

ČĀRLZS LENDRIJS
UN MARKS PAHTERS

KULTŪRA

KRUSTCELĒS:

Kultūra
un kultūras institūcijas

21. gadsimta sākumā

ČĀRLZS LENDRIJS UN MARKS PAHTERS

**KULTŪRA KRUSTCELĒS:
Kultūra un kultūras institūcijas
21. gadsimta sākumā**

No angļu valodas tulkojusi Jolanta Treile

Culturelab
2010

**Culture at the crossroads: Culture and Cultural Institutions
at the Beginning of the 21st Century**

Pirmpublicējums 2001. gadā, Lielbritānijā, Comedia

© Marc Pachter, Charles Landry

Comedia,

The Round, Bournes Green

Near Stroud, GL6 7NL, UK

ISBN 1 837667 13 2

e-mail: charleslandry@comedia.org.uk

www.comedia.org.uk

www.charleslandry.com

Latviešu valodas izdevums:

Biedrība "Culturelab"

Reģ. nr. 40008095067

L. Paegles iela 2D-26, Cēsis, LV-4101

e-pasts: info@culturelab.com

www.culturelab.com

Grāmatas tulkošanu un izdošanu latviešu valodā atbalstījuši:



ISBN 978-9984-49-223-0

Tulkojums latviešu valodā: Jolanta Treile

Redaktore: Ieva Struka

Teksta salikums un vāka dizains: Jānis Grīnhofs

Tipogrāfija "Latgales druka"

Saturs

Priekšvārds latviešu izdevumam	7
Īstu sarunu nepieciešamība	7
Atklājot debates	10
Autora priekšvārds.	10
Satraukums kultūras frontē	11
Jaunu tēmu izvirzīšana debatēm.	13
Pārmaiņas kultūras ainavā	15
Iekārtojot skatuvi	15
Izaicinājums kultūrai	16
Pagātne un tagadne.	17
Stratēģiskās dilemmas kultūrai	22
Mainīgā kultūrpolitikas ainava	28
Argumenti kultūras aizstāvībai	28
Pieņēmumi	28
Jēgas un pieredzes krīze	29
Kas tiek gaidīts no kultūras?.	30
Kultūrpolitikas vēsturisks apskats	31
Rekonstrukcijas laikmets.	32
Līdzdalības laikmets.	33
Ekonomiskā pagrieziņa laikmets	34
Pagrieziens kultūras virzienā	35
Pašreizējā politikas pozīcija	38
Uz zināšanām un nodarbinātību balstītā politika	38
Uz tēlu virzītā politika.	38
Uz organizatoriskiem uzlabojumiem virzītā politika	39
Uz aizsardzību virzītā politika	39
Kultūras iekļaušana plašākā kontekstā	39

Kultūra un uzticēšanās	41
Kultūras pārdzīvojums	41
Runājot tēlos	42
Atklājot kultūras vīziju	44
Kultūras vadība un autoritāte	45
Kultūras institūcijas	47
Kartējot citus nozīmju laukus	48
Izvairoties no institucionālās formas	49
Kvalitātes īpašības	51
Reālais un dzīvais iepretī virtuālajam un atdarinātajam	52
Mediju māksla	55
Iekļaujošā kultūra	56
Mākslinieka loma	59
No izskolotā uz skolēnu	59
Mērīšanas robeža	61
Saglabāt labāko, atlikušo izgudrot no jauna	62
Noslēguma piezīmes	64
Atsauces	65
Radošās biogrāfijas	66

Priekšvārds latviešu izdevumam

Īstu sarunu nepieciešamība

Čārlzs Lendrijs — britu pilsētvides eksperts un viens no šīs grāmatas autoriem ir pazīstams kā idejas par radošu pilsētu jeb radošumu pilsētā virzītājs. Viens no viņa zināmākajiem darbiem ir “Radoša pilsēta” (“The Creative City”; 2000), kurā viņš norāda, ka pilsētu kā laikmeta norišu centru arvien vairāk skar aktuāli vietēja un globāla mēroga izaicinājumi un ka tādējādi pilsētas attīstības virzienus nosaka iedzīvotāju spēja mobilizēt radošuma potenciālu, liekot lietā savus talantus.

Čārlzs Lendrijs uzsāka koncepta “radoša pilsēta” iedzīvināšanu un pētniecību pagājušā gadsimta 80-tajos gados, reaģējot uz tā laika ekonomiskajām un sociālajām pārmaiņām. Viņš ir aicinājis skatīt radošumu kā aspektu, kas izpaužas visos pilsētas darbības līmeņos jeb veidos, kā tiek organizēta pilsētas sabiedrības dzīve. Lendrijs apgalvo, ka radošuma akumulēšana ir vitāli nepieciešama, lai pilsēta varētu rast atbilstošus risinājumus mūsdienu pasaules globālajām problēmām.

Britu padome ir sadarbojusies ar Čārlzu Lendriju un viņa vadīto aģentūru “Comedia” pilsētattīstības projekta “Radošās pilsētas” (“Creative Cities”) izstrādē un ieviešanā. Projekts “Radošās pilsētas” īstenots laikā no 2008. līdz 2011.gadam 15 Eiropas valstīs, iesaistot vairāk kā 100 pilsētas. Arī Britu padome Latvijā kopā ar tās sadarbības partneriem — organizācijām, radošiem indivīdiem, kultūras, pilsētplānošanas un inovāciju ekspertiem, kā arī pašvaldībām - ir aktīva šī projekta dalībiece. Projekta mērķis ir sniegt pilsētvides plānošanā iesaistītajiem vai ieinteresētajiem aktīvistiem prasmes, zināšanas un tiklošanās iespējas, veicināt sadarbību veidošanos starp dažādiem sektoriem (valsts un nevalstiskais, privātais; uzņēmējdarbības un kultūras sektori), kā arī radīt inovatīvas un radošas idejas pilsētvides uzlabošanai un ilgtspējīgai attīstībai.

Projekta “Radošās pilsētas” stūrakmens ir situācijas analīzes un ideju radīšanas metode “Nākotnes pilsētas spēle”, kas sniedz iespēju dažādu jomu, pieredžu, interešu un vecuma grupu pārstāvjiem sadarboties, radīt inovatīvas idejas un

risināt ar kādu noteiktu teritoriju (pilsēta, novads, apkaime) saistītus jautājumus, lai tādējādi uzlabotu dzīves kvalitāti konkrētā vietā. “Nākotnes pilsētas spēle” veiksmīgi ir izspēlēta vairākās Latvijas pilsētās — Rīgā, Cēsīs, Liepājā, Valmierā, Jelgavā, Jūrmalā, Ventspilī, Ogrē, Talsos, Salaspilī un citviet. Spēle ir pozitīvi pārsteigusi pilsētu pašvaldības un iedzīvotājus, parādot, ka ikkatrā pilsētā dzīvo radoši cilvēki, kuriem rūp savas pilsētas attīstība, un, pārspriežot savu viedokli ar domubiedriem, ir iespējams uzlabot apkārtējo dzīves vidi. Spēles laikā radītās idejas vēlāk veiksmīgi tiek ieviestas pilsētas dzīvē. Piemēram, Rīgā notikušās spēles “Pilsētvides risinājumi krīzes apstākļos” rezultātā radās pazīstamais projekts “Duka Rīga”, rodot jaunu pielietojumu ekonomiskās krīzes rezultātā pilsētas centrā esošajām tukšajām komercelpām.

