

Muzejis 2025



Finansē
Eiropas Savienība

Rokasgrāmata
Muzejs 2025

Izstrādāta projektā
*Pārrobežu vēstures un
kultūras mantojuma
veicināšana ar muzeja
inovāciju palīdzību.*

Mērķis:

sagatavot saturu
e-rokasgrāmatai, kas būtu
veltīta muzeju mūsdienu
izaicinājumiem un to
attīstības iespējām un
perspektīvām, sadarbībai
ar citām institūcijām,
sniedzot priekšlikumus un
redzējumu par veiksmīgu
muzeju attīstību nākotnē,
kas izmantojams arī
muzeju ikdienas darbā.

Saturs:

4. Priekšvārdi

14. Globālie izaicinājumi. 2020–2021

20. Reģionālo muzeju attīstība – pārvaldība un digitālā stratēģija

28. Mērķgrupu raksturojums

38. Metodoloģija – modernās tehnoloģijas un radošās industrijas

48. Labās prakses piemēri inovatīvu metožu un rīku izmantošanā muzejā

128. Reģionālais *Muzejs 2025*. Tendences



Priekšvārdi



Ikviens muzeja uzdevums ir veicināt vietējās kultūrvēstures un identitātes saglabāšanu un attīstību, veidojot pievilcīgas un atraktīvas ekspozīcijas, izstādes, nepārtraukti uzlabojot piedāvājuma kvalitāti un daudzveidību un domājot par ilgtspējību. Muzeju nozarē tā ir nepieciešamība un vienlaikus iespēja mācīties, iedvesmoties citam no cita un prezentēt paveikto. Šodien no muzejiem gaida, lai tie piedāvā sabiedrībai vajadzīgu un vienlaicīgi intriģējošu informāciju mūsdienīgā saziņas valodā. Apmeklētājs kļūvis un kļūst aizvien prasīgāks. Arī muzeji kļūst pieejamāki dažādām apmeklētāju grupām.

Projekta *Pārrobežu vēstures un kultūras mantojuma veicināšana ar muzeja inovāciju palīdzību* mērķis ir atbalstīt muzeju attīstību kā svarīgu kultūras mantojuma un tūrisma sastāvdaļu.

Projektā iesaistītie Panevėžas Novadpētniecības muzejs (Lietuva) un Preiļu vēstures un lietišķās mākslas muzejs (Latvija) ir atšķirīgi krājuma komplektēšanas, cilvēkresursu un finanšu resursu ziņā. Apvienojoties projekta realizācijā, bija iespēja analizēt un apzināties jomas, kurās, izmantojot inovācijas un īpašu vērību piegriežot modernajām tehnoloģijām, var virzīties uz ilgtspējīga muzeja statusu. Nenoliedzami, tieši interaktīvi risinājumi ievieš jaunas informācijas pārraides formas un nodrošina mūsdienīgus saskarsmes līdzekļus, kas padara muzeju komunikāciju interesantāku, informatīvi ietilpīgāku un ērtāku.

Panevėžas muzejā top uz modernajām tehnoloģijām balstīta ekspozīcija. Nedaudz citu ceļu ir izvēlējis Preiļu vēstures un lietišķās mākslas muzejs.

Iesaistoties projektā, kā viena no inovācijām tika izraudzīta iziešana ārpus muzeja sienām. Šobrīd muzejs piedāvā āra ekspozīciju *Ozola stāsts*, kas ir izgaismota un apmeklētājam pieejama visu diennakti. Kā labās prakses piemērus jāmin vides stendizstādes, kuru dizains ļauj brīvi mainīt un piedāvāt informāciju par muzejam aktuālām tēmām. Arī stendizstādes apskatāmas visu diennakti.

Viena no Preiļu vēstures un lietišķās mākslas muzeja atpazīstamības zīmēm ir tīklojuma veidošana. Novada muzeja "organismā" šobrīd ietilpst Polikarpa Čerņavska keramikas māja (privāts objekts), Preiļu 1. pamatskolas muzejs (pašvaldības izglītības iestāde), Preiļu muižas kapela (katoļu draudzes īpašums), un 2022. gadā – Preiļu Galvenā bibliotēka. Ar ekspozīcijām

un izstādēm minētajās ēkās muzejs piesaista aizvien jaunas mērķauditorijas.

Ikviena muzeja pamats ir mērķtiecīgi komplektēts un atbilstoši normatīviem uzturēts krājums, kas kalpo par pamatu dažādu līmeņu izglītībai. Kvalitatīvi digitalizēts krājums ir viena no ilgtspējīga muzeja pazīmēm. Digitalizācija ir veids, kas samazina krājuma fizisku izmantošanu un garantē saglabāšanu, vienlaikus nodrošinot plašu pieejamību kolekcijām. Nenoliedzami, krājuma digitalizācija rada jaunas eksponēšanas un piekļuves iespējas krājumam. Par to domā Preiļu muzejs, plānojot izmantot 3D tehnoloģijas atsevišķu kolekciju digitalizācijā. Būtiski ir nepazaudēt līdzsvaru starp muzeja priekšmetiem ar savu īpašo auru un digitāliem attēliem ekspozīcijās

un izstādēs. Nedrīkst aizmirst, ka arī digitālā krājuma uzturēšana un sistematizēšana prasa zināšanas, laiku un līdzekļus.

Lai stiprinātu jaunās paaudzes nacionālo identitāti, pilsoniskuma un valstiskās piederības apziņu un attīstītu kultūras izpratnes kompetenci, muzejos tiek izstrādātas un piedāvātas izglītojošas programmas. Atraktīvas, aktuālas un saturā bagātas – tās ir viena no svarīgākajām moderna muzeja iezīmēm. Veidot interaktīvas programmas dažāda vecuma apmeklētājiem, izmantojot bezmaksas programmu piedāvājumus, – tas varētu kļūt par Preiļu vēstures un lietišķās mākslas muzeja izaicinājumu.

Viena no iespējām, ko sniedz modernās tehnoloģijas, ir stāstos (nevis materiālajās liecībās) balstītas ekspozīcijas. Tas īpaši attiecas

uz muzejiem ar ierobežotām telpām. Multimedāli cilvēkstāsti var kļūt par vienu no mūsdienīga muzeja pazīmēm, atklājot kādu aktuālu notikumu, tēmu vai pat periodu novada vēsturē. Projekta gaitā iegādātais aprīkojums tādu iespēju dos. Turpmākais jau ir atbildība un zināšanas.

Nākotnes muzeja apmeklētājam vienlīdz svarīgs būs gan muzeja priekšmets, gan digitālā vide. Autentisku priekšmetu nekas nevar aizstāt, bet interaktivitāte palīdz to iepazīt. Tāpat neviens nevar aizstāt speciālistu saziņā ar apmeklētāju. Harizmātisks muzeja darbinieks, kurš spēj iedvesmot un ieinteresēt apmeklētāju, ir pats galvenais. Gudru un zinošu speciālistu nevar aizstāt pat vismodernākās tehnoloģijas.

Rokasgrāmata rosina analizēt un vērtēt, ko, cik un kā muzeji var

izmantot no labās pieredzes. Muzeja materiālu pieejamība, izmantojot virtuālās un digitālās inovācijas, cita starpā tīmekļa vietnes, videovietnes un mobilās aplikācijas, dod apmeklētājiem paplašinātu pieredzi un bagātina.



Tekla Bekeša,

Preiļu vēstures un lietišķās mākslas muzeja vadītāja



Gatavojot šī projekta pieteikumu 2016. gadā, ļoti cerējām ar tā palīdzību muzejā ieviest dažādas organizatoriskās un tehnoloģiskās inovācijas, kuras mūsu iestādi padarītu pievilcīgāku sabiedrībai un tūristiem. Taču vairākus gadus ieilgusi pieteikuma izskatīšana, mainīgā starptautiskā situācija (Covid-19 pandēmija, Krievijas agresija Ukrainā) un mūsu muzeja iekšējā situācija (2020. gadā tika modernizētas ekspozīcijas, ierīkots mūsdienīgs izglītības centrs) pilnībā mainīja kontekstu. Tas, kas 2016. gadā šķita inovācija, šodien, 2022. gadā, ir kļuvis par ikdienas rutīnu. Nācās projekta aktivitātes transformēt un pielāgot jaunajai realitātei, bet tas bija sarežģīti neelastīgo projekta īstenošanas nosacījumu dēļ.

Lai arī radās noteiktas grūtības, šis projekts mums deva lielu un noderīgu pieredzi un impulsus

vairākās jomās. Nodibinājām lieliskus kontaktus ar partneriem – Preiļu muzeja kolektīvu. Sadarbība ar viņiem un pieredzes apmaiņa ir svarīgākais šī projekta rezultāts. Par projekta līdzekļiem iegādātais āra ekrāns kļuva ne tikai par jaunu mūsu apraides kanālu, bet arī par svarīgu muzeja ēku kompleksa atpazīšanas zīmi, kas ir nostiprinājusi mūsu unikalitāti pilsētā. Muzeja organizētā ekspozīcija *Tautu katlas* (latviešu val. – tautu katls), kas veltīta emigrācijai, kļuva aktuālāka, nekā to bija iespējams paredzēt. Tā atradīs savu auditoriju.

Atgriežoties pie izaicinājumiem, ar kuriem saskaras muzeji, pilnībā piekritu kolēģei Teklai Bekešai, kura akcentēja muzeja darbinieka nozīmi. Tā ir svarīgākā komponente, lai veiksmīgi īstenotu mūsu misiju, jo radošu darbinieku nespēj aizstāt nedz bagātīgi

krājumi, nedz tehnoloģijas. Vienlaikus liela loma ir arī iestādes struktūrai. Mūsdienīgā muzejā darbiniekiem vismaz daļēji būtu jāspecializējas, jākoncentrējas uz aktuālajām jomām – sabiedriskajām attiecībām, dažādu formu izglītošanu, inovatīvu ekspozīciju un izstāžu veidošanu.

Muzejiem nākas konkurēt ar izklaides industriju (īpaši datorspēlēm). Iespējamais risinājums ir autentiska satura radīšana – reģiona pagātnes specifikas, cilvēku likteņu, ikdienas stāstu stāstīšana. Muzejos visbiežāk tiek stāstīti apkopotu cilvēku grupu un reģionu stāsti, tiek apīeta vietējā un atsevišķu indivīdu pagātne, netiek mēģināts parādīt, kā “lielie procesi” (industrializācija, rakstītprasmes izplatīšanās, jaunas kultūras formas u. c.) maina “vienkāršā” cilvēka dzīvi. Bieži vien tas notiek telpu, līdzekļu

un empātijas trūkuma dēļ. Šajā jomā muzeju darbinieku un tehnoloģiju sadarbībai redzu labas perspektīvas. Prezentējamās rokasgrāmatas sastādītāji pievērš uzmanību labajiem piemēriem, kuri parāda, kā ar tehnoloģiskiem līdzekļiem ir iespējams pastāstīt individuālo stāstu, bet apmeklētājs var "iemiesoties" pagātnes personāža lomā.

Vēl viens svarīgs aspekts, kuram tiek pievērsta uzmanība šajā izdevumā, ir radošā procesa atvērtība. Muzeju darba specifika (kas pieprasa retas iemaņas un kvalifikāciju), organizatorisko problēmu, dažkārt arī elementāra laika trūkuma dēļ daudzas ekspozīciju un pasākumu koncepcijas tiek apspriestas šaurās grupās iestāžu iekšienē. Tāpēc darbs kļūst par rutīnu, pastāv risks pazaudēt aktualitātes sajūtu. Te tiek aprakstītas

metodes, kas palīdz izvairīties no "slēgtas telpas" sekām.

Publiskie muzeji pastāv vairākus gadsimtus, tie ir nodzīvojuši ilgāk nekā atsevišķas valstis un sabiedriskās iekārtas. Tas liecina par šo institūciju spēju pielāgoties sabiedrībai, kas modernizējas, un tās vajadzībām. Muzeji arī paši rada un pārrada sabiedrības vēsturisko atmiņu un reizē arī identitāti un palīdz tai pielāgoties mainīgajiem apstākļiem. Projekts deva jaunus instrumentus šīs mūsu misijas īstenošanai.



Arūns Astramsks
(*Arūnas Astramskas*),
Panevėžas Novadpētniecības
muzeja direktors



Globalie
izaicinājumi.
2020 – 2021

2020. un 2021. gads fundamentāli satricināja muzeju pasauli. Atmiņas institūcijas – muzeji, bibliotēkas un arhīvi –, kas burtiski iemieso Rietumu civilizācijas vērtības, nodrošina tradīcijas pēctecību un kalpo par drošu, kontrolētu publisko telpu socializēšanās, mācīšanās un demokrātijas procesa uzturēšanai, tika slēgtas. Pirmo reizi pēc Otrā pasaules kara 90 procenti pasaules muzeju uz nenoteiktu laiku nevarēja uzņemt apmeklētājus klātienē.

Likumsakarīgi, ka globālā Covid-19 pandēmija deva izšķirošu grūdienu jaunajām tehnoloģijām. Muzeji pielāgojās un katrs pēc savām iespējām centās apgūt digitālos rīkus, lai sasniegtu mērķauditorijas e-vidē. Daudzas tiešsaistes darba organizēšanas platformas un sociālie mediji īsā laikā kļuva par neatņemamu ikdienas sastāvdaļu profesionālās dzīves organizēšanā – vienlīdz institūciju iekšējā un ārējā komunikācijā. Sekoja pirmās attālinātās muzejpedagoģijas nodarbības, ekskursijas un pasākumu translācijas tiešsaistē, virtuālās izstādes – piedāvājums e-vidē, kas neprasa lielus materiāltehniskos ieguldījumus.

Ar lielākiem resursiem un inovāciju potenciālu apveltīti muzeji iemēģināja roku podkāstu veidošanā, multimediju gidu veidošanā e-vidē iekštelpām un ārtelpai, tiešsaistes konferenču organizēšanā, kolekciju digitalizēšanā un izstādīšanā dažādos e-formātos, arī virtuālās realitātes pilotprojektu izstrādē.

Darba dzīvei faktiski pārceļoties uz virtuālo telpu, nozīmīga kļuva digitālā koprade. Valsts līdzfinansētos hakatonos (ideju maratonos) tika izstrādāti prototipi jauniem e-pārvaldības risinājumiem muzejos, un ar valsts atbalstu Latvijā tika ieviesta centralizēta attālinātā biļešu tirdzniecības sistēma.

Kopumā – pirmie soļi e-vides apgūšanā ārkārtas situācijā tika sperti, lai 2021. gada nogalē varētu teikt, ka Latvijas akreditēto muzeju darbinieki ir būtiski uzlabojuši digitālās prasmes, bet auditorijas ieguvušas daudzveidīgāku saturu. Daļai šo muzeju Covid-19 laiks ir bijis neapstrīdams atspēriena punkts digitālajai transformācijai, jaunu tehnoloģiju un inovāciju ieviešanai muzeja komunikācijas darbā. Apgūtās prasmes un iemaņas jau šobrīd ir apkopojamas un izmantojamas lietpratīgai tālākai muzeju attīstībai hibrīdsituācijā, kad apmeklējums klātienē no jauna var tikt ierobežots un komunikācijas darbs būs pārsvarā jāturpina e-vidē.

Nepastarpinātais Covid-19 laika secinājums, ko piedāvā ikgadējais Muzeju inovāciju barometrs: muzejiem ir jāpārvērtē attieksme pret tehnoloģiju lietojumu – tehnoloģijas nav mākslas darbs ekspozīcijā, bet pakalpojuma nodrošinātājs un pamatnepieciešamība. Ja muzeji tehnoloģijas uztver kā rīku, nevis mākslas darbu, tad tas var palīdzēt sasniegt ilgtspējīgāku ietekmi uz muzeja misijas īstenošanu.

No šī secinājuma izrietošais praktiskais jautājums ir: kā muzeji var tikt pie šiem rīkiem un tos apgūt, un vai viņi tos varēs atļauties uzturēt tehnoloģiju straujās attīstības nosacījuma dēļ?

Ja muzeja filozofija attiecībā pret jaunajām tehnoloģijām ir atvērta, nevis noraidoša, tad atbilde uz šo jautājumu ir apstiprinoša. Pozitīvā atbilde izriet no fundamentālā pavērsiena digitālajā pasaulē, kur muzejiem, ja vien tie nav nacionāla mēroga resursiem bagāti “milži”, ne vienmēr vajadzētu “kodēt” pašiem savus digitālos rīkus. Tā vietā šobrīd jau var paļauties uz gatavām un pārbaudītām platformām, kas uzņemas pilnīgu atbildību par jauno tehnoloģiju risinājumu programmēšanu, ieviešanu un uzturēšanu.

Veidojot muzeja digitālo stratēģiju, īpaši – maza un vidēja lieluma muzejiem, digitālās platformas ir optimāls veids, kā attīstīt, testēt un piedāvāt lietotājiem digitālo saturu. Pieslēgšanās gatavām digitālajām platformām daudzkārt samazina izmaksas un uzlabo ilgtspēju, jo tās nepaļaujas uz viena muzeja kapacitāti, atjaunojot un uzlabojot tehnoloģiskos risinājumus. Digitalizācija un jaunās tehnoloģijas, īpaši Covid-19 situācijā, ir apliecinājušas sevi mantojuma institūcijās un turpmāk spēlēs arvien lielāku lomu.

Muzeju inovāciju barometrs ar summējošo jēdzienu “digitālais muzejā” apzīmē: inovācijas, digitālos produktus, digitālo saturu, digitālo ražošanu, izpēti un analītiku. Šajā rokasgrāmatā īpaša uzmanība pievērsta labās prakses piemēriem – inovācijām –, atklājot vienlīdz metodoloģiju un pašas metodes, kā reģionālajiem muzejiem turpināt uzsākto digitālo ceļojumu.

Tāpat izšķiroša loma *Muzeja 2025* mērķu sasniegšanā tiek piešķirta kopradei tās dažādajās formās.



Reģionālo
muzeju
attīstība –
pārvaldība
un digitālā
stratēģija

Šī rokasgrāmata domāta reģionālajiem muzejiem, analizējot to digitālos izaicinājumus, attīstības iespējas un perspektīvas un sadarbību ar citām institūcijām un radošajām industrijām.

Kas ir reģionālais muzejs? Ievērojot, ka rokasgrāmata tapusi Eiropas kaimiņattiecību instrumenta pārrobežu sadarbības projektā, bet no Latvijā bāzētas domnīcas skatpunkta, būtiski ir ieviest skaidrību reģionālā muzeja jēdziena lietojumā.

Latvijas muzeju nozarē, kur pārsvarā ņemti analizētie labās prakses piemēri, tipoloģiski jāizšķir jēdziena “reģionālais muzejs” formālais lietojums, ko nosaka Muzeju likums, un neformālais lietojums, kam vairāk atbilst apzīmējums “muzejs reģionā”.

Ja formāli reģionālā muzeja statusam atbilst tikai tāds muzejs, kura “krājums teritoriāli, hronoloģiski vai tematiski attiecas uz noteiktu reģionu un savā profilā šis muzejs ir vispilnīgākais un visnozīmīgākais šajā reģionā” (Muzeju likuma 12.1 panta 1. punkts), un šo statusu pēc pieprasījuma iesniegšanas ir tiesīga piešķirt Kultūras ministrija, tad jēdziena “muzejs reģionā” lietojums nav apgrūtināts ar juridisku nozīmi.

Šajā rokasgrāmatā jēdziens “reģionālais muzejs” lietots kopā ar jēdzienu “muzejs reģionā” un neietver atsauci uz minēto formālo kritēriju.

