

Museoon?

Laura Saloluoma

- *Bertie!*
- *Tervehdys, Agatha-täti.*
- *Oletko nähnyt Hemmingwaytä?*
- *En. Aioinkin juuri puhua siitä kanssasi.*
- *He ovat järjestäneet sinulle pienen retken Illmouthin museoon.*
- *En halua mihinkään halvatus museoon.*
- *Bertie! Ole hyvä ja siisti suusi. Illmouthin museo on kuulu piikivikokoelmastaan.*
- *Lääkäri sanoi, että en saa enää vilkaistakaan piikiviä. Onhan se surullista.*
- *Älä puhu pötyä. Ja seiso suorassa!*

Edellä oleva keskustelu on otos P.G. Woodhousen klassikkokirjoihin perustuvasta brittiläisestä tv-sarjasta *Jeeves and Wooster*. Kuvaus on hyvä esimerkki silloin tällöin populaarikulttuurin tuotteissa esiintyvistä kuvauksista museoista pölyisinä ja tylsinä paikkoina, joiden kätköistä ei juurikaan löydy mitään jännittävää. Toista ääripäätä edustavatkin sitten erilaiset toimintarymistelyt, joissa museot saavat toimia interiöörinä materiaalisessa mielessä tuhoisalle juonenkululle, joka jättää jälkeensä yleensä suuren kasan hajonnutta rekvisiittaa autoista ja arvokkaista maljakoista statisteihin.

Mitä sinulle tulee mieleen sanasta museo ja kuinka paljon mielikuviasi vaikuttavat museoita koskevat omakohtaiset kokemuksesi? Miltähän museo-sana kalskahtaa sellaisen ihmisen korvaan, joka on käynyt museossa ehkä kerran elämässään ja millainen vaikutus eri medioiden tarjoamalla kuvalla museoista tässä tapauksessa on? Mitä mahdollisuuksia museoilla on toimia oman tunnettuutensa ja näkyvyytensä lisäämiseksi? Tällaisia kysymyksiä on hyvä pohtia silloin tällöin, niin museoiden, kuin muidenkin laitosten kohdalla joiden toiminnan kannalta vapaaehtoisesti paikalle tulevat kävijät ovat oleellisia.

Esimerkiksi Turun katukuvassa museot näkyvät joko konkreettisina, keskeisillä paikoilla sijaitsevina rakennuksina, mainoksina valotauluissa tai – ohiajavien bussien kyljissä. Tärkeää on kuitenkin paitsi saada ihmiset tietoisiksi museon olemassaolosta, myös saada heidät tulemaan niihin paikanpäälle. Jo eräänlaisiksi maamerkeiksi muuttuneet museorakennukset eivät ehkä kärsi

tuntemattomuuden ongelmasta, mutta joskus lienee tarpeen muistuttaa varsinkin museoiden tarjontaa vähemmän hyödyntäville osapuolille, että pysyvien perusnäyttelyiden lisäksi useat museot tarjoavat vaihtuvia, usein teemaltaan hyvinkin ajankohtaisia näyttelyitä.

Kun ihminen sitten saapuu museoon, on käyntikokemus, mikäli se on onnistunut, tietysti aina hyvää mainosta museolle. Tuntiessaan saaneensa jotain vierailustaan ihmiset tulevat mielellään uudestaan ja levittävät sanaa myös ympärilleen. Näkyvyyttä voi saada myös esimerkiksi näyttelystä kirjoitetulla lehtiartikkelilla, jonka ei aina tarvitse edes olla myönteiseen sävyyn kirjoitettu. Myös arvostelulla, joka koostuu lähinnä negatiivisesta kritiikistä on oma mainosarvonsa; paitsi että se lisää museon tunnettuutta se voi myös haastaa ihmisiä tulemaan paikanpäälle muodostamaan oman mielipiteensä.

Museoiden kannalta tärkeää on myös yhä uusien ikäluokkien kiinnostuksen herättäminen museoiden tarjontaan. Varsinkin suuremmat museot toimivatkin usein monin tavoin yhteistyössä koulujen kanssa ja erilaiset koululuokkien tekemät ekskursiont mahdollistavat tutustumisen museoon ja sen toimintaan myös niille lapsille ja nuorille, jotka eivät ehkä muuten sinne esimerkiksi oman perheensä aloitteesta eksyisi.

Sanotaan, että museot ovat muuttuvassa yhteiskunnassa taas kerran uusien haasteiden edessä. Museoviraston vuonna 2007 julkaiseman *Museot vaikuttajina – Tarve- ja tavoitekartoitus* -raportin mukaan tällaisia haasteita tarjoaa muunmuassa globalisaatio sivuvaikutuksineen; esimerkkinä tästä vaikkapa kulttuuristen ilmiöiden yhä enenevä tuotteistaminen ja maailmanlaajuinen markkinointi. Toisaalta esimerkiksi yhdeksi museoiden tulevaisuuden haasteista koettu tietoyhteiskuntakehitys tuo mukanaan myös uusia mahdollisuuksia, kuten museoiden aineistojen tuomisen tietotekniikan keinoin uusien käyttäjien ja käyttäjäryhmien ulottuville. Vaikka museoiden tehtävänä onkin toimia yhteiskunnan muistina ja historian edustajana on nykypäivän kehityksessä mukana pysyminen tärkeää toiminnan jatkuvuuden kannalta.

Entäpä miten päättyy alussa mainittu esimerkki Bertien ja Agatha-täidin kädenväännöstä? Kaikki, joille sarja on ennestään tuttu arvannevat, että lopulta Agatha-täti saa jälleen kerran tahtonsa läpi ja Bertie Wooster löytää itsensä rankan pyöräilyrupeaman jälkeen enemmän tai vähemmän innostuneena Ilmouthin museosta, kuuluisan piikivikokoelman ääreltä. Kyseisessä fiktiivisessä tapauksessa tuskin voidaan siis puhua vapaa-ehdoisesta museokävijästä. Toisaalta kyseessä saattaa olla vain väärä aika ja paikka; Bertien kaltaista nuorta herrasmiestä olisi voinut piikivien sijaan kiinnostaa enemmän esimerkiksi uhkapelien historia...

* * *

Kuriositeetikabi.net on uudistunut tänä keväänä 2008 monella tavoin. Lehden web-vastaava Timo Muhosen käsialaa oleva nettisivujemme uusittu ilme ja [toimituksen uusi kokoonpano](#) toivottaa uudet ja vanhat lukijat tervetulleeksi Kuriositeetikabi.netin kevätnumeron pariin!

Juttujen laaja kirjo yltää Miia Hutun eräästä arkistojen kätköstä löytyvästä ihmiskohtalosta kertovasta artikkelista Ringa Takasen Emil Cedercreutzin museota kansainvälisten tendenssien valossa käsittelevään artikkeliin, vain muutaman aiheen monesta mielenkiintoisesta mainitakseni. Mukana on nyt myös ensimmäistä kertaa pienenä kevennyksenä museoaiheinen sarjakuva, joka tällä kertaa on lähtöisin Eva Sirénin kynästä.

Valoisia kevätpäiviä ja hyviä lukuhetkiä lehden parissa!