

## **Skolas muzejs jeb muzejs skolā: radošs palīgs izglītības darbā.**

Demokrātiskajās sabiedrībās jau kopš pagājušā gadsimta 80-tajiem gadiem izglītības jomā par sabiedrotajiem līdzās skolām un citiem izglītības funkciju nesošiem institūtiem mērķtiecīgi cenšas kļūt muzeji. Likumsakarīgi, ka, attīstoties demokrātiskai sabiedrībai, arī Latvijā muzeji arvien aktīvāk meklē sadarbības iespējas ar skolām un skolu vidē vairojas interese par muzeju piedāvājumu. Vairākām Latvijas skolām ir lielisks priekšnoteikums, lai saikne starp skolu un muzeju veidotos īpaša, jo skolās mājvietu radis skolas muzejs, kas kāda pašai izveidota pedagoga izlolots un kolēģiem tālāk mantojumā nodots, dzīvo savu dzīvi. Šī raksta uzdevums ir izgaismot skolas muzeja dzīves jēgu un paplašināt darbības apvārsņus.

### **No kolekcionēšanas līdz muzejam**

Ikvienu muzeju esamību un darbības iespējamību raksturo būtiski priekšnoteikumi. Fiziskajā pasaulē pamanāmākais ir muzeja krājums, kuru parasti veido muzeja mērķtiecīgi veidotās kolekcijas. Vēstures, sabiedrības un indivīda personības pētnieki ir pierādījuši, ka tieksme kolekcionēt ir ļoti sena, universāla sociāla parādība. Cilvēki visos laikos ir vākuši un krājuši gan materiālas, gan nemateriālas liecības par savu eksistenci. Arī mūsdienās šajā jomā nekas būtiski nav mainījies. Kolekcionēšana joprojām ir pašsaprotama, apzināti un mērķtiecīgi veidota indivīda dzīves daļa – citam vairāk, citam mazāk nozīmīga, kādam vairāk, citam mazāk izteikta, taču neiztrūkstoša aktivitāte jau no mazotnes. Kolekcionēšana palīdz veidot, attīstīt un nostiprināt indivīda attiecības ar realitāti. No iepriekš rakstītā izriet, ka skolas, kuras var lepoties ar savu muzeju, ir radījušas vērtīgu platformu, kur pilnveidot un attīstīt savu audzēkņu kolekcionēšanas tieksmes, iesaistot skolēnus kolekcionēšanas darbā. Taču muzejs skolā ir kas vairāk nekā privātu kolekciju krātuve. Būdam visai skolas kopienai nozīmīgs, muzejs ir publisks institūts, kas spēj ne tikai izglītēt, bet arī iedvesmot un motivēt muzeja radīto produktu (ekspozīciju, izstāžu, lekciju, publikāciju, ekskursiju, akciju, konkursu utt..) lietotājus.

### **Skolas muzejs - demokrātisks muzejs**

Gluži tāpat kā publisko muzeju vēsture, kuras pirmsākumi meklējami turpat divus gadsimtus senā pagātnē, aizsākās ar privātu kolekciju publiskošanu, arī skolas muzeja sākums parasti ir privāta iniciatīva – vākt, apkopot, glabāt, kā rezultātā top kolekcijas par skolas vēsturi, tradīcijām, vērtībām un sadzīvi. Atskatoties muzeju evolūcijas

vēsturē, atklājas, ka lūzuma punkts publisko muzeju vēsturē bija brīdī, kad aptuveni pirms gadsimta piedzima ideja par demokrātisku muzeju. Ideja bija pavisam vienkārša - apkopot dažādas privātas kolekcijas un interpretēt tās plašai publikai, lai sekmētu tās izglītību, redzesloka paplašināšanos un lietderīgu atpūtu (1). Minētā ideja privāto kolekciju mudināja uzlūkot kā visai sabiedrībai nozīmīgu, pašu sabiedrību raksturojošu un tās vērtības atspoguļošu, sabiedrībai piederošu. Ļoti daudzi muzeji gan Latvijā, gan citur mūsdienu pasaulē, radušies, sekojot demokrātiskā muzeja idejai. Arī muzeji Latvijas skolās ir šīs idejas bērni, tamdēļ, mudinot skolu audzēkņus aktīvi līdzdarboties skolas muzeja dzīvē, ikvienā skolēnā ir iespējams iedēstīt izpratni par muzeja kolekciju un krājuma lomu gan indivīda, gan sabiedrības dzīvē. Ņemot vērā iepriekš izklāstīto, skolas muzejā varam saskatīt sociāli atbildīgas institūcijas iezīmes, kas ir ļoti būtiski, jo paver plašas attīstības iespējas gan muzejam, gan tā lietotājiem.