“Nākotnes pilsētas spēle” parāda, ka katru pilsētu veido četru galveno raksturlielumu kombinācija — tie ir ekonomiskie, sociālie, vides un kultūras aspekti. Turklāt šie aspekti pastāv noteiktās attiecības, kas savukārt nosaka un veido kādas noteiktas pilsētas vai vietas individuālos “sejas vaibstus”. Kultūras un līdz ar to arī kultūras institūciju klātbūtne pilsētas tekstūrā ir svarīgs un neatņemams elements. Čārlzs Lendrijs norāda, ka tieši radošums un kultūra nosaka kādas pilsētas “raksturu” un tās unikālo pozīciju, vērtējot pilsētu pēc tās ekonomiskās izaugsmes potenciāla. Kultūras institūcijām šajā kontekstā ir būtiska loma, sējot radošuma, darbošanās, izziņas, pētniecības, aizrautības impulsus, uzkrājot un nododot zināšanas, pieredzes, attiecības un emocijas, līdz ar to iedvesmojot un motivējot cilvēkus izpaust un pielietot savus talantus un radošumu pozitīvo pārmaiņu procesa vadīšanā.

Gan Latvijā, gan Eiropā projekts “Radošās pilsētas” ir sekmējis sadarbību starp dažādu sektoru pārstāvjiem, iesaistot kopīgā diskusijā pilsētplānošanas speciālistus, arhitektus, politiķus, māksliniekus, uzņēmējus, skolotājus, pensionārus un skolēnus, nevalstiskā sektora pārstāvjus, kas ne vienmēr satiekas pie viena sarunu galda, tādējādi aicinot novērtēt ikkatra potenciālu un pienasumu radošās pilsētas veidošanā. Radoša lietu un redzējumu pārspriešana, iedzīvotāju, dažādu sektoru pārstāvju domu un ideju apmaiņa, dalīšanās ar pieredzēto ir svarīgs solis attīstības scenāriju rakstīšanā. Solis, kas nereti netiek pietiekami novērtēts, aizraujoties ar praktisko un taustāmo rezultātu.

Šīs grāmatas ievadā tās autori Čārlzs Lendrijs un Marks Pahters akcentē diskusiju, “īstu sarunu” nepieciešamību, lai saprastu, kas šobrīd notiek mūsdienu pasaulē, un lai iezīmētu, kurp doties tālāk. Grāmatas autori ir satraukti, ka par kultūras lomu, kultūras institūciju nozīmi izpratni, saturu un attīstības virzie-

niem mūsu sabiedrībā netiek pietiekami runāts, īpaši - salīdzinot ar ekonomikas vai politikas jautājumiem. Tomēr tieši šī — kultūras diskusija ir lielā mērā saistīta ar mūsu vērtību izpratni, kas ir sabiedrības attīstības pamatā.

Tāpat kā pilsētas arī kultūras institūcijas piedzīvo pārmaiņas. Tādēļ ir nepieciešama "īsta saruna" un diskusija par to, kā kultūras institūciju loma ir mainījusies pēdējos gadu desmitos un kāda varētu būt vai kādai vajadzētu būt kultūras institūciju misijai 21. gadsimtā. Grāmata "Kultūra krustcelēs: kultūra un kultūras institūcijas 21. gadsimta sākumā" ir labs sākums sarunai. Lai mums izdodas raits un jaunām atklāsmēm, izziņas prieka un vērtīgiem secinājumiem piepildīts turpinājums!

Ilze Saleniece

Britu padomes projekta "Radošās pilsētas" vadītāja Latvijā

Ilona Asare

Britu padomes projekta "Radošās pilsētas" dalībniece

— "Nākotnes pilsētas spēles" vadītāja

KULTŪRA KRUSTCELĒS: Kultūra un kultūras institūcijas 21. gadsimta sākumā

Atklājot debates

Autora priekšvārds

Ideja par grāmatu radās, Markam Pahteram secinot, ka šajos milzīgo pārmaiņu laikos kultūra atpaliek no ekonomikas un politikas, jo, atšķirībā no tām, vēl nav apstājusies un uzdevusi jautājumu, kurp šīs pārmaiņas ved. Ekonomistiem un politiķiem ir savi forumi, kuros diskutēt par aktuālajiem jautājumiem — piemēram, Davosa finanšu jomā, bet ar kultūru saistītiem cilvēkiem nav kur pulcēties, lai apspriestu kultūras iniciatīvas. Mēs nolēmām strādāt kopā un izveidot kaut ko līdzīgu “Kultūras Davosai”, piedāvājot intelektuālu augsni auglīgām debatēm. Mūs abus gan bažīgus darīja tas, ka parasti konferencēs pārāk maz vietas atvēlēts patiesām sarunām, vairāk kaut kā “pozicionēšanai”, dažkārt pat pozēšanai, tādēļ jau kopš pirmajām diskusijām 1998. gadā mēģinājām pulcēt kopā domubiedrus, kuri līdzīgi mums ir pārliecināti, ka patiesi atklātas diskusijas par kultūras un tās institūciju nākotni ir iespējamās un ka tādas rīkot ir vērts. Tika nodibināta partnerība starp Smitsonu institūtu, Getija fondu un *Comedia*, un sākās darbs, organizējot pirmo pasākumu Romā 1999. gada novembrī. Grāmatas pamatteksts tapis tolaik, kad ar Getija fonda atbalstu sanācām kopā, lai apspriestu dažas idejas. Līdz ar mums diskusijā piedalījās Anglijas Nacionālās portretu galerijas direktors Čārlzs Sumarešs Smits (*Charles Saumarez Smith*); mūziķis Braiens Īno (*Braian Eno*); rakstnieki Kazuo Išiguro (*Kazuo Ishiguro*) un Sūzana Ričardsa (*Susan Richards*); tagadējais performanču un inovāciju nodaļas vadītājs Londonā un *Demos* domātaves dibinātājs Džefs Malgans (*Geoff Mulgan*); sociologs un grāmatas “Mūsdienu nomadi” autors Alberto Meluči (*Alberto Melluci*); *New York Times* žurnālists Ādams Gopniks

