti?

TG6: Ei tea, kas asi nii hull on...

**Triin: Võib-olla teeme siis nii, et seda saab natuke veel edasi joonistada hetke pärast. Aga päris enne kui ma lasen TG6 minema, ma veel küsiks paar asja, mis mind isiklikult väga huvitavad ja milles mina peaksin tulevikus ERMile ka nõu andma. Kui palju te käite Eesti Rahva Muuseumi koduleheküljel? Kas te üldse kunagi käite seal?**

TG5: Suht sageli.

TG6: Hästi sageli.

**Triin: Ja kas see aitab teid? Kas teil on seal hea olla?**

TG6: Ja.

**Triin: Leiate kõik ülesse?**

TG2: Natuke häirib see „Näitusemaja” ja „Teadusemaja”...

TG3: No igatahes võrreldes Tartu linna koduleheküljega, vabandust, on ta ikka täitsa hea. Tartu linna koduleheküljelt ei leia küll mitte midagi ülesse.

TG2: Aga see, kui mul on vaja minna ja turistile kähku öelda, mis näitused seal on, siis ma pean kõigepealt eristama, et see näitusemaja ja siis see teadusemaja ja siis hakkama sealt otsima, noh see on veidi...

**Triin: Aga üldiselt võib öelda, et teie töös, see veebilehekülj, mis praegu on, aitab teid siiski?**

TG1: Jah.

TG3: Jah.

TG2: Rohkem võiks pilte olla.

**Triin: Aga mida seal saaks muuta paremaks? TG2, sa ütlesid, et pilte võiks olla...**

TG2: Et jah, inimene, kes ei tea sellest midagi, siis nagu tekst ei ole atraktiivne, et pildid ikka tõmbavad.

TG5: Aga nad on keeli juurde pannud, minu meelest on kas soome keel seal või ühesõnaga, aga mis on näiteks, mis ma just vaatasin, mis natuke vajaks kõpitsemist, oli just see ürituste osa. No seal oli näiteks, kas olid aegunud üritused või jookseb kuidagi, no ühesõnaga see oli natukene struktureerimata. No vähemalt mingi hetk detsembris, ma vaatasin, just detsembri üritusi, et sa hakkad otsima nagu segane, et ta hakkab sul jaanuarist pihta ja siis sa jõuad sinna alla onju, aga et kui sul on midagi hästi lihtsalt navigeeritav ja struktureeritud, aga põhimõtteliselt on ERMil hästi töötav veebileht.

TG3: Kas seal otsingumootor on? Selline, mis töötab ka? See on noh, minusuguse jaoks on see kõige tähtsam asi üldse iga veebi peal [TG6: Seda ma isegi ei mäleta, kas seal on.]

TG2: Siis võiks seal kodulehel olla näiteks videolõike, audiovõimalust [TG6: Mina just mõtlesin ka just sellist asja ja mõtlesin, et kas see on palju tahta...] Ei tegelt ei ole ju palju. [TG6: Mina just mõtlesin seda, et võiks ju olla tõesti see, et ma saaks sealt mingi rahvakalendri, noh need on ju filmitud eksju või ka mingeid helilõike, et kui seal on midagi setode kohta, siis seto leelo.] Ma saan aru, et need autoriõiguse teema tuleb võib-olla mängu, aga kas või neid lõigakesi sellest, et tekiks ettekujutus...

**Triin: Et teaks kas või, mis on olemas.**

TG6: Aga tegelikult oleks ju hästi kihvt ja seda on võimalik mujalt ka saada, aga võib ka ju sealt, aga ütleme kas või need kihelkonnad, et tuleks need rahvariided seal kihelkondade kaupa kui nad on niimoodi organiseeritud või näiteks ka see keelenäited, need Eesti need lõuna-eesti murre tuleks kohe need keelenäited sealt kusagilt välja.

TG1: No üldse ju müügistrateegias on väga oluline tänapäeval just see, et annad enne tasuta kliendile nagu midagi proovida natukene kas kodulehekülje kaudu, et annad pilte välja või paned sinna midagi välja või annad ekspositsioonist, siis antud hetkel, mingi väike osa tasuta ära, et inimene saaks nagu tegelt ikka aimu. Aga ma ei ole nii ammu juba ausalt öelda ERMi koduleheküljel käinud, ma ei oska öelda, kas see ka vajalik oleks...

TG4: mina arvan, et võiks natukene olla.

TG1: Vist võiks natukene olla... Mis suurendaks nagu... Paus.

**Triin: Aga kui teile antaks võimalus muuseumi töös kaasa lüüa ja just interneti vahendusel, et mis võimalusi te kasutate või tahaksite kasutada?**

TG5: No põhiline info, mis sa sealt ikka vaatad, on esmalt, mis üritused toimuvad onju, nii et see oleks ka ja muideks nende ürituste koha pealt on ka, et see on kõik seal eesti keeles, et ürituste kohapealt on küll, et see info, mis seal väljas on, oleks siis võimalikult... no inglise keel siis vähemaltki, siis annab teistesse keeltesse viidata, aga et vähemalt inglise keeles oleks üleval ka, et mis toimub ja ajutised näitused ja kõik selline, mis on nagu muutuv ja vahelduv, no just see peab olema hästi ajakohane. Et noh põhiasjad on nagu niimoodi loomulikult, et püsinäituste kirjeldused ja kõik sellised, mis kogud seal on ja need nagu suurt ei muutu onju, aga just see muutuv info, et see oleks hästi kogu aeg lihtsalt leitav ja vastavalt ka siis kogu aeg uuendatud.

**Triin: Aga no näiteks mingite teemade kommenteerimine või oma lugude ülesse panek või oma pildi nagu, noh kevadel oli see „Kingi ERMile päev oma elust”, aga no ütleme, see käis mitmel tasandil, aga mingeid selliseid asju... Kas teie nii-öelda, siin on üsna mitme generatsiooni esindajaid, oleksite sellisest asjast üldse huvitatud või pigem teil on juba niigi palju teha, et ei viitsi osaleda muuseumi muus tegevuses?**

TG3: Vot selle peale ma võin küll täitsa konkreetselt vastata, et seesama „Üks päev elust”, et mul oli absoluutselt kindel plaan selles osaleda, sest see oli ju, sellel päeval oli ju mis asi, Tartu giidide atesteerimine, nii et oleks saanud jumala huvitava loo, aga no kurat no ei ole aega! No lihtsalt ei ole aega!

TG4: Mul oli ka see plaan ja läks mööda see asi...

TG1: Libises jah kuidagi käest see päev... Oma viga...

**Triin: Aga kuidas teile tundub, et kas üldiselt peaks inimestele andma võimaluse muuseumi igapäevatöös kaasa lüüa? [TG5: Miks mitte?] Näituste planeerimisel ja...**

TG3: ei no sellised aktsioonid nagu see „Üks päev oma elust”, ma kujutan ette, et see mõjub täitsa. [TG4: Keegi ikka jõuab, eksju] Põnev endal ka pärast lugeda ja üle vaadata.

TG5: Või kui te hakkate ehitama näiteks, et selles mõttes, et see on nii eesti rahvale oluline ehitus ikkagi lõppkokkuvõttes [TG1: Lähme kive tassima!] Eiei, see on noh üks asi, aga no mingisugune blogi onju, et sa pead blogi onju, et vot nüüd me oleme jõudnud nii kaugele.

TG3: Ja veebikaamera paned üles, mis näitab, kuidas areneb.

TG5: No jällegi ju...

TG6: Kas nad ise suudavad seda teha? Aga no muidugi see oleks täiesti tore.

TG5: Vot vaata, selle koha pealt ütles hiljuti just ütles Peep Laja jälle no ühesõnaga sellest internetiturundusest, et temale ettevõtjad ka hästi sageli ütlevad, et noh need sotsiaalsed võrgustikud, et millal ma selle jaoks aja leian, onju? Aga sorry, see on põhiasi, see su sotsiaalne võrgustik ja su keskkond, mille kaudu sa müüd, et vaata, kui sa lähed ja viskad näkku, et ostke seda-seda-seda, siis mitte keegi ei osta, et sa pead looma just selle võrgustiku enda jaoks onju, et see on ikka absoluutselt vale lähenemine, et milleks sa oma ettevõtte üldse teed, onju, kui sul ei ole selle jaoks aega. Sest see on osa sinu tegevusest.

TG6: Aga ERMil muidugi on ka. Mina olen ka, kuigi ma ei ole nüüd viimasel aastal kuigi aktiivselt seal olnud, aga mina olen ka, kuulun sellesse ERMi Sõprade Seltsi [TG1: jajah...] Et neil on tegelt ju selline asi täitsa olemas...

TG5: See blogivärk või?

TG6: Ei, mitte blogi, vaid see Sõprade Selts, kes korraldab igasuguseid huvitavaid reise ja kutsus reisima ja ma olen ka käinud, kus on nagu huvitavad inimesed koos.

**Triin: Et niiöelda huvi nagu on, ainult, et vahel jääb nagu aega puudu.**

TG2: Aga võib-olla natuke sellele nooremale generatsioonile on see internet atraktiivsem...

TG6: No ma usun, et see ei ole mitte ainult nooremale, vaid see on ka no ütleme natuke haritumale inimesele ja vanemale on ka ikka veel huvitav.

TG3: Täiesti ettekujutamatu on see, kui paljudel inimestel on praktiliselt kogu aeg arvutis sees need igasugused looduskaamerad ekssole – sellised inimesed, kellel ei ole sooja ega külma olnud sellest loodusest ja kurat ta vaatab iga päev neid metssigu ja loeb ülesse neid [TG6: Ja nooremad ka just.] [TG4: Mõnel, kellel ei ole võimalustki minna...] Miks ei võiks sedasama ERMi ehitust näidata veebis ja seletada pärast, mis seal täpselt toimub.

**Triin: Hm, ERMi ehituse veebikaamera... ja kõik kratsivad lauda, et kas saab nüüd valmis ja ajajoon jookseb?**

TG3: Ahhaa muide võtab üles, aga neil vist ei ole seda kuskil seda nad avalikult ei näita. Ahhaa on kaamera seal selle tigitorni kümnendal korrusel, kust nad seda ise jälgivad, see töötab ju kogu aeg... Sa ei tea TG5 seda vä?

TG5: Et kus see kaamera on neil või?

TG3: Ei, ma tean, kus kaamera on, aga kas seda pilti ka kuskilt näha saab või on see lihtsalt nii, et Tiiu Sild ise vahib oma kabinetist, et kas poisid ikka töötavad või ei.

TG4: Või turvafirmad?