### **Muzejs kā sociāli atbildīgs institūts**

Doma par muzeja kā sociāli aktīvu un atbildīgu sabiedrības institūtu ir muzeju jomas aktualitāte jau kopš pagājušā gadsimta 90-tajiem gadiem. Kā atzinis viens no pagājušā gadsimta izcilākajiem muzeja jomas teorētiķiem Stīvens Veils, mūsdienīgi muzeji, kas mainījušies, reaģēdami uz pārmaiņām sabiedrībā, ir pārveidojušies - no institūcijas, kas stāsta *par kaut ko*, tie ir kļuvuši par vietu, kas kalpo *kādam* (2). Šis kāds publiska muzeja gadījumā ir sabiedrība, kamēr skolas muzejam tā ir skolas kopiena. Ja pirmajā brīdī šķiet, ka kalpošana sabiedrībai ir pašsaprotama un tamdēļ mērķtiecīgi attīstīta muzeja funkcija, tad progresīvie muzeju jomas teorētiķi un praktiķi allaž šo atziņu cenšas apstrīdēt, norādot uz virkni nepilnību praktiskajā muzeja darbā. Viens no šobrīd pasaulē pamanāmākajiem muzeju jomas līderiem, Liverpūles muzeju apvienības vadītājs Deivids Flemings norādījis, ka patiesa sociālā atbildība ir tā, kad muzeja personāls uzņemas saistības *identificēt un apmierināt sabiedrības vajadzības, izvirzot tās par savu galveno prioritāti*, tādējādi pasludinot tās par nepieciešamību, par savas darbības vadmotīvu (3). Skolas muzeja gadījumā par muzeja vadmotīvu jākļūst skolas kopienas vajadzībām.

### **Ar ko sākt, lai identificētu skolas kopienas vajadzības?**

Skolas kopiena ir indivīdu kopums, kas apvieno visus, kas tieši vai pastarpināti ir piederīgi skolas dzīvei un, domājot par skolu, to apzīmē ar vārdu savienojumu „mana/mūsu skola”. Skolas kopienā ietilpst gan skolēni, kas patlaban mācās skolā, gan skolotāji, gan viņu vecāki, gan vecvecāki, arī skolas absolventi, gan bijušie pedagogi u.c.. Lai skolas muzeja darbs būtu efektīvs, ir jāpazīst sava kopiena, jāizzina tās vajadzības un muzeja aktivitātes mērķtiecīgi jāveido tā, lai šīs vajadzības tiktu

pamierinātas. Lai izpētītu kopienas vajadzības, ir jāņem vērā, ka tā sastāv no vairākām indivīdu grupām jeb segmentiem, kurus iespējams identificēt, liekot lietā konkrētus atlases kritērijus (vecums, dzimums, klašu grupas u.c.). Šiem segmentiem ir iespējams konstatēt līdzīgas vajadzības. Daži segmentu piemēri: sākumskolas skolēni, sākumskolas meitenes, vidusskolas zēni, sākumskolas skolēnu vecāki, pamatskolas skolotāji, absolventi, kas absolvējuši vidusskolu pēdējo 5 gadu laikā u.c..

Vajadzību izpētē parasti izmanto sabiedriskās domas izpētē pielietoto metožu klāstu: anketēšanu, aptauju, fokusa grupu intervijas u.c.. Svarīgi ir izdomāt, ko tieši vēlas noskaidrot, jo tas palīdzēs izvēlēties piemērotāko metodi, kā arī izstrādāt tās instrumentu. Piemēram, sākumā būs ļoti vērtīgi, ja skolas muzejs veiks kvantitatīvu pētījumu, lai noskaidrotu to, cik lielā mērā skolas kopiena apzinās muzeja nozīmi savā dzīvē? Šajā gadījumā laba izpētes metode varētu būt anketēšana, bet instruments – aptaujas anketa. Muzeja uzdevums būs izdomāt anketas jautājumus, izvēlēties veidu kā anketēšana notiks, apkopot anketēšanas ceļā iegūtos datus un veikt to analīzi. Iegūtā informācija būs vērtīga viela pārdomām par muzeja darba efektivitāti. Svarīgi un allaž noderīgi veicot jebkuru aptauju, piefiksēt aptaujas dalībnieku demogrāfiskos datus (vecumu, dzimumu).