(*Adam Gopnik*); Berlīnē mītošā kultūras konsultante un eksperte teātra jautājumos Kornēlija Dīmke (*Cornelia Dümcke*); psihologs un bijušais Īrijas Mākslas padomes vadītājs Kjarans Bensons (*Ciaran Benson*); finansists un Smitsonu institūta padomes loceklis Marks Lelands (*Marc Leland*); Eiropas kultūras plānošanas pētniecības vienības Leičesterā direktors Franko Biankini (*Franco Bianchini*); rakstnieks un kultūrpolitikas speciālists Fransuā Mataraso (*Francois Matarasso*) no *Comedia*; Džeks Meijerss (*Jack Meyers*) no Getija fonda un Klēra Fronvila (*Claire Fronville*) no Smitsonu institūta. Izvirzītās tēmas mēs izvērsti apspriedām arī ar daudziem interesentiem, kuri nevarēja atbraukt uz Romu, it īpaši ar rakstnieku Piko Aijeru (*Pico Iyer*), vēsturnieku Simonu Šamu (*Simon Schama*) un Bobu Palmeru (*Bob Palmer*) — Eiropas kultūras galvaspilsētas programmu direktoru Glāzgovā 1990. gadā un Briselē 2000. gadā.

Romas tikšanās apstiprināja, ka mūsu izvirzītie jautājumi ir samilzuši un steidzami jārisina. Ar Getija fonda un tā prezidenta Berija Munica (*Barry Munitz*) atbalstu 2001. gada novembrī Venēcijā notika “galotņu tikšanās”, kurai tika dots nosaukums “Kultūras pašreizējais konteksts”. Tā kā diskusijas bija nodevīgas, tika pieņemts lēmums šādas tikšanās katru otro gadu rīkot arī turpmāk, lai izvērtētu mainīgos apstākļus un rosinātu jaunu projektu rašanos.

Satraukums kultūras frontē

Nodoms pievērsties kultūras un kultūras institūciju nākotnes pētījumiem radās, jūtot resursu krīzes izraisīto satraukumu dažādās kultūras jomās. Ierastie kultūras finansēšanas avoti tiek pakļauti pārvērtēšanai, vaicājot, kādēļ un kādiem mērķiem kultūrai jādod nauda. Gan valsts institūcijas, kas finansē kultūru, gan arī privātie kultūras atbalstītāji, korporācijas un sociālā elite tagad prasa kultūras institūcijām pamatot un loģiski argumentēt savus mērķus un uzdevumus. Kultūras institūcijas, kuru mērķos neietilpst peļņas gūšana, vairs nevar cerēt, ka sabiedrība investēs tajās tikai tāpēc, ka tās ir “labas” jau pēc definīcijas. Organizācijas, kas piesaista mākslai sponsorus, ir pamanījušas, cik grūti pārliecināt filantropus vai biznesa cilvēkus, ka ir vērts ieguldīt līdzekļus kultūrā, ja līdzās ir sabiedrībai tik nozīmīgi un neatliekami risināmi jautājumi, kā, piemēram, vietējo kopienu attīstība, AIDS profilakse vai maznodrošināto pieeja informācijas tehnoloģiju līdzekļiem. Tā saukto “jauno” filantropu — Džordža Sorosa, Geitsu fonda, *Atlantic Trust* u.c. — pieeja krasi atšķiras no agrāko naudas devēju domāšanas. Tagad kultūras mecenātiem ir daudz svarīgāk

būt tieši iesaistītiem līdzekļu piešķiršanas procesā, būt drošiem par ieguldītās naudas ietekmi, kā arī izmantot savu naudu individuālu iespēju radīšanai, līdz ar to automātisks, iepriekš rūpīgi neizvērtēts atbalsts kultūras jomā vairs nepastāv, lai arī reizēm parādās negaidīta nauda, kā, piemēram, no loterijas Lielbritānijā.

Otra svarīga problēma, kas skārusi kultūru, ir konkurences pieaugums. Tādas institūcijas kā teātri vienmēr ir centušies uzturēt līdzsvaru starp klasiku, eksperimentiem un kases gabaliem, arī muzeji allaž ir bijuši vieta, kur zinātne sastopas ar izklaidi, taču tagad sacensība par to, kam piederēs cilvēku brīvais laiks, kļuvusi krietni rafinētāka. Pieaug tieksme pēc izklaides, tomēr cilvēki vēlas savā brīvajā laikā rast izglītojošo aspektu pat izklaidējošās vietās, līdz ar to komerciālas institūcijas cenšas rast iespēju sniegt šādas vērtības. Kas notiek, kad kultūra un komercija, izglītība un izklaide saplūst? Vai šo procesu pozitīvās un negatīvās sekas ir līdzsvarā?

Mēs īsti nezinām, kas notiek teātros, galerijās un muzejos, jo tie nesniedz sabiedrībai precīzi izmērāmus savas darbības indikatorus. Pēc apgaismības laikmeta priekšstatiem, ikviena kultūras pieredze pilnveido cilvēku, un šāds viedoklis kultūras institūcijām ilgstoši lika justies pašpārliecinātām un stabilām par saviem mērķiem. Tomēr pasaulē, kur viss tiek mērīts, ierastā uzticēšanās kultūras institūcijām ir izsikususi, un tām ir grūti pamatot savu lietderību,

Šobrīd dienaskārtībā izvirzās arī jauni uzdevumi. Viens no tiem ir paplašināt sociālo bāzi un veicināt daudzveidīgās sabiedrības iekļaušanos kultūras procesos. Izvirzot multikulturālus mērķus, izgaismojas kultūras daudzveidība un tiek sagrauti sabiedrībā pieņemtie vienotās kultūras kanoni, pieprasot no jauna izvērtēt kultūras robežas, jo īpaši nacionālās kultūras kontekstā.

Viens no veidiem, kā reaģēt uz jaunu apvēršņu pavēršanos, ir vienkārši ļauties straumei. Cits — meklēt pamatojumu jaunajam pagātnē. Mūsdienās sastopamas gan tādas institūcijas, kas pārāk centīgi rēķinās ar pasaules komerciālo ievirzi, gan tādas, kas to dara par maz. Vieni priecājas par plaisām kultūras viengabalainajā pamatnē, kamēr citi pretojas daudzu balsu un tradīciju iekļaušanai tajā, tomēr neviena no galējībām nerisina problēmu.