TG3: Või turvafirma jah...

TG6: Aga neid osasid blogisid, mitte kõiki, aga osasid on väga huvitav lugeda...

TG5: Ma arvan küll, et selles mõttes, et teatud asjadest...

TG1: Ja Twitter kindlasti, viimane röögatuse...

TG6: Facebook ja kõik...

TG1: Ei aga just Twitter on lühisõnumid – saadad, mis täna toimub, mis nüüd toimub, lühisõnumite lugemine on hästi popp teema praegu.

TG3: Mind hämmastab see, et inimestel on aega neid kirjutada, minul ei ole isegi aega neid lugeda.

**Triin: aga ma võtan kiiresti kokku selle, millest me täna rääkinud oleme ja teie palun parandage mind, kui ma olen millestki halvasti või valesti aru saanud. Pärast ma muidugi kirjutan selle kõik lindilt endale ülesse ja kuulan, millest me tegelikult rääkisime. Et üldjoontes ootused ERMile on väga kõrged, tänastes tingimustes, milles ERM peab neli aastat siiski veel edasi töötama, on ka tegelikult ruumi veel enda tegevuste atraktiivsemaks muutmiseks, seda Raadi näol ja võib-olla ka läbi tegevuste ka isegi näitusemajas, kui neid ka piisavalt atraktiivselt teistele inimestele ka nii-öelda kommunikeerida. Sain ma sellest osast õigesti aru?**

Vaikus, noogutused.

**Ja muuseumid üldjoontena Tartu linnas on atraktiivne vaatamisväärsus, aga võib-olla rohkem avatust, rohkem paindlikkust, iseenda reklaamimise oskust, iseenda tutvustamist ka võib-olla väljaspool...**

TG5: Jah, ka näiteks linnakodanikule võiks ju kaasata, on ju need suured üritused, kus no näiteks Hansapäevad, on väga palju, ka muuseumid tulevad järjest välja, miks ei võiks olla ERM väljas mingite oma programmidega ja mingite oma rollimängudega ekssole? Mis Tartu linlase jaoks tekitaks kindlasti palju huvi ja vaata oh kui põnev, et kuule lähme, et mingid sõbrad tulevad külla, et no ühesõnaga, et kui ma ükskord olen käinud, et ma läheksin teist või kolmandat korda sinna tagasi, ka linnakodanikuna ekssole... Ja teine asi on see justnimelt, et seesama Twitter ja Facebook ja asi, kõik need sotsiaalsed võrgustikud. Kui te hakkate seda uut maja ehitama, see on nagu väga-väga õige hetk, et annate seal infot ja kogute oma fännid kokku, et kui te blogi ei tee, et siis kas või seal kaudu jookseb informatsioon ja ma julgen väita, et sinna tuleb mõne kuuga, sinna tuleb mitutuhat liiget sellele asjale [TG1: Liitub jah...] sest noh see ERM on nii oluline ja kui sa jälgid kogu aeg ja sinna siis annadki infot, keegi peab selle eest muidugi vastutama, et seda ei tohi jätta niimoodi, et mul kaks kuud ei tule, infot ei jookse, aga kui tuleb, no ütleme kas või nädalas üks kord, seal vähemasti jookseb seal mingi info – nüüd me seda. See ei pea väga pikalt olema, aga justnimelt mingi üks pildikene ja kaamerast mingi klipikene või no misiganes ja et see hoiab sul kogu aeg, need huvilised niimoodi kätt pulsil. Ja kui see kunagi [Triin: avaneb] just täpselt! Nendest saavad kõige suuremad fännid pärast ka veel – ma olen jälginud seda protsessi...

TG6: Kas neil, ma ei ajanud nüüd järge, aga kas neil koduleheküljel see tuleb välja – „mis meist kirjutatakse?” Kas või need artiklid, mis nüüd järjest ilmuvad, et see võiks ju ka olla.

TG5: Ahhaa teeb seda väga ilusti.

TG6: Aga meist! Meie kool teeb ka seda, et paneb need välja, et mida meist kirjutatakse, et see võiks ju ka olla..

TG1: Just esile tõstetud...

TG6: Jah, et see just näitaks, ma usun, et paljusid see huvitab, aga ei ole seda Päevalehe artiklit lugenud või et noh kahe silma vahele jäänud, aga ma saan sealt vaadata...

**Triin: Ma pean TG6-l laskma ära minna, aga teistega ma veel korraks tõmbaks otsad kokku ära.**

Kõik noogutavad.

**Triin: Väga suur aitäh Sulle TG6.**

TG6: Oli väga põnev ja huvitav.

**Triin: Mul on ka väga põnev juba, ma tahan juba transkribeerida, et teada saada...**

Paus.

**Ühesõnaga: blogi, selline reaalarajas kaamera, väikesed teated...**

TG5: Sotsiaalsetes võrgustikes liikuda. Tekitada need fänniklubid nii-öelda.

**Triin: Ja just läbi selle majaehituse, et ERM tegelikult on aktiivne kõikides nimetatud võrgustikes erinevate nimede all küll, aga just see sisu, mis sealt võib-olla tuleks ja panna inimesi endast kogu aeg ja lakkamatult neljaks aastaks rääkima... Päris huvitav. Kas teil on veel midagi, mida te sooviksite tänasele arutelule veel lisada, mis on jäänud võib-olla hinge peale, mida ei ole saanud ära öelda?**

Vaikus.

**Triin: Võib-olla ma siis ise veel korraks susin selle ühe aspektiga, et kuigi jah meie kõigi ootused ERMi suhtes tulevikus on väga kõrged, siis ma veel väga rõhutaks, et nad neli aastat peavad veel oma praegustes tingimustes hakkama saama ja tegelikult koguma seda kapitali ka hetkel, mitte jääma ootama või et paneme nüüd ukсед kinni ja nelja aasta pärast avame jälle. Et äkki teil on veel mõni idee, kuidas nad täna saaksid olla atraktiivsemad, kasulikumad...**

TG5: No näiteks üks, mis on hästi lihtne asi ja mida tulevikus on ehk kogu aeg vaja, praegu on hästi moodi läinud jälle igasugused lauamängud, et kas siis nende vanade lauamängude baasil või siis välja töötada... no tõesti on läinud – mingid sõpruskonnad, seltskonnad, kogu aeg käib mingite lauamängude mängimine... Miks me peame siis tõlkima neid igasuguseid väljamaa mängu, et ühesõnaga arendada välja ja paisata müüki onju, siis tahes-tahtmata, siis need sõpruskonnad on sellega seotud. Kas ta on siis ERMi nendest kogudest mingi teemaga seotud või misiganes onju või mingi vana üles tehtud, neid variante on igasuguseid, et vot justnimelt need mänguasjad, suveniirid... Et noh on suveniiri pood teil olemas ja see ei ole üldse paha, mina käisin küll sealt spetsiaalselt ostmas neid Hiina ketse, mis olid mulgi mustri ja õiendasin igauhega, kes mulk ei ole, et miks sa need jalga panid onju, mina võin neid kanda! Aga no ühesõnaga et siukseid, selliseid asju... Et neid mängu müüvad ju kõik raamatupoed praegu...

TG4: Jaa... see lauamängu idee on väga hea. See on 20ndast ja kuni 35. eluaastani ja veel edasi...

TG5: Huuhh... edasi ka, vabandust, mina olen 43 kohe, mina mängin ka.

TG3: Mina vabandage saan kohe pensionile ja mina ka mängin.

TG5: Novot, ja sina räägid 20!

**Triin: Tundub, et turunišš on täitmata.**

TG5: No ongi noh, sa saad ju erinevatele teha erinevad tasemed ja teha erinevad raskusastmed. Et kas ta on mingite nende küsimustega – on ju igasugu neid taibumänge või lihtsalt need nupumängud ja sul on mingid värvid, et see on siuke, et kui sa hästi kavalasti söödad nii-öelda turule, et reklaamid ennast, et siis ja neid saab hiljem müüa ka, kolm aastat hiljem ka või viis aastat hiljem, no ühesõnaga siukseid asju lõputult. Et ei pea kõik ainult need tassid ja kruusid olema, et need tassid ja kruusid on ka ja neid ostetakse, aga noh selliste asjadega.

**Triin: Mhm... veel miskit? See on väga kihvt idee.**

TG1: Tegelt oli ju, mis päev see oligi eelmise kevad, muuseumipäev äkki või? Siis olid ekskursioonid olid ERMi hoidlatesse.

TG4: Oli-oli, muuseumipäeval ja me tegime selle giidide bussiringi...

TG1: Ja väga huvitav oli see Veski tänava maja just, vaata kus see fotokogu ja need asjad on, eksole... Et äkki kui sinna tohib minna või need tingimused peaksid ju võimaldama...

TG4: Ja see giidide bussiring, mis ma tegin, me tegime just need ERMiga seotud kohad, Vanemuise praegusel kohal on ju ka olnud...

TG3: Minu arust nende Raadi hoidlate kohta on ikka päris kõva häälega öeldud, et seda, et üldjuhul sinna ei lasta...

TG4: Ei lasta, ei lasta...

TG1: Ei, seda küll, need on need säilitamistingimused, see on teine küsimus üldse, aga sinna Veski tänava hoonesse, et sinna ei tohi minna, aga viige sinna hoidlatesse, et see on ka üks seesama näide, et just nagu nende Facebooki ja asjadega, et sa pakud midagi, mis aitab, ma ei oskagi öelda, igapäevaeluga nagu kursis olla või selles suhtes selle tavaasjaga ja viia nagu näituste taha, et kust see ressurs tuleb, näidata inimestele, et kust see ressurss tuleb, mis ERMil on erinevaid näitusi korraldada.

**Triin: Aga näiteks välituristi puhul, no me oleme täna rääkinud sellest Johannes Pääsukese näitusest... et püsinäitust olete te täna nimetanud äärmiselt eestlasekeskseks ja eestlasele oluliseks...**

TG1: Aga äkki siis laiendada seda, seda soome-ugri dimensiooni tuua sisse?

TG5: See kindlasti tooks juurde..

[TG1: Rõhutada seda soome-ugri dimensiooni ja see näitus kohandada niimoodi.

TG5: Mina usun, et see küll tooks. Sina ei usu?