### **No vispārīgo kopienas vajadzību apzināšanai līdz konkrētam muzeja produktam.**

Līdzīgi var tikt īstenoti arī atsevišķu kopienas segmentu pētījumu, lai noskaidrotu, viedokli par kādu konkrētu tēmu, kuru muzejs iecerējis skart kādā no plānotajām aktivitātēm. Pieņemsim, ka, apzinot viedokli par to, kādas ekspozīcijas skolas muzejā vēlētos apmeklēt skolas kopiena, tiek noskaidrots, ka viena no tēmām, kas, šķiet interesanta, ir to mācību priekšmetu apmācības vēsture, kurā mācību procesā notikusi aktīva līdzdarbošanās un tapis taustām rezultāts. Skolas muzejs, ņemot vērā šo viedokli, kā arī faktu, ka muzeja krājumā ir dažādi priekšmeti un dokumentālas liecības par mājturības izglītību skolā, izvēlas veidot retrospektīvu un interaktīvu ekspozīciju par mājturības stundu vēsturi skolā. Kad tēma izvēlēta, muzeja uzdevums ir identificēt topošās ekspozīcijas galveno mērķauditoriju. To var izvēlēties, ņemot vērā iepriekš veiktās aptaujas demogrāfiskos datus. Pieņemsim, ka izvēle krīt par labu pamatskolas skolēniem gan zēniem, gan meitenēm. Nākamais solis – identificēt citas mērķauditorijas, kas šajā gadījumā varētu būt, piemēram, pamatskolas klašu skolēnu vecāki, mājturības pedagogi u.c..

### **Kā izveidot muzeja ekspozīciju, kas spēj iedvesmot apmeklētājus?**

Kad mērķauditorijas noskaidrotas, tad darbā pie ekspozīcijas izveides vēlams iesaistīt dažus izvēlēto mērķauditoriju pārstāvjus gan aicinot ģenerēt idejas par to, kādai ekspozīcijai būt, gan dodot konkrētus uzdevumus, kas saistīti, piemēram, ar muzeja

krājuma pētniecību, gan piesaistot kādas konkrētas aktivitātes testēšanas fāzē. Šāda muzeju darbības prakse mūsdienās ir sastopama ne vienā vien muzejā. Kad 2011.gadā Liverpūlē (iedzīvotāju skaits: 466400) tika atvērta jauna pilsētas muzeja ēka un tajā tika atklāt pilsētas vēstures ekspozīcija, tās izveidē muzeja aicināti iesaistījās vairāki tūkstoši liverpūliešu. Viņu viedoklis bija svarīgs un līdzdalība nozīmīga muzeja pamatekspozīcijas satura veidotāja. Kad 2012. gadā tapa Cēsu vēstures un mākslas muzeja pamatekspozīcijas sadaļa par pilsētas viduslaiku vēsturi, tās izveidē, lai atspoguļotu to cik multikulturāla bija sabiedrība, tika iesaistīti 30 visdažādāko paaudžu cēsinieki. Viņu uzdevums bija ierunāt tēvreizes tekstu četrās dažādās senās valodās, kādās komunicēja viduslaiku Cēsīs. Kad 2013.gadā Melānijas Vanagas muzejs veidoja virtuālo ekspozīciju par Latvijas pirmo okupāciju un iedzīvotāju deportācijām, tās izveidē tika iesaistīti 17 ekspozīcijas galvenās mērķauditorijas pārstāvji – bērni, pusaudži un jaunieši, kuru uzdevums bija veikt balss ierakstus skaņu studijā, lai iedzīvinātu ekspozīcijas saturu veidojošos represēto dzīves stāstus. Minētās ekspozīcijas aplūkojamas Liverpūlē, Cēsīs un Melānijas Vanagas muzeja virtuālā ekspozīcija tās mājvietā [www.esipats.lv](http://www.esipats.lv)

Mērķauditoriju iesaiste ekspozīciju izveidē, palīdzēs radīt ekspozīciju, kas būs interesanta izvēlētajai mērķauditorijai, turklāt tā potenciālajos pameklētājos raisīs interesi par ekspozīciju jau tās tapšanas posmā un tādējādi sekmēs komunikācijas, kā arī ekspozīcijas lietotāju identificēšanās procesu. Arī citu muzeja produktu izveidē ir lietderīgi iespēju robežās iesaistīt mērķauditoriju pārstāvjus.

