

SASKAŅOTS
v/a „Latvijas Etnogrāfiskais brīvdabas muzejs”
direktore

APSTIPRINU
v/a „Latvijas Etnogrāfiskais brīvdabas muzejs”
Zinātniskās padomes priekšsēdētājs

_____ I. Millersone

_____ M. Kuplais

31.10.2011.

31.10.2011.

Komunikācijas politika

Politikas mērķis

Lai izglītotu un informētu sabiedrību par Latvijā vēsturiski dzīvojošo tautu kultūras mantojumu, darba un sadzīves tradīcijām un estētisko pasauli, pilnvērtīgi izmantojot tradicionālās un attīstot jaunas muzeja komunikācijas formas, nodrošināt apmeklētāju apkalpošanu centrālajā brīvdabas ekspozīcijā Rīgā, kā arī *in situ* lauku ekspozīcijās – muzejā „Vēveri” Vecpiebalgas novadā un zemnieka-zvejnieka sētā „Vītolnieki” Rucavas novadā.

Muzeja komunikācijas politikas raksturojums

Istenojot komunikācijas politikas mērķi, Latvijas Etnogrāfiskajā brīvdabas muzejā ir iedibinājušās un tiek izmantotas šādas galvenās tradicionālās formas muzeja komunikācijai ar interesentiem, apmeklētājiem un citiem muzeja lietotājiem:

- (1) Latvijas Etnogrāfiskā brīvdabas muzeja pamatekspozīcijas Rīgā – 118 tautas celtniecības pieminekļu, jeb 31 apskates kompleksu pieejamība sabiedrībai 365 dienas gadā. Ekspozīcijas nodrošina iepazīšanos ar Latvijas iedzīvotāju tautas celtniecības pieminekļiem no 17. gs beigām līdz 20. gs. 30 gadiem;
- (2) Zinātniski pamatotu ekspozīciju (interjeru) apskate ar diferencētu apmeklētāju apkalpošanas intensitāti ziemas un vasaras sezonās (vasarā – vismaz 2/3 kompleksu jābūt pieejamiem katru dienu, t. sk. centrālajiem katra novada kompleksiem; jānodrošina kompleksu pieejamība muzeja darbinieka pavadībā pēc pieprasījuma ziemas sezonā, kā arī ārpus regulārā atvēršanas laika);
- (3) Pastāvīgās tematiskās ekspozīcijas (izstāžu veida) – Zemnieku sauszemes transportlīdzekļi, Linu apstrādes darbarīki, Zemnieku pūra lādes, tēlnieka Mārtiņa Zaura kokskulptūras, Dravniecības un biškopības piederumi, Zemes apstrādāšanas un ražas novākšanas darbarīki un mašīnas, Veļas mazgāšanas piederumi;
- (4) Ar muzeja krājumu saistītu muzeja darbinieku sagatavotu, kā arī muzeja sadarbības partneru veidotu izstāžu organizēšana muzeja izstāžu zālē; ekspresizstāžu veidošana muzejā un ārpus muzeja telpām;
- (5) Krājuma priekšmetu deponēšana, izmantošana reproducēšanai muzeja popularizēšanas, izglītības un citiem nekomerciāliem un komerciāliem mērķiem;
- (6) Regulāri amatu demonstrējumi ekspozīcijā; vasaras sezonā – dažādās sētās, katru dienu, ziemas sezonā – nedēļas nogalēs, apkurināmās iekštelpās muzeja teritorijā;