TG3: Ma ei oska midagi öelda selle kohta. ]

TG4: No vot need pinnad on nii napid ja need on täidetud... et seal on ka need toad eksole, Raadi mõisamööbel, siis on see 60ndate aastate Võru mööbel, et on sisustatud niimoodi, aga nad on asi iseeneses, et seal võiks tõesti tegevus toimuda, nagu sa ütlesid, et istus see inimene, kes võtab nagu külalisi vastu, et kui tuleb grupp, siis ta räägiks sellest ajastust. Noh midagi, et panna elama see praegune... sest tekstid on huvitavad ja väga ammendavad, aga ma seisan ta ees, seisan järgmise ees ja aeg läheb ja ma vaatan, et juba pool tundi ma loen neid tekste ja lõpuks enam ei jõua. Et kuidagi panna jah ikkagi elama need.

TG1: Jah, et siis salvestada kõrvaklappidesse, et inimesed saavad ise käia ja kuulata neid.

TG5: Absoluutselt... erinevates keeltes, et valid keele...

TG1: Jah, erinevates keeltes, aga et eestlane lähaks ise ja et ta ei peaks lugema, sest lugemine kindlasti väsitab, see on õige.

TG3: Kas neil ei ole neid audiogiide?

TG5: Kas jah, ERMis ei ole ju audiogiide?

**Triin: Minu teada ei ole.**

TG1: Audiogiid jah...

TG4: Miks ei ole, see ei ole ju nii kättesaamatu?

TG3: mujal maailmas igas muuseumis ju praktiliselt on ...

TG5: Just... sa ei sega kedagi, paned aga vaikselt kõrva...

TG4: Ja meie muusika eksole – töölaulud, hällilaulud, kuulaks sealt.

TG2: Regilaulud.

TG1: Regilaulude näiteid igasuguseid, murde näiteid eestlastele, välismaalastele, ükskõik...

TG4: Praegused ansamblid, kes kasutavad, kas või Metsatõlli muusika...

TG2: Nagu Maanteemuuseumis on, et sa lähed istud kaarikusse ja pilt seal sõidab umbes ja siis sa kuuled, kuidas sahiseb ja umbes [TG5: Jah, see on väga lahe!]

TG3: Kus?

TG2: Maanteemuuseumis.

TG3: Aa, jajaa!

TG2: No mingit sellist sorti näiteks.

TG5: See on lahe, sõidab vana ree peal talvel ja hobune muudkui laseb ja lumesahin käib sul...

TG3: Jah, Maanteemuuseum on seda teinud väga kihvtilt.

TG4: Et minge Maanteemuuseumi ja vaadake natuke...

TG5: Jah, kõik see ümber ju saaks luua natuke...

TG2: Ega seal ka palju ruumi ei ole...

TG3: Jumala väike on ju...

TG4: Aga saad teda elama panna...

TG1: Jah, et lisada, mida me räägime ka uue maja puhul, et katsuda, kuulda, näha...

**Triin: Et ka väikeste vahenditega?**

TG1: Jah, ka väikeste vahenditega lisab olulist nüanssi.

TG2: Võib-olla mõelda ka selle peale, kuidas tuua väliturist sinna muuseumisse. Ja ka seda, et kuidas ta kesklinnast saada sinna enda juurde...

TG4: Ja ise reklaami teha... ja siis see teie kohvik või see kohvik, mis seal on, see võiks olla või noh pakkuda meie mingit kaerakilet või midagi Eesti rahva näkse võiks...

TG1: Kaerakäkid on nii head asjad...

TG2: TG5: Kaeraküpsiseid...

TG4: Kalja, kaeratooteid jah...

TG2: Et see kohvik on seal jah siuke hädavarient, et seal annaks.

TG1: Ma käisin Rukkimajas ja seal oli ainult ühte sorti kalja! Ühte sorti kalja! Rukkimajas! Seal annaks ju...

TG2: Kas isegi ei annaks giididega koostööd teha, et suvisel ajal kas või, et turist ei viitsi sinna võib-olla jalutada, aga et kesklinnas on keegi olemas, kes iga päev teatud kellaajal pakub võimalust minna...

**Triin: Et üheskoos?**

TG5: Jah, jalutada üle Toome!

TG1: See ei ole pikk maa!

TG5: See ei ole ju tegelikult pikk maa, see on nii ilus üle Toome!

TG2: Et nad vaatavad, et see on nii kaugel, et ma küll ei hakka sinna minema...

TG1: No täpselt noh, see loob mingi mõtlemise, et see on nii kaugel...

TG5: Aga sealt Veski tänavalt, seal on ju nii ilus...

TG3: Kas midagi siukest peale Elina on keegi üritanud teha Tartus? Elina küll teeb...

TG5: Elina teeb mitu aastat...

TG2: Üks vene giid... tema ka mingi aeg üritas, aga tal vist...

TG1: Viljandis see juba töötab hästi, see regulaarne.

TG3: Viljandis töötab see uskumatult hästi, kusjuures seal need giidid on ju põhiliselt õpilased ju eksole [TG1: jah, jah...], aga nad on kuradi toredasti välja õpetatud ja väga hästi käib jah. Ma olin täitsa üllatunud, ma suhteliselt skeptiliselt suhtusin, aga ei olnud midagi..

TG1: Ja infopunkt ütles ka, et juba inimesed tellivad, et me juba sel päeval teame, et tahame, et teil on... et ta on erinev muidugi, mõni päev ei tule kedagi..

TG2: See oleks üks võimalus meelitada neid turiste.

TG1: Aga ilmselt selline peidetud huvi on selliste asjade vastu olemas...

TG4: Onon...

**Triin: et inimene ootab kedagi käe kõrvale...** [TG2: Ta saab jah mingis mõttes selle, et keegi viib ta sinna.]

TG3: Ei no tegelikult marsruut on ju jumala huvitav...

TG5: Jah, Toome, see rada on huvitav juba maastikuliselt...

TG3: Seal tee peal kogu aeg saab näidata ja rääkida igast asju.

**Triin: Jah, kõik asjad jäävad tee peale. Üks ajalooaja maja teise otsa.**

TG5: Täpselt!

TG3: Jah täpselt!

**Triin: Aga suurepärane, väga head ideed!**

TG1: Et see ju haakub ka sellega, mis ma nagu enne ütlesin, et reklaamida just seda rütmilist külastust. Et noh seda, et teatud päevadel saab kindlasti giidiga minna kesklinnast, et see nagu loob seda rütmi ja seda turvalisust ja vat nendel päevadel saabki... Vähehaaval see info levib.

TG4: Et inimene peab olema ette valmistatud, et kui palju tal nüüd aega läheb ja millal ta saab minna... Et siis ta võtab selle...aja leiab.

TG1: Täiesti just...

**Triin: Mina enda poolt paluksin teil veel lõpetada need skeemid, lisada märkmeid oma paberitele ja tänan teid väga-väga-väga, natuke läks ajaga üle, me alustasime ka sutsu hiljem.**

TG3: eks me ole ka väga lobisemishimulised ka kõik.

**Triin: Selle üle on mul ainult hea meel. Suur aitäh teile!**



## Lisa 4. Fookus-grupp õpetajatega: transkriptsioon

Toimumise aeg: jaanuar 2010

Fookus.grupi moderaator: Liis Linn

**Mina siis olen Liis, kirjutasin teile kõigile. Teen oma magistritöö Eesti Rahva Muuseumist põhimõtteliselt. Ja täpsemalt sellest kuidas .. mida avalikkus arvab ERMist. Siin samas on ka Triin, kes eelmine nädal viis samasuguse fookus-grupi läbi güididega, et mida nemad arvavad. Nii... ja täna palusin teid siia, et kuulda ka õpetajate arvamust. Vist võiks nii teha, et kõigepealt räägiks üldse teie muuseumikogemustest, või kas te olete üldse käinud muuseumites viimase paari aasta jooksul näiteks, siis ka õpilaste seisukohalt ja siis hiljem täpsemalt Eesti Rahva Muuseumist. Võiks alustada sellest, et panen siia kirja üldse, siia tahvli peale, mis muuseumides te olete viimase aasta jooksul käinud üldse ise. Mitte õpilastega.**

Õ1: aga me jääme ikka Eesti oma juurde?

Õ3: Jah, tahtsin ka just küsida, et kas Eesti omasi?

**Liis: Jah, mõtlesin, et jääme Eesti juurde. Võiks isegi alustada Tartu omadest.**

Õ1: Ahah....

**Liis: Kuidas Tartu muuseumidega on?**

Õ1: Kas tuleb kätt tõsta?

**Liis: Ei täitsa vabalt võib kohapeal rääkida kohe.**

Õ3: Ma pean mõtlema hetke.

Õ1: Kohe ütlen Eesti Rahva Muuseumi. Aga päris viimati käisime Tartu Linnamuuseumis ja filiaalis Linnakodaniku muuseumis, mis on kohe Hugo Treffneri gümnaasiumi kõrval. Ja siis kindlasti oleme veel käinud Ülikooli Ajaloomuuseumis, õppeaasta kaupa käib ikka jah. Aasta tagasi Ülikooli Kunstimuuseumis on käidud. Ja ma ei tea... kus ma kindlasti käinud ei ole on Lauupeomuuseum ja KGB kongidesse ei ole jõudnud. See ei lähe vist arvesse aga. Väga sageli käin Hugo Treffneri gümnaasiumi koolimuuseumis.

**Liis: Võin selle kirja panna siia muidugi. Koolimuuseum...**

**Liis: Kuidas on teil muuseumis käimisega, mis meenub?**

Õ2: Õpilastega ei ole mina käinudki, sest inglise keele ja meedia õpetajana. Seda ei ole otseselt ka vaja. Küll olen ise käinud mingisuguse ekskursiooni käigus õpilastega koos Sõjakooli muuseumis, mis mai mäleta.. mis iganes selle nimi võis olla, igatahes seal olen käinud. ERMis ei olegi kordagi käinud, pean tunnistama. Tartus... ahjaa siis õpetajatega õpetajatepäeval oleme käinud pigem siin Tartu ümber. Betti Alveri majamuuseumis Jõgeval ja siis oli veel mmm.... siis ma olen veel ... kuskil vabaõhumuuseum Setumaal, ei mäleta, mis koht see oli, ku see oli...

Õ3: Setu Talumuuseum.

Õ2: Jah Värskas jah. Siis Obinitsas oli ka mingi, kus käisin paar aastat tagasi. Veel kaugemale minnes, siis küll olen käinud eelmisel aastal paar korda Kumus Tallinnas, aga noh see on juba nagu kaugemal, kui Tartuga pidime piirduma praegu.

**Liis: On sul veel?**

Õ3: Mina olen Tartus ainult Ülikooli Ajaloomuuseumis, teistes olen käinud kunagi kaugemas minevikus. ERMis olen ka käinud aga kunagi ammu. Õpilastega käisin aasta tagasi Tallinnas Rahvusringhäälingumuuseumis, kui me külastasime telemaja ja raadiomaja, mis oli suur ekskursioon. Aga Tartus ei ole muuseumites käinud... näitustel küll.

