

MUUSEUMIDE MISSIOONID MAJANDUSLIKE NÕUDMISTEGA VASTAMISI: KOMPROMISSID JA PIIRID, MIDA MITTE ÜLETADA

Francois Mairesse

Muuseumide maailm on viimase veerandsajandi jooksul surutud loogikasse, mis tunnistab turujõudude domineerimise üha aktiivsemat ilmsikstulekut. Moodsa muuseumi arengulugu on näinud küllalt muutusi ja kakskümmend viis aastat ei moodusta vaadates selle leiutamist alates küll kuigi pikka perioodi, nii võime teha üsna vähe lõplikke järeldusi. Kindlasti ei saa järeldada, nagu poleks muuseumil majandusega midagi pistmist ja et see varsti võtab oma avaliku institutsiooni koha tagasi, nagu ei saa ka kujutleda muuseumi ja tarbimismaailma praegustest seostest tulenevalt, et muuseum areneb järkjärgult sisuliselt eraettevõtteks muutumise suunas, sarnaselt teemaparkidele.

Vastupidi, on kindel, et sisuliselt moodsa muuseumi algaegadest peale eksisteerib palju sidemeid muuseumi ja majandusmaailma vahel. Kaugeltki mitte muuseumide suhtes ükskõiksed, on paljud kapitalistid olnud nendega kestvates sidemetes: Rothschild'id, Rockefeller'id, Gulbenkian'id ja teised Getty-sugused, nagu ka Fugger'id juba kapitalismi algaegadel. Seda üllatavat suhet ei seleta kasumlikud põhjused, olgugi et muuseumid on kasu mõistega seotud. Vähemalt Leibnitzist alates on teatud majandusliku edu idee käinud muuseumi institutsiooniga kaasas, kõrvuti tööstusmuuseumide (tehniliste laborite), aga ennekõike kujutavatele kunstidele pühendatud asutuste arenguga. Seda kaudse kasu fenomeni, mis on eriti ilmekalt vaadeldav kommertsmuuseumide puhul, kasutatakse tihti tänapäevalgi muuseumi turismi arenguga sidudes¹.

Muuseumid ei ole kunagi turust täiesti eraldatud olnud. On isegi teatud hulk muuseume, mis on loodud täiesti kasumlike asutustena. Paljud nendest muuseum-ettevõtetest tegutsevad siiaamaani, ent enamasti pole need museoloogiasektori professionaalide poolt, kes välistavad kasumi mõiste, „tõeliste” muuseumidena tunnustatud. Selget piiritõmbamist nende kahe mõiste vahele nagu kaasajal pole sugugi alati olemas olnud, 19. sajandil kasutas arvukalt uurijaid selliste muuseumide kogusid või ajutistel näitustel eksponeeritud esemeid teadmiste allikana. Seda piiri on samas järjest raskem tõmmata, arvestades seda kaubanduslikku pööret, mille enamus klassikalisi muuseume viis läbi 1980ndatel. Teame selle tulu tähtsust, mida

¹ MAIRESSE F., Justification, raison ou trahison? Les musées face au développement économique, *actes du colloque „un musée pour une ville”* Maison du Roi, 25-27 avril 2002, Bruxelles, Maison du Roi, 2003, p. 89-94.

annavad muuseumipoed, kohvikud ja erinevad tooted, aga ka autoriõiguste või piletite müük enamuses suuremates muuseumides. Nende sissetulekute tähtsus on viinud isegi mõned auväärsed institutsioonid selleni, et nad on andnud oma näitusepinnad eraettevõtete hallata, viimased aga jätavad konservaatorite hooleks vaid teadus- ja konserveerimistööd². Suurte ajutiste näituste tähtsus finantstulemuste, aga võib-olla ennekõike muuseumide populaarsuse jaoks (külastajate, investorite ja metseenide hulgas või poliitikamaailmas) toob kasutatud marketingiviisi või ka välja pakutud näituste valiku kaudu täiendavalt kaasa muuseumitegevuste kvaliteedi languse riski. Kaubandus – ennekõike suured poed ja nende kaubaesitusviisid – on tihti mõningaid muuseumi tegevusi üle võtnud, neid isegi arendanud ja parandanud, ka siin on piiri üha raskem määratleda. Isegi niivõrd, et kohati osutub muuseumi spetsiifika tajumine väga keeruliseks: „Kas pedagoogiline personal ikka täidab veel kõrgelt harivat funktsiooni või on nende tegevus lihtsalt üks elegantne lasteaia vorm või laste hoiukoht nagu on välja pakkunud IKEA?”³ märgivad irooniliselt Guerzoni ja Troilo.