- (7) Amatniecības tēmām veltītie ikgadējie pasākumi un gadskārtu ieražu ikgadējie pasākumi, kā arī citi ar muzeja profilu saistīti pasākumi, piemēram, sadarbībā ar Kultūrizglītības un nemateriāla kultūras mantojuma centru, folkloras kopām, pašvaldībām, izglītības iestādēm u. tml.;
- (8) Tautas lietišķās mākslas darinājumu gadatirgus organizēšana katru gadu jūnija pirmās nedēļas nogalē;
- (9) Muzejpedagoģiskās programmas un ekskursijas dažādām vecuma grupām (pārskata, tematiskās, interaktīvās) latviešu, krievu, angļu un vācu valodās;
- (10) Ekspozīcijas ir nodrošinātas ar īsām anotācijām latviešu, angļu un krievu valodās;
- (11) Muzeja publikāciju un reklāmas iespieddarbu sagatavošana un izplatīšana;
- (12) Muzeja tiešsaistes vietnes un sociālo tīklu profilu uzturēšana un aktualizēšana;
- (13) Muzeja teritorijas noma korporatīvo un citu pasākumu vajadzībām;
- (14) Ar muzeja nomnieku starpniecību: distanču slēpošanas iespējas ziemā; gastronomija Priedes krogā un vasaras sezonā – Pūnītē; zirgu izjādes iespējas muzeja teritorijā;
- (15) Sadarbības līgumi ar dažādiem tūrisma operatoriem ar mērķi palielināt apmeklētāju plūsmu;
- (16) Latvijas Etnogrāfiskā brīvdabas muzeja lauku ekspozīcija muzejs „Vēveri” *in situ* Vecpiebalgas pagastā – 16 senceltnes, t. sk. 6 ekspozīcijās apmeklētājiem pieejamas interjera vai atklātā krājuma ekspozīcijas;
- (17) Latvijas Etnogrāfiskā brīvdabas muzeja lauku ekspozīcija zemnieka-zvejnieka sēta „Vītolnieki” *in situ* Rucavas pagastā – apmeklētājiem pieejams sētas komplekss un interjera ekspozīcijas 3 ēkās; tradicionālā Annas dienas pasākuma organizēšana katru gadu jūlijā.

Nākamajā periodā muzeja uzdevums ir ne tikai izkopt, pilnveidot, modernizēt un nostiprināt tradicionālās komunikācijas formas, bet arī meklēt aizvien jaunus veidus un instrumentus, kā visplašākajai sabiedrībai kompetenti un iedvesmojoši komunicēt muzeja saturu.

Izklāstīto muzeja komunikācijas kanālu daudzveidība, komunikācijas kvalitāte un intensitāte no vienas puses balstās muzeja ilgajā darba pieredzē, no otras – cieši saistīta ar muzeja rīcībā esošajiem resursiem. Sekmējot muzeja pieejamību, komunikācijas politikas īstenošanā jāiesaistās visiem muzeja darbiniekiem.

Lai nodrošinātu ekspozīciju pieejamību apmeklētājiem, absolūti nepieciešams ir noteikts uzraugu skaits, kuri nereti jānodarbina arī ārpus darba laika, piemēram, pasākumu dienās. Lai atdzīvinātu sētas ar amatniekiem, praktizētu „dzīvo bilžu” u. tml. metodes, muzejam būtu vēlams papildus ieguldīt personāla resursos un attiecīgo pakalpojumu pirkšanā. Tāpat sarežģītajā materiālajā situācijā viens no steidzami risinājumiem jautājumiem ir, kā uzlabot muzeja darbinieku saskarsmes kultūru, kā panākt visu muzeja darbinieku noturīgi labvēlīgu attieksmi pret apmeklētājiem.

Pēdējos gados muzejs ir veicis atsevišķus veiksmīgus jauninājumus apmeklētāju apkalpošanas jomā, piemēram, vasaras sezonā ir ieviests pagarinātais muzeja darba laiks – iegādājoties vakara biļeti, muzeja teritoriju iespējams aplūkot līdz 20:00. Ieviesta elastīgāka ieejas biļešu sistēma, piedāvājot sezonas biļetes, ģimenes biļetes, drauga kartes. Tiek meklēti arī jauni izplatīšanas kanāli, piedaloties dažādās akcijās, konkursos u. tml.

Muzeja ekspozīcijas kvalitāte un pieejamība sabiedrībai ir atkarīga arī no muzeja kultūrvēsturiskās vides (žogi, vārti, stādījumi u. c. vidi veidojošie elementi ārpus muzeja krājuma) un eksponēšanas apstākļu pastāvīgas uzturēšanas un atjaunošanas. Ilgstošs finansējuma, darbaspēka, materiāli tehniska nodrošinājuma un materiālu trūkums neļauj muzeja kultūrvēsturisko vidi sakopt un uzturēt teicamā tehniskā kārtībā. Apmeklētāju apkalpošanas jomā tas negatīvi ietekmē kopējo vides kvalitāti, kā arī izraisa dažādus ar apmeklētāju ērtībām saistītus trūkumus. Piemēram, novecojušais ieejas mežgls (mūsdienīga velosipēdu novietne, bagāžas glabāšanas iespējas, piknika un uzturēšanās vieta grupām u. c.), pieejamība cilvēkiem ar dažādiem funkcionāliem traucējumiem u. tml.