Õ1: Minul tuli meelde, et Spordimuuseumis sai käidud kuskil aastal tagasi.

**Liis: Mis endal on jätnud kõige sügavama mulje? Mis siit tuleb nendest, mis kõige rohkem meeldis, kus oli tore näitus, mis on meeles.**

Õ1: Spordimuuseum oli vahva, seal oli ka loeng, kooli ajalooringiga käisime seal. Kunagi ammu käisin seal Sõjakooli muuseumis, kus oli ka vahva, aga see iga päev vist ei olegi avatud. Aga kus ma nüüd ei ole käinud aga varem küll on KGB kongid, kõik siuksed, kus on niuksed... võimalikult palju on asju nagu, mis jutustavad. Kui töötasin eelmises koolis, Kutsehariduskeskuses, kus oli väljaspool Tartut inimesi, siis pean tunnistama, oli ainuke muuseum ERM, sest noh ta on tegelt ka väga hea muuseum, miks praegu seal ei käi on see, et enamus on Tartu õpilased ja nad on varem juba põhikoolis seal ära käinud. Et nüüd on nad gümnaasiumis.

**Liis: Teil mingeid elamusi?**

Õ2: Mul on aga see pole Eestiga seoses.

Õ3: Mul ka, see on pigem välismaaga seoses.

**Liis: Aga võite rääkida ikka.**

Õ2: Just novembrikuus sattusin esimest korda, ei teist korda, Inglismaale ja Briti see national või see British Museum, mis on nende briti rahvamuuseum, mis on tõepoolest suurem kui kõik need muuseumid siin kokku, ja ma veetsin seal praktiliselt terve päeva. Seal olid tasuta tuurid giididega, seal oli nii ajalugu, kunsti, seal olid erinevad teema. Seal oli näiteks mingisugune Mehhikko graafika

Õ1: Asteegid, jah?

Õ2: Mehhiko ajaloo tuba oli eraldi kus ma käisin tuuril. Aga siis oli veel eraldi näitus, mis näitas graafilisi lehtesi, mis on Mehhikos 20-40ndate aasta vahel toodetud.

Õ1: Mhmm...

Õ2: Mis oli tõepoolest väga väga äge, ja noh tuurid olid, seal olid eraldi toad Jaapanile. Ja see oli küll tõeline elamus ja see on samasugune asi, mida ma ootan ja loodan uuel ERMilt, et seal enamvähem samamoodi mind üllataks. Aga jah, Tartu muuseumidest, ma ei ole väga palju käinud, need Eestis käidud muuseumid mulle väga ei istu, ma nagu pigem, noh, kui seal ei oleks juures olnud giide, kes on rääkinud, siis ma arvan, et ei olesk seal veetnud väga palju aega.

Õ1: Väga viisakas, jah?

Õ2: Jah.

Õ1: Piinlik ära minna, kui räägitakse.

Õ2: Jah, jaaa et ma eelistan kunsti, ämmm, mitte ajalugu. Et kuigi ma ütlen, et see british museum tegi selle täiesti tagurpidi, sellise tunde, et ma arvasin ka, et mis seal ikka. Ajaloomuuseum näidatakse seal mingisuguseid Egiptuse mai tea .. aga seal.

Õ1: Need on ka seal olemas..

Õ2: Jaaaa, aga need olid niimoodi välja toodud, et see oli vapustav asi. Aga eelistan kunsti - Kumu on lemmikkohtadeks. Kui oleksni õpetaja Tallinnas, siis nii inglise keele kui ka meedia töö koha pealt teeksin terve päeva neil seal ikka mitu korda Kumus.

**Liis: Siit küsingi edasi, et kas õpilastega peaks käima muuseumis. Kas õpetaja peaks viima muuseumisse?**

Õ1: Oota... aga sina ei saanudki rääkida enda suuremat kogemust.

Õ3: Ei sanud jah.

**Liis: Palun**

Õ3: Ma enam vähem kordaks eelkõneleja mõtet, et Eesti ja Tartu muuseumid ei ole jätnud samaväärset elamust kui välismaa omad. Kumu on ja kõige ägedam. Tartus kui Linnamuuseum oli avatud mingi 2000, siis käisin esimest korda, jättis hea mulje. Rohkem ei ole seal käinud.

**Liis: Mis oli siis see, mis seal hea mulje jättis?**

Õ3: Emmm seal oli seos tegelt isiklik, et nad tahtsid üht mu luuletust panna näitusele.

Õ2: See võib küll hea mulje jätta, jah.

Õ3: Jah, aga siis ma käisin seda muuseumit ka üldse esimest korda vaatamas, see oli ilusti renoveeritud maja seal Raatuse tänava nurgal. Seda maja ei olnudki varem nii hästi eksponeeritud ja see sisemus ja interjäär jättis ka väga kena mulje. Aga jah rohkem ma ei tea, ei ole seal käinud, aga hmmm.. Kumu ja eelkõige kunstimuuseumid, sest olen viimase aasta jooksul käinud Venemaal Siberis, Stokholmis ja Viinis ja nendest kõige parema mulje on jätnud Viini muuseum, mis on tohutu suur kaasaegse kunsti keskus, ja seal just 20sajandi esimese poole ja kaasaja kunst. See on nagu Kumu kümnekordistatud variant.

Õ1: Ikka tuleb meelde, et mis on veel, kui jätta Tartu välja, mulle Okupatsioonide muuseum meeldib, mis on rohkem kontseptsioonide peale väljas. Aga muidugi Kumu ka. See büstide saal on lausa vapustav aga no näiteks, seda küll ei küsitud, mis ei meeldi, on British Museum, mis mulle üldse ei meeldinud, ma olen seal kaks korda käinud ja mõlemad korrad olen peale mõlemat tundi peavaluga välja tulnud, seal on rahvamassid koos ja murrad seal läbi ja midagi vaadata ei saa. Eesti muuseumid on head, rahvatühjad.

Naer

Õ1: Muidugi kui õpilastega lähed siis nagunii seal vaadata ei saa.

Õ2: See oligi seal hea, et mul ei old õpilasi kaasas, et võisin seal olla sel hetkel vaadata, kus kõige rohkem kära oli seal Egiptuse ruumis, siis kiiresti läksin minema. Mul tuleb ka meelde, et Okupatsioonide muuseum on kusjuures väga hea kontseptsiooniga. Aga see saab otsa, see on nagu niivõrd väikene osa. Sa vaatad selle asja ära, sa ei lähe sinna tagasi nagu sa lähed Kumusse või kuskile mujale. See .. see see on jah selle väiksus on selle kõige suurem miinus ja väljapanekuid on erinevaid. Tuleb aegajalt eriväljapanekuid aga et see meeldis mulle väga. Ma olen käinud ka Pärnus seal on see Pärnu muuseum ja seal ei ole mingit muud muuseumi nimetust. See no ikka üldse ei istunud vaatasin üle ukse ühele ja teisele poole, tulin välja tagasi.

**Liis: Mis see faktor siis oli ,et mis...**

Õ2: No niivõrd mai tea noh, seal ei old ühtki asja. Mis... ma olen ise Pärnust pärit.

Õ3: Kus see Pärnu muuseum asub?

Õ2: See asub seal Pärnu hotelli kõrval.

Õ1: Seal kohe kesklinnas jah...

Õ3: Ma olen vist ka käinud seal...

Õ2: Esiteks on ta hästi pisike ja umbne ja et et seal ei ole noh minule ei paku see Pärnu ajaloo kohapealt väga suurt mingisugust huvi, see mis seal välja oli toodud. Mai tea.

Õ3: No väikeste linnade muuseumid ongi suhteliselt sarnased, et Viljandi muuseum, kust siis mina pärit olen. On ka seal on üks metssea topis.

Õ1: See on ikka huvitavam.

Õ3: No seal on erinevad asjad kokku pandud, aga on ikka korra käimiseks või kaks korda maksimum.

Õ1: Ma nägin Kreeta saarel mis oleks võinud teoreetiliselt olla nagu ERM, kus oi palju atrasi ja kartulikonksusi ning mida kõike sinna kokku oli veetud ja mis see oli päris jube, et noh et et et mul on mulle tundub, et ERM on suutnud vältida, et asjad ei vedele vitriinis maas vaid on püütud vähemalt panna mingisse konteksti, et see oli küll päris jube, see oli esimene muuseum Kreetal ja vantsisin õnnetult läbi selle ja vedasin seda õnnetut inimest kaasas, kes muga kaasas oli ja ometigi ajaloolane, et tuleb vaadata. Aga see ei läinudki paremaks.

Naer

Õ1: Seal olidki ainult vitriinid täis kola. See on niuke, miuke muuseum olla ei tohiks.

**Liis: Veel mõni mälestus?**

Õ2: Jaaa

**Liis. Mida tahaks ... jagada...**

Õ2: Tallinnas see vabaõhumuuseum see

Õ1: Rocca al Mare...

Õ2: Jaa Rocca al Mare vabaõhumuuseum see on ... mai saa sellest väga tihti aru, mida seal et nohh, seal on küll üritatud seda muuseumi teha vana Eesti talu elu üles ehitada. Aga ma nagu väga hästi ... mulle meeldib, et see on suur ja lai koht, kus saab piknikku pidada, selles mõttes mulle nagu tundub, et selles mõttes on see hea, et sinna saab minna nagu päriselt aega veetma ja mitu korda. Sest see pole niuke, et astud läbi ja vaatad kõik ära. Aga teisalt on see juba nii laiaili hajutatud, et ilma giidita või ilma selle niisuguse plaanita on seal raske ise orienteeruda, minu jaoks vähemalt, ja siis ma olengi käinud viimasel ajal seal ainult piknikku pidamas ja merd vaatamas.

Õ3: Hästi lühikese märkuse seoses vabaõhumuuseumidega, mul suvel just käisin ka Vargamäel, mis on minu arust üks hästi õnnestunud variant, sest sel on nii siseruumid kui ka väliskoht, mis on need majades, siis ja siis ja on suure ala peal laiaili, siis lapsed saavad liikuda ja neile meeldib see. Ja seal on ka see nii-öelda majamuuseum, mis on elumaja, seal on hästi välja toodud erinevad interjöörid, ja on eraldi tuba kus saab istuda ja kus näidatakse slaide ja giid räägib. Et on integreeritud erinevad osad.