Samas on täiesti selge, et muuseumid peavad ühtsuse ja kestvuse huvides sõltuma riigist. Muuseumid on alati olnud võimu instrument, neid on kasutatatud prestiiži kinnitamise, hariduse ja sotsiaalse arengu eesmärkidel, lühidalt sotsiaalse ühtekuuluvuse tagamiseks, aga ka majanduslikus või turismialases konkurentsisis teiste riikide või majandusüksustega⁴. Ainult seotus riigiga on taganud muuseumile jätkuva arengu uurimispoliitikates ja kogude säilitamises. Üsnagi piiratud ajavahemikul, nn. kolmekümne hiilgeaasta jooksul, langes muuseumidele osaks nii tegevuse kui ka neile riigi poolt määratud vahendite märkimisväärne kasv sellise määrani, et muuseumidele näis, nagu oleksid nad avaliku võimu haldusaparaadi ainus koostisosa.

Neid kaht vaatepunkti, kumbagi toetamas oma loogika, ei saa iseenesest käsitleda muuseumi jaoks heade või halbadena, olgugi et heaoluriigi toetajate silmis on turunduse normide järgi määratletud muuseum korralikuks toimimiseks sobimatu. Samamoodi on mõistetav, et puristlik neoklassikaline majandusteadlane käsitleb avaliku võimu hallatavaid muuseume kui ebaefektiivseid hülbeid. Need kaks voolu on ilmselt määratud koos eksisteerima, isegi kui mingist piirist kipuvad nad üksteist välistama (näiteks ultraliberaalse majandusteadlase

² Nii on läinud Culture Espace'iga, mis haldab näiteks Jacquemart André' muuseumi Pariisis. Vt: http://www.musee-jacquemart-andre.com/culture/edito/fr_edito1.htm, ja AZIMI R., La gestion de la culture confiée au privé, *Le Journal des Arts*, 181, 21. november 2003.

³ GUERZONI G., TROILO G., Pour et contre le marketing, raamatus *L'avenir des musées*, actes du colloque organisé au Musée du Louvre, 23-25 mars 2000, Paris, Réunion des musées nationaux, 2001, p. 140.

⁴ MAIRESSE F., *Le musée, temple spectaculaire*, Lyon, Presses universitaires de Lyon, 2002.

William Gramppi⁵ visioon ja endistes kommunistlikes maades levinud nägemus, mida siiamaani arendab Põhja-Korea muuseum). Võiks öelda, et see kooseksisteerimine toimib, sest need kaks lähenemist rakenduvad erinevatel tasanditel: riigi puhul on selleks poliitika, turu puhul aga kasum. Ometi on hoobilt täheldatavad kahe maailma vastastikused mõjutused, sest just kasumi nimel sekkub riik, et luua tööstus- või kommertsmuuseume, rajada muuseumide infrastruktuure, mis toodaksid turismitulu jne. Igal juhul on raske vaid ühest või teisest tasandist lähtuvalt analüüsida muuseumi üldist toimimist ja mõista selle suhteid riigi või turuga, veelgi vähem on võimalik nii tuletada mingeid piire, mida ei tohiks ületada, muidu võib muuseumi olemus kardinaalselt muutuda.

Võttes arvesse seda, mida on olnud võimalik täheldada viimase poolsaja aasta jooksul, on täiesti kujuteldav, et riik võtab poliitilistel kaalutlustel uuesti muuseumid täiesti oma kontrolli alla, mis tähendaks kahtlemata vähem finantsprobleeme, ent tooks vältimatult kaasa teisi, avaliku sektori loogikaga seotud raskusi: erapooletuse ja võrdsuse taotlus, mis on avalikule võimule omane, tingib samas ka kaalukate ja komplekssete haldusprotseduuride rakendamise, mis on aastaid aidanud kaasa administratsiooni kafkaliku kuvandi kujunemisele. Samamoodi on võimalik, et riik teistel põhjustel jätkab oma eemaldumist, mis viiks möödapääsmatult meile tuntud muuseumide süsteemi ümberkujunemiseni: vähem ja väiksemaid asutusi, varukogude müümine, ennekõike populaarsed näitused jne. Tegelikult olekski olulisim karakteristik asutuste eluiga, mis oleks selgelt lühem kui siis, kui muuseumid sõltuvad riigist. Lisanduvad tagajärjed pärandile üldiselt, mida võime pikas perspektiivis ette kujutada. Tõtt-öelda on muuseumi institutsioon sellisena, nagu me seda tunneme, eksisteerinud kõigest maksimaalselt kaks sajandit, mis on tõesti väga lühike aeg, võrreldes pika ajaga, millele laotub muid sündmusi, näiteks kontinentide või liustike triiv.