Tajā pašā laikā pasaulē vērojama neparasti spēcīga jaunu festivālu, muzeju un skatuves mākslas centru vairošanās, un tieši kultūrai atvēlēta galvenā loma pilsētvides atjaunošanā, gan īstenojot dažādu aktivitāšu programmas, gan

veidojot mākslas centrus. Ko tas liecina par situāciju kultūrā? Kādas vērtības aizstāv? Vai šī tendence saistāma tikai ar pilsētas tēla mainīšanu un tūristu pievilināšanu? Kā vērtēt tos muzejus, piemēram, no Gugenheima grupas, kas uzņemas pilsētu atjaunotnes lomu un aicina modes un dizaina komerciālo pasauli ienākt augstās mākslas svētajās teritorijās? Ko teikt par Ēdenes projektu Kornvolā, kur vecajās akmeņlauztuvēs iebūvētā iespaidīgu stikla kupolu virkne apvieno dabas ainavu ar mākslas programmu? Kas ir kultūras arguments un kas ir tās saturs?

Tārad satraukumu rada ne tikai kultūras finansēšanas problēmas, bet arī būtiskas izmaiņas kultūras ainavā, kas rada nepieciešamību pārskatīt kultūras institūciju jēdzienu un to pastāvēšanas jēgu.

Jaunu tēmu izvirzīšana debatēm

Mūsu mērķis, ievērojot minēto satraukumu, ir saprast, kas notiek kultūras ainavā. Mēs gribam radīt plānu, kas palīdzētu stratēģiski risināt jauno situāciju, un piedāvāt jēdzienus diskursam par kultūras un kultūras institūciju nākotni. Tā rīkoties mums liek pārliecība, ka kultūras institūcijām ir vērtība, taču šī vērtība tagad būtu jāpārskata. Katrā vēstures posmā dažāda veida institūcijām ir jāiesaistās sabiedrībā un no jauna jādefinē savas attiecības ar to. Mums ir tiesības prasīt, kāpēc šīs institūcijas pastāv un ko tās dod, jo īpaši, ņemot vērā tām piešķirto līdzekļu apjomu. Lielbritānija vien ik gadu kultūras institūciju uzturēšanai tērē vairāk nekā miljardu sterliņu mārciņu.

Nepietiek ar vienkāršu apgalvojumu, ka kultūras institūcijas ir vērtība; tikpat nepieņemami ir reducēt tās līdz komerciāliem vai saskatīt to vērtību tikai kalpošanā sociālās politikas mērķiem. Kultūras institūcijām ir jāatsakās no snobisma, jāaizstāv sevi, izmantojot pašām savu terminoloģiju, un jāparāda, ar ko tās, piemēram, atšķiras no tematiskajiem parkiem vai sociālajām aģentūrām.

Šī nelielā grāmata nav ne manifests, ne arī darbības plāns. Tās nolūks ir raisīt debates, atklājot dažādu pieņēmumu jēgu, uzdodot sarežģītus jautājumus, piemēram, "kāda ir atšķirība starp autentisko un atdarinājumu", nosakot kultūras vērtību vai noskaidrojot, "ko mēs saprotam ar nopietnu mākslu?" Tā aplūko ieguvumus un draudus, kas rodas, kaut ko patapinot no citām jomām, piemēram, no komerciālās. Savā nostādnē tā mēģina būt pragmatiska, pievēršoties dzīvei, kāda tā ir, nevis, kādai tai vajadzētu būt. Tā rosina mūs pārskatīt tādus

jēdzienus kā “augstas kvalitātes pieredze” vai “skaistums”, vai “būtiskais”. Un, visbeidzot, tas ir aizstāvības dokuments, kas aicina kultūras institūcijas paraudzīties uz sevi no malas, lai spētu aizstāvēt savas tiesības būt par mūsdienu pasaules nozīmīgu daļu.

Pārmaiņas kultūras ainavā

Iekārtojot skatuvi

Kultūras un kultūras institūciju krīze atspoguļo visa laikmeta krīzi, kas saistīta ar gatavību vērtēt un izdarīt spriedumus — proti, mēs redzam izvairīšanos no izvēles noteikt, *kas* ir nozīmīgs un jēgpilns, un novērtēt, *kāpēc* tas ir tāds. Pagātnē šādi spriedumi ir rosinājuši radīt īpašas vietas un institūcijas un izpausmes formas, piemēram, viduslaikos celt katedrāles un attīstīt baznīcu dziedājumus, 18. un 19. gadsimtā būvēt koncertzāles un radīt simfonijas, 19. un 20. gadsimtā — popularizēt publiskās bibliotēkas. Šādā izpratnē kultūra nozīmē noteiktu vērtību izpausmes, kas ir pieejamas īpašās, cilvēka iztēles radītās formās un vietās. Mēs baudām kultūru vidē, ko par vērtīgu uzskatījušas iepriekšējās paaudzes, piemēram, operu namos. Vai pagātnes izpratne par vērtīgo un iepriekšējo paaudžu atstātais mantojums ir atbilstošs mūsdienu vajadzībām un kādā veidā mēs šodien pieņemam lēmumus, iedibinām standartus, saglabājam vai veidojam no jauna kultūras institūcijas, kas nodotu tālāk sava laikmeta vērtības un spriedumus?

Par kultūras institūcijām nosaucamas daudzas vietas — sākot ar skolām un universitātēm un beidzot ar izdevniecībām vai interneta portāliem, taču šajā grāmatā pievērsīsimies tādām kultūras vērtību izpausmēm un reprezentācijai radītām publiskajām telpām kā muzeji, bibliotēkas un izrāžu vietas, tomēr nepiemirstot, ka sabiedrības audumā kultūra ir ierakstīta daudz plašāk.

Būtu maldīgi domāt, ka mūsdienās, īpaši Rietumos, kur tiek aizstāvētas indivīda tiesības veidot pašam savu kultūras izlasi, cilvēki atturētos izteikt vērtējumu. Tieši otrādi — cilvēki izsaka viedokli nepārtraukti: dodot priekšroku noteiktām kultūras izpausmes formām, sociāliem mērķiem, dzīves veidam, uzskatiem par būtību un jēgu — dažkārt saskaņā ar valdošo laikmeta garu, bet dažkārt pretēji tam. Un, ja cilvēki joprojām izsaka viedokli un meklē augstākus mērķus, tad ir godīgi pajautāt, vai tradicionālie jēdzieni, piemēram, “kvalitāte” un “autoritāte”, kas visbiežāk asociējas ar pastāvošajām kultūras institūcijām, nav kļuvuši par šauriem, lai saprastu un izskaidrotu šos viedokļus? Varbūt mēs

ņemam pārāk nopietni šodienas kaprīzes? Kā lai izšķir, kas mūsdienu pasaulē ir fundamentālas pārmaiņas un kas jau drīzā nākotnē pagaisīs kā dūmi? Ko darīt ar tradicionālajām vērtību sistēmām, ieskaitot reliģiju un patriotismu, kas joprojām saglabā savu vietu mūsu dzīvē? Kādas ir šo sistēmu vai to radīto izjūtu attiecības ar mūsdienu kultūras institūcijām?