**Liis: Mhmm**

Õ3: Ja üks hästi ekstreemne tuleb meelde just välisreisilt Venemaalt, kus .. see oli teisel pool Baikali järve, kus oli tohutu suur maa-ala. Väikese linna suurune maa-ala. Ja sinna oli kohale tassitud neid vanu puitehitisi, kirikuid, lautasi, vanu puumaju noh kõike kõike.

Õ1: Hmmm

Õ3: Ja seal oli nagu täiesti noh linn püsti pandud ainult, et seal olid majad samamoodi ülesehitatud nagu nad enne kunagi olid olnud. Aga seal ei olnud ühtegi giidi vaid inimesed ise pidi ringi jalutama ja leidma kõik need majad. Tihti ei olnud isegi viitasi .. läksid maja juurde, siis said vaadata, mis sajandist see pärit on ja said üle ukse sisse kiigata. Ja siis võisid nagu edasi orienteeruda, et kuhu sa satud. Mingit märkimisväärset kaarti ega midagi lihtsalt nagu käid kuskil pargis ringi ja vaatad erinevaid maju erinevatest ajastustest see oli päris tore aga jah sellega läheb ikka vähemalt kolm tundi. Kui sinna korra sattuda.

**Liis: Küsin nüüd siit siis edasi...**

Naer

Õ2: Kakskend mintsi läinud juba.

**Liis: ...selle lastega, õpilastega, muuseumis käimise kohta. Kas nendega üldse õpetaja peaks muuseumis käima?**

Õ1: Nojah, mina arvan kindlasti, et peaks aga see on nüüd ka see sama asi, et kõigepealt see teeb õpetamise huvitamaks. Koguaeg klassiruumis niisama passida on jama. Ikka on seesama jutt, et parem ükskord oma silmaga näha kui kümme korda rääkida. Ja meil on nii, et tõmbame netist pildid ja näita seina peale. Aga pilt ei ole ka niisama. Võta see lihtne näide, et mis on ajalooõpikutest see Veneetsia klaasist peekrid, mis on siin Tartus leitud Lossi tänavalt, pilt on üks asi aga kui sa tegelikult näed vitriinis seda see on hoopis teine. See tekitab hoopis teistsuguse asjast arusaamise ja pealekauba on nangunii, et see on süvenemiseks ka. Meil on see vist kohustuslik. Humanitaaridele on nangunii kohustuslik, et ja teistel on ka seal Tammsaares ärakäimine, sest

me oleme endine Tammsaare kool, aga see on see, et noh tõesti sind sa oled tõesti seal keskkonnas ma võin küll rääkida, et no suitsutared olid ja pisikesed aknad ja mis kõik ja mis kõik veel aga noh kui sa käid seal ja pead oma jalgu tõstma, sest loomade pärast on pakud kõrgemal, ja et seal on hoopis teine, mitte ainult. Ka kirjanduses on see, et kui Krõõt oma selga nikastas, siis nad saavad kohe näha, et kui kõrge see künnis on tegelikult või mis need vahemaad on tegelikult. Annab tegelikult hästi palju juurde. Vaheldus ja teine on see, et annab ka lisateadmisi, et et ma arvan, et need on kaks põhjust miks mina arvan, et peaks käima.

### **Liis: Mhm**

Õ3: Jaaa, ma olen ka vaheldusega nõus, sest Rahvusringhäälingu oma, kus käisin eelmisel aastal jaanuari kuus, jah, jaanuari, see oli ka väsitav päev, sest pikk sõit Tallinnasse ja õhtuks tagasi ja me pidime hästi palju asju korraga läbi käima, loomulikult nad hakkasid vinguma lõpuks. Aga paari kuu pärast üks poiss tuli küsima, et no millal me jälle läheme, et noh neile ikka jättis väga sügava mulje, et ok see ei olnud ainult see muuseum vaid olid ka telemaja ja raadio aga ikkagi muuseumis käimine kui selline on kindlasti palju põnevam ja see vahelduse mõte ja see, et nad saavad aru mingitest asjadest mida muidu pildi pealt aru ei saa. Jah.

Õ2: Mina olen ka nõus ühte pidi, et ää, mina õpilasena mäletan, et mulle mulle ikka väga ei istunud muuseumid Ka siis just kui see ajaloo tundmine oli mul teisejärguline, mind ei huvitanud see siis ka. Aga oluline on just see ka, et miskipärast nagu hiljem olen ma ikkagi hakanud aru saama, mille jaoks need muuseumid on olulised. Olen hakanud huvi tundma või noh nägema muuseumide eksponaatides ja ajaloos ja kunstis teatud väärtust, mida ma siis ei näinud, kui õpilane olin. Mul on hea meel, et mind on viidud erinevate mai tea ekskursioonide käigus mingitesse kohtades, et ma hiljem teadsin kuhu minna, et hiljem neist asjadest rohkem uurida või midagi.

Teistpidi jällegi noh see see kui ... see miks õpilasi viia muuseumi ja mida teha sõltub kahtlemata eelkõige õpetajast, et ää ämm,, väga kergesti võib õpilastele eluks ajaks ära rikkuda muuseumi huvi, kui sa viskad nad lihtsalt mai tea, majamuuseumi sisse, et lõbutsege siin.

Õ3: See sõltub ikka muuseumist ka, et kas neil on pakkuda giid.

Õ2: Nojah.

Õ3: ...kes räägib

Õ2: See ongi nagu nii lihtne.

Õ3: Ega õpetaja ei peagi oskama.

Õ2: ...ära rikkuda seda. Ei õpetaja ei peagi oskama, et nagu see organiseerimine ja see õpetaja enda eeskuju ka selle kohapealt mida ta muuseumist arvab või mida ta oskab sealt välja tuua või mida ta seal oma õpetamises ära kasutada. Ja selle kohapealt olen ka täitsa nõus, et muidugi peaksid koolid mmm organiseerima muuseumi visiite lihtsalt, et sellega on nagu kõikide asjadega, et peab olema ettevalmistatud, et ei saa loota, et meil on vaja muuseumis käia, et õppekava nõuab seda.

Õ1: Nojaa ja probleemid on ka kohe väga selged, et aeg ja raha nagu ikka, ühest küljest, kust sa võtad aja, et käia seal, eriti kui sul on üksikud tunnid nädala sees, et ühe tunniga sa ei käi seal ära, siis pead kellegagi ära rääkima, et ta lubaks ära käia. Teine asi on see, mida meil õnneks väga ei ole siin Tartu linnas, et kui sa pead ostma ka pileti selle eest, siis on siis see, et mõnel lapsel ei ole seda välja käia aga no meil on siin see, et mai tea isegi kas on kõikides, aga Linnamuuseumis on Tartu linna õpilastele tasuta ja ERMis mai mäleta, et kas seal ka.

Ok giid ikkagi maksab aga et jah .. ma olen paar korda selle omast taskust kinni maksnud, et et, noh, tegelikult ju mulle makstakse selle tunni eest nagunii palka, et ok ma ei ole päris vabapala, et ma kõnnin nendega ikka kaasas, aga see on väärt asi, aga see mis probleem on, mis minu jaoks natuke haakub nagu sellega aga mis ei ole sinu küsimus, vabandust ma ütlen kõigle sina, mul on see halb komme, et kui keegi tunneb end halvasti...

Õ2: Kõik on hästi.

Õ1: et äää et .... mmm osades kohtades muuseumitöötajad ei luba ise õpilastele ekskursioone läbi viia muuseumis. Ma saan aru, et see on nende leib, ma võtan nende leiva ära. Ma korra olen saanud riielda ülikooli selles Kunstimuuseumis, ee ää selle pärast, et ää siis on eriti vihastav, kui sa võtad selle giidi ja siis see giid ei ole nii hea kui sa loodad või ootad või. Ja jaa mina ei mäleta, mul on kahtlane tunne, et mul on ERMiga ka

sarnane kogemus, et nagu neile ei meeldinud, kui ma ise seal õpilastele rääkisin vaid et et aga ma võin praegu ka eksida.

Aga ma tean, et emotsioonide tasandil mul praegu mälus on mingi jälg sellest. Et võimalik et see ei olnud mitte otsene keelamine vaid muud moodi mõista andmine, et peaks võtma giidi.

See oht on jah olemas, et mis seal pattu salata, et mina küll .. kuhu see info edasi läheb, et pärast mind ei lastagi enam kuhugi, öeldakse, et kogueg kritiseerid aga kui ma viimane kord Linnamuuseumis käisin, samamoodi sealt tellisin loengu ja see oli jama. Nad ei kasuta ise ära neid eeliseid, mis neil on. Et nad viivad samaoodi powerpointi abil, mida ma saan ka tunnis rääkida selle asemel, et tuua kätte need esemed ja näidata ja sedasi asja üles ehitada, et...aga noh see on teine teema, see on muuseumi pedagoogika.

**Liis: Aga jah, kui palju üldse muuseum peaks aitama või peaks õpetajaid, keskendumas sellele, et koolitundidele lisa andma. Kas teie ootate kindlateemalisi näitusi või selliseid asju. Et siin just meediaõpetajad äkki. Midagi kuhu lapsi vaatama viia?**

Õ3: Minu arust juba muuseumid teevad seda väga hästi. Päris palju.

Õ2: Minu arust küll ei tee.

Õ3: Ei tee vä? No inglise keele teemalisi näitusi.

Naer

Õ2: Ei no ma mõten meediateemalisi või noh...

Õ3: A meediateemalisi või...

Õ2: Või noh selliseid mis...

Õ3: No selles mõttes neil on otseselt neid oma tunniplaaniga või õppekavaga seostada ei saa, sest muuseumid ju ei tea, noh selles mõttes õpetajatel on ju erinevad plaanid, ei saa ju selle järgi sättida, mmm....

Õ2: Nii ja naa no ütleme, et mina hea meelega viiksin oma gümnaasiumi meediaõpilased kui oleks see sama propakandistlikud graafilised lehed või plakatid Mehhikos 20 aastatel.

Õ3: Noo...

Õ2: Puhas selline värk, et noh see on nagu hea, et noh, oleks vaja, et kui oleksin Inglismaal õpetaja, oleks...kui teaksin, et see näitus tuli sinna ja teaksin, et propaganda enne ette või siis hiljem nagu vastavalt sellele kuidas asi on ja võibolla leiame võimaluse ühe tunni asemel mina seda näitust vaatama ja kuidagi noh, et see oleks enamvähem kuidagi seal sees. No selliseid asju, mina ei ole väga kursis, et igasuguste spets väljapanekutega või valitud väljapanekutega Tartus, mis võiks haakuda minu teemaga.