Tātad – kas ir reģionālais muzejs (muzejs reģionā)? Muzejsko priekšmetu krātuve, kultūras centrs, vietas stāsta un identitātes veidotājs, koprades telpa vai tūrisma “magnēts”? Kā attīstīt mūsdienīgu, vietējiem un tūristiem nozīmīgu reģionālo muzeju?

Reģionālos muzejus raksturojošs moto, kas vienlaikus var kalpot par organizācijas *modus operandi*, varētu tikt formulēts kā “Domā globāli, rīkojies lokāli!” (*Think globally, act locally!*).

Primārs publisko muzeju, attiecīgi – pašvaldību pārziņā esošo reģionālo muzeju, uzdevums ir pastāvīgā saziņā ar pārvaldošo institūciju attīstīt organizācijas kapacitāti (uz izaugsmi orientēts reālistisks darba plāns, darbinieku motivācija un atalgojums, tālākizglītības iespējas, adekvāts muzeja materiāltehniskais nodrošinājums un pieejamības standartiem atbilstoša infrastruktūra) un nostiprināt muzeja pozīcijas reģiona kultūras institūciju sistēmā ar tīklošanas un sadarbības projektu palīdzību. Šis pietiekami vispārīgais un labi zināmais ieteikums – esošā pārvaldības modeļa (muzejs kā pašvaldības budžeta iestāde) funkcionētspējas uzlabošana – ir vienīgais, ko reģionālie muzeji pašreizējā likumdošanas situācijā paši sev ikdienā var atgādināt. Atskaitot atsevišķas iniciatīvas valsts muzeju segmentā (lielāka saimnieciskās rīcības brīvība, iespēja veidot konsultatīvās padomes, bet bez pilnvarām, terminētie līgumi muzeju direktoriem ar pārāpstiprināšanas iespēju), kas liecina par virzību uz liberālāku modeli, muzeju pārvaldības reforma pēc Rietumeiropas parauga Latvijā nav notikusi. Reģionālo muzeju vai, lietojot juridiski korekto terminu, “pašvaldības muzeju” pārvaldības modeļa ziņā (pašvaldība kā vienīgais dibinātājs pilnībā atbild par muzeja darbības nodrošināšanu) abas projekta partneru valstis (Baltkrievijas partneris no projekta izstājās) ir līdzvērtīgās pozīcijās.

Tā sauktajā postpadomju telpā tikai Igaunija, ņemot piemēru no tuvākās ziemeļu kaimiņvalsts Somijas, ir spērusi drosmīgu soli publisko muzeju pārvaldības formu dažādošanā valsts un pašvaldību līmenī. Igaunijas modelis (kuras iedzīvotāju skaits ir neliels un līdzīgi kā Latvijā un Lietuvā paredzami turpinās samazināties) ir orientēts uz resursu apvienošanu, veidojot reģionālo muzeju apvienības ar vairākiem dibinātājiem un pilnvaroto padomi. Par pamatu šādai likumdošanas maiņai bijis rūpīgs sistēmas analīzes darbs, kurš modelē paredzamos ieguvumus no resursu apvienošanas un pārvaldības liberalizēšanas. Vairāku dibinātāju muzeju apvienību modelis netiek uzspiests, bet pastāv kā iespēja reģionālo muzeju plānveidīgai un tālredzīgai attīstībai.

Kamēr juridiski nostiprinātas šādas resursu apvienošanas iespējas vienotā reģionālā muzeju servisā (piemēram, ar kopēju restaurācijas centru, muzejpedagoģijas metodisko centru, koprades telpu u. c. pakalpojumiem) projekta partneru valstīs nav, reģionālajiem muzejiem atliek virzīties uz lielāku resursu apvienošanu savstarpēji atbalstošā sistēmā ar sadarbības projektu palīdzību.

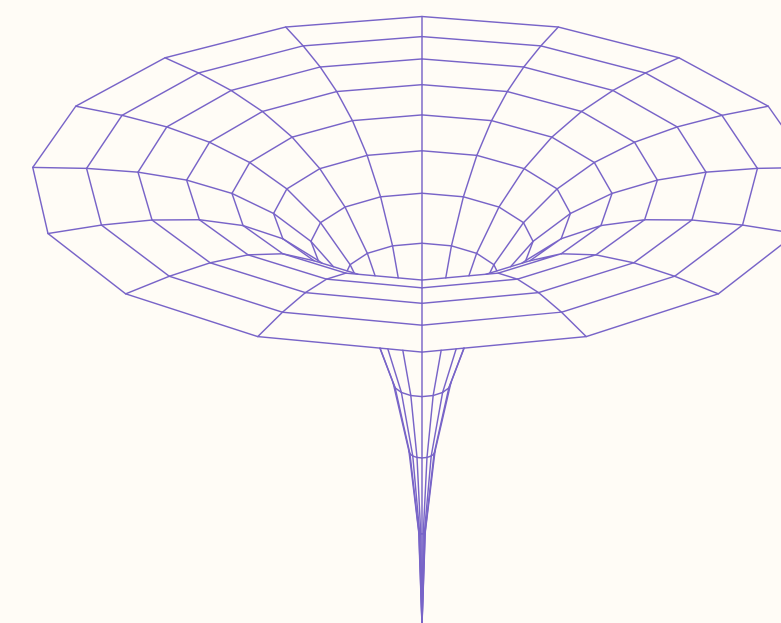
Izšķirošs kritērijs vietējai kopienai un tūristiem noderīgam muzejam ir tā resursu pieejamība – fiziskā, intelektuālā un šobrīd jau arī digitālā. Šajā rokasgrāmatā labās prakses piemēru izlasē piedāvāti praktiski rīki galvenokārt digitālās pieejamības veicināšanai, uz ko pamudinājusi globālā Covid-19 pandēmija ar fiziskās pulcēšanās ierobežojumiem.

Summējot var teikt, ka *Muzeja 2025* galvenais uzdevums reģionos arī turpmāk būs pazīt savu kopienu un būt tai nepieciešamam. Pēdējais izriet no starptautiskā tūrisma dramatiskās samazināšanās, kas turpmākajos gados nesola strauju atgriešanos pirmspandēmijas līmenī. Tātad reģionālie muzeji, kas jau pēc savas tipoloģijas ir "sazemēti" ar konkrēto vietu un kalpo galvenokārt vietējai kopienai kā identitātes enkuri un, labākajā to izpildījumā, arī kā vietas attīstības un ilgtspējas ģeneratori, arī turpmāk paliks uzticīgi šai misijai.

Fiziskās apmeklētāju plūsmas kompensējošs mehānisms aizvadītajos divos gados galvenokārt ir bijusi digitālā koprade sadarbības projektos. Uz to tad arī likts uzsvars *Muzeja 2025* redzējumā reģionālajiem muzejiem, kura vadmotīvs paliek – "Domā globāli, rīkojies lokāli!".

Vai, citiem vārdiem, *Muzejs 2025* varētu sekot vektoram:

No
"ēka,
kolekcija un
apmeklētāji"



Uz
"teritorija,
mantojums un
sabiedrība
kopumā"



Mērķgrupu raksturojums

Kas ir tas īpašais, kādēļ muzejs ir nozīmīgs kultūras centrs vietējām kopienām un viens no centrālajiem reģiona apskates objektiem tūristiem? Konkurētspēja neformālās izglītības un brīvā laika pavadīšanas tirgū reģionā ir cieši saistīta ar mērķgrupu pazīšanu.



Muzejs un vietējās kopienas

Muzeja galvenā vērtība reģionā ir vietējo kopienu labbūtība, vietas piederības sajūtas un identitātes apzināšanās veidošana, tāpēc kopienu uzticības iegūšana ir viens no svarīgākajiem *Muzeja 2025* uzdevumiem. Vietējo tradīciju, vēstures un sociālās vēstures respektēšana, izpēte un popularizēšana palīdz muzejiem nodibināt ciešas attiecības ar vietējām kopienām un iesaistīt kopienas muzeja darbībā.

Sabiedrības (ieskaitot vietējos iedzīvotājus) gaidas mainās strauji, un muzejiem jāspēj reaģēt uz šīm pārmaiņām, rodot pareizās metodes auditoriju uzrunāšanā. Vietējais iedzīvotājs no tūrista atšķiras ar to, ka tūrists muzejā ierodas pirmo un nereti arī vienīgo reizi, turpretī vietējo iedzīvotāju ideālā gadījumā muzejs grib redzēt atkārtoti un ne tikai pamatekspozīcijā, tematiskajās izstādēs un pasākumos, bet arī kopradē.

Būt interaktīvam, iesaistošam un kopradi piedāvājošam šobrīd ir muzeju, īpaši reģionu muzeju, veiksmīgas darbības nosacījums. Veiksmīgs muzejs reģionā šodien un arī tuvākajā nākotnē būs vieta, kur vietējās kopienas iesaistās, apgūstot jaunas kompetences, un līdzdarbojas, iegūstot jaunas zināšanas un prasmes – vai tā būtu tradicionālās kultūras apgūšana, dzimtas vēstures stāsta veidošana, 20. gadsimta konfliktu piemiņa un sociālās vēstures pētniecība, iesaistīšanās dažāda veida kopradē, produktu un pakalpojumu ar augstu pievienoto vērtību radīšana sadarbībā ar radošajiem aģentiem vai gluži vienkārši jaunāko inovatīvo muzeja stāsta stāstīšanas (*storytelling*) rīku apgūšana un integrēšana ikdienas darbā.

Būt interesantam un nepieciešamam vietējai kopienai ir milzīgs izaicinājums, īpaši reģiona muzejam. Te no svara ir muzeja reputācija, infrastruktūra, kompetence, interpretācijas metodes. Moderno tehnoloģiju lietpratīgs lietojums un koprades iespēju (galvenokārt sadarbībā ar radošajām industrijām) nodrošināšana ir viens no soļiem ceļā uz iesaistošāku muzeju – muzeju, kurā uzrunājošu saturu un piesaisti atrod gan skolēns, gan ģimene ar bērniem, gan strādājošs pieaugušais, gan seniors, gan uzņēmējs, gan radošo industriju pārstāvis, gan potenciālais sponsors.

Muzejiem reģionos, un īpaši *Muzejam 2025*, ir nenovērtējama loma sociālās atmiņas un tolerances veicināšanas darbā. Laikā, kad aizkaitinājums, neiecietība un nogurums īpaši saasinājies Covid-19 un karadarbības Ukrainā iespaidā un radījis apjukumu sabiedrībā, muzejam ar savu stabilo klātbūtni un, vēlams, regulāru tradīcijas komunikāciju ir jārada priekšzīme līdzsvara uzturēšanā.

Nereti dzirdam, ka vietējās pašvaldības ne vienmēr spēj izprast muzeju lomu un nozīmību (hroniski nepietiekams finansējums, zems darbinieku atalgojums un nelielas motivēšanas iespējas, neskaidra kopējā attīstības perspektīva), un tas rada jautājumu, kā panākt, lai lēmumu pieņēmēji novērtē muzeju potenciālu vietas vai reģiona attīstībā. Viens no risinājumiem ir veidot vietējo kopienu atbalsta grupas un attīstīt muzeju kā vietējās kopienas centru. Atkarībā no likumdošanas konkrētajā valstī un konkrētā muzeja administrēšanas tradīcijām ir iespēja veidot sabiedriskās uzticības padomes ar kopienas pārstāvju dalību un censties formalizēt padomes darbību muzeja interešu pārstāvības nolūkos.




Muzejs un tūrisma attīstība

Muzeji reģionos un tūrisma piesaiste ir aktuāla ne tikai vietas vēstures un stāsta izzināšanas kontekstā, bet arī vietas reģenerācijas un ekonomiskā potenciāla aspektā. Veiksmīgs muzejs reģionā ir tūristu “magnēts”, kas nodrošina arī ekonomisko atdevi vietai vai reģionam, ne tikai palīdz muzejam audzēt apmeklētāju skaitu statistikai. Jo atraktīvāks piedāvājums vai vēsturiskā pieredze, jo ilgāk tūrists pavadīs laiku kādā vietā vai reģionā, tā nodrošinot arī peļņu vietējiem ēdināšanas uzņēmumiem, viesnīcai utt. Ideālā gadījumā tūrisma atnestā nauda paliek vietējās kopienās, to uzņēmējdarbībā. Šis noteikti varētu būt viens no argumentiem pašvaldībai par muzeja lomu un tā ekonomiskās atdeves potenciālu.

Pievilcīgs muzejs, un īpaši vietējā tūrisma industrijas attīstīšana, laikā, kad starptautiskais tūrisms ir apsīcis, var būt nozīmīgs solis arī ilgtspējīgas vietējās kopienas attīstībai, radot piederības sajūtu, lepnumu par vietu un muzeja nozīmes apzināšanos plašākā reģionālā kontekstā.

Jāsecina, ka *Muzejam 2025* reģionos viens no lielākajiem izaicinājumiem būs sabalansēt piedāvājumu starp vietējiem iedzīvotājiem un tūristiem.



Metodoloģija –
modernās
tehnoloģijas
un radošās
industrijas

Analizējot moderno tehnoloģiju risinājumus un digitālos produktus muzeju nozarē, jāatzīmē, ka to veiksmīga ieviešana notiek ciešā saziņā starp izstrādātājiem (tehnoloģiskais risinājums) un radošo industriju pārstāvjiem. Pieredze rāda, ka jebkurš digitāls produkts muzejā, ja tas radīts bez grafikas dizainera, animācijas, skaņas un video speciālistu iesaistes, ir amatierisks un lielākoties apmeklētājiem nesaistošs.

Muzeja 2025 vēlamais darbības virziens paredz, ka, ieviešot jebkuru jaunu digitālu produktu vai pakalpojumu, notiek trīspusēja sadarbība: muzejs, radošās industrijas un tehnoloģiju (galvenokārt digitālo platformu) izstrādātāji.



Moderno tehnoloģiju loma reģionālajos muzejos

Pēdējās desmitgadēs sabiedrības dzīve vairs nav iedomājama bez jaunajām tehnoloģijām. Aizvadītie divi Covid-19 gadi pierādīja, ka bez tām neiztikam, pildot savus tiešos darba pienākumus. Tehnoloģijas ienākušas mūsu saziņā ar kolēģiem, organizējot plānošanas sapulces un muzeja ikdienas darbu, sazinoties ar apmeklētājiem e-lekciju, podkāstu u. c. produktu un pakalpojumu formā.

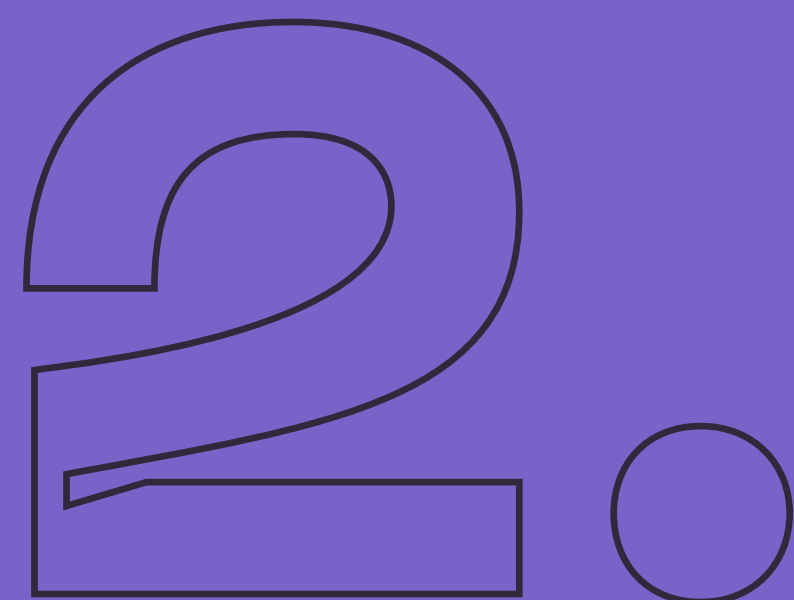
Tehnoloģiju loma muzeja krājuma pieejamības nodrošināšanā lietotājiem ir neatsverama. Viens no tādiem piemēriem ir muzeja krājuma priekšmetu digitalizācija, kas dod piekļuvi muzeja krājumam augstas izšķirtspējas attēlos pat tiem, kas objektīvu iemeslu dēļ līdz muzejam fiziski netiek.

Tieši tāpat muzejiem, īpaši reģionos, lai stāstītu vietas stāstu mūsdienīgā un inovatīvā, visiem nolasāmā veidā, jāturpina attīstīt digitālie rīki un tehnoloģiskie risinājumi gan muzeja ekspozīcijās, gan attālinātajā muzeja komunikācijas darbā.

Krājuma pieejamības veicināšana digitālā veidā nekādā ziņā nav drauds fiziskam muzeja apmeklējumam. Tieši pretēji – inovatīvs produkts vai pakalpojums, ko cilvēks no muzeja saņem mājās vai pilsētvidē, visdrīzāk, pamudina viņu (lai tas būtu tūrists vai vietējais) muzeju apmeklēt arī fiziski.

Muzejs 2025 īpaši domā par to savu apmeklētāju, kurš netiek uz muzeju kādu pieejamības apstākļu dēļ, nodrošinot iespēju iepazīt krājumu (kolekciju izlases un tematiski veidotus stāstus, izstādes, lekcijas, mācību materiālus) mājās, skolā vai aprūpes namā, atkarībā no vecuma grupas un interesēm. Covid-19 ir tikai paspilgtinājis muzeja kolekciju un stāstu pieejamības nozīmi sabiedrības labbūtības veicināšanā.

Ļoti svarīgs *Muzeja 2025* uzdevums, ņemot vērā sabiedrības mainīgās vajadzības un tehnoloģisko risinājumu mainību, kā arī muzejiem pieejamo finansējumu, ir spēja atrast efektīgu, elastīgu un ilgtspējīgu moderno tehnoloģiju izmantošanas risinājumu muzejā. Sadarbībai ar radošajām industrijām šeit ir būtiska loma.



Reģionālie muzeji un radošās industrijas


Kā transformēt lokālo potenciālu uzņēmējdarbībā? Kāda ir reģionālā muzeja loma un iespējas jaunu produktu un pakalpojumu ar pievienoto vērtību radīšanā? Kā izmantot uzkrātās prasmes un zināšanas, lai stimulētu jaunu, inovatīvu produktu veidošanu reģionā?

Lai gan paretam vēl dzirdam, ka muzejiem un radošajām industrijām ir maz kopīga, tomēr aizvadīto pāris gadu laikā domnīcai

Creative Museum ir bijusi izdevība ne vien iepazīties ar vairākiem atšķirīgiem un daudzveidīgiem sadarbības gadījumiem ar augstu pievienoto vērtību, bet arī novērot, ka pamazām muzeju nozarē un to pārvaldošajās institūcijās ne tikai deklaratīvi, bet arī pēc būtības veidojas apziņa par to veicināšanas un īstenošanas nepieciešamību. Tāpat potenciālo sadarbības partneru aprindās manāma pieaugoša interese par muzeju kā vērā ņemamu resursu radošo industriju jomā.

Ja kādam tas vēl varētu skanēt kā novitāte – muzeju un radošo industriju sadarbība ir mūsdienīga muzeja komunikācijas darba pamats. Vienkārši sakot, tā ir iespēja runāt ar savu auditoriju 21. gadsimta valodā.

Sadarbība ar radošajām industrijām ļauj par muzejiem runāt ne tikai kolekciju, izglītības un sociālās, bet arī ekonomiskās vērtības (atdeves) aspektā. Tāpat tā palīdz muzejiem kļūt par līdzvērtīgiem spēlētājiem kultūras un radošo industriju laukā, ļaujot inovācijām un radošumam muzejos kļūt par virzošo spēku sabiedrības iekļaušanas darbā un pašas nozares modernizēšanā.