Lai rastu atbildes uz šiem jautājumiem, mums jādodas cauri mainīgajai kultūras ainavai; jāapraksta, kā kultūra un kultūras institūcijas vēsturiski bijušas saistītas ar sociāliem mērķiem; jāizvērtē dažādi skatījumi uz kultūru un tās lomu sabiedrībā; jāievieš skaidrība vairākos ar kultūru saistītos neērtos jautājumos; visbeidzot, jāpārdomā, kā kultūras institūcijas varētu reaģēt uz jaunajiem apstākļiem, kādos tās darbojas.

Izaicinājums kultūrai

Pasaule strauji mainās, līdz ar to šodienas problēmas nevar atrisināt ierastā veidā. Daudzas, īpaši ar ekonomiku un politiku saistītās jomas bijušas spiestas pārdomāt savus mērķus, uzdevumus un procedūras, jo mainījušās paradigmas, piemēram, noticis labējā un kreisā absolūto kategoriju sabrukums vai pagrieziens no industriālās ražošanas uz informācijā bāzētām ražošanas sistēmām. Kultūra vēl nav līdzīgā veidā novērtējusi jauno apstākļu radītās sekas, taču kultūru ietekmē tie paši globālo pārmaiņu spēki, nosakot kultūrai un kultūras institūcijām jaunus uzdevumus.

Jaunie apstākļi nozīmē: tirgus virsroku vērtību un gaumes noteikšanā un izklaides industrijas nozīmes pieaugumu; uz zināšanām balstītas ekonomikas lomas pieaugumu; valsts lomas samazināšanos un politisku veidojumu parādīšanos ārpus labējā/kreisā pozīciju robežām; publikas vairākuma prasību ļaut piedalīties sabiedrības mērķu un vērtību definēšanā; vienota zināšanu kanoņa apstrīdēšanu daudzās jomās un intelektuālo robežu izzušanu; multikulturālu nacionālo kopienu pieaugumu; dzimumu attiecību pārkārtošanos; vietas, telpas, laika un tempa jēdzienu izmaiņas tehnoloģisko sasniegumu ietekmē; vispārējo izjūtu, ka valsts kā vienota cilvēku kopiena ir sašķēlusies; priekšstatu par lokālo, reģionālo un nacionālo identitāti pārskatīšanu.

Mēs uzskatām, ka kultūrai šajos jaunajos apstākļos jāpārvērtē tās mērķi un jānosaka atbildība ne tikai, lai pielāgotos un sakārtotu sevi, bet arī, lai uzņemtos galveno lomu topošajā sociālās un ekonomiskās dzīves ainavā.

Cilvēkam visos laikos piemitusi vēlme savām izpausmēm izvēlēties atbilstošāko veidu, tāpēc mēs gribētu uzzināt, kā šis impulss īstenojas laikmetā, kurā dominē tiekšanās pēc materiālās labklājības. Sabiedrība šīs tieksmes sašķiro, piešķir vērtību un nodod tālāk dažādos veidos. Kultūras institūcijas ir tikai viens no tiem, jo ārpus tradicionālo un mūsdienīgo kultūras institūciju loka pastāv gan atbalstošas, gan konkurējošas vērtību sistēmas, piemēram, atdzimstošā fundamentālisma reliģija vai arī dažādās netradicionālās ticības, kas pieder "Jaunā laikmeta" (*New Age*) reliģijai.

Pagātne un tagadne

Cilvēces vēstures gaitā kultūra un tās starpnieces — kultūras institūcijas — vairumā gadījumu ir darbojušās saskaņā ar sava laika sabiedrības nolūkiem un mērķiem. Šodien situācija ir mainījusies. Tirgus ekonomikas laikmetā, ko regulē masu patēriņa komerciālie likumi, daudzām kultūras institūcijām izveidojušās sarežģītas attiecības ar laikmeta diktētajiem nosacījumiem. Lai arī vajadzība pēc augstākiem mērķiem aizvien vēl pastāv un kultūras institūciju galvenais uzdevums ir to piepildīšana, tirgus ekonomikai nepiemīt iekšēja vajadzība aicināt sasniegt ideālus. Līdz ar to kultūras loma šodien nav skaidra, tāpat kā nav skaidrs, vai iespējams nodibināt abpusēji izdevīgas attiecības. Kultūras pasaule ir dažādi reaģējusi uz šo situāciju — sākot ar principiālu opozīciju un ironisku distancēšanos no mūsdienu dzīves apstākļiem līdz nekritiskai jauno laikmeta prasību pieņemšanai. Vai ir iespējams iztēloties citu, daudz radošāku pieeju, kas ņemtu vērā laikmeta izaicinājumus un iespējas?

Riskējot pārlietu vispārināt, jāsecina, ka iepriekšējos laikmetos pastāvējusi daudz dabiskāka saite starp kultūru un laikmeta valdošo garu. Vai, precīzāk, ir bijusi lielāka vienprātība par kultūras lomu sabiedrībā. Piemēram, viduslaikos izcilākās kultūras izpausmes kalpo reliģijai. Renesansē tās lielā mērā fokusējās uz pilsētu atdzimšanu un kalpošanu karaliskajai varai. Apgaismībā uzsvars tiek likts uz zināšanu attīstību, lai izveidotu pilsonību un uzlabotu sabiedrību. No šā mērķa izaug 19. gadsimta kultūras institūcijas: muzejs un galerija, publiskā bibliotēka un koncertzāle.

19. gadsimta kultūras institūciju pamatā ir ideja par demokrātiskām zināšanām ar mērķi — veidot un uzlabot sabiedrību, lai tā atbilstu apstākļiem, kuros veidojas industriālais laikmets un nacionāla valsts. 19. gadsimta pieeju

kultūrai raksturo vairākas savdabīgas iezīmes — īpaša pievēršanās filozofijai vai ētikai, kas celta uz zināšanu un kultūras hierarhijas pamatiem, kategoriju veidošana un stingru robežu nospraušana. Tā laika elites pārstāvji aicina pilsoņus izglītoties, apgūstot tiem piedāvāto pasaules uzskatu, kurā sava vieta ierādīta arī kultūrai.