Õ3: Ma ka väga ei kujuta ette, et meediaõpetus on üldse raske, see on teistmoodi aine ja valikaine ja osades koolides erineva koormusega ja mis asju sea läbi võetakse, et see ei ole kohustuslik aine õppekavas. Kohustuslike ainetega võibolla mõnevõrra oleks lihtsam seostada muuseumil neid muuseumi asju. A ei kujuta ette...

Õ1: Te rääkisite küll Tallinnas aga kuidas Türi selle selle Ringhäälingu muuseumiga lood on, et kuidas on... et sealt oleks üldse midagi võtta või?

Õ3: No seal on püsinäitus üleval.

Õ2: Püsinäitus üleval jah.

Õ3: Seal on selles mõttes üks on see Ringhäälingumuuseum, mis on Türi ja teine on see Tallinna telemajas, et majamuuseum, et eks seal mõlemas kohas ole püsinäitused üleval, et mis on lihtsalt üldharivad selles mõttes, et seal saab näha nagu erinevate ajajärkude tehnikat ja aparate ja Türis on seal ka püsti vist Valdo Pandi vahakuju ja noh selles mõttes on suht hea.

Õ2: Aga no see on ajaloolises..

Õ3: Jaa ajaloolises jaa ..

Õ2: Ajaloolised asjad, et nad ei ole....

Õ3: Samas Tallinna telemaja muuseumis on olemas ka võimalus lapsed saavad ise proovida mismoodi on olla telediktor, saavad istuda ise laua taha ja seal on see lugemisekraan ja kus peal hakkab tekst jooksuma, et saavad end tähtsana tunda ja teised vaatavad läbi kaamera, et noh selles mõttes selliseid asju saab proovida. Aga jah need on püsinäitused, et neid saab ükskõik millal vaadata, et need ei ole enam ainekavast nagu.

Õ2: Tegelikult ma mõtlen, et kuna meediaajalugu ajakirjanduse ajalugu kui selline moodustab minu kursusest niivõrd väikese osa, et ma käsitlen oluliselt rohkem ää noh niiöelda nooh igasugust teemade kaupa, et ää . mitte... kuidas ma nüüd ütlen. Igatahes ajakirjanduse ajalugu moodustab väga väikse osa. Seepärast mai ei arva, et hakkaksin võtma tervet päeva, et sõita Tüürile vaadata seal püsiekspositsiooni ja sõita tagasi küll aga võtaksin ma selle päeva Tallinnas käimiseks, kus saab seda muuseumiskäiku ühildada ka elava muuseumi ehk nagu ajalehtede toimetuste.

Õ3: Mmmhm

Õ2: Ja no taoliste asjadega, et noh käimisega, et no selles mõttes on hea olla teadlik nendes asjades küll.

Õ1: Mina selles mõttes olen teises olukorras., et enamus muuseume on ajaloomuuseumid, eks et see sama Linnamuuseumit kiita, et tema teeb väga tihedat koostööd Ajalooõpetajate Seltsiga, et iga selle Tartu haruga, et noh, sel aastal ei ole ma jällegi väga palju kursis aga nad saavad meile oma informatsiooni nad pakuvad välja ka muuseumi tunde teemade kaupa, minagi käisin, seda ma just siin kritiseerisin enne oligi üks muuseumi tund tegelikult. A no see oleneb ka kes loeb. Tõenäoliselt mõni teeb paremini ja mõni teeb halvemini aga neid tõsiselt huvitab ja nad küsivad, et et kuidas ja mida te teete ja panna paika ka ajalisel, et mingi loogika ikka on.

Kuigi meie koolil on tsükliõpe hoopis teine teema aga ikkagi nad püüavad leida seda võimalust vastu tulla. ERMi poolt ma pole seda nagu seda nii palju kohanud aga võimalik, et neil on siis piisavalt ka neid õpilasarühmasid, et nad ei pea eraldi võibolla selle nimel vaeva nägema ja noh samas mis on ka Linnamuuseum on pakkunud on need ajutised näitused võibolla need näitused ei ole isegi õige sõna vaid on need plakatid, mida saab tellida põhimõtteliselt ka kooli, neil on seal praegu minu arust Vabadussõda, siis oli neil see üks isikunäitus sellest Aleksander Tõnissonist, midagi oli vist veel, mida ma praegu ei mäleta, aga mis on vahva asi, et noh, sa ei peagi minema muuseumisse vaid saad muuseumi tuua endale koolimajja, et mina olen seda Vabadussõjamuuseumi seda olen tellinud meile ja et et no et selle koha pealt noh see on nagu väga hea näide sellest, kuidas koostööd tehakse.

Muidugi kõigile ei saa meelega järgi olla aga noh ikka saab ju paremini, aga meil on ta samas ongi, et mõne asja puhul saan oma aines võtta, et on juba sisse programmeeritud, et ma tean, et ma lähengi noh see ei ole nüüd .. meil on selline kohustus, et ikka kohustus jah, et käivad ajalooarhiivis, see ei ole küll muuseum aga me vaatame seal, et sealt ja siis seal Kirjandusmuuseumis käivad veel, et see Kirjandusmuuseum on emakeele alla aga samas ta toetab ka ajaloo õppimist, et see selles mõttes, et ei ole muuseumid ei püüa ainult meid, vaid me ka ise oleme püüdnud ära kasutada neid võimalusi, mis on see on nagu jaaa ..

Noh kirjandusmuuseumil on see ERMi programm, ma ei tea, kas te teate sellest või mitte. Kuna ma ise kirjandust ei õpeta, siis ma ka väga ei tea aga, need onpmst sisseskannerinud 19 sajandi alguses ja lõpus ja siis on eraldi programm välja töötatud. Ma tean samamoodi, et mai tea, kas nad raha said aga ajalooarhiiv plaanib sellist virtuaalset projekti koostöös koolidega, et nende poolt on allikad ja siis need allikad, noh võetakse elektrooniliseks ja siis tehakse koostööd ka ajalooõpetajatega, et võetakse välja sinna juurde metoodika, kuidas kasutada. Mis on hästi positiivne ja tõenäoliselt ka ilmselt see ilmselt.

Noo nii kirjandusmuuseum kui ka arhiiv on mõlemad sellised, kus näituseruume ei olegi, sellepärast otsivad nad virtuaalseid lahendusi, aga iseenesest, on ta nagu hästi stimuleerib selliseid vastastikuseid suhteid.

ERMiga no .. ei koolil on muidugi head suhted aga me käisime seal isegi alles õpetajatega käisime seal Raadil eelmise aasta õpetajate päeva ajal ja ei et et ei saa öelda, et koostööd ei ole aga nagu nii aktiivsed ei ole õpilasi ära rabama.

**Liis: Mhmh. Siit just tulebki selline küsimus, et mil määral olete kursis ERMis on olemas õppeprogrammid. Aktiivõppeprogrammid.**

Õ1: Mul kohe tulebki meelde, et see on jälle see hea, et kui ise ei kasuta, siis ei tulegi meelde, aga mul tuli just meelde, et tegelikult üks teine õpetaja, ajalooõpetaja, et meil on kolm neid koolis, et just sai ERMi eriauhinna parima metoodilise materjali ees, mis ta tegi seal eee võsa laagriga seoses või see oli see Nõukogudeaegne elluastumise komme. Järelikult neil on küll midagi, et ma ei ole kasutanud, ainult virisen siin. Et et tegelikult järelikult siis, ma ei kasuta siis, järelikult ei ole mulle kuidagi teadvusesse jõudnud, ei kasuta seda ise.

**Liis:** Jaa et ERMil on olemas aastaringised programmid, mis on töötatud välja koos koolide ja haridusministeeriumiga – lisa koolitundidele jah, et siis nagu näitusi ja juttu kõike koos. Et hetkel on küll enamus programmid pigem põhikoolile ja algkalsidele, et gümnaasiumidele on vähem aga et ... mil määral teie tunnete, et tahaks ise aidata muuseumil koostada õppeprogramme ja kas need peaks üldse olema gümnaasistidele? Praegu on küll ainult näitused, kuhu saab viia, mis on siis õppe kõrvale, mis klassides toimub aga täitsa muuseumis kohe õppeprogramme koostada.

Õ1: Kes nüüd jah ütleb, sellel võetakse sõnasabast kinni ja enam lahti ei saa. Jah?

Naer

Õ2: Absoluutselt.

Õ3: Kindlasti võiks teha neid.

Õ2: Aga lihtsalt ää see on hea küsimus, et mina ma ei näe oma põhiaine inglise keele kohapealt seda otsest väljundit, ma näen nagu seda võimalust, et kui igas muuseumis saab õppida inglise keelt, seal ei ole mingisugust vahet, on see spordimuuseum või Kumu või Hugo Treffneri koolimuuseum, inglise keelt saab õppida igalt poolt hoolimata sellest, kas on olemas giid või tund eksle, et et pigem on see noh aineõpetaja küsimus, et kuidas ta oma tunni üles ehitab. Mis põhimõtteliselt tähendab seda, et mina võiksin koostööd teha oluliselt rohkem meie enda kooli ajalooõpetajatega, kes viivad õpilasi sinna, et tekitada siis kaks tundi korruga, et nii inglise keele kui ajaloo tunni, et saaksid selle asja, mis nad on just ära vaadanud enda jaoks ära tõlkida ja inglise keelt. Aga teistpidi jällegi noh ma olen ma kujutan ette, et see on õpilastele, oleks vajalik seda teha, niiöelda neid õppeprogramme, et muuseumis oleks neil päriselt midagi katsuda ja teha ka Briti muuseumis ma nägin, kuidas õpilased jooksid jooksid noh said kätte ülesanded ja jooksid eksponaadi juurest eksponaadi juurde ja panid kirja endale mingisuguseid asju, mida nad nägid, mis aastal midagi toimus või joonistasid üles mingeid tööriistu või selliseid asju. Et et äää mulle tundub, et ää need olid enamasti õpetajate poolt loodud ülesanded, mitte kohapeal muuseumi poolt tehtud ülesanded eksju. Aga ma arvan, et noh see kindlasti kindlasti võika olla mingisugune.

Mulle lihtsalt tundub, et kuna õpilaste vajadused on nii erinevad. Ei ole ju olemas tegelikult niukest reeglit, et no jah 10 klassi ajaloo kursuse mai tea neljandal nädalal oleks vaja teha niuke asi, et siis teeme ERMi ühe programmi, mis teeb ühe tunni läbi seal eks. See võib toimida ju meie kooli õpilaste peal aga teie kooli õpilaste peal mitte, eksju. Mõnele on see vajalik mõnele mitte. See erandlikkus on nii suur. Samas siuke ülevaatlik asi võiks ju ikka olla muuseumil enda kohta või mitte eksponaadi kohta isegi, et kuidas muuseumis hakkama saada või mida seal otsida.