Naaskem nende kahe diskursuse juurde. Võime esmavaatlusel nentida, et riigi diskursus oma majandusse puutuv osas annab peamise rolli turule. Kui see aga hõlmab laiema poliitilise tasandi – kaasa arvatud majanduse, arvestades, et majandus üksi ei saa olla vahend, mis kõike arvesse võtab – jääb selle loogika siiski soodustama avaliku võimu olulist sekkumist ka muudel põhjustel kui turismitulu hankimine, tööturule sisenemise võimaluste ettevalmistamine jms. Vahetades kriteeriumi ja valides poliitika omad, mis on avaramad, võib tulemus olla vastupidine. Aga muuseumide finantseerimine, kuivõrd see ei saa sõltuda otseselt

⁵ GRAMPP W.D., A colloquy about art museums: economics engages museology , raamatus GINSBURGH V., MENDER P.-M. (Toim.), *Economics of the Arts - Selected Essays*, Amsterdam, Elsevier, 1996.

turust, riskides nii kiire pankrotiga, sõltub poliitilisest turust, mis on mõnikord samamoodi ebakindel.

Nii ei saa muuseumi, avaliku võimu ja erasektori suhete analüüs lõppeda siinkohal. Kui turust või riigist lähtuvalt on muuseumi käsitleda raske, on kahtlemata lihtsam kujutada kõigepealt ette muuseumi ennast ja selle loogikat, et paremini eristada ühtede ja teiste huvisid.

Nõnda võib muuseumi vaadata kui pärandimasinat, millel on kolm peamist funktsiooni, vastavalt siis säilitamis- ja uurimistegevus ning kommunikatsioon, väljaannete, aga ennekõike siiski nii ajutiste kui püsinäituste kaudu. Seda (kujuteldavat) masinat, mis loob dokumenteeritud kogusid, selle esemeid säilitatades ja eksponeerides, võib kasutada paljudel eesmärkidel. Traditsiooniliselt, moodsa muuseumi leiutamisest saadik, toodab see masin pärandit. Kui defineerime pärandit kui „iga eset või kogumit, nii materiaalselt kui mittemateriaalselt, mida tuntakse ja hinnatakse kollektiivselt nende tõendus- ja ajaloolise mälu väärtuse pärast ning mis seega väärivad kaitsmist, säilitamist ja väärtustamist”, peab aru saama, et see ongi muuseumi pärusmaa, kui muuseum esemeid kogub ja neid publikule esitades selgitab nende tõendus- ja mäluväärtust, kaitseb, säilitab ja väärtustab neid. Selle funktsiooni täitmine osutub edukaks vaid siis, kui rahvas tõesti külastab muuseume, siis loob rahvas pärandit enda jaoks ise.

Peame nentima, et (1) masin saab toota vaid koostöös publikuga, (2) seda võib mõnikord kasutada ka teistel eesmärkidel, isegi kui need ei puutu tema peamisse funktsiooni, (3) sealjuures toimib masin vaid seetõttu, et mingi osa inimesi on otsustanud selle luua ja seda kasutada.

Mitmed osapooled on valmis selle masina käigus hoidmiseks raha kulutama. Selleks on kõigepealt kõik masina kasutajad isiklikult. Nemad on ennekõike huvitatud masina toodangust – pärandist. Sellele toodangule on aga mitmesugust, nii meelelahutuslikku, rituaalset kui ka hariduslikku rakendust.