Labās prakses
piemēri
inovatīvu
metožu un rīku
izmantošanā
muzejā

Piedāvājums balstās digitālo un analogo rīku un metožu izmantošanas labās prakses piemēru izlasē, ko domnīca *Creative Museum* ir realizējusi pati vai apkopojusi Eiropas Muzeju organizāciju sadarbības tīkla *NEMO* darba grupā *Muzeji un radošās industrijas* laikā no 2015. līdz 2022. gadam.

Secīgi plānojot, aprakstītie prakses piemēri ļaus izmēģināt un ieviest kādas no šīm inovācijām muzeja darbā pārrobežu vēstures un mantojuma popularizēšanai un reģionālo muzeju kapacitātes stiprināšanai ceļā uz *Muzeju 2025*.



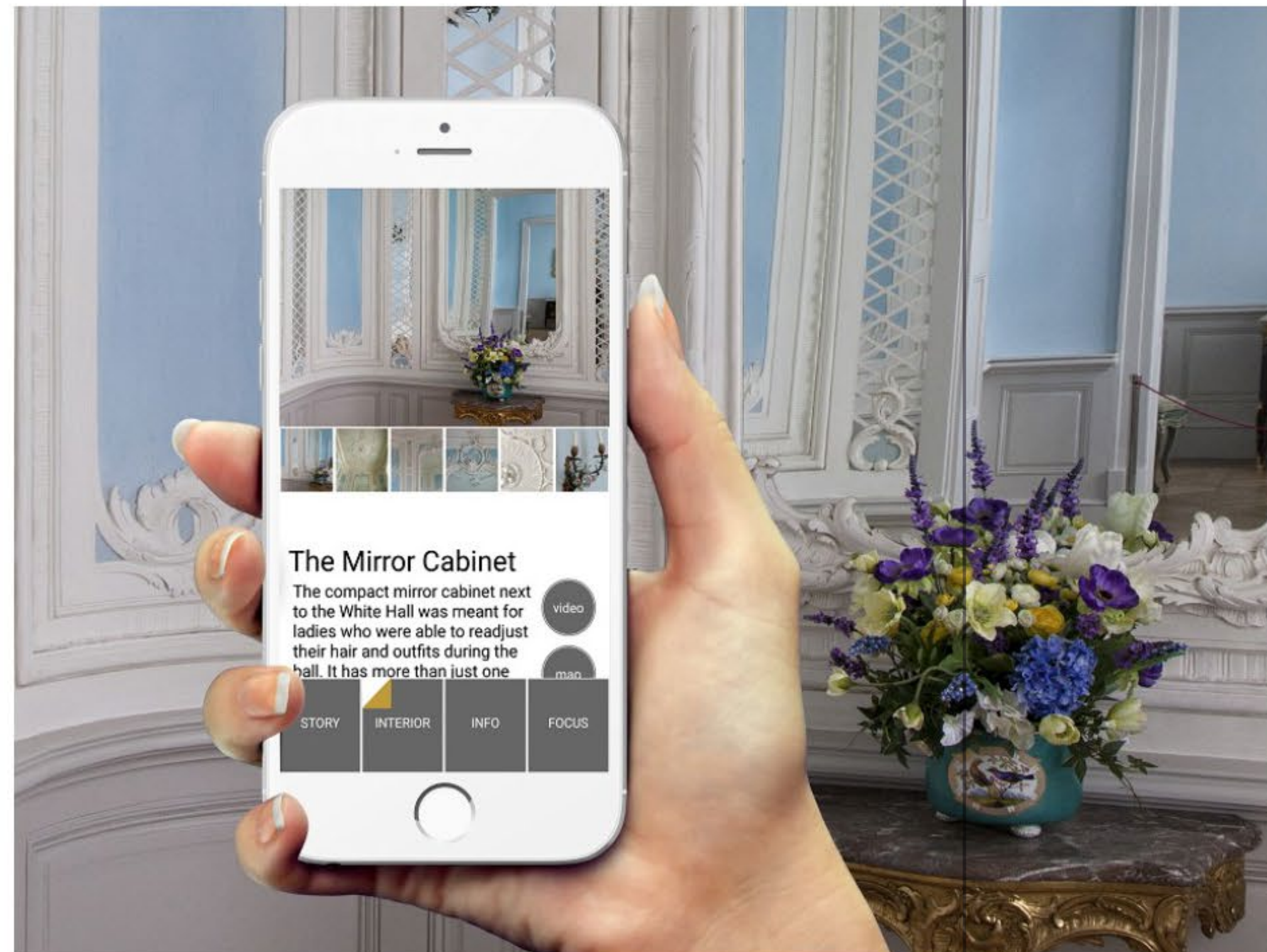
Audiogids
ekspozīcijai
un ārtelpai

Muzejiem ir daudz stāstu, bet vai protam tos stāstīt mērķauditorijai ērtā un saprotamā veidā? Līdz nesenam laikam pat daudzos nacionālas nozīmes muzejos interpretācijas tehnikas aprobežojās ar līdzņemamiem ekspozīciju ceļvežiem labākajā gadījumā, bet sliktākajā – ar ielaminētām, uz vietas lietojamām A4 lapām.

Tikai nedaudzi Latvijas muzeji, pateicoties radošo aģentūru uzņēmībai un mecenātu atbalstam, aizvadītajā desmitgadē varējuši tikt pie oriģinālām mobilajām lietotnēm – multimediju gidiem. Piemēram, *Creative Museum* sadarbībā ar *RIX Technologies* izstrādātais multimediju gids Rundāles pils muzejam *Rundāle Palace* (2014) vai *Baltic International Bank* sponsorētā un programmēšanas biroja *Cube Mobile* izstrādātā Latvijas Nacionālā mākslas muzeja mobilā lietotne (2016).

RIX TECHNOLOGIES DĀVINA RUNDĀLES PILS MUZEJAM MOBILO APLIKĀCIJU RUNDALE PALACE

LV
EN

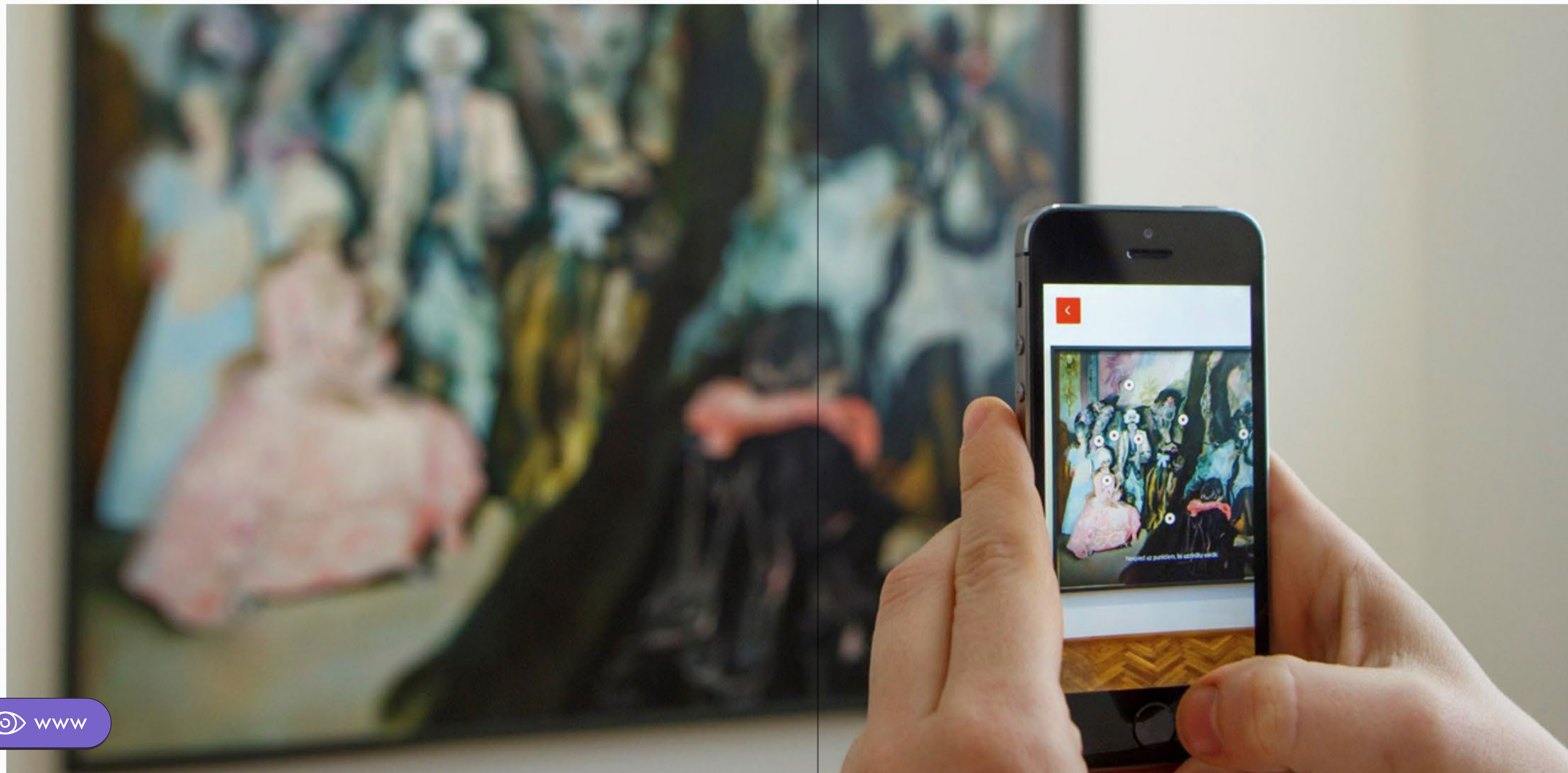


Sadarbojoties Rundāles pils muzejam, informācijas tehnoloģiju uzņēmumam RIX Technologies, domnīcai Creative Museum, dizaina birojam H2E un tulkošanas aģentūrai Skrivanek Baltic, tapusi Rundāles pils mobilā aplikācija. RIX Technologies izstrādāja Rundāles pils mobilo lietotni, kura tika uzdāvināta Rundāles pils muzejam un tā interesentiem pieejama bez maksas.

Atjaunoto Rundāles pili droši varam saukt par Latvijas kultūras vizītkarti. Nupat saņemta Latvijas arhitektūras gada balva, prezentēta monogrāfija par pils vēsturi un atvērta trīs jaunas telpas dekoratīvās mākslas ekspozīcijā.

Līdztekus šiem ilga un nenogurdināma darba nestajiem augļiem, vasaras sezonas atklāšanu Rundāles pili kuplinās arī kāds

Latvijas Nacionālā Mākslas Muzeja aplikācija



Šādi unikāli digitālie produkti, kas attīstīti konkrētam muzejam tā satura prezentēšanai, lai arī vizuāli spilgti un funkcionāli nevainojami, tomēr ir salīdzinoši dārgi izstrādē un uzturēšanā, informācijas atjaunošanā un papildināšanā un līdz ar to izslēdz vairumu muzeju, kuri unikālu programmēšanas darbu atļauties nevar.

Tikmēr digitālo platformu piedāvājums ir strauji attīstījies, un jau vairākus gadus jebkuram stāstu stāstītājam ir iespēja bez ieguldījuma programmēšanā izveidot savu iekštelpu un ārtelpas multimediju gidu.

Pirmo profesionāli veidoto ārtelpas audiogidu kultūras mantojuma institūcijai Latvijā brīvi pieejamajā digitālās stāstu stāstīšanas platformā *izi.TRAVEL* izveidoja domnīca *Creative Museum* projektā *Ebreju Rēzekne / Jewish Rēzekne* 2016. gadā.

Vienlaikus ar renovētās Rēzeknes Zaļās sinagogas ekspozīcijas atvēršanu tika piedāvāts audiogids *Ebreju Rēzekne* latviešu, krievu un angļu valodā, kas ar audio un vizuālā materiāla palīdzību katram viedtālruna vai pat datora lietotājam ērtā veidā atklāj pirmskara ebreju kopienas vietas un stāstus. Maršruts interaktīvā tiešsaistes režīmā iezīmē lokācijas kartē – dzīvojamās mājas, veikalus, sinagogas un citas sabiedriskas vietas, kapus, holokausta piemiņas vietas utt.

Audio tour
Ebreju Rēzekne

★★★★★ 2 reviews | Rēzekne | Free



Latviešu

Share



Download Tour to your
Phone:

Map Satellite

Audio tour Summary

- 1 RĒZEKNES ZAĻĀ SINAGOGA
- 2 Ebreju bankas ēka
- 3 Abela Gordina pirts
- 4 Ebreju Valsts ģimnāzija
- 5 Ugunsdzēsēju depo ēka
- 6 Miesnieka Leizera Levina veikals
- 7 Īzaka Falkenšteina tirgotava



Provided by



Created by Think Tank Creative Museum for the Rēzekne City Council and Rēzekne Green Synagogue

View all guides >

Platforma *izi.TRAVEL* attīstās un šobrīd jau piedāvā plašas iespējas izstāstīt jebkuru stāstu vienlīdz iekštelpā un ārtelpā. Šī rīka mērķis ir palīdzēt komunicēt stāstus inovatīvā veidā ar globālas, atvērtas bezmaksas platformas palīdzību, līdzīgi kā informācijas katalogizācijā to veiksmīgi dara *Wikipedia* vai sociālo mediju laukā – *Facebook (Meta)*.

Dibināta 2011. gadā, šobrīd *izi.TRAVEL* ir kļuvusi par pasaules vadošo stāstu stāstīšanas platformu, kurā ir publicēti vairāk nekā 25 000 audiogidu ar vairāk nekā pieciem miljoniem satura lejuplāžu. Platforma tiek nemitīgi atjaunota ar jaunām tehnoloģijām, radot iekļaujošu un iesaistošu lasīšanas vai klausīšanās pieredzi.

Ja pirmie ceļveži *izi.TRAVEL* platformā tapa, sazinoties ar uzņēmuma biroju Amsterdamā, kas interesentus bez maksas apgādāja ar mobilu skaņu ierakstu tehniku uz ieraksta laiku, tad, uzlabojoties viedtālruņos un portatīvajos datoros iebūvētajiem mikrofoniem un kamerām, ierakstus var veikt arī privāti. Muzeji, kuri to var atļauties ar projektu finansējumu, mēdz noalgot aktierus ar atpazīstamu balsi tembru. Piemēram, Žaņa Lipkes memoriāla audiogida *Pagrīdes Rīga* ierunātājs latviešu valodā ir Jaunā Rīgas teātra aktieris Gundars Āboliņš, bet profesionālais audio ieraksts veikts Latvijas Nacionālās bibliotēkas (LNB) audio studijā.

Šāda ražošanas prakse pamatoti var tikt vērtēta kā greznība laikā, kad platforma piedāvā augšuplādēt arī minimālas kvalitātes audio, attēlu un video failus. Prasības jauna tematiskā maršruta izveidotājam ir elementāras: profila izveidošana platformas

satura vadības sistēmā (*Content Management System – CMS*) un sekošana instrukcijām, kā augšuplādēt teksta un multimediju failus un digitālajā kartē atzīmēt vietas ar pavadošajiem stāstiem, kas kopsummā veido secīgu tematisko maršrutu.

Domnīcas *Creative Museum* ierosmei izmantot *izi.TRAVEL* platformu muzeja stāstu stāstīšanai ir sekojuši vairāki profesionālie muzeji Latvijā. Starp labākajiem piemēriem minams Rīgas Kino muzeja ceļvedis *Rīgas Kino karte* un Žaņa Lipkes memoriāla ceļvedis *Pagrīdes Rīga*, kā arī Kuldīgas novada muzeja audiogids pa muzeja ēku Bangerta villā.

Jāievēro, ka visi uzskaitītie digitālie audiogidi tapuši mazos vai vidēji lielos muzejos, kuru resursi nebūtu piemēroti oriģinālas programmatūras pasūtīšanai un uzturēšanai. Tāpat jāpiezīmē, ka praksē *izi.TRAVEL* platformā pabeigtu gala produktu tematiskā maršruta formā (paredzot, ka ir iepriekš sagatavots viss nepieciešamais saturs un atlasīts vizuālais materiāls) var izveidot un administrēt viens muzeja darbinieks.



Audio tour

Rīgas Kino karte

★★★★★ 4 reviews | Riga | Free



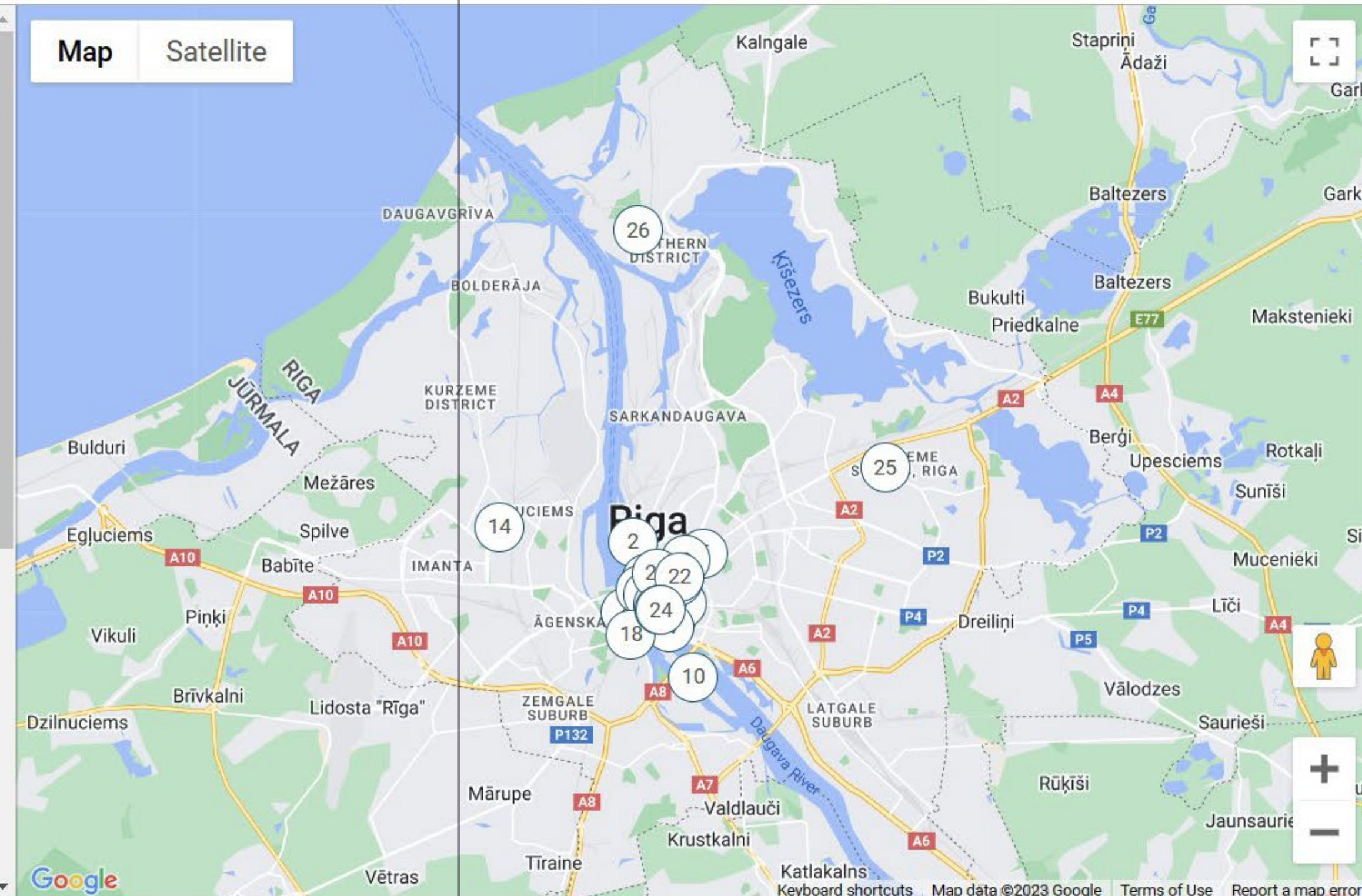
Latviešu

Share

Download Tour to your
Phone:



- Audio tour Summary
- 1 Kur patiesība? (Ebreju kursistes...)
- 2 Lāčplēsis
- 3 Baltie zvani
- 4 Elpojiet dziļi... (Četri balti krekli)
- 5 Kad lietus un vēji sitas logā
- 6 Es visu atceros, Ričard! (Akmens...)
- 7 Pie bagātās kundzes



Provided by



Founded in 1988, the Riga Film Museum is the only museum devoted to this field of art in Latvia.