### **Kā ekspozīciju pārvērst veiksmīgā komunikācijas rīkā?**

Muzeja ekspozīcija ir muzeja komunikācijas rīks. Ekspozīcijas saturu viedo vairāki galvenie vēstījumi, kuru uzdevums ir sasniegt apmeklētāju. Muzeja ekspozīcijas veidotāju uzdevums ir ne tikai izvēlētajai mērķauditorijai/ām saprotami definēt šos vēstījumus, bet arī izvēlēties tiem nodošanai vispiemērotākos komunikācijas kanālus, kā arī sekot līdz tam, vai vēstījums sasniedz apmeklētāju, un konstatēt, kā apmeklētājos to iztulko(saprot). Veiksmīgam komunikācijas procesam ir raksturīga mērķtiecība. Lai komunikācija būtu izdevusies, tās izmantošanai muzeja darbā jābūt ļoti pārdomātai. Izvēloties komunikācijas kanālus jāņem vērā, kā indivīdi izzina pasauli. Piemēram, zināšanas par to, ka indivīds pasaules izzināšanā izmanto visas piecas maņas, paver plašas ekspozīcijas vēstījumu komunikācijas kanālu iespējas, kas snieg unikālu muzeja pieredzi ikvienam ekspozīcijas pameklētājam. Atgriežoties pie idejas par mājturības apmācības vēsturi skolā, un kā vienu no vēstījumu piemēriem izvirzot atziņu, ka mājturības stundām piemīt radošuma dzirksts, kas skolēnam sniedz unikālu un turpmākajā dzīvē noderīgu praktiskas darbošanās pieredzi, iespējams: izvēlēties eksponēt kādu konkrētu muzeja priekšmetu, ar kura starpniecību atklāt unikālu stāstu,

kas skaidri izgaismo izvēlēto vēstījumu apmeklētāja uztverē īpaši aktivizējot redzi; izvēlēties iemūžināt vairākus bērnu un vecāku atmiņu stāstus par mājturības stundās pieredzēto nelielos video darbos un iekļaut tos ekspozīcijā, lai pārraidītu vēstījumu īpaši aktivizējot dzirdi un redzi; ekspozīcijas apmeklējuma laikā apmeklētājam ļaut pagatavot kaut ko pašam, izmantojot kādu gardu ēdienu recepti, kuru mājturības stundā lietoja tad, kad skolā mācījās skolēna vecāki, tādējādi nodrošinot, ka apmeklētājs vēstījumu uztvers iedarbinot tausti, garšu un ožu. Komunikācija uzskatāma par veiksmīgu, ja apmeklētāju atgriezeniskā saite apliecina, ka vēstījumi, kurus ekspozīcijas veidotāji izvēlējušies pārraidīt apmeklētājiem, ir sasnieguši adresātu un ir saprasti.

### **Pretim radošākam un lietotājam draudzīgākam skolas muzejam**

Apzinādamies savu sociāli atbildīgo lomu un uzņemdamies tās mērķtiecīgu īstenošanu, skolas muzejs nepārprotami apjautīs to, cik daudzveidīgi un daudzpusīgi tas spēj darboties un būt noderīgs skolas dzīvē. Paturot prātā, ka jebkura sociāli atbildīga muzeja pamatā ir izglītojošais darbs un mantojuma interpretācija ir radošs process, muzeja krājums pārtaps aizraujošā instrumentā, kas palīdzēs skolēniem, skolotājiem, skolas absolventiem, vecākiem izzināt sevi, stiprinās piederības apziņu skolai un rosinās atbalstīt skolas centienus. Muzejs kalpos skolas kopienai un ieguvēji būs visi.

#### Raksta tapšanā izmantotie avoti:

1. Kamerons, Dankans F., „Muzejs templis vai forums.”, 2008.gada Baltijas Muzeoloģijas vasaras skolas mācību materiāli. *Raksts ir pieejams latviski Baltijas Muzeoloģijas vasaras skolas mājas lapas mācību materiālu sadaļā. Saite: <http://www.bms.edu.lv/lv/academic-resources/>*
2. Weil, Stephen E., „From Being about Something to Being for Somebody: The Ongoing Transpormation of the American Museum”, *Daedalus* (Vasara, 1999), Vol. 128, 229.lpp.. Šī raksta kopija pieejama šajā saitē: <http://isites.harvard.edu/fs/docs/icb.topic862568.files/Supplementary%20Readings/Weil%201999.pdf>
3. Flemings Deivids, „Kas ir muzeja būtība?”, 2009.gada Baltijas Muzeoloģijas vasaras skolas mācību materiāli. *Raksts ir pieejams latviski Baltijas Muzeoloģijas vasaras skolas mājas lapas mācību materiālu sadaļā. Saite: <http://www.bms.edu.lv/lv/academic-resources/>*
4. Abt, Jeffrey, „The Origins of the Public Museum”, 8.nodaļa grāmatā „A Companion of Museum Studies”, BlackWell Publishing, 2006.
5. Džeimsa, Alisone, „Ievads apmeklētāju izpētē” . *Raksts ir pieejams latviski Baltijas Muzeoloģijas veicināšanas biedrības mājas lapā. Saite: [http://www.muzeologija.lv/sites/default/files/dzeimsa\\_ievads\\_apmekletaju\\_izpete.pdf](http://www.muzeologija.lv/sites/default/files/dzeimsa_ievads_apmekletaju_izpete.pdf)*
6. Carbone, Stan, „The Dialogic museum”, *Muse* (Ziema 2003), Vol.XXI/1, 36-39.lpp..