



Tosiasia kuitenkin on, että suomalaisissa museoissa ei ole vielä toistaiseksi totuttu suorasukaiseen kaupalliseen markkinointiin. Museot kun ovat epäkaupallisia ja voittoa tavoittelemattomia laitoksia, eikä museoissa yleensä ole sen enempää kaupallista osaamista kuin taloudellisia resurssejakaan ryhtyä laajoihin mainoskampanjoihin. Lisäksi uskaltaisin väittää, ettei näitä museoörvättejä suuremmin kiinnosta tuhлата vähäisiä voimavaroja tympeäksi koettuun markkinointityöhön, kun työtä on muutenkin liikaa ja henkilökuntaa liian vähän. Tutkimuksen tieteellinen taso ja näyttelytoiminta koetaan usein – aivan syystä – tärkeämpänä kuin kaupallinen menestys tai yleisön suosio. Mediaseksikäs museo on vähän kuin mummo minihameessa: kiusallinen katsella eikä erityisen vakavasti otettava.

Epäkaupallisuudesta ja örvättimäisestä hiljaiselosta on kuitenkin valitettavia seurauksia. Akavan erityisalat on viimeaikaisten tiedotteidensa mukaan erityisen huolissaan jäsentensä kohtuuttoman alhaisesta palkkauksesta. Syynä tähän pidetään naisvaltaisten alojen työntekijöiden liiallista kiltteyttä ja hiljaisuutta. Vasta valmistuneena historian maisterina olen raivostuttava usein viimeisen kuukauden aikana törmännyt ihmisten vähättelevään suhtautumiseen, kun kerron haluavani työskennellä museossa. Useimmiten todetaan, että ”niitä töitä ei taida paljon olla” tai jopa että ”mitä siellä museossa sitten tehdään?” Olisiko nyt viimeinkin syytä nostaa itsestään hieman meteliä, eikä pesiä tyytyväisenä museoiden nurkkiin. Onhan kaikkien etu, että se oivallusten ja menneisyyden ymmärtämisen ilo, josta historian ja kulttuurin tutkijat saavat nauttia työssään joka päivä saatettaisiin yhä useampien ihmisten ulottuville. En nyt tarkoita sitä, että olisi ryhdyttävä Helmenkalastajamaiseen itsekorostukseen, mutta ei ole myöskään mitään syytä olla liian vaatimaton. Museotyö on arvokasta ja jännittävää, museotyöntekijät seksikkäitä! Örvätit, nouskaa koloistanne!