View all guides >



Audio tour
Pagrīdes Rīga

★★★★★ 6 reviews | Riga | Free

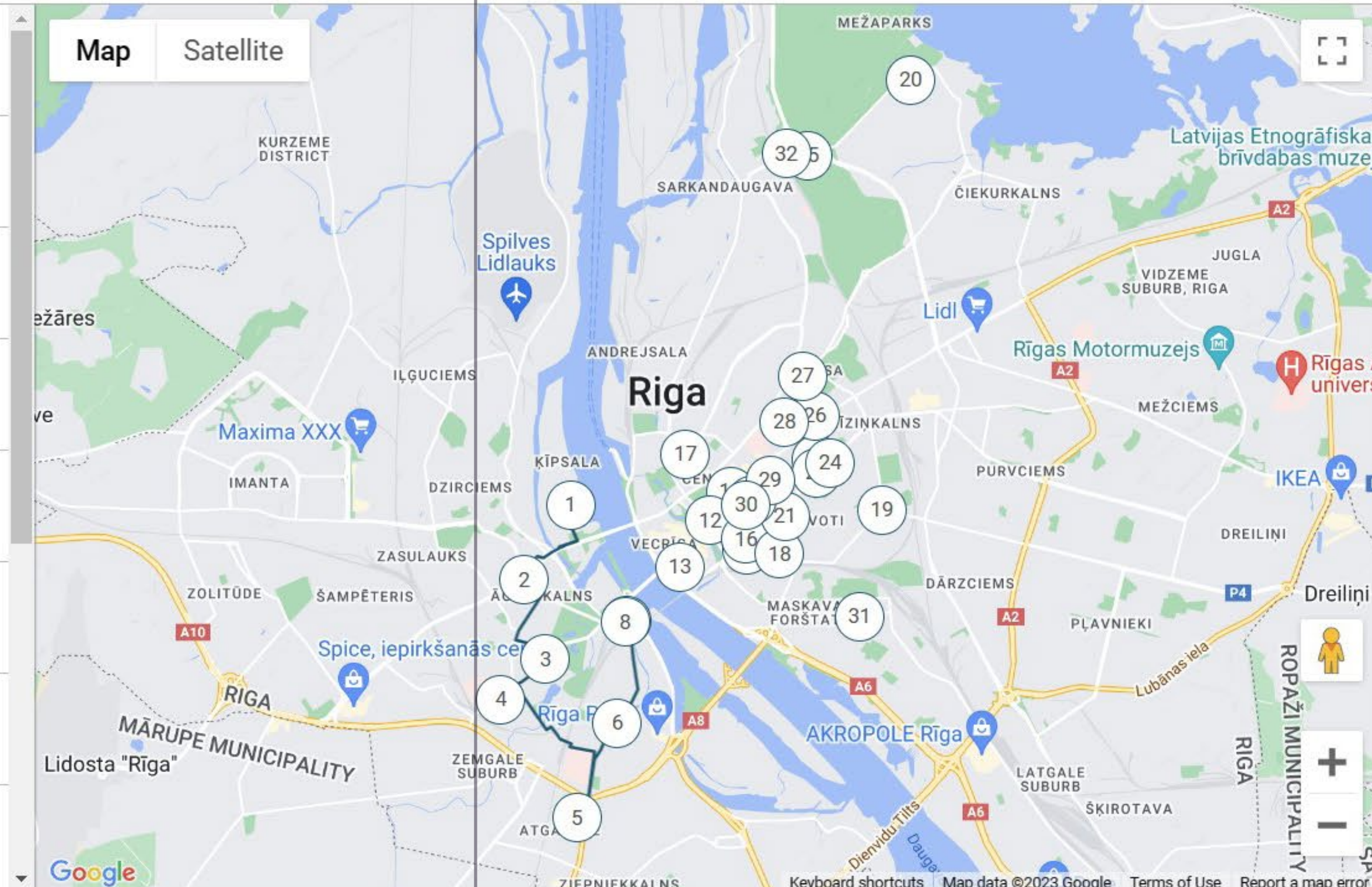
Latviešu

Share



Download Tour to your
Phone:

- 1 Mazais Balasta dambis 8 / Lipkes...
- 2 Baložu iela 10 / Kumerovu ģimene
- 3 Zeļļu iela / Emīls un Anna Resnais
- 4 Svētā Alberta baznīca, Liepājas...
- 5 Atgāzenes iela 8 / Šīmaņu ģimene
- 6 Darba nometne „Lenta”
- 7 Akmeņu iela 13, dzīvoklis 1 / Anna...

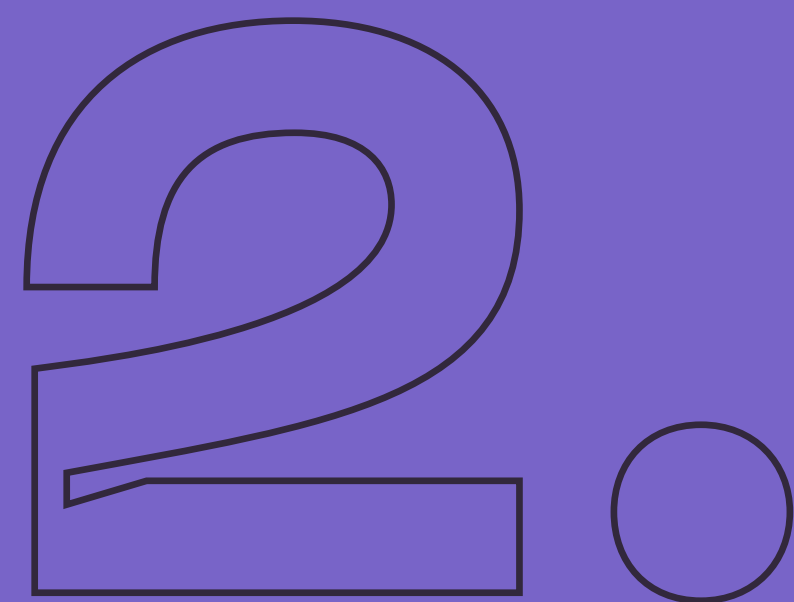


Provided by



Riga's best-hidden museum. This concealment is not only factual but also symbolic for this place used to serve as a hideaway.

View all guides >



Tīmekļa
vietne

Vienkārša, funkcionāla, modulāra tīmekļa vietne muzeja krājuma prezentēšanai, muzejpedagoģijas materiālu pieejamības veicināšanai, rakstu publicēšanai un aktualitāšu izziņošanai, kas nemaksā vairāk kā ieguldītais laiks lapas struktūras un dizaina moduļu atlasē, muzeja (vai projekta) korporatīvajā stilā ieturēta individuāla dizaina izveidošanā un satura augšuplādēšanā, ir realitāte.

Pirmais piemērs

Pirmais piemērs ir domnīcas *Creative Museum* izveidotā vietne ES mūžizglītības programmas *Erasmus+* atbalstītajam projektam *CREMA (Creative Making for Lifelong Learning)*¹.

Vietne izveidota *Squarespace* platformā².

1. <https://www.cremaproject.eu>

2. <https://www.squarespace.com>

2019. gada septembrī, uzsākot septiņu Eiropas partneru sadarbības projektu, kura centrā ir koprades telpu attīstīšana muzejos, *Creative Museum* uzņēmās projekta vietnes izveidi. Īsā laika posmā sadarbībā ar grafikas dizaineru Edvardu Percevu tika radīts trāpīgs projekta grafiskais dizains – logotips, krāsu palete un katram no pieciem projekta paredzamajiem rezultātiem atbilstošs baneris.

Nemot vērā katra atsevišķā projekta vai organizācijas specifiku, moduļu skaits un izkārtojums tīmekļa lapā var būt atšķirīgs. Tāpat atšķirīga var būt moduļu funkcionalitāte – no vienkārša teksta un attēla līdz audio un video failiem, kas ar saiti aizved uz dažādiem tīmekļa resursiem.

levērojot, ka vietnes izveides un administrēšanas sistēmas gatavās platformās ir kļuvušas gana intuitīvas (pie nosacījuma, ka pie rokas ir viss augšuplādējamais saturs), šādas vietnes izveide un administrēšana neprasa daudz ieguldījumu.

Protams, jāreķinās ar nelielām domēna vārda (vietnes nosaukuma) pirkšanas izmaksām un ikgadēju tā rezervēšanas maksu, kā arī ikmēneša uzturēšanas maksu, kas atkarībā no vietnes sarežģītības pakāpes būs atšķirīga, tomēr organizācijas un pat indivīda tīmekļa vietne vairs nav greznība. Lielākā priekšrocība, lietojot tiešsaistes vietņu izstrādes rīku (*website builder*), ir garantēts serviss un tehnoloģiju atjaunināšana.

CREMA

CREATIVE MAKING
FOR LIFELONG
LEARNING



With the support of the
Erasmus+ Programme
of the European Union

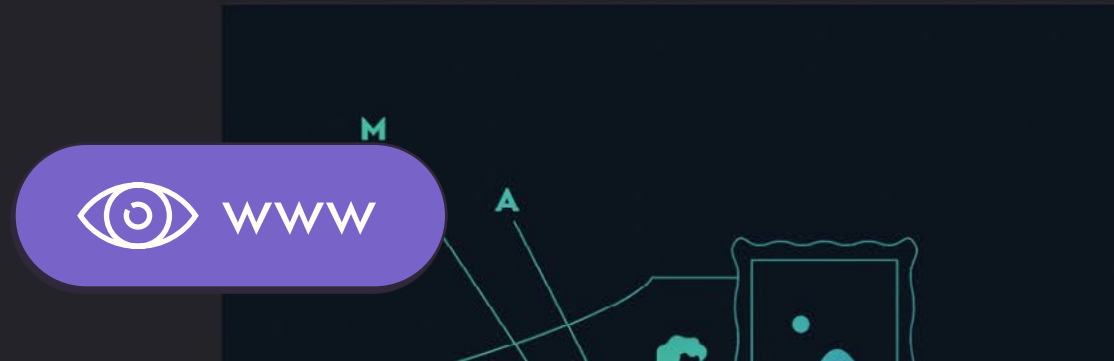
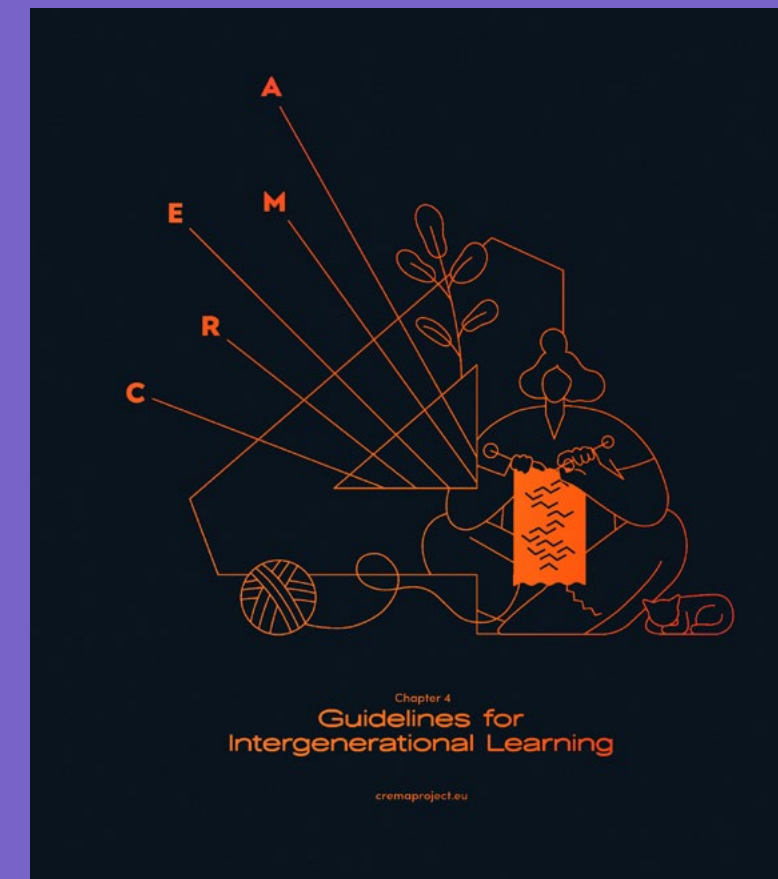
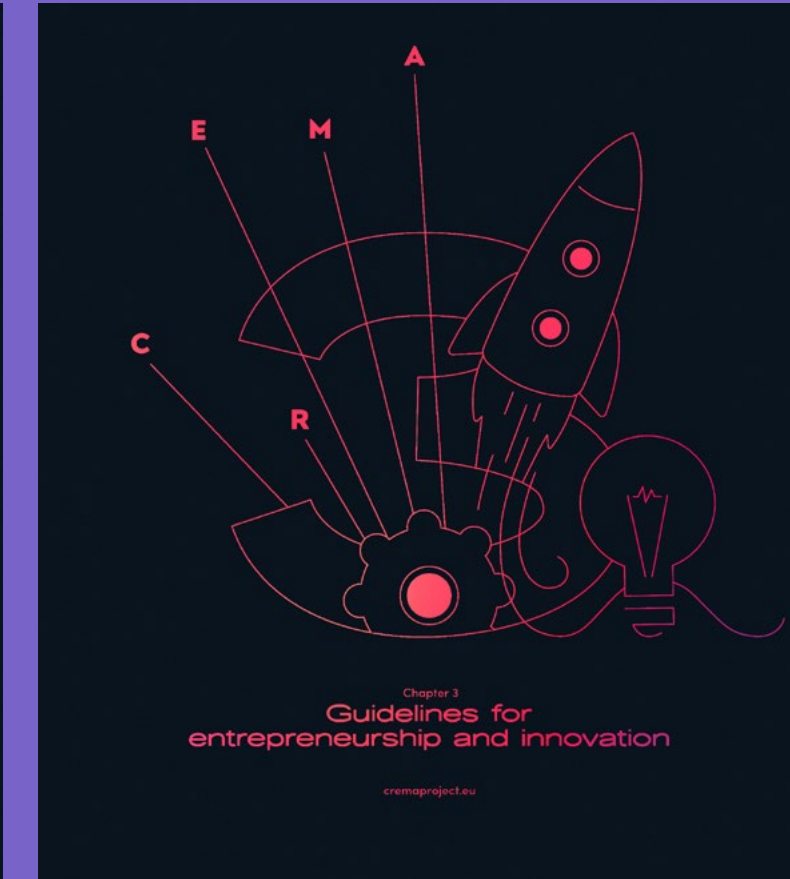
Crema or CREative MAKing for Lifelong Learning is a 3 year ERASMUS+ project (2019–2022).

Project leader is The Regional Museum of Skåne from Sweden.

Project partners are Finnish Museums Association, Museum of Copenhagen, Hungarian
Open Air Museum, Creative Museum, Radiona, BAM! Strategie Culturali.