Ma vahepeal segan, et ma peaks viie minuti pärast tegelikult.

Õ3: Kell saab viis jah...

Õ2: Kell saab viis...

**Liis:** Ma siis veel küsin virtuaalmuuseumide kohta. Et kui ei ole aega, et minna välja koolimajast õpilasega, kui palju oleks kasu virtuaalmuuseumist. Et ERMi kodulehel on praegu olemas ka päris palju näitusi, mida saab netist vaadata. Kas neid on üldse mõtet juurde panna või teha kuidas nende kasutegur on?

Õ3: Ma ei tea, ma pole vist ühtegi vaadanud, ma ei oska öelda.

Õ1: Mina pean tunnistama ka, et ma ei ole ei ole tõesti vaadanud ei ole tõesti... no see on see sama, et kunagi olen midagi vaadanud ja nüüd 5 aastat vist ei ole tundub, et sa tead ometi ja on midagi uut ilmunud. Aga see on minust mööda läinud, et eemm aga ma ei saa kindlasti öelda, et neid vaja ei oleks. Kindlasti neil on kasutajaid. Ja nüüd kui mu teadvusesse on uuesti jõudnud, et niuke asi olemas on, et ma ise lähen ja vaatan isegi, et mis seal olemas on. Et äkki on tõesti midagi väga asjalikku. Et kõik mis liigub ja on vähegi värviline, see aitab tundi tunni elavdamisele kaasa, et et oleneb kuidas see üles on ehitatud seal ja mis tasemel see on, et ei oska öelda. Ilma et ise näinud ei oleks.

**Liis:** Mhmmm

Õ1: Kui see tähendab seda, et seal on üleval pildid ja fotod näitustest, siis mai kujuta ette, kas see aitab.

**Liis: Seal on hetkel ka tekstide ja lisadega näitusi täitsa olemas.**

Õ1: Aga liigutab ta kuidagimoodi?

**Liis: Kõik ei liigu. Osad on ainult.**

Õ1: Mõni asi ikka liigub ka?

**Liis: Jaa, mõni asi liigub ka.**

Õ1: No siis on äkki näha, et et...

Õ2: See on iseenesest täitsa huvitav, ma jällegi pean tunnistama, et ma ei kujuta ette, kuidas neid inglise keeles ära kasutada aga noh eks ma tõenäoliselt lähen vaatan ka sealt kodulehe pealt üle, et kas on midagi millest saab midagi, mida saab kusagil meedia või erinevate, sest noh meedia tahes tahtmata puutub kokku ajalooga ühte või teist või kolmandat pidi ikka, et see on täitsa huvitav. Eks ma vaatan üle.

**Liis: muuseumil on ka sellised võimalused, et ise osaleda muuseumi töös. Et ka ise näitusi üles panna, kas see kuidagi võiks, kas selline asi kuuluks kuidagi või seostub õppega?**

Õ1: Ei noh miks mitte. See on jälle hästi spetsiifiline, et et kui ma nüüd mõtlen, et kohe meil on selline asi nagu humanitaarsuuna praktika aga see on hästi spetsiifiline, ma ei tea, et see kuskil mujal oleks, et nemad peavad tegema seal oma käte või ajuga lisaks tunnitööle veel.

**Liis: Mhm**

Õ1: Ja lisaks on mul ajalooring, kellega oleks asi pakuks huvi tõenäoliselt. Aga ta on ikkagi lisakoormus ja tunniväline tegevus, et see nõuab entusiasmi, et kuidas see õpilastele tekitada...

Õ2: Täpselt.

Õ1: Samas on, et midagi valmib, reaalselt kätega katsutavat valmib, see võiks töötada küll. Aga ma mäletan vanasti, et ERMi näitused olid ammu paigas juba aastaid ette vähemalt, et see on endalegi neile riskantne.

**Liis: Hetkel ma mõtlen virtuaalmuuseumi.**

Õ1: Aaaaaa virtuaalmuuseumi, no sellega jääb asi natukene ma arvan, et eeskätt jääb ta õpetajate viletsate oskuste taha, ma jällegi nooremast põlvkonnast rääkida ei oska, et ma räägin enda põlvkonnast, ma tean küll, et mina olen peaaegu arvutiguru, sest ma tean, mida need nupud tähendavad, mis seal peal on ee et et ja naljakal kombel on ka see, et kui ma räägin õpilastega, et on ka seal, kes väga hästi teevad kõike neid asju aga on ka terve hunnik neid, kes alles otsivad – hea kui saavad powepointiga ise hakkama, et...

**Liis: Mhm**

Õ1: Et ei ole see tase nii tugev minu arvates ma ei tea, mis arvamus teil on?

Õ3: Virtuaalmuuseumi no ma küll täpselt ei tea, mida see tähendab, ma selles mõttes esimest korda kuulen, et teha ise näitust, virtuaalselt, ma eeldan, et see võiks ühendada mingit enda materjali kogumist mingi teema kohta ja siis selle selekteerimist ja väljapanemist väljapaneku moodustamist veebis. See on küll üks esimesi kohti, kus ma näen kasutegurit meediaõpetuse kohapealt. Sest no kogu see veebi ja online käsitlemine ja selle sisu loomine läheb sinna väga hästi sisse.

Õ2: Absoluutselt, täiesti nõus.

Õ3: Muus osas lihtsalt muuseumis käimine meediaõpetuse kohapealt on mõttetu, kui just ei tehta mingit eriprojekti, kus on inimene, kes haldab kõike ka kõiki, mis Tartu muuseumites on seotud meediaga ja ei pane selle kohta asja kokku. Aga virtuaalmuuseumite loomine ja veebitöö on kõige otsese seos. Mida ma võiks nagu näha. Aga see jälle eeldab muuseumi poolset initsiatiivi meediaõpetajate poole.

**Liis: Ma saan aru, et muuseum peaks ise infot andma ja ühendust võtma?**

Õ3: No ses mõttes nagu infot ja kuidagi levitama.

Õ2: Me isegi ei tea seda et on võimalus nagu virtuaalnäitused

Õ3: Jah jah

Õ2: Ja et neid on võimalik ise teha.

Õ2: Nüüd kui ma tean...

Õ3: Nüüd mul tekkis juba huvi, et hakkasin juba mõtlema, et kuidas see võiks välja näha, et päris huvitav.

Õ2: See võiks hästi üks kursuse lõputöö variant olla.

Õ3: Miks mitte jah . veebitegevus ja see kõik on täiesti reaalne asi.

### **Liis: Kas on veel lisada midagi?**

Õ1: Ma kaevasin välja oma ajast, et jah omal ajal olen ka osalenud, et see oli lausa põhikoolis, kus tehti õpetajatele mingisuguseid. Tehti õpetajate peale läbi uue muuseumi tunnid. Ma olen kunagi istunud seal koolipingis ja kirjutanud sulega, et see nagu hoidis kursis sellega, mis seal toimub. Aga see oli mingi 5 aastat tagasi või veel rohkem. Aga jaaa, et et aga aga muidugi, et minupoolest ta võikski jääda põhikooli lastele, et nad saaks joosta ja teha asju.

Aga mis ma olen alati mõelnud seoses, et keegi varem pole küsinud mu käest, et see pole võibolla teema, nagunii tuleb uus maja. Aga see on ee paha, et kui tahta. Et ok ühe tunni jaoks on liiga palju ERMi maja läbi käia seal, ja ei ole ka mõtet, inimese vastuvõtul on piir. Et on loomulik see, et sa jõuad teise korrusega lõpuni ja kui trepist alla läheb, siis peaks olema juba teine päev, et teine kord on juba muuseumisse tulla. Võib ka teha seda, et kappad läbi jooksed läbi kui teist korda tuleb, aga siis ikka mujalt välja ei saa ja pead läbi käima sealt. Et siis on ikkagi õpilastel mulje, et nad on kõike näinud juba ja et no see on see rõhuasetus, et see lõpp ongi nõrgemalt esindatud ja see ei olegi teie eesmärk, et mul on koguaeg see tunne, et kui ma tulen sinna ühekorraga, siis ühe korra jaoks on liiga palju aga kahe korra jaoks ei ole mõtet tulla, sest seda lõppu on liiga vähe.

Aga ma ütlen, et see läheb juba sellest teemast välja. Et see ei ole enam seotud selle koostööga ega muude asjadega.

Aga teine asi, mis küll huvitab, mis on niuke nššias, mida ükski muuseum ei paku praegu aga millest mina eelmine aasta tundsin puudust, et meie htg koolimuuseum aasta tagasi avati alles mitte nüüd 208 detsembris natuke rohkem kui aasta. Museoloogiaga tegelikult ei tegele keegi, et meil on need koolimuuseume päris palju või kas ka tavalist õpetajat huvitaks see, et kui nüüd juhtb nii, et noh üks õpilane tuleb kooli et leidsin kodupõllu pealt kivikirve, ega siis tavaline ajalooõpetaja ei tea ka mida edasi teha , no umbes me teame ikka aga..

### **Liis: Mhmm**

Õ1: Aga et seda museoloogia poolt. Ma kujutan ette, et see ei ole asi, mis massiliselt inimesi huvitaks aga koolimuuseume natuke ikka on ja ma ei tea, et et mingisuguse huviliste pundi saaks kokku ja mida ma ise alles hiljaegu mõtlesin, ma ei mäleta kust tänu kellele see mõte mulle pähe tuli, et teil on ju endiselt need küsitlused, või need korrespondendid,

### **Liis: Jah**

Õ1: et see oleks isegi õpilaste jaoks päris huvitav mitmel alal. Et et noh mai tea, et teil on seal neid korrespondente isegi nii palju, et rohkem pole tarvis, aga mmm mina mõtlesin küll, et kui mõni väga huvitav küsimustik on, et pakuks oma õpilastele kaasalöömisvõimalust, et see on ka see koht, kus ma ise nagu mõtlesin, et see oleks mulle ka huvitav, et see tuletaks kindlasti.

Et kui me räägime näiteks Nõukogude perioodist ja nad samal ajal viiksid läbi küsitluse ja pärast siis tunnis arutame küsimusi ja saadame pärast ERMile ka need tulemuse, et ühest küljest on nagu see nagu noh selline siis suurem motivatsioon asja teha, et näe pärast hoitakse alles see, et ei lähe õpetaja prügikasti.

Õ2: Mhmm

Õ1: Ja teine asi sellest oleks kasu ka mulle oma õppetöös. Need olid nüüd sellised kaootilised siit ja sealt uitmõtted, et .. virtuaalsed asjad, et seda ma lähen vaatama mis seal siis on.