20. gadsimta sākumā vienotā, uz sociāliem mērķiem balstītā kultūras koncepcija sāk brukt. Viengabalainais pasaules uzskats, kurā augstā kultūra ir nesaraujami saistīta ar sabiedriskiem mērķiem un bauda publikas atsaucību, sāk šķelties. Parādās nozīmīgākas atšķirības starp “augsto” un “zemo” kultūru. Sākot ar 19. gs. beigu estētismu, augstā kultūra pāriet pašrefleksijā, pēc tam dažādās formās pakāpeniski transformējoties avangardā, kas māksliniekā godina dumpinieku un laicīgo svēto. Populārā kultūra, smeļoties spēku tautas masās, rodas kā neatkarīgs spēks, kuru dzen uz priekšu tirgus vajadzības un iespējas, ko piedāvā jaunās skaņu ierakstu, filmu un radio pārraižu tehnoloģijas. 20. gadsimtā vēl atsevišķi izveidojas “instrumentālā” kultūras izpratne, kas bija saistīta gan ar labējo, gan kreiso ideoloģiju, te kultūras principiālo vērtību nosaka tās kalpošana uz sociāliem uzlabojumiem vai attīstību vērstām stratēģijām un politiskiem mērķiem.

Šodien visus trīs minētos kultūras virzienus — avangardu, populāro un uz sociālo attīstību vērsto kultūru, pievienojot vēl joprojām dzīvo ideju par kultūras izglītojošo lomu, redzam juceklīgā mijiedarbē, kas rada īstenu mērķu sajukumu visos ar kultūru saistītos jautājumos. Tradicionālās augstās kultūras aizstāvji bieži jūtas kā aplenkumā, jo viņiem prasa attaisnot savu eksistenci ar līdzdarbošanos demokrātisku uzdevumu risināšanā, kas, viņu skatījumā, ir kultūrai papildus uzkrauta sociālo vai politisko mērķu nasta. Avangarda kultūra izaicina sabiedrībā valdošos standartus un reizē pati jūtas šo standartu izaicināta, svārstoties starp turēšanos nomaļus un iesaistīšanos radikālu sociālu vīziju paušanā. Tie, kuri kultūras mērķus primāri saista ar plašāku sociālu mērķu sasniegšanu — tādu kā vietējo kopienu attīstība, kultūras daudzveidības rosināšana — cīnās pret to, kas, pēc viņu domām, ir elites privilēģijas un mērķu šaurība gan tradicionālajā, gan avangarda augstajā kultūrā. Turklāt viņi visi, kaut arī katrs savā veidā, nostājas pret izklaides ieviesto kultūras vērtību standartu, kurā noteicošais vārds pieder izpriecām vai patērēšanai.

Un visbeidzot, populārā/jaunatnes kultūra ignorē vai noliedz kultūras cildeņo izpratni — gan to, kas balstīta kalpošanā sabiedrībai, gan elitei raksturīgo, kaut arī palaikam pārņem no tām atsevišķus elementus. Kultūra, ko rada

jaunieši un kas veidota īpaši viņiem, tiecas radīt "alternatīvas" formas, kas mēdz būt saskaņā ar ierasto izklaides izpratni, bet citkārt mēģina radikāli mainīt tās nozīmi.

Mūsdienu kultūras dažādās izpausmes saskarsmē ar apkārtējiem apstākļiem izsauc īstenu reakciju virpuli amplitūdā no vilšanās, aizsardzības, sašutuma, apsūdzības elitārisma un samākslotībā līdz ironijai, spēlei, eksperimentiem, jaunu kombināciju veidošanai un integrēšanai. Visas šīs reakcijas sabiedrība var izmantot, lai atjaunotu savas prioritātes kultūrā un atbildētu uz jautājumu, kādām vajadzētu būt kultūras institūcijām.

Mūsu diskusija notiek 21.gadsimta sākumā, dominējot tirgus ekonomikas sistēmai, kas primāri orientējas uz materiālās labklājības sasniegšanu. Individīdi šai sistēmā cenšas panākt sev maksimālu drošību, komfortu un neatkarību. Darījumi saistās ar nepārtrauktām sarunām, pirkšanu, pārdošanu un tirgus vajadzību noteikšanu.

Šim laikmetam raksturīga arī robežu izšķīšana, identitāšu pārveide un pārdēvēšana, hibrīdu veidošanās, varas pamatu pārbīde, tradīciju noliegums, jaunās paaudzes nostiprināšanās, uzsvars uz indivīda vajadzību apmierināšanu, globalizācijas izplatīšanās un jauno informācijas tehnoloģiju nonākšana centrā.

Tirgus ekonomikā iekļauti un par tās palīgiem padarīti tādi jēdzieni kā *elastīgums, plūstamība, pārnēsājamība, caurlaidība, caurspīdīgums, interaktivitāte, vienlaicīgums* un *iesaistīšanās*. Sistēmu caurauž interese par procesu un pieredzi: tā dod priekšroku tūlītējam, nevis ilglaicīgajam, iepriecinājumam nevis piepildījumam, jaunievedumiem nevis ierastajam, atvērtībai nevis ierobežotai pieejamībai.

Šajā kapitālisma attīstības pakāpē kultūrai jāsaskaras arī ar specifiskām problēmām, piemēram, vajadzību pamatot visu atbilstoši tirgus standartu prasībām vai tendenci novest nabadzībā vienus un padarīt bagātus citus. Sajukums skāris pat kultūras pamatjēdzienus, piemēram, kad tiek runāts par tādu atslēgvārdu kā *vērtība*, vairs nav skaidrs, vai ar vērtību domāta tirgus cena, vai arī runa ir par augstāku, naudas vienībās neizmērāmu vērtību.

Pēdējā laikā tirgus ekonomika atzīst, ka publikai viņpus tīra patēriņa ir arī citi centieni — tā ir tieksme iekļauties un līdzdarboties. "Pieprasījums pēc pieredzes" ir kļuvis par mārketinga jauno mantru. Tā ir prasība pēc ikdienas patēriņa un izrādes savienošanas. Šī procesa gaitā mazumtirdzniecība kļūst

par izklaides industrijas daļu, bieži sapludinot robežas starp iepirkšanos un izglītības un kultūras doto pieredzi. Iepirkšanās, muzeju apmeklējums, iešana uz restorānu vai biznesa attiecību kārtošana tiek pārvērsti par pasākumiem. Komercluņēmumi pārņem kultūras institūciju īpašības, piemēram, izvērta izglītojošus mērķus (*Disney World's Epcot Center*), piedāvā dažādas prezentācijas formas (muzejiem līdzīgie *Niketown* veikali), kā arī veido programmas, kas saistītas ar pieredzes ekonomikas ideju (tādi grāmatveikali kā *Borders ASV* un *Düsseldorf Vācijā*). Tajā pašā laikā kultūras institūcijas rīkojas līdzīgi: aizsargānot sevi, piesavinās atbilstošus tirgus aspektus — aizņemas komerciālus kritērijus piedāvājuma atlasē, iekļauj izklaides elementus prezentācijās, telpas ierīko radniecīgi iepirkšanās vietām vai arī pamato savu pastāvēšanu, izmantojot tirgus terminoloģiju. Šāda veida patapinājumi un neveikli uzpotējumi ir tikai viena no pieejām, mēģinot izprast kultūras un tirgus mijiedarbi. Uz mūsdienu apstākļu jucekli var raudzīties arī ar ironisku atsvešinātību, kā to dara postmodernistiskā pieeja, bet šāds skata punkts sarežģīto jautājumu reducē līdz dīvainībai.