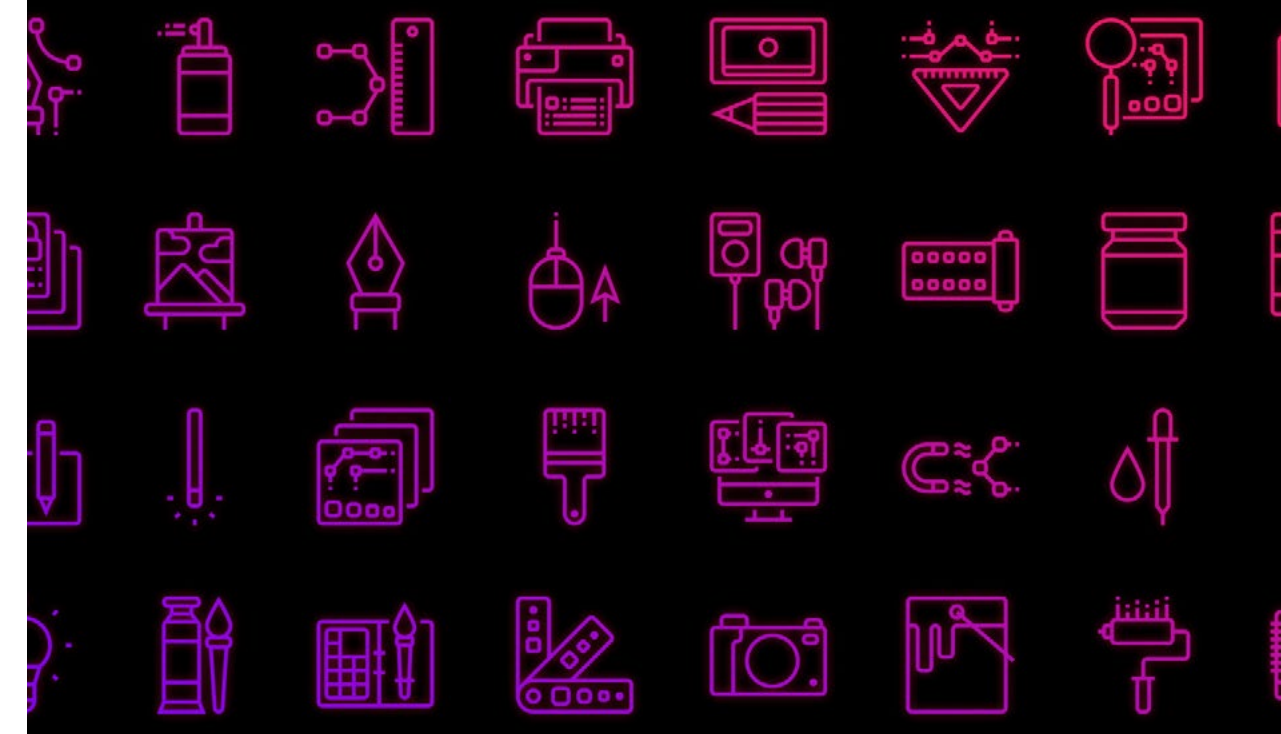
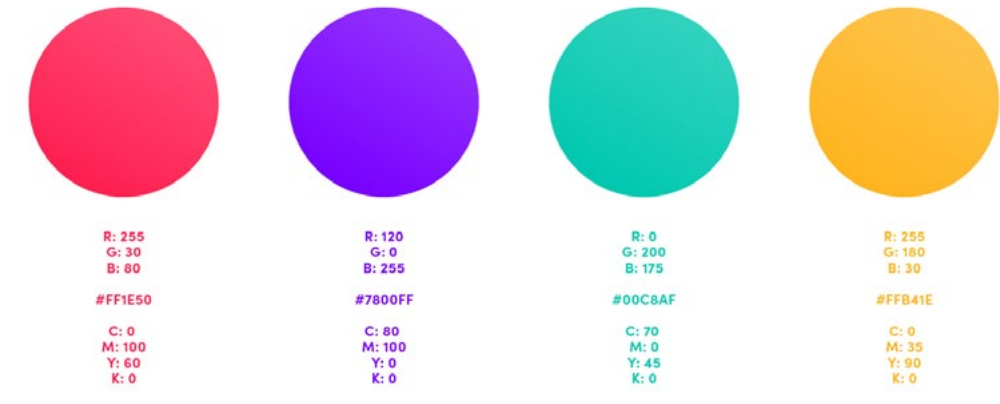
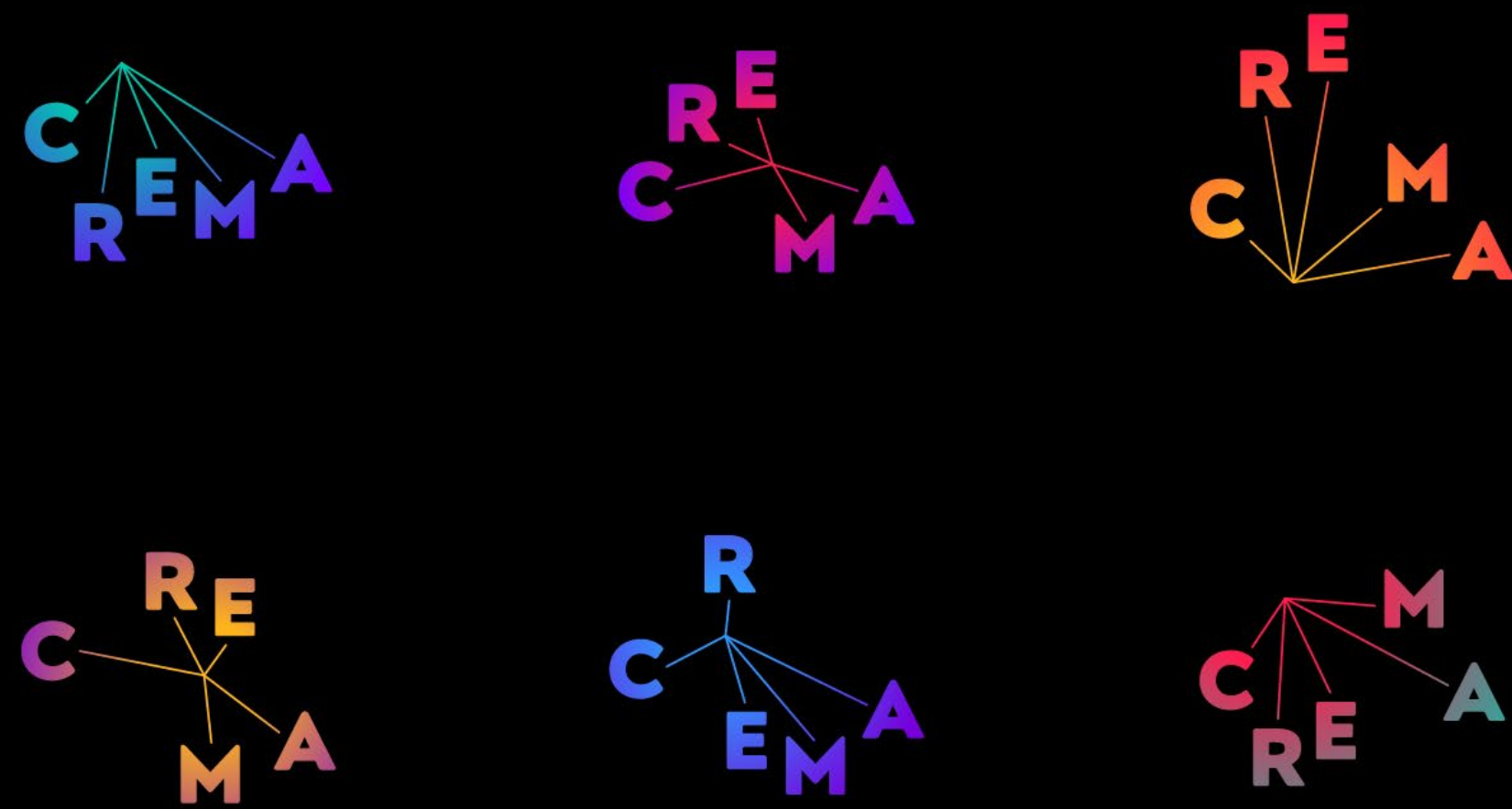
[Read more](#)

Guidelines



CREMA

CREATIVE MAKING
FOR LIFELONG
LEARNING



Otrais piemērs

Otrais piemērs ir ES atbalstītais *scModules* sadarbības projekts, kura dalībnieki eksperimentālā kārtā iesaistījās digitāla satura izvietojumā jaunā platformā, izmantojot augstas izšķirtspējas digitalizācijas tehniku un CMS³.

3. <https://www.secondcanvas.net>



Himsel Museum

Second Canvas Himsel Museum app is a tool for exploring 6 museum masterpieces in super high-resolution like never before. It is accompanied by further images and descriptions of the objects and documents from the historic collections of the founder of the Baltic museum tradition, Nikolaus von Himsel.

App Second Canvas Himsel Museum



4+ Free 23.6 MB Education

Download now



App Description

App Content

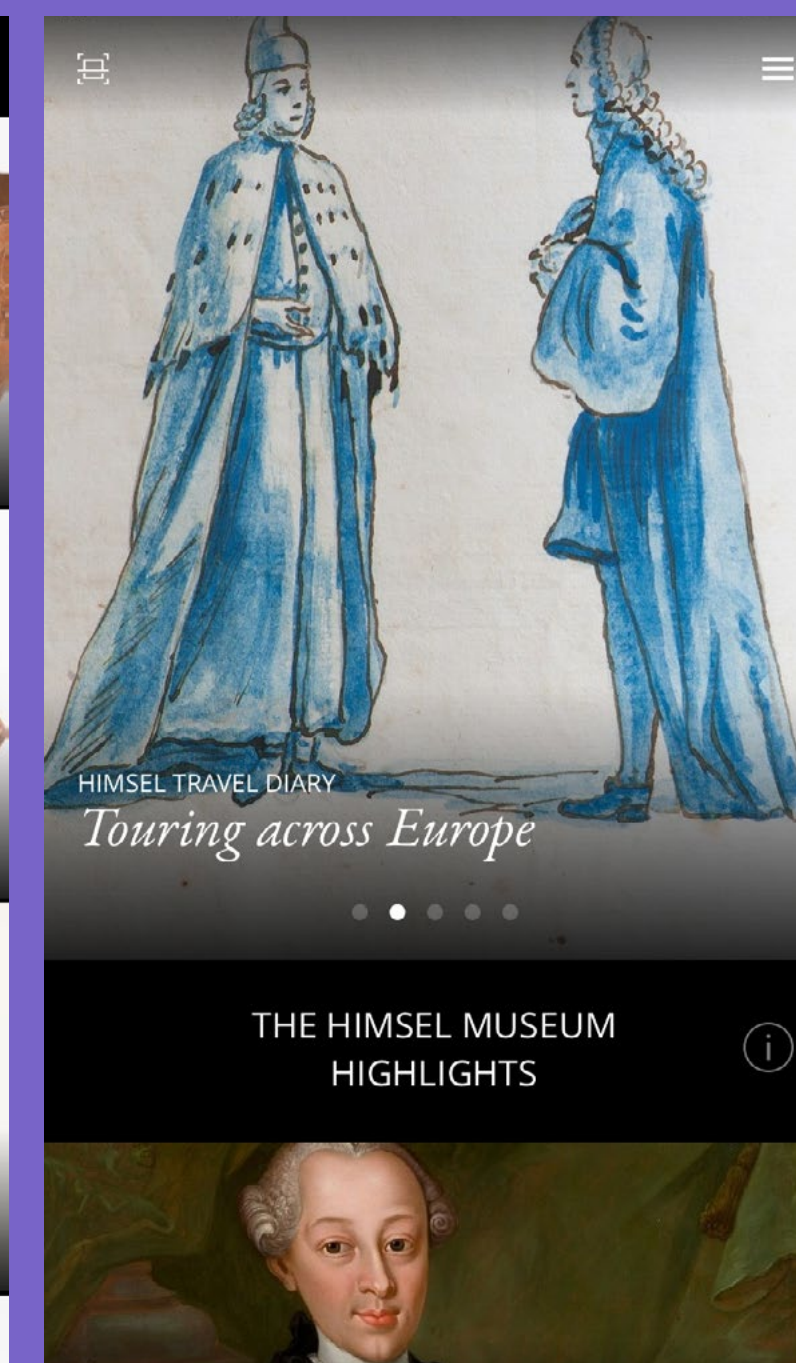
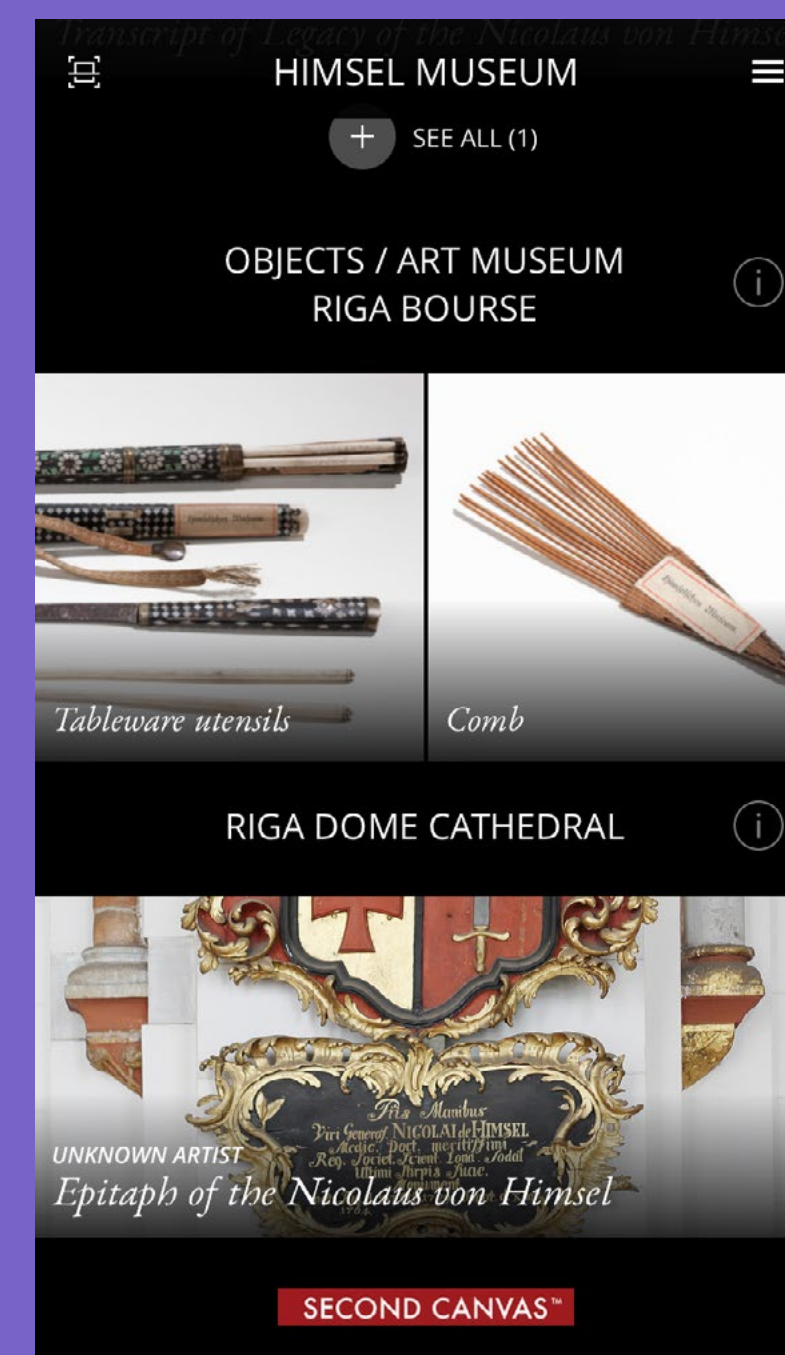
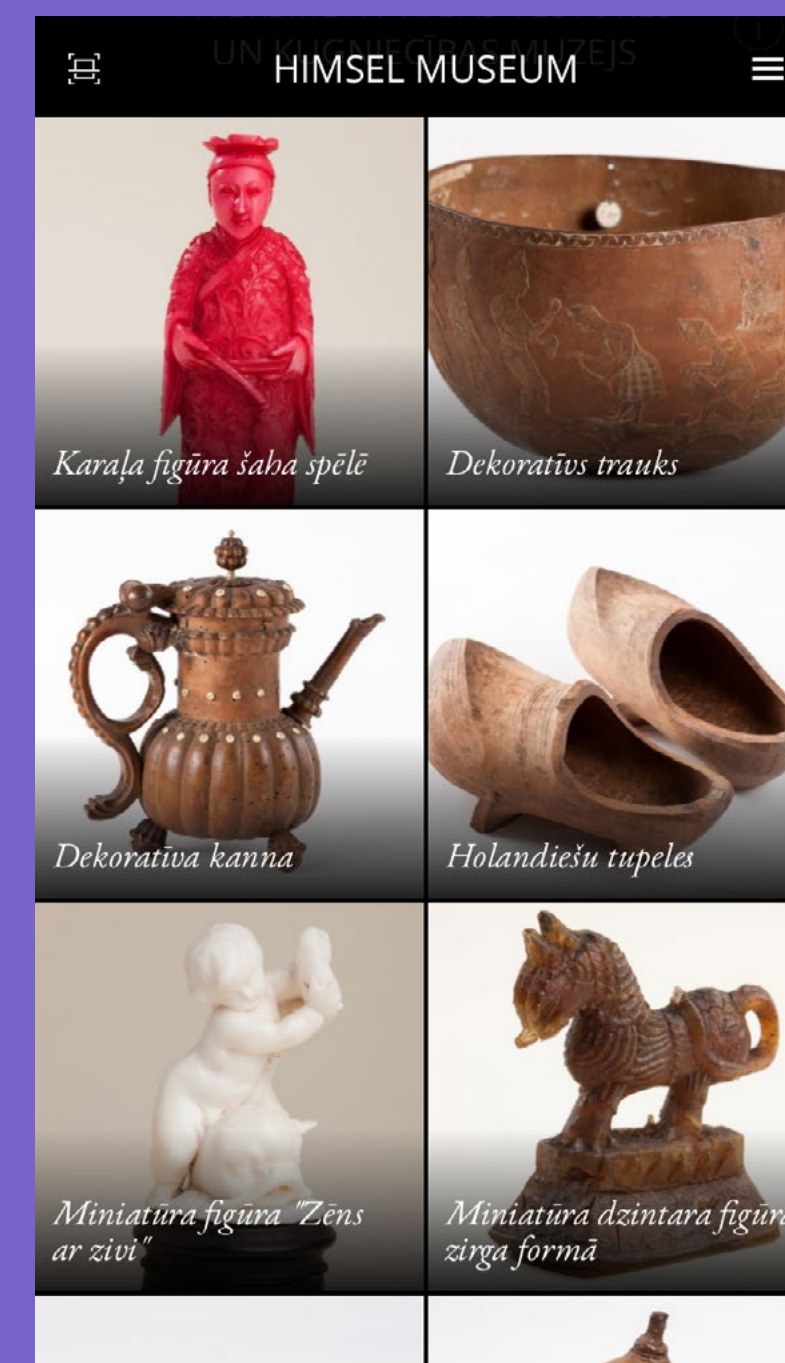
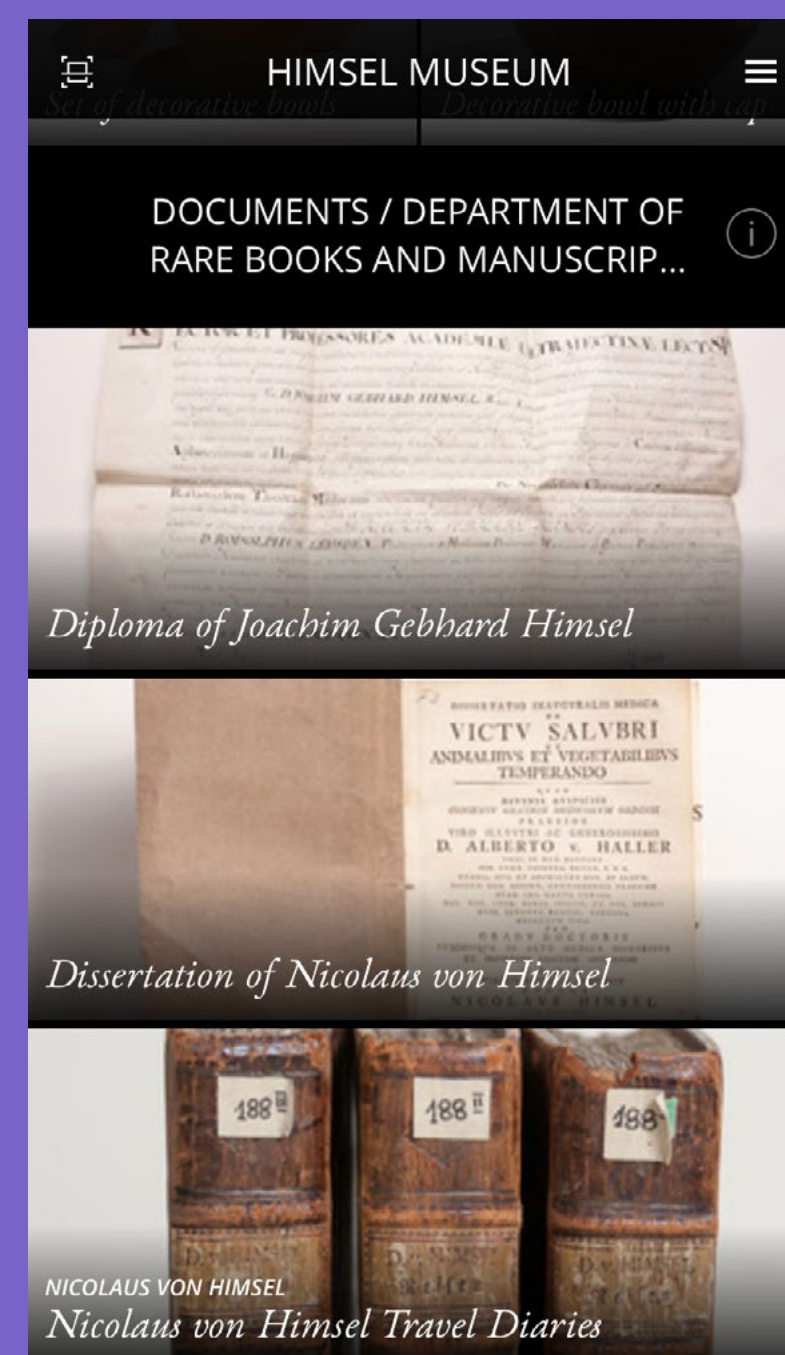
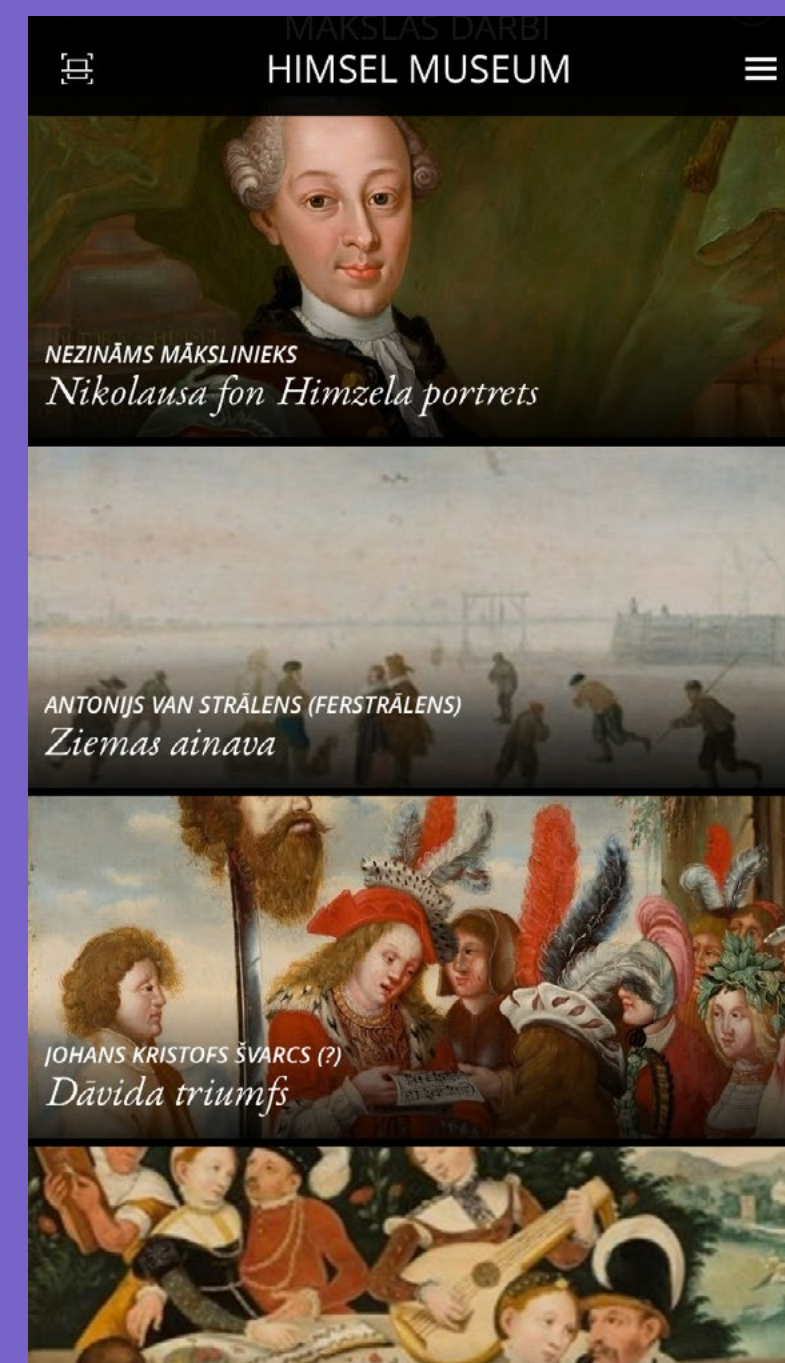
App Details