On teisigi osalisi, kes on valmis raha kulutama, et näha masinat toimimas ilma seda küll otseselt kasutamata, kuid saades kasu neist mõjudest, mida masin kaasa toob. Nendeks osapoolteks on ennekõike avaliku võimu sektorid (riik, regioonid, maakonnad, kohalikud omavalitsused jms) ning varem ka valitseja. Kõigi jaoks on muuseum üks instrumentidest

teiste seas, mis võimaldab, nagu seda märgib näiteks Briti Audit Commission⁶, kutsuda esile majanduse ja turismi arengut, parandada kodanike elukvaliteeti, edendada teadustööd ning säilitada ja jagada pärandit. Sellesse loetellu võib lisada asjaolu, et muuseum aitab ka arendada piirkonna mainet või brändi, tõsta haridust edendades või mingit kindlat sotsiaalset rolli täites sotsiaalset ühtekuuluvust, lühidalt: ühelt poolt on võimalik koonduda grupiliste ühtekuuluvusideede alla, teiselt poolt aga välise keskkonnaga konkureerimise idee alla.

Muuseum on üks erainvestori vahenditest, millega toota kasumit (kui on tegemist kasumlike ettevõtetega). Ettevõtja jaoks aitab muuseumi tegevus tuua kasumit tema firmale (kauba ostmise, tarbijate toomise, lepingu alusel mõningate kasumlike tegevuste haldamise kaudu). Nii võib ettevõtja olla mõnikord valmis muuseumi tegevuse eest maksma, ennekoike sponsoreerides. Muuseumi kasutatavus külastatavuse seisukohast mõjutab investori ja ettevõtja, aga ka riigi huvitatust kõige rohkem.

Erinevad muuseumi kasutajad on enamasti jagatud kahte lehte: riik (avalikud investorid) ja turg (tarbijad, sponsorid). Ent puudu on selle riigi ja turu vastanduse vahele jäävad osalised, kes samas mõjutavad muuseumi tegevust otseselt ja märkimisväärselt. Me juba mainisime suuri kapitaliste, keda leidub muuseumide läheduses tihti ja kes mängivad nõustajate või metseenide rolli. Samuti peame siinkohal nimetama ka muuseumi sõprade ühinguid ning ka heategevusorganisatsioone. Tegelikult peame aga esile tooma (nii raha, aja kui esemete) annetajaid tervikuna, kelle motiivid ei ole ei turust ega riigist lähtuvad, ent kelle tegevus mõjutab muuseumide toimimist sügavuti.

Annetuse loogika haakub halvasti kohustusega teenida raha (millega tegeleb turg) või arendada piirkonda majanduslikult või turismialaselt (millega vaevab ennast riik): annetatakse teistel põhjustel, mida tihti ei ole lihtne selgitada. Marcel Mauss näitas juba kahe sõja vahelisel ajal selle pealtnäha nii spontaanse süsteemi loogikat: anda – saada – anda tagasi⁷. Muuseum saab annetusi – ja palju, ennekoike kollektsioonidest, aga ka raha ja aega – sest annetajad on muuseumilt midagi saanud või ootavad temalt midagi vastu. Selle loogika keskmes on identiteedi mõiste, mis on annetuse mehhanismide paljastamiseks esmatähtis:

⁶ AUDIT COMMISSION, *The Road to Wigan Pier ? Managing Local Authority Museums and Art Galleries*, London, HMSO, 1991.

⁷ MAUSS M., *Essai sur le don, forme et raison de l'échange dans les sociétés archaïques*, *Sociologie et anthropologie*, Paris, Presses universitaires de France, 1950.

andes ära oma kogutud esemed annab kollektsionäär ära osa iseendast ja muudab seeläbi muuseumi identiteeti. Antakse, et kuuluda mingisse gruppi või et kinnitada oma kuuluvust.

Annetuse loogika on samas mõnikord niisama ohtlik kui turu loogika. Kui esmapilgul on tegemist heldemeelsusega, ei ole annetus vaba konkurentsist, võitlustest, rivaliteedist, mille erinevad näited nagu *potlatch* ja *kula*, mida on kirjeldanud Boas ja Malinowski ning analüüsinud Mauss, ilmestavad seda üks paremini kui teine. Siiski pole ka annetused stabiilseks aluseks, mis institutsioonide toimimise tagaksid, pankrot luurab niipea, kui need lakkavad, ning, nagu rääkisime majandusturuga analoogselt poliitilisest turust, võime kindlasti rääkida ka annetuste turust.