Mūsu mērķis ir izdibināt, vai iespējams atrast daudz ilgtspējīgākas un aptverošākas pieejas, kas pavērtu jaunus ceļus kultūras vērtību un prioritāšu identifiāšanai un novērtēšanai un atteiktos no sastingušās opozīcijas starp augsto un populāro kultūru, publisko un privāto jomu, tradīciju un eksperimentu, kultūru un komerciju saglabāšanas. Mēs meklējam mūsdienu kultūras koncepciju, kas nebūtu duālistiska un kura nedz pretotos, nedz arī kapitulētu šīsdienas apstākļu priekšā.

Šāda pieeja pati par sevi atspoguļo laikmeta garu, jo gan zinātnē, gan ekonomikā, gan politikā tiek apstrīdēta izpratne, kas balstās uz fiksētām kategorijām, nošķirti pretstatiem un necaurīdīgām robežām (šajā ziņā interesants piemērs ir E.O. Vilsona grāmata par zināšanu vienotību¹). Cita mūsu laikmeta raksturīga iezīme ir prasība, lai ikviena ideja, projekts vai institūcija saprotami un skaidri pamato savu pastāvēšanu un aizstāv savu iekšējo loģiku. Kultūras institūciju bieži vien ieņemtā nostāja — nepieļaut savas vērtības apšaubīšanu — aizvien vairāk nav pieņemama publikai, kas, būdama potenciālā atbalstītāja privātā vai publiskā izpratnē, pieprasa skaidrojumu, nevis apmierinās ar kādreiz apstiprinātu dekrētu. Tas, kas bija acīmredzams iepriekšējos laikmetos, tagad tāds vairs nav. Kādreizējā visas kultūras institūcijas un izpausmes

1 *Wilson, Edward O. (1998) Consilience: The Unity of Knowledge, New York: Vintage Books.*
— Tulk. piezīme.

aptverošā vērtību izpratne vienkārši vairs neeksistē. Tiem, kas ir saistīti ar kultūru, jātiek skaidrībā un jāatrod veidi, kā padarīt redzamu līdz šim apslēpto, lai saglabātu publikas atsaucību un atbalstu šodien, kad pagātnes ieguldījumi, tagadnes izdevumi un nākotnes prasības ir sasniegušas tik plašus apmērus.

Stratēģiskās dilemmas kultūrai

No mūsu iezīmētās pasaules ainas pozīcijām raugoties, paveras virkne svarīgu jautājumu, uz kuriem rastās atbildes varētu mainīt kultūras institūciju priekšstatu par sevi. Šie jautājumi rosina pārskatīt publiskās un privātās finansēšanas stratēģijas, radīt jaunus kultūras vadības modeļus, pārdomāt esošos kultūras institūciju uzdevumus, kā arī sniegt pārliecinošākus argumentus kultūras nozīmīgumam 21. gadsimta perspektīvā. Vispirms mēs izvirzīsim jautājumus un pēc tam tos komentēsim.

1. Vai atklāsmēs, ko sniedz kultūra, ir kas unikāls?

Kādas īpašības atšķir kultūras pieredzi no citiem pieredzes veidiem? Kāda ir atšķirība starp sporta un kultūras pasākumiem vai starp kultūru un izklaidi? Vai mūsu pieredzes līmenis nosaka to, ko mēs pulcinām zem mākslas formu jēdziena? Vai kultūras iespaidu gūšanai ir nepieciešamas īpašas vietas un telpas? Vai aizskarošie salīdzinājumi, kādus mēdz izteikt, pretstatot kultūru un izklaidi, mākslu un hobiju vai amatniecību, atspoguļo patiesi eksistējošas dziļas atšķirības, vai tas ir tikai snobisks veids, kā nošķirt populāro kultūru no augstās? Ja atšķirības ir būtiskas, vai šādi izteikumi ļauj nodalīt izdabāšanu auditorijai no tās izaicināšanas, primitīvu sajūtu raisīšanu no izpratnes veidošanas, izklaidi no izglītošanas, privāta labuma vairošanu no kalpošanas sabiedrības vajadzībām? Jeb tas ir veids, kā nomaskēt antipopulistisku noslieci ignorēt atšķirību starp cieņu pret publikas interesēm un vajadzībām un izdabāšanu tām? Vai mēs varam atzīt dažādu līmeņu amatniecības, mākslas, zināšanu un prasmju vērtību, neturoties pie sastingušu kultūras izpausmes formu hierarhijas?

2. Ko mēs saprotam ar nopietno mūziku, mākslas filmām, nopietno teātri, smalko mākslu, nepārejošām vērtībām?

Kādēļ mēs veicam šādus nošķirumus, un vai to vajadzētu darīt? Vai tos nosaka laikmets? Vai tie ir patvaļīgi? Vai tie atspoguļo lietderības pakāpi, piemēram, mākslas (kas vienkārši ir) atšķirību no amatniecības vai vaļasprieka? Kādas formas un kādi līmeņi kultūras formu *iekšienē* tradicionāli ir uzskatīti par nopietniem, un kā jaunās formas iegūst šādu statusu, kamēr citas to zaudē? Kāda ir

populārās kultūras vieta? Vai tā var demonstrēt tādas pašas centienus un līdz ar to iegūt tādu pašu statusu kā tā sauktā "augstā kultūra"? Kādā veidā kāda autora, piemēram, Reimonda Čendlera (*Raymond Chandler*), darbs var iegūt literatūras statusu vai grāmatu ilustratora N.K. Vaijeta (*N.C. Wyet*) ilustrācija mākslas darba statusu? Kad filma kā žanrs ieguva mākslas darba formu un kā tika noteiktas atšķirības starp to veidotājiem? Kas tiek zaudēts un kas iegūts, kad akadēmiskā vide atzīst par uzmanības vērtām tādas populārājā kultūrā saņņotas un atzinību guvušas izpausmes formas kā džezs vai jaunākos laikos rokmūzika?

3. Kas saista demokrātiju un kultūru?

Mūsdienu demokrātiskā sabiedrība nelabprāt pauž noteiktu viedokli kultūras jautājumos, tādēļ ka daudzi izvēles izdarīšanu šajā jomā uzskata par neizbēgami nedemokrātisku, saistītu ar tradicionālo hierarhiju, kategoriju un privilēģiju sistēmu. Vai kultūrā noteiktie standarti tiešām nav savienojami ar sabiedrības mērķiem?