Sekojoj vadoša Eiropas digitalizācijas uzņēmuma *The Mad Pixel Factory* uzaicinājumam (*open call*), domnīca *Creative Museum* kļuva par vienu no projekta partneriem, kuri nodrošināja uzņēmumam piekļuvi Latvijas muzeju kolekcijām, lai tās digitalizētu augstā izšķirtspējā, pretī saņemot iespēju bez maksas izveidot konkrētas kolekcijas tīmekļa vietni un mobilo lietotni.

Šādi tapa lietotne *Second Canvas Himsel Museum*, kas pamatoti tiek reklamēta kā rīks sešu muzeja šedevru izpētei īpaši augstā attēla izšķirtspējā. Arī lietotnes muzeoloģiskā koncepcija un tehniskais izpildījums to padara tik novatorisku un īpašu: par projekta sadarbības partneriem kļuva praktiski visas atmiņas institūcijas, kas glabā vēsturiskā Himzela muzeja Rīgā izkaisītās kolekcijas un dokumentārās liecības, – Rīgas vēstures un kuģniecības muzejs, Latvijas Nacionālais mākslas muzejs (*Mākslas muzejs Rīgas birža*), Latvijas Universitātes Akadēmiskā bibliotēka, Latvijas Valsts vēstures arhīvs u. c.

Lietotne deva iespēju digitālā formā apkopot izkaisītās kolekcijas un dokumentārās liecības no pirmā publiskā muzeja Baltijā – Himzela muzeja – un iezīmēt tā tuvojošos 250 gadu jubileju 2023. gadā.



Savā ziņā lietotne *Second Canvas Himsel Museum* atdzīvināja apgaismības laikmeta universālā muzeja ideju, kur muzejs ir zināšanu iegūšanas mehānisms, kam piemīt holistisks – viengabalains – pasaules skatījums. Tas ir muzejs, kas komplektē vietējo un eksotisko kultūru priekšmetus, kas sadalīti dabas (*naturalia*), zinātnes (*scientifica*) un mākslas (*artificialia*) kategorijās un sniedz priekšstatu par pasauli kā vienotu veselumu. Šī pieeja vienlīdz balstās muzeju nozares filozofijas pamatprincipos un lietpratīgi apvieno resursus iespējami labākā rezultāta sasniegšanai.

Līdzīgi kā *CREMA* piemērs, kurš tapa sadarbības projektā ar vietņu veidošanas rīka palīdzību, *Second Canvas Himsel Museum* eksperimentālais projekts ļāva izveidot novatorisku vietni un lietotni kopējā digitālā platformā, pārstāvēt Baltijas senākā muzeja kolekcijas līdzās Rietumeiropas muzejiem. Metodoloģiski abi piemēri parāda potenciālos veidus, kā sadarbībā ar partneru organizācijām, iesaistoties starptautiskos projektos, izveidot funkcionālas tīmekļa vietnes un augstvērtīgus digitālos galaproduktus.

Muzeji Latvijā ir ieguldījuši daudzus gadus krājuma priekšmetu pētniecībā, digitalizēšanā un aprakstīšanā, ievietojot informāciju Nacionālajā muzeju krājuma kopkatalogā – vietnē profesionāļiem un pētniekiem⁴.

Ja savukārt muzejs vēlas sasniegt auditoriju individuāli un gūt atgriezenisko saiti no dažāda profila lietotājiem, risinājumu var sniegt kāds no pārbaudītiem tīmekļa vietņu veidošanas rīkiem vai platformām:

<https://www.wix.com>

<https://www.squarespace.com>

<https://shorthand.com>

4. <https://www.nmkk.lv>



➤ [KAS IR KOPKATALOGS?](#)

Priekšmetus Muzejus Izstādes

Meklēt datnes saturā

MEKLĒT

➤ [Izvērstā meklēšana](#)

Pārlūkot pēc: ➤ [priekšmeta tipa](#) ➤ [muzejiem](#) ➤ [muzeju grupām](#) ➤ [kolekcijām](#) ➤ [kolekciju grupām](#)

Priekšmetu skaits muzeju krājumā **6 607 034**

Priekšmetu skaits NMKK **1 870 150 (28.31%)**



[Lietiskie priekšmeti](#)

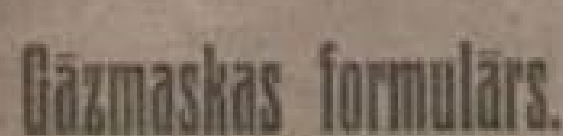


Mēbeles un interjera elementi
GVMM 23343

➤ [vairāk](#)



[Rakstiskie priekšmeti](#)



Personu dokumenti
GVMM 23322

➤ [vairāk](#)



[Tēlojošie priekšmeti](#)



Glezna
LgKM 34423

➤ [vairāk](#)



[Audio-vizuālie un IT priekšmeti](#)



K-PM 1335
K-PM 1335

➤ [vairāk](#)



[Dabas priekšmeti](#)



Kaspijas ūpis - Bubo bubo furcomanus
LDM 857

➤ [vairāk](#)



[Muzeji kartē](#)



[Nosūtīt kartiņu](#)



[Manas izlases](#)



[Aplūkot izstādes](#)



3.

Virtuālā realitāte

Globālā jauno tehnoloģiju tirgus attīstības dinamika liek nojaust, ka pārskatāmā nākotnē tādas iekļaujošā tīmekļa (*immersive web*) tehnoloģijas kā virtuālā realitāte (*virtual reality – VR*) un papildinātā realitāte (*augmented reality – AR*), kas nojauc robežu starp reālo un digitālo, vairs nebūs eksotika, bet ikdiena. Paredzams, ka bez VR mēs vienkārši nespēsīm pildīt darba pienākumus, līdzīgi tam, kā Covid-19 uzspiestās māsēdes apstākļos nespētu veikt darbu bez šobrīd jau turpat vai katram pieejamā personīgā datora, telefona vai planšetes ar tīmekļa pieslēgumu. Socializēšanās, izklaide, mācīšanās un koprade ne vairs tālā nākotnē būs daļa no iekļaujošā tīmekļa vides.

Latvijas muzejos VR ienāk nesteidzīgi. Ieguvēji ir tās muzeju organizācijas, kas nelielu eksperimentālu pilotprojektu veidā ar apsteigumu apgūst jaunās tehnoloģijas, piedalās VR/AR produktu veidošanā un līdz ar to pat šo jauno tehnoloģiju attīstīšanā, pirms tehnoloģijas kļuvušas vispārpieejamas un uzliek savus suverēnos spēles noteikumus.

Laiks, kad VR attīstību galvenokārt noteica spēļu un izklaides industrijas turīgu patērētāju vēlmju apmierināšanai, mainās par labu virzībai uz darbu, mācību un socializēšanās organizēšanu VR vidē. Līdz ar jauno komunikācijas tehnoloģiju straujo attīstību aug pieprasījums pēc drošticama un nopietna izglītojošā satura.

Par šādu attīstības scenāriju liecina *Facebook* (viena no lielākajiem tīmekļa komunikācijas tehnoloģiju attīstītājiem) paziņojums 2021. gada nogalē par korporācijas zīmola maiņu uz *Meta*. Programmatiskais *Metaverse* tiek pieteikts kā 3D vide, tātad VR tehnoloģijā balstīta publiskā telpa lietu tīmeklī (*internet of things*), kur socializēties, mācīties un strādāt.⁵

Ja muzeju misija ir cilvēces kultūrvēsturiskā mantojuma saglabāšana un komunicēšana, tad ne tikai izdevīgums, bet arī profesionālā ētika motivē gan lietot, gan iesaistīties jauno iekļaujošo tehnoloģiju veidošanā. Muzeji ar tiem globāli raksturīgo augsto uzticēšanās pakāpi sabiedrībā, kas izriet no fundamentālā profesijas postulāta darboties kopējā labuma vārdā, ir ideāli pozicionēti tam, lai piedalītos iekļaujošas, uz konfliktu risināšanu un cilvēcību vērstas VR vides veidošanā.

5. <https://about.facebook.com/meta>

Labās prakses piemēri un izstrādes metodika VR izmantošanā Latvijas muzejos:

- tehniskās vēstures izzināšanas piemērs –

Alūksnes bānīša stacijas ekspozīcijas VR elementi (2018);

- konfliktu vēstures piemērs –

Lipkes bunkura VR izstrādes 1. un 2. kārta (2019–2022).

Alūksnes bānīša stacija ar integrētu VR elementu

Alūksnes bānīša stacijas ekspozīcija (satura koncepcijas autore – Ineta Zelča Sīmansone, dizains – H2E) 2019. gadā ieguvusi *SEGD Global Design Awards* divas galvenās balvas – *2019 Global Design Awards/Honor* un konkursa galveno balvu *Best of Show*. Ekspozīcija nominēta arī prestižajai Eiropas Muzeju gada balvai (*European Museum of the Year Award 2021*), kuras laureāti kļuva zināmi 2022. gada maijā.

Galvenais renovētās bijušās Alūksnes bānīša stacijas mantu noliktavas devums sabiedrībai ir vietas reģenerācija, kas apvieno kvalitatīvu restaurācijas darbu, sakārtotu piegulošo ārtelpu un inovatīvu ekspogrāfiju. Ekspozīcija veidota, balstoties uz trim satura dimensijām: lokālā, tehniskā un Eiropas dimensija. Katra no dimensijām paredz savu stāsta

pasniegšanas veidu. Tehniskā – dzelzceļa dimensija – tiek izvērsta vienlīdz ar fizisku dzelzceļa vēstures priekšmetu palīdzību un ekspozīcijā integrēto VR pieredzi, kas apmeklētājam ļauj iejusties lokomotīves mašīnista lomā un iepazīt tās vadības paneli.

Šāda veida VR pieredze, kas ierindojama spēļu un izklaides kategorijā, ar neuzmācīgu izglītojoša satura klātbūtni iesaista auditoriju interaktīvā mācību procesā un papildina fiziskās ekspozīcijas pieredzi reālajā telpā. Alūksnes bānīša stacijas ekspozīcija ir viena no pirmajām VR pieredzēm Latvijas muzejos, tādēļ īpaši vērtīga metodoloģijas izstrādes un lietošanas pieredzes izvērtēšanas ziņā. Pirmie secinājumi, kurus apstiprina ne vien starptautiskā atzinība, bet arī jaunā kultūras objekta apmeklētības statistika un atsauksmes, nepārprotami

liecina par jauno tehnoloģiju lietderību muzeju ekspozīcijās.

Īpaši izceļams apstāklis, ka šāds inovatīvs VR rīks pirmo reizi integrēts muzejiskā ekspozīcijā ārpus Rīgas, kas tikai apliecina spēju ieviest inovācijas neatkarīgi no atrašanās vietas. Izšķiroša ir koprade ar jomas speciālistiem, kas pilotprojektu formā vēlas testēt jaunās tehnoloģijas un pievienot vērtīgu ierakstu sava radošā darba portfolio. Izcilu šādas kopradē balstītas metodoloģijas piemēru sniedz nākamais darbs.



VR Lipkes bunkurs

2019. gada septembrī Rīgas Starptautiskajā kinofestivālā (*Riga IFF*) notika hakatons (ideju maratons) *Riga IFF goes VR Magnetic Latvia Hackathon*, kurā Žaņa Lipkes memoriāls piedalījās kā viens no uzdevuma devējiem hakatona komandām. No divām komandām, kas pieņēma izaicinājumu strādāt ar memoriāla doto holokausta tēmu Otrā pasaules kara laikā Latvijā, apvienotā Liepājas, Valmieras un Rīgas augstskolu studentu komanda ieguva *Delfi Campus* balvu. Prototips piedāvāja VR pieredzi, kurā lietotājs, uzliekot 3D brilles, hronoloģiskā secībā (atrodoties konkrētā geto ēkas telpā) var izsekot galvenajiem Rīgas geto notikumiem 1941. gada novembrī un decembrī, kad divās akcijās tika nogalināti 25 000 Latvijas ebreju.

Turpinot hakatonā iesākto, Žaņa Lipkes memoriāls Valsts kultūrkapitāla fonda atbalstītā projektā uzsāka sadarbību ar uzvarējušo studentu komandu (Ieva Vīksne, Līga Vēliņa, Kaspars Lēvalds, Lauris Taube), lai pielāgotu prototipu vēsturiskajam Žaņa Lipkes veidotajam bunkuram zem malkas šķūņa Ķīpsalā, kur tika slēpti vajātie ebreji. Memoriāla muzejpedagoģe Maija Meiere-Oša un kurators, domnīcas *Creative Museum* līdzdibinātājs, Raivis Sīmansons izstrādāja satura koncepciju, pēc kuras studentu komanda 12 mēnešu laikā izveidoja virtuālo pieredzi *Lipkes bunkurs*. Tas ir stāsts par noslēpumu, ko vācu okupācijas gados glabā astoņus gadus vecs zēns Zigis – zināmākā Latvijas cilvēkglābēja Žaņa Lipkes un viņa sievas Johannas jaunākais dēls (Lipkes izglābuši vairāk nekā 50 personas).

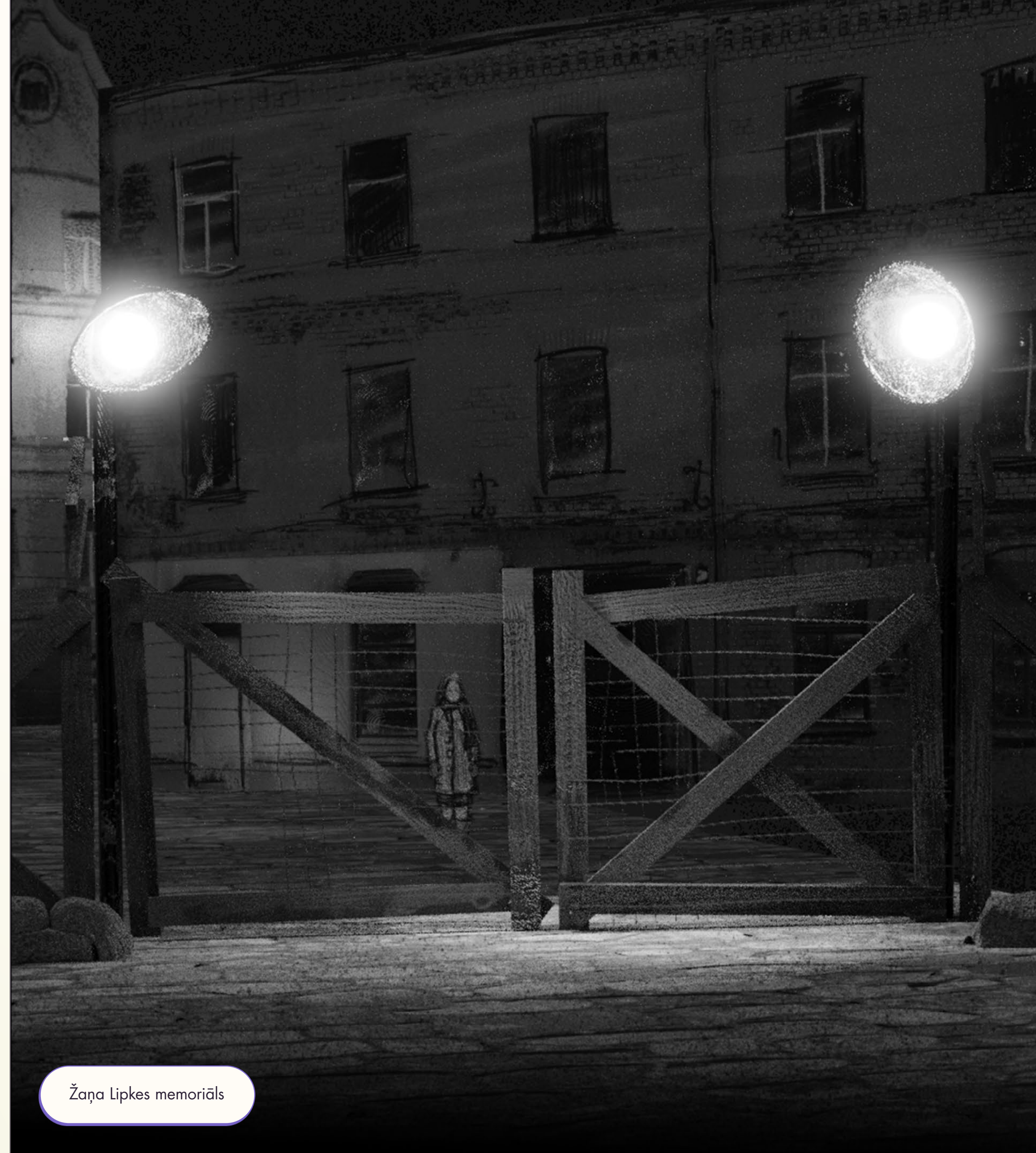


LIPKES BUNKURS

2020. gada novembrī uz jauniegūtās *Oculus Quest* brīļļu aparatūras *Lipkes bunkura VR* pirmā versija tika prezentēta jauniešu mērķgrupai un VR pieredzes tehnoloģiju ekspertiem. Saņemtās pozitīvās atsauksmes, tostarp no *Riga IFF* hakatona rīkotājiem, mudināja memoriālu turpināt attīstīt šo projektu. Memoriāls sazinājās ar Mineapolisā (ASV) bāzētā *Fallon Worldwide* radošo tehnologu Koriju Maklauddu (*Cory McLeod*) un uzrunāja piedalīties šī projekta tālākā izstrādē. Latviešu izcelsmes amerikānim Korijam viņa radošajā biogrāfijā tolaik jau bija vairāki ar Latvijas neseno vēsturi saistīti jauno tehnoloģiju darbi: rokgrupas *Pērkons* dokumentālā VR filma un Rīgas geto muzeja tīmekļa vietne ar sešiem animētiem stāstiem, ieskaitot Žaņa Lipkes paveiktās trīs ebreju vīriešu izglābšanas stāstu no Rīgas geto.