**Liis. Kas huvi kaasa lüüa virtuaalasjades oleks. Et saaks näiteks mingi lugusi ise saata. Näiteks oli see kingi muuseumile üks päev aktsioon ja ka interneti vahendusel võiks olla, et pilte kommenteerida või oma arvamust avaldada. Kas selle jaoks oleks endal huvi?**

Õ3: Et mismoodi pilte kommenteerida, et

**Liis: et kui muuseum paneks näituse pildid üles et...**

Õ3: See on nagu kahe otsaga asi, et see tähendaks, et see oleks ikkagi no muuseumi eksponaatide kommenteerimine on ikka muud kui ajaleheartikli kommenteerimine aga sealt annaks ikka välja arendada mingi projekti kas või koolide vahelise võistluse või selles mõttes sõltub eesmärgist ja täpselt sellest teema püstitusest.

Mis ma tahtsin juurde öelda, et meediaõpetuse muuseum isegi virtuaalne muuseum isegi niiväga oavahel ei sobikski kokku kuivõrd võiks seda kasutada võimaluse, et meediaõpetust ja ajalooõpetust integreerida omavahel. Aga see eeldaks muidugi koolisest koostööd. Sest noh noh ongi, et meediaõpetus on see aine, mis natuke igas aines kajastub, et jah ma näeks seda võimalust integreerida mingi ühisprojekt teha, et teed meediaõpetuses veebinäituse, sa saad ka ajaloos mingi hinde, et see oleks küll huvitav asi tegelikult.

**Liis: kui ma kokkuvõttes vaatan, siis huvi isegi oleks erinevate õppeprogrammide ja erinevate näituste puhul isegi,, et ma sain õigesti aru, siis esiteks info on vähene, mis on õpetajateni liikunud ja need pakkumised, mis on muuseumide poolt tehtud, ei ole sobinud mingitel hetkedel.**

Õ2: Teistpidi jällegi neid meile tuleb kooli meiliaaderssile suhteliselt palju, et kuskil Mänguasjamuuseum kutsub jälle oma järjekordsele üritusel ja et kuskil linnamuuseumis või et noh, aga ma ei ole neid väga vaadanud.

Õ3: Jaa see olenebki, et

Õ2: Ma kustutan need meilid ära.

Õ3: See jällegi oleneb, et kas on sihtgrupile suunatud asi või ei ole, et saadad lihtsalt suvaliselt koolimeilidele, et tulge vaadake, siis .. kui oleks konkreetselt ajalooõpetajatele suunatud, siis meediaõpetajatele siis see töötaks kindlasti paremini, siis noh mina isegi tavalise linnakodanikuna ei tea ERMist midagi ja see ei tundu üldse apetiitne. Ma üldse ei teagi, kas tavainimestele tehakse midagi sellist. Reklaami, et tulge sinna muuseumisse.

**Liis: mul on üks väike tabel veel, mis paluks teil täita. Sa ütlesid, et sulle see just eriti huvitav ei tundu, et siis saate siia ristikesi teha.**

Õ3: Haaa

**Liis: Mul on siin pastakas.**

Õ1: Mul on olemas

**Liis: Lihtsalt omadussõnadega, et kui te ERMi peale mõtlete, et ... mis siit tunduks õige.**

Õ3: Mmmm

Õ1: See on selles mõttes et ma ei taha segaseks ajada aga mul on kaks erinevat kuvandit, üks on ERM kui organisatsioon, mille eesmärk on rohkem kui ainult ekspositsioone pidada, et üks on näitustemaja. Aga siin on rohkem ikka ekspositsioonid, mis on ka õpilastele mõeldud?

**Liis. Isegi kas või mitte õpilastele, et kuidas te ise kodanikuna.**

Õ3: Subjektiiivne hinnang täiesti.

Õ1: Mhm. Aga ikkagi kui muuseum mitte kui organisatsioon?

**Liis. Pigem kui muuseum. Kõik vastused jäävad anonüümseks ka nagu kogu intervjuu, mis ma enne jätsin mainimata.**

Õ3: Praegu jookseb lint, kas sa tahad, et jookseks veel?

**Liis. Jah.**

....

Õ3: Kas sa teed ühe veel õpetajatega ve?

**Liis. Aine raames mitte, aga töö raames peaks vist tegema jah.**

**Liis: üks küsimus tuleb veel. Kõige lõpetuseks küsiks, kas on mida muuseum saaks teha, et õpetaja ja õpilane tunneks huvi selle vastu?**

Õ1: Kas kas või mida?

**Liis: Mida?**

Õ1: Midagi ikka saab, mis see mida on, see on palju keerulisem, mida saaks teha. Noh siin oligi juttu, et pakkumisi tuleb. Et mu arust oli see väga asjalik ettepanek, et fokuseerida see, et et nende samade oma sihtgruppidega eraldi tööd teha ma tõesti mäletan, et kuskil 5 aastat tagasi meid pandi sinna istuma, ma küll ei tea, kelle algatus see oli aga.

**Liis: Mhm**

Õ1: Nüüd viimasel ajal ei ole keegi sinna kutsunud võibolla oli õpetajate huvi väike, ma ei tea mis see oli. Aga meil on see sama ajalooõpetajate ainesektsioon saab paar korda õppeaasta jooksul kokku. Kas või võiks kutsuda, et nad üks kord selle koosoleku teeksid ERMis seal millest siis üks osa arutavad oma küsimusi ja teine ka see, et mis neil uut on sel õppeaastal pakkuda et see delete nupp käib ikka üsna lihtsalt alla, kui ta nagu kiire ka on veel, et siis otsesuhtlus on alati natukene parem.

Õ3: Just jah erinevatele sihtgruppidele, mida mina küll oma vähese õpetajakogemusega aga siiski olen seda tööd teinud natuke aega, olen tähele pannud, et sellised konkreetsed teemakohased konkursid või võistlused, et need panevad õpetajatel vere keema, et oh nüüd saab nagu midagi teha, et kuulutatakse välja mingi asi, et nüüd saab esitada mingit võistlusteid või tulla viktoriini pidama, et see oleks konkreetne asi või tegevus, millel oleks ka reaalne tulemus ja selle käigus võiks see toimuda muuseumis või olla soetud muuseumiga või eksponaatidega või selliseid projekte on nii palju ja need töötavad päris hästi, et mida sellisem ägedam auhind.

Naer

Õ3: Seda paremini osa võetakse. Ja samas miks mitte, hästi lähevad peale praegu igasugused väikesed filmikonkursid, et igal pool võib esitada. Mingi oma nägemuse muuseumist või teha väikse filmikese või asjakese, et kõik see veebi ja filmi ja foto kasutaine õpilastöödega seoses, oleks üks asi, mis teeks selle atraktiivsemaks näiteks.

Õ1: Ja see mõjuks ka teistele, et mitte ainult ajalooõpetajatele.

Õ3: Ja ma mõtlen laiemalt, et mis tõstaks huvi. Et need on jah sellised asjad, mis ma näen, et panevad koolides töö käia

Õ2: Mina pakun, et võiks tuua rohkem eksootilisi mittepüsinäitusi, ehk siis midagi kaugelt ämm ee väga noh niiöelda asju, millest ei ole väga palju kuulda olnud.

Õ3: Sa ikka tahad neid Mehhiko graafikalehti vä?

Naer

Õ2: Eino näiteks Jaapani samuraimõõgad või siis Hiina mänguasjad noh mingid sellised asjad mis ühte või teistpidi on täiesti. See on see osa ajaloost, mis võib mind kita, sest mai tea sellest idagi ja noh et on tohtud niiöelda eksootiline näitus, et see on juba kõik raha ja kõik olulised asjad aga no kui tuuakse. Ma lihtsalt

kardan, et ermis hakatakse tegema püsi või no neid mittepüsi väljapanekuid eesti teemade. Mulle tundub, et see.. ma väga tahaks ermis näha mingisuguseid, et see oleks muuseum kuuminna vaatama uusi põnevaid asju.

Ok seal hulgas võib olla ka asju Eestist mida ma ei ole näinud või kuulnud aga seal hulgas et sinna tuleks nigu palju põnevaid uusi asju, siis selle käigus sa oled ERMis eksju ja vaatad muid asju ka eksju. Aga et seda mille kaudu inimesi sinna tõmmata, sellist niukest sära kuulsust ja värvilisi pilte nagu sa siin ütlesid, et sellist niukest ohooo efekti, noh, seda oleks vaja. Et Lõuna- Ameerikat Antarktikat mingisuguseid niukseid asju, millest muidu oled kuulnud aga ise ei ole näinud.

Õ1: Kõlab muidugi vastuoluliselt, et muuseumis tahta uusi asju, aga

Õ2: jah jaa jaaa aga

Õ1: Olen nõus aga teine asi on see, et ma muidugi vaatan Eesti asju ka hea meelega aga et mul on näiteks vahest võib olla väike detail oluline, et see näitus „Siga seebiks“, et kui niuke vahva pealkiri juba on, et see tekitab juba huvi. No see on see sama asi, et peab värviline olema et et isegi selline asi võib olla. Et kui sul on plakat üleval, kus on kirjas „Siga seebiks“, et mida nad seal räägivad ja mis on hea teie ajutiste näituste puhul need lisalehed, mis te teete, et õpetajate puhul sa võtad kaasa sealt ja saad kasutada ka tunnis kui sa kunagi hiljem, näitus on maha võetud, sa räägid seal 19. sajandist seal talurahva elust ja lased ringi käima ja seletatakse lahti seal need asjad seal.

Ja mis on veel hea, on on see sama on see loengute sari, ainult et see teema on igav see Tarutmaa mõisad. A viimati käisingi ERMis eelmisel aastal eelmisel õppeaastal ühte seda loengut kuulamas. Natuke põnevam teema tundus mulle olevat Eestimaa mõisnikud, et ikka midagi natuke teistmoodi, ikkagi haruldused, et see nagu tõmbab. Aga see, et seal neid loenguid peetakse on ka hea ikkagi, et kui on põnevad teemad, siis ongi täpselt nii, et inimesed tulevad kohale ja vaatavad ka näituse üle.

Õ2: Me peame nüüd minema

**Liis. Selge. Ma tänan teid, et tulite ja leidsite aega. Mul on teile väiksed preemiad ka.**

Õ2: Preemiad?

Õ1: On ikkagi preemiad, jaa?

Õ3: Tasuta muuseumipiletid?

Õ1: ERMi saab minna jah?

**Liis. Kinkekaardid palun. Aitäh, et leidsite aega.**