Būtisks faktors, piedaloties tūrisma pakalpojumu tirgū ir muzeja pasākumu plānošanas savlaicīgums, informācijas materiālu operatīva izplatīšana svešvalodās, suvenīru un amatniecības izstrādājumu iegādes iespējas u. tml. Muzejam elastīgi un profesionāli jāspēj reaģēt uz tūrisma industrijas prasībām. Muzeja gidiem jābūt kompetentiem un prasīgiem saskarsmē ar dažādu grupu vajadzībām.

Kopš 1971. gada organizētais Tautas lietišķās mākslas gadatirgus gan muzeja pazīšanas zīme, gan viens no izšķirošiem finansējuma avotiem muzeja darbības nodrošināšanai. 2010. gada vasarā eksperimentāla kārtā sarīkota alternatīva – Mūsdienu amatniecības gadatirgus. Izvērtējot kopējo tirgu un gadatirgu piedāvājumu mūsdienu Latvijā, muzeja uzdevums ir atrast īpašu, atšķirīgu nišu un plašai sabiedrībai pievilcīgu veidu, kā kļūt par izcilu tradicionālās un mūsdienu amatniecības praktizēšanas, popularizēšanas un tirgošanas vietu.

Būtiska muzeja un krājuma komunikācijas joma ir muzeja pētnieciskā darba rezultātu komunikācija, muzeja profesionālās ekspertīzes un kompetences izplatīšana. Viens no būtiskiem komunikācijas kanāliem šajā jomā ir muzeja ikgadējā zinātniskā konference, kas ir vienīgais regulārais brīvdabas muzeju ekspozīciju veidošanas un uzturēšanas jautājumiem veltītais pasākums Latvijā.

Muzeja lauku nodaļās *in situ* – „Vēveros” un „Vītolniekos” jānostiprina katrā vismaz viens ikgadējais pasākums un kopumā jāpaplašina un skaidri jāpozicionē piedāvājums: veidojot dabas takas, izstrādājot īpašas muzejpedagoģiskās programmas (brīvdabas lomu spēles, ceļojumi laikā), pēc iespējas piedāvājot nakšņošanas iespējas, uzlabojot norāžu un apmeklētājiem pieejamās informācijas apjomu, skaidrāk profilējot šo autentisko eksponēšanas vietu tematiku, kā arī izmantojot atsevišķus ekomuzeja elementus. Piedaloties lauku apvidu attīstībā, vienlaikus ciešāk jāsadarbojas ar vietējām kopienām.

Paredzami politikas rezultāti

Apmeklējumu skaita dinamikas uzlabošanās; auditorijas daudzveidība: muzeja apmeklētāju un lietotāju grupu dažādības pieaugums; muzeja un krājuma komunikācijas kanālu daudzveidības pieaugums; muzeja popularitātes pieaugums sabiedrībā; pakalpojumu kvalitātes pieaugums; apmeklētāju apmierinātības pieaugums; muzeja konkurētspējas pieaugums vietējā un Baltijas reģiona tūrisma pakalpojumu tirgū.

Darbības spējas uzlabošanas pasākumi 2012-2016

- (1) Muzeja pakalpojumu klāsta paplašināšana, t. sk. izveidot jaunu regulāro sarīkojumu – Mūsdienu amatniecības festivāls.
- (2) Sastādīt izstāžu programmu 2013-2016 muzeja Izstāžu zālei, paredzot 2 – 3 izstādes gadā, variējot to apmeklēšanas laiku no 1 - 3 mēnešiem, kā arī plānojot 2-3 ekspresizstādes.
- (3) Plānot un uzsākt muzeja ieejas mezgla modernizēšanu.
- (4) Atjaunot un papildināt muzeja reklāmas un informācijas (t. sk. audiovizuālo) materiālu, suvenīru klāstu, pastāvīgi nostiprināt esošos un apgūt jaunus muzeja komunikācijas kanālus.
- (5) Veicot muzeja reklamēšanas un citus sabiedrības informēšanas pasākumus, izmantot iespēju informēt arī par „Vēveriem” un „Vītolniekiem”.
- (6) Identificēt problēmas, plānot un uzsākt uzlabojumus muzeja vides pieejamības jomā (t. sk., cilvēkiem ar dažādiem funkcionāliem traucējumiem).

Sagatavoja: M. Kuplais

Sagatavošanā piedalījās: U. Sedleniece, D. Kraukle, I. Ārgale, I. Rampāne

Politikas dokuments izskatīts un apstiprināts Zinātniskās padomes sēdē 2011. gada 31. oktobrī