2021. gada maijā *Fallon Worldwide* reklāmas aģentūra nolēma pieņemt piedāvājumu un sadarboties ar Žaņa Lipkes memoriālu labdarības projektā. Darbs pie *Lipkes bunkura VR* angļu valodas versijas starptautiskai auditorijai turpinājās 2022. gadā.

Tālākais projekta attīstības scenārijs paredz *Lipkes bunkura VR* prezentēšanu *Meta* (agrākajai *Facebook*) korporācijai, kas attīsta *Oculus Quest* 3D brīļļu tehnoloģiju un *Oculus* veikalu, kur *Lipkes bunkura VR* pieredze nākotnē varētu tikt piedāvāta globālajam VR produktu tirgum. Ideālajā scenārijā *Lipkes bunkura* pieredze būs pieejama katram *Oculus Quest* 3D brīļļu īpašniekam *Oculus* veikala lietotnē, neizejot no mājas komforta.



Žaņa Lipkes memoriāls



Žaņa Lipkes memoriāls



Žaņa Lipkes memoriāls

2021. gada septembrī ikgadējā festivālā *Rīga IFF* notika *Lipkes bunkura* darba procesa (1. un 2. kārtas) prezentācija nozares ekspertiem. Tikpat būtisks kā šīs nopietnās – konfliktu vēsturei veltītās – VR pieredzes izglītojošais saturs ir tās izstrādes metodoloģija: sākot no uzdevuma došanas hakatona dalībniekiem, turpinot darbu ar tā laureātiem projekta 1. kārtā, līdz prototipa testēšanai ar mērķgrupu (16–22 gadus vecu cilvēku) palīdzību un 2. kārtas darba procesam jau ar nozarē atzītu ASV partneri.

Kopsavilkumā – ja projekta 1. kārtā fokusā bija Ķīpsalas bunkura telpas un stāsta 3D izstrāde no astoņus gadus veca zēna perspektīvas, tad projekta 2. kārtā paredzēja iekļaut papildu stāstus par cilvēkiem, kuriem Žanis Lipke palīdzēja izvairīties no vardarbīgas nāves nacistu okupācijas laikā. Šis stāstu papildinājums tika veidots tā, lai radītu multiperspektīvu, nelineāru un interaktīvu pieredzi, kas atspoguļo Lipkes centienus ietekmēt holokausta gaitu Rīgā, izrādot individuālu pilsonisko nepakļaušanos.

2. kārtā tika veidots stāsts par kādu ģimeni no Berlīnes – Hannu un Sofiju Šternām (*Hanna Stern, Sophia Stern*) – māti un meitu, kuras Žanim izdodas izglābt no Mežaparka koncentrācijas nometnes. Šterni (māte, meita un dēls) tika deportēti no Berlīnes uz Rīgu 1942. gadā. Tikai mātei un meitai izdevās aizbēgt no minētās koncentrācijas nometnes vienā no Lipkes sarežģītākajām glābšanas akcijām. Vēsturisko materiālu pētniecības un audio ieraksta darbā projektā iesaistījusies arī Izraēlā dzīvojošās Sofijas Šternas meita Ilana. Līdz ar to *Lipkes bunkura* projekts ieguvis trešo sadarbībaspartneri, un tā starptautiskais vēriens paplašinājies.

Paredzams, ka *Lipkes bunkura* VR pilotprojekts piedzīvos vēl virkni uzlaboto versiju un sagatavos ceļu VR piedāvājuma lietpratīgai ienākšanai Žaņa Lipkes memoriāla ekspozīcijā un, pārņemot pieredzi, arī citos Latvijas muzejos. Tikmēr jauno tehnoloģiju apgūšanas un ieviešanas labās prakses metodoloģija – no hakatona līdz galaproduktam – var sekmēt katra muzeja komunikāciju, kas ir mērķorientēta uz dalību un savas neatkarīgām vietām un stāsta izveidi VR vidē.

Zīmīgi, ka tieši Starptautiskās muzeju padomes (*ICOM*) ikgadējās starptautiskās Muzeju dienas 2021. gada plakāts⁶ Covid-19 krīzes laikā kalpoja par vēstnesi jauno tehnoloģiju un to nesto pārmaiņu ienākšanai muzeju profesionālajā darbā. Patīk mums tas vai ne, bet virtuālā telpa un digitālā koprade arvien uzstājīgāk ienāk muzeju ikdienā.

6. <https://twitter.com/IcomOfficiel/status/1339166849410461696>

ICOM international
council
of museums

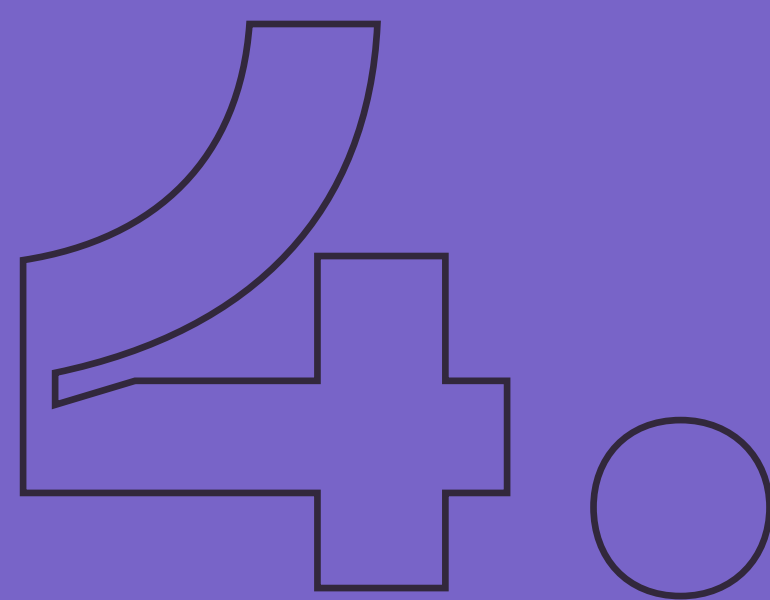
18
may
2021



**« The Future of Museums :
Recover and Recreate »**

INTERNATIONAL MUSEUM DAY

ICOM



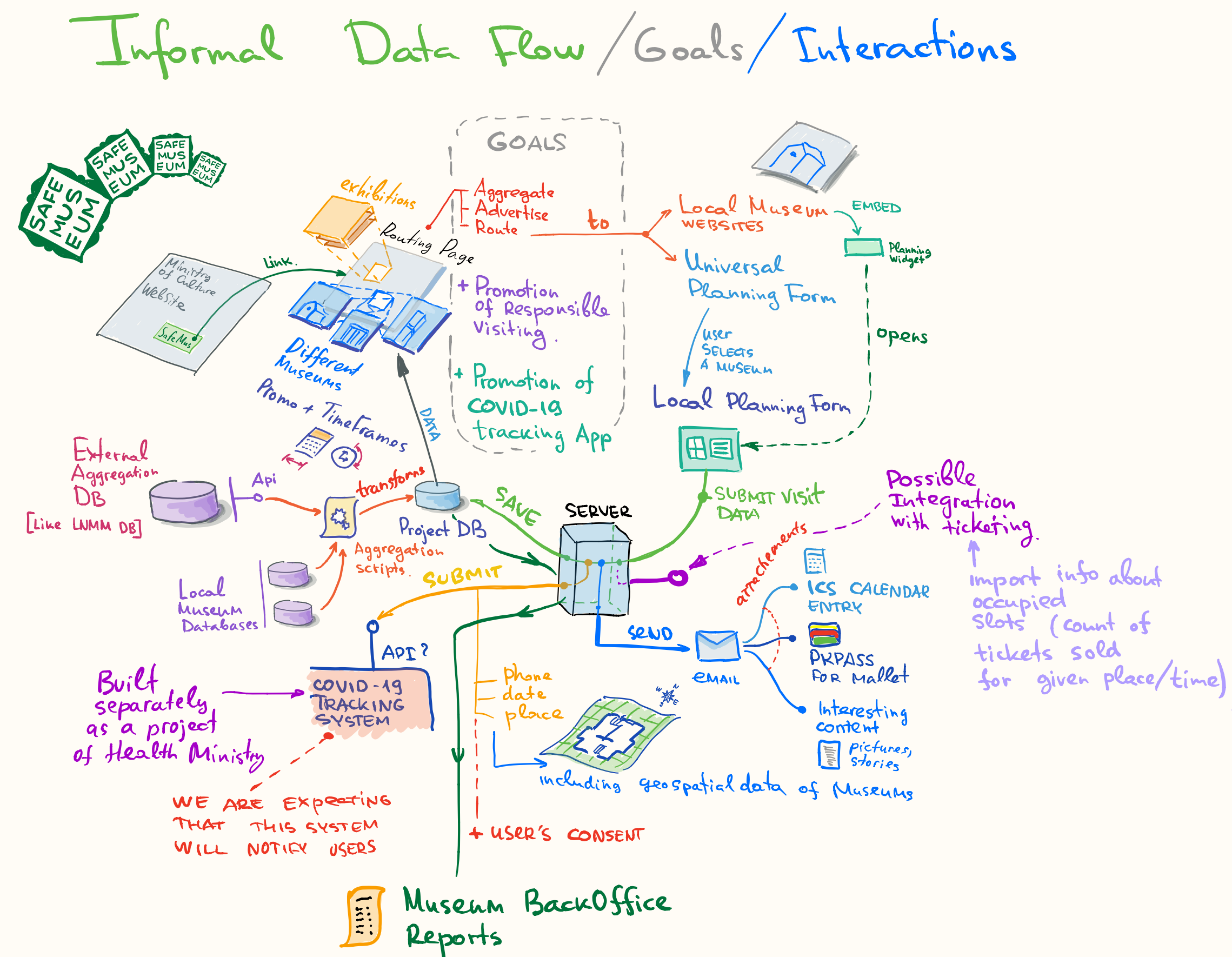
Hakaton

Hakaton jeb ideju maratons ir kļuvis par atzītu kolektīvo problēmu risināšanas metodi – tā ir laboratorija, kur intensīvā kopradē īsā laika posmā top prototipi, kas var palīdzēt uzlabot sabiedrības dzīvi. Laikā, kad globālās Covid-19 pandēmijas dēļ fiziskās koprades iespējas bija liegtas, tiešsaistes hakatoni kļuva par koprades alternatīvu.

Digitālā koprade ideju maratonā ir nesusi pamanāmus rezultātus arī Latvijas muzeju nozares funkcionētspējas uzlabošanai. Šī rīka apraksts balstās *Creative Museum* komandas 2020. gada starptautiskā hakatona pieredzē, kas bija veltīts Covid-19 radītās krīzes pārvarēšanai kultūrā. Piemērs parāda digitālā muzeja apmeklējuma plānošanas rīka (biļešu iegāde utt.) idejas dzimšanas un realizācijas (2020/2021) ģenēzi.

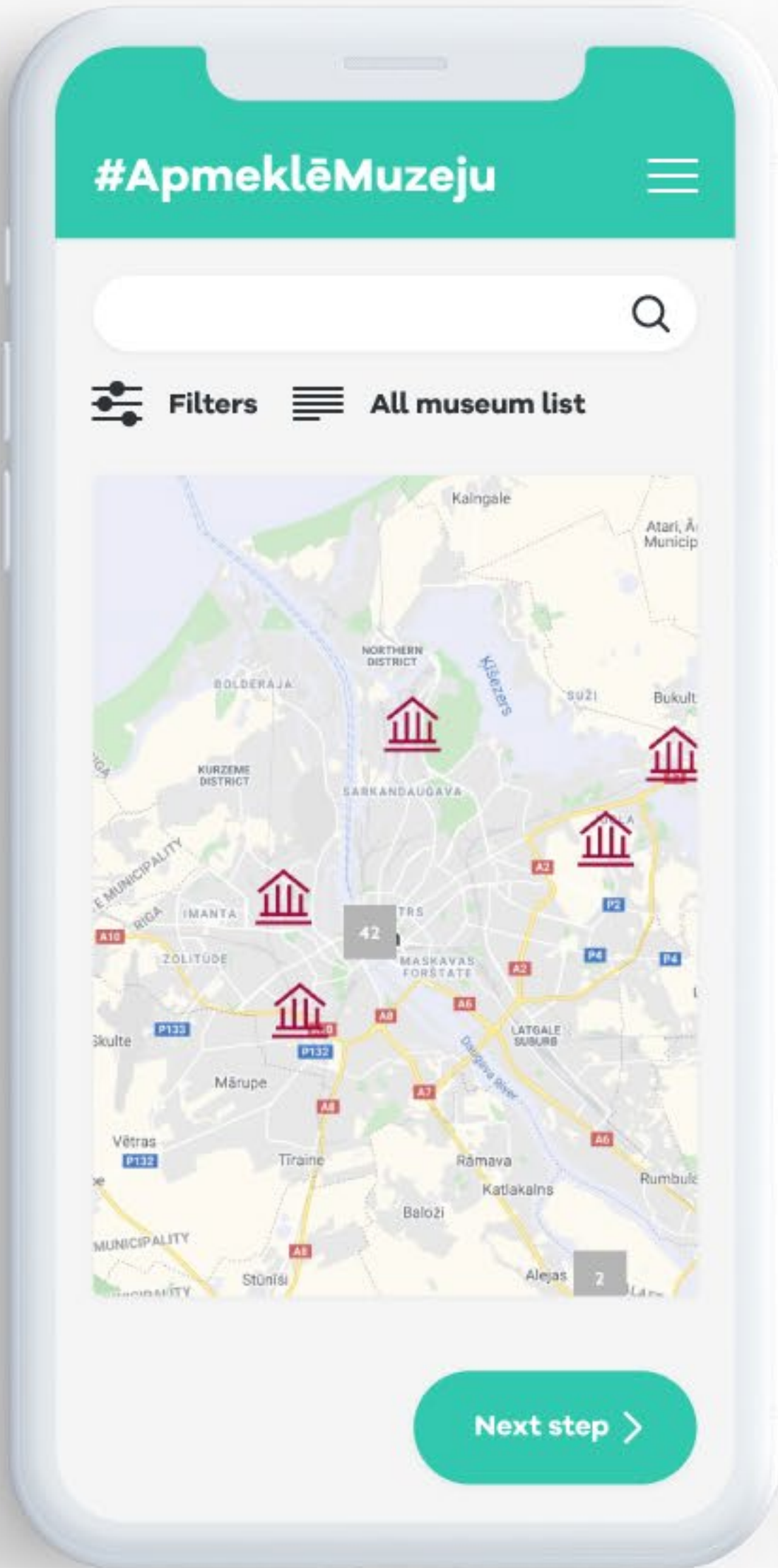
Vērtējot metodoloģisko pieeju – ja *Lipkes bunkura VR* audiogida izveidē koprades elements fiziskā un digitālā vidē vēl bija sadalīts puse uz pusi, tad dalība 2020. gadā notikušajā hakatonā – *HackCreative: An Industry Transformed*⁷ – jau sākotnēji varēja būt vienīgi digitāla, jo tā notika stingro pulcēšanās ierobežojumu laikā.

Kuratores Līgas Lindenbaumas vadītā *Creative Museum* komanda šajā starptautiskajā hakatonā 48 stundu laikā izstrādāja priekšlikumu muzeju apmeklējuma plānošanas lietotnei, kura, izmantojot datus no centralizētā kultūras datu portāla⁸, spētu izkalkulēt optimālo apmeklētāju plūsmu katrā atsevišķajā muzejā un piedāvāt apmeklēšanas laikus līdz ar biļešu iegādes iespēju tiešsaistē, šādi izpildot valstī noteiktās drošības prasības.

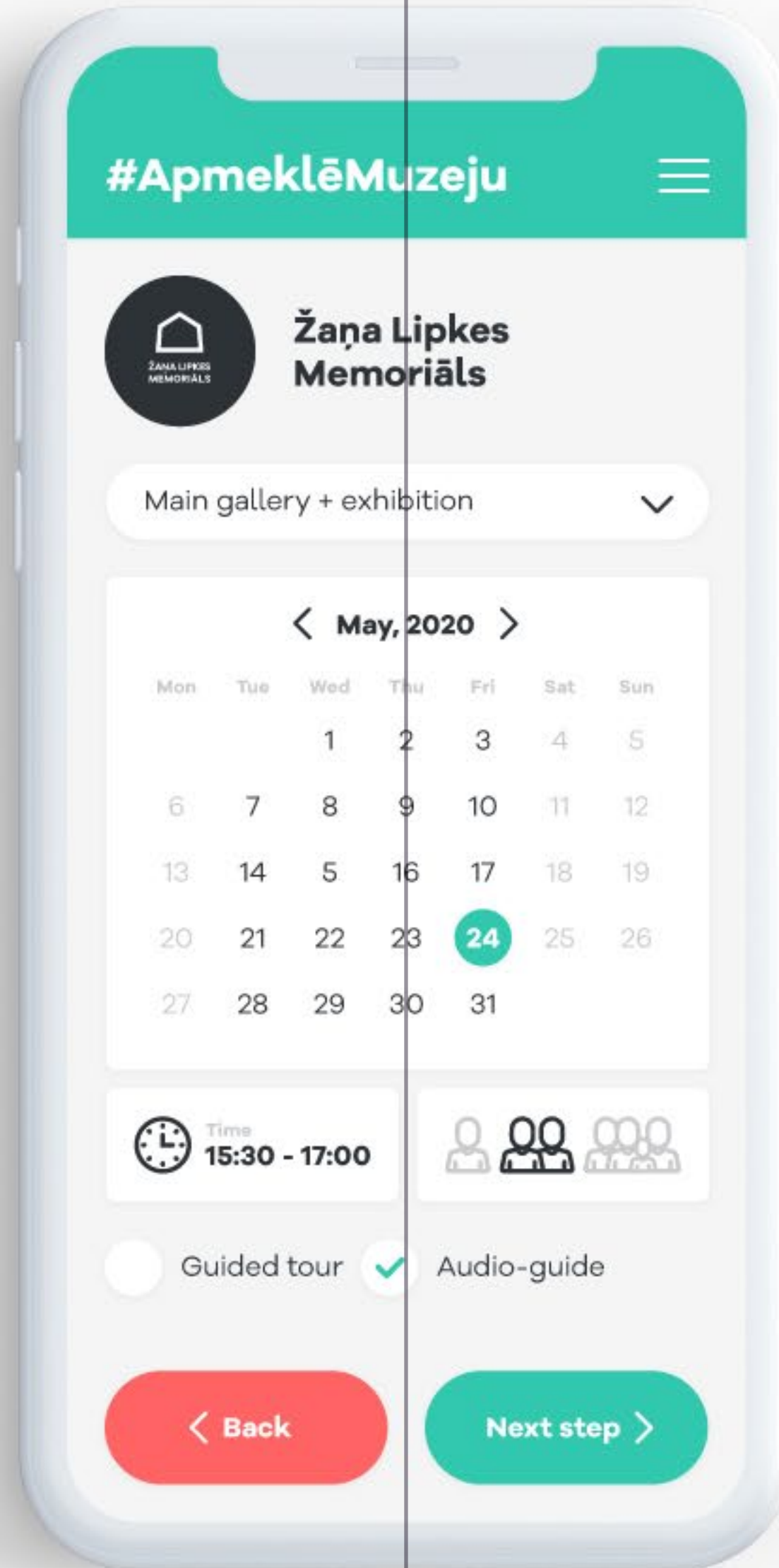


7. <http://www.creativemuseum.lv/lv/raksti/dienasgramata/-visitmuseum-apmeklemuzeju-hackcreative>