Antakse, sest ollakse ise saanud või oodatakse midagi vastutasuks. Muuseum pakub niisiis midagi, mis toob talle kodanike tänulikkuse, aga mida on väga keeruline täpselt määratleda, eriti võrreldes mitmete teiste institutsioonidega. George Stevens, Toledo muuseumi direktor ja üks esimesi muuseumide hariva rolli edendajaid, pakkus järgmist määratlust, mida on hiljem kasutanud Jean Capart: „haiglad on väga kasulikud, nad annavad haigetele tagasi tervise. Kunstimuuseumid teevad veel rohkem, nad teevad terveid paremaks.”⁸. Väide, mis kehtib kõigi muuseumide puhul, liidab üheks esteetilise emotsiooni, refleksiooni ja muuseumide pedagoogilise funktsiooni, niisiis on neil kooli ja pühakojade vahele jääva teeristi roll. Sellist olemust on raske defineerida. Ühelt poolt, kunstimuuseumi puhul näiteks, on muuseum rohkem nagu pühakoda, juhtides süvenemisele inimlike saavutuste ees, kutsudes sisevaatlusele, teiselt poolt, ajaloo- ja teadusmuuseumide puhul, esitab muuseum ennast harivamast küljest, sünnitades imestust ja soovi rohkem teada saada, innustades kutsumusi. See vaidlus on iidne ja seda on võimatu lõpetada, need muuseumi kaks palet on kahtlemata nagu kaks samasse reaalsusse viivat rada.

Aga kindlasti ei ole see muuseumi potentsiaalne sarnasus teemapargiga, ega ka selle piirkonna majanduslikku või turismialast arengut soodustavad omadused, mis panevad metseene oma linnale muuseumi kinkima või selle ülalpidamist finantseerima.

Asjaolud, mis panevad inimesi muuseumi arengule kaasa aitama, pole kindlasti mitte needsamad, mille tõttu riik majandusliku osapoolena finantseerib mõningaid muuseumi

⁸ CAPART J., *Le rôle social des musées*, raamatus *Le temple des musées*, Bruxelles, Musées royaux d'Art et d'Histoire, 1936, p. 121

tegevusi või mis paneksid turgu muuseumist huvituma. See vastandus võib mõnikord ilmnedä äärmuslikult, eriti siis, kui muuseum vahetab oma rahastamisallikaid. Serge Chaumier' uurimus Neuville'i ökomuuseumist ja vabatahtlike suhetest avaliku võimu ja turuga on just sellest seisukohast kõnekas⁹. Kui avaliku võimu pooldajatel on tihtipeale turu rolli osas kartusi, siis vabatahtlike hirm avaliku võimu sekkumise pärast nende tegemistesse ja turu mõjude pärast muuseumi toimimisele on võibolla isegi suurem.

Annetus lubab võrdselt ümber lükata nii tervenisti riigi kui tervenisti turu juhitud muuseumi pooldajate seisukohad. Sest kui need kaks leeri päriselt olemas on, unustavad mõlemad ühe või mitu muuseumi tähtsat mõõdet: turg ei suuda kunagi arvesse võtta tuleviku tarbijaid, aga annetajad kujutlevad muuseume just tulevaste põlvete jaoks, sama põhimõtet toetab ja kinnitab ka riik. Samas on riigil reageerimiseks, vastuse andmiseks vaja märkimisväärselt ajavaru, annetus, aga ka turg, suudavad reageerida kohe. Tegelikult peaks kolme põhimõtte kooslus laskma kõige paremini muuseumi tööprintsipi reguleerida, kõigi lähenemiste eelised peaksid liituma. Kas on mingeid piire, mida mitte ületada? Kõik sõltub kardetavatest tagajärgedest... On ilmselge, et muuseumi liigsel turustumisel on pikas perspektiivis omad tagajärjed, ent on ka selge, et ainult riigile toetumine ja muuseumi riigiasutuseks muutmine on samavõrra piirav. Mulle tundub, et selles debatis on tähtsaim mitte kaotada silmist rolli, mida mängib annetus, mis selles kuidagi mustvalges duellis pidevalt ära unustatakse. Võiks vastu väita, et nende kõigi seast on just annetus võibolla see süsteem, mille najal muuseum kõige kauem püsinud on. Ilma annetusteta muuseum tähendab ilmselt muuseumi missiooni suhtes suuremat vastuolu kui miski muu. Mis tähtsust on kogude säilitamisel või müümisel, kui seda tehakse majanduslikel kaalutlustel ja mitte selleks et „terveid paremaks teha”? Aga ka siin on kogu küsimus väärtustes.

⁹ CHAUMIER S., *Des musées en quête d'identité*, Paris, l'Harmattan, 2003.