

Matkaraportti

ICOM MPR 17. – 20.9.2010

Brno

Tove Vesterbacka/Helsingin kaupunginmuseo

Osallistuin Brnossa pidettyyn ICOM/MPR(Marketing and Public Relations) –seminaariin syyskuussa 2010. Seminaarin tämänkertaisena teemana oli Measuring (and Promoting) Museum Success, eli vapaasti suomennettuna museoiden menestyksen mittaaminen ja siitä viestiminen.

Brnossa ensimmäinen päivä alkoi tervetuliaiskokoonnutumisella Moravian Galleryssa, jolloin suurin osa osallistujista oli jo saapunut paikalle ja kuulumisia vaihdettiin vapaamuotoisissa tunnelmissa paikallisen ruuan ja juoman parissa.

Seminaarin kaikki virallinen ohjelma pidettiin Moravian Galleryssa. Ensimmäinen päivä alkoi ICOM MPR:n puheenjohtaja Marjo-Riitta Saloniemen ja seminaarin pääasiallisen järjestäjän Simona Jurackovan tervetuliaispuheilla, jonka jälkeen ensimmäinen varsinainen puhuja astui estradille.

Dave O'Brien Leedsistä paneutui melko teoreettisella tasolla teemaan ”What is value?” =Mitä arvo on? Hän jaotteli museoista koetun arvon kolmeen eri osa-alueeseen: arvo hintana, eli taloudellinen arvo, arvo eettisestä näkövinkkelistä, eli ero oikean ja väärän välillä, sekä arvo oman identiteetin ilmaisemismuotona.

Toinen päivän pääpuhujista, Lynn Dierking Oregon State Universitystä, paneutui hänkin museoiden vaikuttavuuteen ja painotti sitä että museoiden pitää olla läsnä ja olemassa yhteiskuntaa ja yhteisöjä varten, ei oman olemassaolonsa vuoksi. Museoiden pitää olla mukana parantamassa ihmisten elämänlaatua. Hän heitti kysymyksen jonka jokaisen museon tulisi kysyä itseltään säännöllisesti: ”jos sulkisimme ovet huomenna, huomaisiko sitä kukaan?”

Seuraavien päivien aikana saimme kuulla monia mielenkiintoisia esitelmiä vaikuttavuus- teeman ympärillä. Yksi mieleenpainuvimmista oli professori Carol Scottin esitelmä ”How does the public measure the success of museums and how do we capture intangible values?”

Tämä kysymys koskettaa kaikkia museoita, koska monet yleisömmekokemista hyödyistä eivät ole konkreettisesti mitattavissa tai ainakaan perinteisin keinoin niitä on hankala saada mitattavaan muotoon. Miten esimerkiksi mitata ja verrata yleisön kokemaa ”löytämisen iloa” tai ”yhteenkuuluvuuden tunnetta”? Tällaisista hyödyistä on myös hankala raportoida ja niiden vertailukelpoisuus on heikkoa. Samalla mitattavuus on äärimmäisen tärkeää, koska museoiden on jo yleistä olemassaoloonsa puolustaakseen kyettävä esittämään faktoja toimintansa vaikuttavuudesta. Mitään absoluuttisia keinoja ei Carolillaakaan ollut esittää, mutta joitakin mielenkiintoisia lähestymistapoja hänellä oli. Hän kertoi muun muassa

tapauksesta jossa monikulttuurisuuden toimivuutta (tai vähemmistö kulttuurin sopeutumista enemmistökulttuuriin) oli mitattu tarkkailemalla vähemmistökulttuurin järjestämiä tapahtumia ja mittaamalla enemmistökulttuurin edustajien osallistumisprosenttia näihin tapahtumiin.

Brnossa järjestetty seminaari oli kaikin puolin mielenkiintoinen ja antoisa ja uskon että jokaisella osanottajalla oli kotiin tullessaan tuliaisina paljon jatkotyöstettävää materiaalia, niin oman työn, organisaation, kuin koko museokentänkin suhteen.