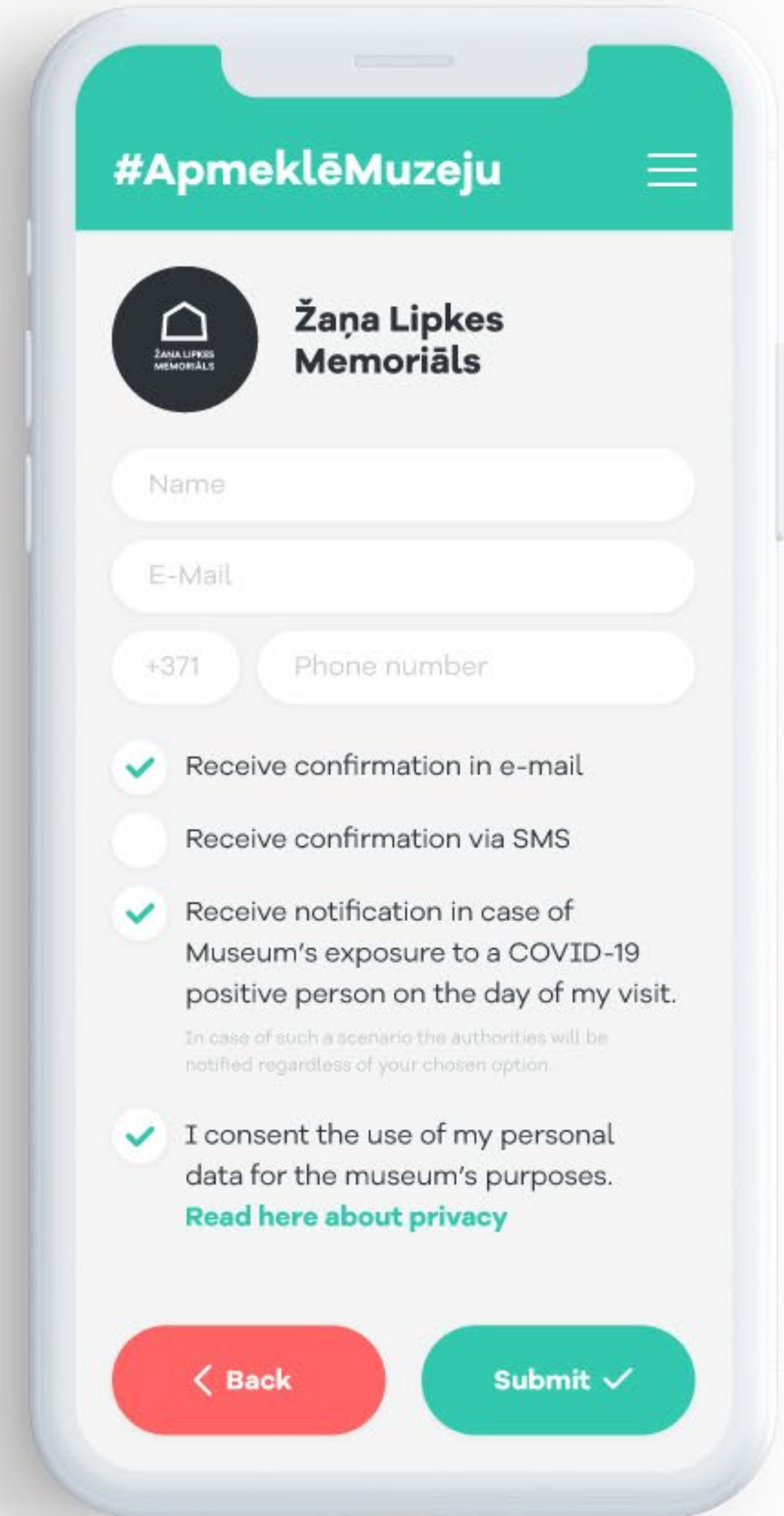
8. <https://kulturasdati.lv/lv>



Step 1



Step 2



Step 3



Visit Žanis Lipke Memorial

Main gallery + exhibition



24.05.

Date



3

Number of visitors



15:30

Start time



17:00

End time

Extra services



Guided tour



Audio-guide

LV **EN** RU DE





Receive confirmation in e-mail



Receive confirmation via SMS



Receive notification in case of Museum's exposure to a COVID-19 positive person on the day of my visit.

In case of such a scenario the authorities will be notified regardless of your chosen option.



I consent the use of my personal data for the museum's purposes.

[Read here about privacy](#)

Submit application

OPENING HOURS:

MON.	—
TUE.	12 ⁰⁰ -18 ⁰⁰
WED.	12 ⁰⁰ -18 ⁰⁰
THU.	12 ⁰⁰ -20 ⁰⁰
FRI.	12 ⁰⁰ -18 ⁰⁰
SAT.	10 ⁰⁰ -16 ⁰⁰
SUN.	—

BOOK YOUR TOUR

ENTRANCE FOR DONATIONS

EXHIBITION "IN THE CLOSET. WE ALL HAVE SOMETHING TO HIDE"

From October 15 till May 31 The exhibition "In The Closet. We all have something to hide" by the Russian artist Daniil Vyatkin. In his art he explores the dark and clandestine side of human psyche, his own painful traumas and furtive shame.

Lielā starptautiskā konkurencē ideja ieguva otro vietu. Šeit lieti noderēja Žaņa Lipkes memoriāla publiski pieejamo telpu plāns kā uzskatāma liecība tam, ka pat īpaši muzeja vajadzībām projektētas modernas ēkas nav ideālas, lai ievērotu distancēšanās prasības un apmeklētāji varētu justies pilnībā droši.

Individuālie apmeklējumu laiki muzejos joprojām ir nerealizēta ideja, kura prasa lielāku resursu ieguldījumu un koordinēšanu plašāka kultūras resora ietvaros. Tikmēr "taustāmais" hakatona rezultāts ir iespēja nopirkt biļetes muzeju apmeklējumam tiešsaistē⁹, kam Kultūras ministrija (neliela iepirkumu konkursa kārtībā) piešķīra nepieciešamos līdzekļus. Iespēja tiešsaistē iegādāties muzeja biļetes ir pirmais mazais solis iezīmētajā virzienā, taču ne gluži e-Latvijas mēroga risinājums. Laiks rādīs, vai tomēr pie idejas par individuālo apmeklējumu laiku rezervēšanu muzejos, bibliotēkās un arhīvos ar e-risinājuma palīdzību nebūs jāatgriežas. Vairāki maza un vidēja izmēra muzeji Latvijā apmeklējumu tiešām piedāvā tikai individuāli ar iepriekšēju rezervāciju. Par saziņas rīku kalpo telefons un e-pasts. Pat daži lielie Rīgas muzeji, piemēram, Paula Stradiņa Medicīnas vēstures muzejs, prasa iepriekšēju reģistrēšanos ar šādu mūsdienu tehnoloģiskajām iespējām daļēji atbilstošu saziņas veidu.

9. <https://mobilly.lv>

Ar prieku, bet arī ar nelielām bažām, bija novērojams, ka, lai redzētu dažas aktuālas izstādes Rīgā 2020. gada beigās, pie muzeju kasēm nedēļas nogalēs veidojās rindas. Individuāli rezervējams apmeklējuma laiks šo problēmu viegli atrisinātu. Visefektīvāk šādu pakalpojumu spētu piedāvāt vienota subsidēta tīmekļa lietotne. Šobrīd šādu pakalpojumu par samaksu piedāvā vienīgi *Bookla*¹⁰.

10. <https://bookla.com/en/client#categories>



Podkāsts

2020. gada rudens/ziemas sezonā domnīca *Creative Museum* sadarbībā ar LNB ierakstu studiju īstenoja piecu podkāstu (raidierakstu) ciklu *Pārdefinējot muzeju*.

Atšķirībā no vienkārša audio ieraksta, kas tiktu izvietots sociālajos medijos, podkāstu raksturo noteikta regularitāte un formāts. Profesionāli sagatavotu raidierakstu gluži kā radio raidījumu ievada īpaši tam veidots skaņas celiņš, tam vēlama grafiskā identitāte, ar ko tas tiek pieteikts publiskajā telpā, un tam ir savs raidīšanas kanāls vai platforma. Podkāsta ierakstu tikai retos gadījumos translē nerediģētu no pirmās līdz pēdējai ieraksta minūtei. Tāpēc vēlama ir ieraksta pēcapstrāde, ko var veikt gan ierakstu studijas profesionālis, gan attiecīgas datorprogrammas pārzinošs muzeja speciālists. Gadījumā, ja muzejs izvēlētos sistemātiski strādāt šajā medijā, apsverama būtu atbildīgā komunikācijas speciālista kvalifikācijas celšana un prasmju apgūšana raidierakstu veidošanā, līdzīgi kā jau šobrīd darba pienākumu pamatprasība ir iemaņas muzeja profila administrēšanā sociālajos tīklos.

CREATIVE
MUSEUM

PODKĀSTU SĒRIJA

MUZIJU PĀRDEFINĒJOT

MUZEOLÓGISKAS
SARUNAS PAR
AKTUĀLO

Šeit no jauna jāatgriežas pie digitālo platformu tēmas, jo izveidot un uzturēt unikālu digitālo audio platformu spēj atļauties vienīgi lielās raidorganizācijas. Podkāsts *Pārdefinējot muzeju* tika izvietots pasaulē lielākajā mūzikas un audio platformā *SoundCloud*¹¹, kas piedāvā nesarežģītu satura administrēšanas rīku, ko var apgūt praktiski ikviens, kurš ikdienā strādā ar datoru. Muzejam jāreķinās ar nelielu ikmēneša abonēšanas (uzturēšanas) maksu.

Saturiski šī raidierakstu sērija pievērsās aktuālajiem muzeju nozares izaicinājumiem, saskaroties ar Covid-19 izraisīto krīzi. Uzaicinot studijā ekspertus, tika spriests par digitālo transformāciju krājuma, pētniecības, izstāžu veidošanas, muzejpedagoģijas, pārvaldības un citās muzeja darbības jomās. Šāda veida ieraksta sagatavošana no moderatora prasa rūpīgu sagatavošanos un intervēšanas prasmes. Laikā, kad epidemioloģiskās situācijas pasliktināšanās dēļ muzeji un citas kultūras iestādes ir slēgtas un aktuāla kļūst prasība strādāt attālināti, pat mājas apstākļos ar dažādo tiešsaistes sapulču rīku palīdzību veidots regulārs raidieraksts savu reizi var atslogot muzeju no nepieciešamības saturu publicēt vienīgi rakstiski.

11. <https://soundcloud.com>

Skaņa ir primārs, nepastarpināts saziņas veids, kurš līdz šim muzeja komunikācijas darbā bijis izmantots nepilnīgi. Podkāsti ne tikai spēj veiksmīgi dažādot muzeju piedāvājumu e-vidē, tie arvien vairāk būs nepieciešami kā satura komunicēšanas forma, domājot par Eiropas novecojošo sabiedrību.



Koprades telpa (*makerspace*)

Koprades telpa (*makerspace*) ir kopienas uzturēta telpa, kur cilvēki satiekas, sazinās, sadarbojas, dalās un socializējas, par pamatu ņemot kopīgas intereses tehnoloģiju, jauno mediju, digitālās un hibrīdās mākslas, zinātnes, inovāciju un dažādu radošuma izpausmju jomās.

Ievērojot muzeju kā bezpeļņas organizāciju statusu un to tradicionālo finansēšanas kārtību no publiskajiem līdzekļiem, inovāciju ieviešanas metodoloģija muzejos vienmēr būs saistīta ar kopradi. Tikai nedaudzi resursiem bagāti muzeji kā pasūtītāji spēj nolīgt labi apmaksātus nozaru ekspertus darbu veikšanai. Novatorisms muzejos likumsakarīgi ienāk atšķirīgā veidā. Vai nu ieinteresētā puse nāk ar piedāvājumu radīt jaunu kultūras produktu vai pakalpojumu, izmantojot muzeja resursus, vai arī abas puses vienojas īstenot kādu koprades projektu.

Šobrīd populārā ideja par koprades telpām muzejos vērtējama kā no muzeju pirmsākumiem zināmās muzeja laboratorijas tradīcijas atdzimšana jaunā formā. Koprade kā muzejpedagoģijas metode izriet no muzeju pieejamības filozofijas, kas arvien pamanāmāk ienāk muzeju ikdienā.

Kopradei var būt dažādas formas. Līdz Covid-19 krīzei ar kopradi galvenokārt tika saprasta mentora uzraudzībā koordinēta līdzdarbošanās fiziskā telpā, galvenokārt ar analogiem darbarīkiem. Noslēdzoties otrajam pandēmijas gadam, par vienlīdz vērtīgu pamatoti tiek atzīta arī digitālā koprade, kā to parāda daži piemēri, kas šeit aprakstīti.

Populārs koprades veids ir ideju konkurss. Piedāvātais piemērs ņemts no domnīcas *Creative Museum* sagatavotā izdevuma Eiropas muzeju organizāciju tīklam *NEMO* 2018. gadā – *Museums and Creative Industries. Case Studies from Across Europe* (*Muzeji un radošās industrijas. Eiropas piemēru studijas*).

Kartējot labās prakses piemēru lauku Baltijas reģiona muzejos, izcilu koprades piemēru atklājām Igaunijas Nacionālajā muzejā Tartu, kurš savam suvenīru veikalam vēlējās izstrādāt etnogrāfijas kolekcijās balstītu suvenīru līniju, saistībā ar izstādi *Food We Cook* (*Ēdiens, ko gatavojam*), kas jau no 2016. gada bija muzeja pastāvīgās ekspozīcijas daļa. Izvēlētajā metode mērķa sasniegšanai bija atvērts konkurss par labāko un novatoriskāko vēsturiskā materiāla (tradicionālā ēdiena) kulinārijas un dizaina interpretāciju, kas sakņota kolekcijās.





Muzejs savu ideju raksturo šādi:

“

2018. gada vasarā tika rīkots pārtikas suvenīru konkurss, lai apzinātu un popularizētu tradicionālo ēdienu receptes, tās prezentējot ar mūsdienīgu interpretācijas pieskārienu, šādi palīdzot jaunajiem uzņēmējiem reklamēt savus produktus. Kopumā konkursam tika iesniegtas 28 produktu idejas, un iesniedzēji saņēma atsauksmes par to gastronomisko kvalitāti, dizainu un jauno produktu saistību ar pārtikas mantojumu. Uzvarējušie produkti ir pārdošanā muzeja veikalā un ir tiesīgi izmantot Igaunijas Nacionālā muzeja zīmolu produktu mārketingā.

”

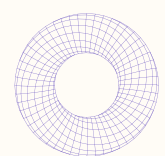
<https://www.ne-mo.org>

Jaunradītie suvenīru līnijas produkti ne tikai skaisti izskatās un labi garšo – tie stāsta kādu noteiktu stāstu par vietas identitāti, reģionālo savdabību, etnogrāfiju un tradicionālo virtuvi. Radīti sadarbībā starp pieredzējušiem un jauniem radošajiem aģentiem, tie stiprina kopienas saites un radošo industriju piesaisti muzejam. Ieguvēji ir arī gala lietotāji – muzeja apmeklētāji –, kuru dzīve kļūst labāka, lietojot jaunradītās preces un pakalpojumus, un ekonomika kopumā, kuru “silda” produktu pievienotā vērtība un sabiedrības labbūtība.

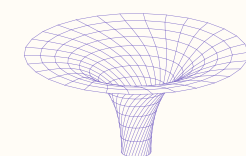
A wireframe globe is centered behind the text. It consists of a grid of lines forming a sphere, with a vertical line passing through its center.

Reģionālais
Muzejs 2025.
Tendences

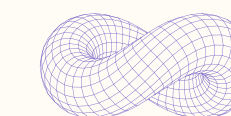
Universālas receptes nav. Ir tendences, kurām sekojot muzejs reģionā var iemiesot labāko no "Domā globāli, rīkojies lokāli!" moto.



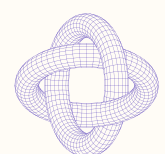
Ilgtermiņa pārvaldība – resursu apvienošana, sadarbības un partnerības veidošana



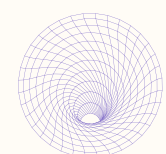
Fiziskā un digitālā koprade



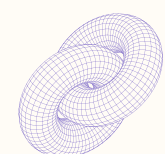
Krājuma e-pieejamība – produktu un pakalpojumu ar augstu pievienoto vērtību tapšanas priekšnosacījums



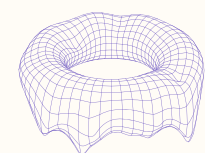
Ieguldījums cilvēkresursos – profesionālā tālākizglītība un digitālā prasme



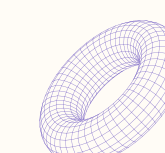
Digitālās platformas – muzeja iespēja būt redzamam e-vidē



Muzeja pārstāvība – kopienas iesaistes un sabiedriskās padomes lomas stiprināšana



Digitālā stratēģija kā ceļa karte
Muzejam 2025



Trīspusējas sadarbības principa ievērošana: muzejs, radošo profesiju pārstāvji un tehnoloģiju nodrošinātājs (saturs, forma un tehnoloģijas)

Rokasgrāmatas izstrādātājs:

domnīca *Creative Museum*

(direktore, muzeoloģe Ineta Zelča Sīmansone un
PhD muzeja studijās Raivis Sīmansons)

Literārā redaktore:

Austra Celmiņa-Ķeirāne

Grafiskais dizains:

Edvards Percevs

Pasūtītājs:

Preiļu novada pašvaldība

Šī rokasgrāmata sagatavota ar Eiropas Savienības finansiālo atbalstu projektā *Museum 2020*. Par šīs rokasgrāmatas saturu pilnībā ir atbildīga Preiļu novada pašvaldība, un tas nekādā veidā nevar tikt izmantots, lai atspoguļotu Eiropas Savienības uzskatus.

Par projektu *Pārrobežu vēstures un kultūras mantojuma veicināšana ar muzeja inovāciju palīdzību / Museum 2020*: projekta mērķis ir izveidot pārrobežu sadarbības platformu un radīt nosacījumus, lai nodrošinātu arvien lielāku tūristu un apmeklētāju interesi par kultūrvēsturisko mantojumu pierobežas teritorijā. Vadošais projekta partneris – Preiļu novada pašvaldība (LV), partneris no Lietuvas – Panevėžas Novadpētniecības muzejs (LT). Eiropas Savienības dalībvalstis ir nolēmušas apvienot savu kompetenci, resursus un likteņus. Kopā tās ir izveidojušas stabilitātes, demokrātijas un ilgtspējīgas attīstības zonu, vienlaikus saglabājot kultūru daudzveidību, toleranci un personisko brīvību. Eiropas Savienība labprāt dalās savos sasniegumos un vērtībās ar valstīm un cilvēkiem ārpus Eiropas Savienības robežām.



Preiļi, 2022

ISBN: 978-9934-9077-1-5

©

Preiļu Novada pašvaldība
Creative Museum
Edvards Percevs