No otras puses, kultūra nenozīmē tikai standartus diktējošu mehānismu, bet arī radošumu, kas iekšēji atbilst demokrātijas mērķiem. Šāda viedokļa aizstāvji kultūras izpausmēs saskata iespēju stiprināt sociālo iecietību un harmoniju, bagātināt sabiedrisko dzīvi, radīt pilsonisko apziņu un veicināt personisko izaugsmi, tomēr viņi aizmirst, ka bagāta kultūras dzīve atrodama arī nedemokrātiskās sistēmās un kontekstos un vēsturiski ir bijusi cieši saistīta ar šādām sistēmām. Arī 20. gadsimta kultūra nav pierādījusi, ka ir nesavienojama ar totalitāriem režīmiem.

4. Vai pastāv būtiskas atšķirības starp paaudzēm attieksmē pret kultūru?

Daudzi uzskata, ka jaunākā paaudze šodien neizrāda interesi par to, kas tradicionāli uzskatīts par būtiskiem kultūras atribūtiem: *savu sakņu* izjūtu, pagātnes atzīšanu, cieņu pret zināšanām, spēju rosināt pārdomas. Jaunieši tiecas pēc asām izjūtām un izpriecām, ir gatavi pakļauties komerc kultūras manipulācijām.

Vai tā ir visiem laikiem raksturīgā kritiskā attieksme pret jaunatni? Vai arī mēs neesam pratuši jaunajai paaudzei nodot tālāk kultūras būtību? Bet varbūt mūsdienās kaut kas ir mainījies pašos pamatos? Aizvien pieaug komercpasaules ietekme uz kultūru, arī tehnoloģijas spēlē aizvien nozīmīgāku lomu,

novēršot uzmanību no kultūras? Un, pat ja kāds no pārmetumiem arī ir patiess, vai pati neapmierinātība nav maldinoša? Vai tad mūsdienās nav radušies jauni kultūras pārdzīvojumi, mūsdienīgi skatuvisko izpausmju un ekspozīcijas veidi? Vai tad daudzi jauni cilvēki efektīvi nedarbojas kā kuratori un impresāriji, veidojot paši savu kultūru?

Kāda ir tradicionālo kultūras institūciju loma šajā kontekstā? Vai tām būtu jāņem vērā jaunās strāvas un jāreaģē uz tām? Varbūt jāaizstāv tos kultūras aspektus, kurus jaunā paaudze nenovērtē tā kā vecākā paaudze? Vai ir jāatļauj veidot jauna veida kultūras institūcijas?

5. Vai vārdi autoritāte, kvalitāte, vērtība un piepildījums neskan vecmodīgi?

Ja tā, vai uzticību to derīguma termiņam iedragājis tirgus vai demokrātija? Vai komercsabiedrība spēj pieņemt kvalitātes jēdzienu? Vai novecojuši ir paši jēdzieni vai arī vecmodīgums skāris tikai terminoloģiju? Vai šiem pašiem jēdzieniem ir atrodamas mūsdienīgas izpausmes? Kas domāts ar tādiem moderniem izteicieniem kā *dzīves kvalitāte? laika kvalitāte? muzeju kvalitāte? pievienotā vērtība?* Ko nozīmē jauniešu vidē atzinības izteikšanai lietotie termini, piemēram, *alternatīvs* vai mūžam dzīvais *cool*? Vai tie ir ekvivalenti tam, ko agrāk apzīmēja ar jēdzienu *kvalitāte*? Ja mēs vairs nerunājam par *civilizētu/kulturālu* indivīdu, vai jēdziens, kas tam varētu tikt pielīdzināts mūsdienās, ir *radošs*? Vai tas neaplicina pagrieziena no cieņas pret zināšanām uz atzinību radošām izpausmēm? Vai te neizpaužas demokrātiskais ideāls — saskatīt radošās potences ikvienā cilvēkā? Vai šāda pieeja pieļauj gradāciju attiecībā uz radošo vērtību? Kā mēs nosakām zināšanu un atzinības līmeņus? Kāds statuss šobrīd ir *snobismam*? Kādā pakāpē un kādās formās mūsdienu laikmets novērtē *stilu*?

6. Kas šodien ir kultūras autoritāte?

Kas šodien ir tās organizācijas, kas veic novērtējumu un uzņemas vadību? Kuras no šodien atzītām kultūras institūcijām ir starp tām, un kam tās šo novērtējumu piedāvā? Vai daudz ir to, kas jūt vajadzību pēc vērtējuma šai nenoīktoajā laikā? Kā mūsdienās definēt līderi kultūrā? Vai tāds nepieciešams? Ja jā, tad kāpēc? Kur tas atrodams? Ko mēs *ciēnām* un kāpēc? Kāda ir mākslinieka loma šajā jaunajā konfigurācijā?

7. Vai pastāv būtiska atšķirība starp kultūru, kuru atbalsta vai dotē valsts, un kultūru, kuru atbalsta privātie līdzekļi?

Vai finansēšanas avots ietekmē kultūras institūciju formu un iespējas — to, kā un kāpēc cilvēki lieto un novērtē kultūru? Vai dažādu finanšu avotu radītie tēli atšķiras? Vai kultūra ir mainīgo politisko, ekonomisko un sociālo apstākļu pasīvs subjekts vai aktīva veidotāja? Ja tā ir aktīva veidotāja, kas nosaka tās darbības mērķi, lomu un vērtības un kā to ietekmē finansēšanas avots? Kā sabalansēt kultūras izmantošanu valsts vajadzībām — no ekonomiskās attīstības līdz nacionālajam prestižam — ar citiem mērķiem?

8. Ko mēs šodien saprotam ar jēdzienu kultūras institūcija?

Vai tradicionālie kultūras institūciju veidi — muzeji, bibliotēkas, teātri, koncertzāles un mākslas centri — 21. gadsimta sākumā vēl arvien ir efektīvi? Vai mēs varam iedomāties kultūras institūcijas eksistējam citās formās? Par kultūras institūciju noteiktos apstākļos var uzskatīt, piemēram, jauno tehnoloģiju piedāvātos *portālus* vai sabiedrisko televīziju.

Vai kultūras institūcijas definīcijas kodols var būt *nesavtīga griba*? Vai varbūt *vedokļa veidošana*? Muzejiem raksturīgā *izstādīšanas* funkcija, bibliotēku *meklēšanas* funkcija vai teātru un koncertzāļu *izrādīšanas* funkcija ir raksturīga arī tirgum. Tad ar ko tas atšķiras no kultūras telpas? Vai tradicionālās kultūras telpas, piemēram, muzeji un bibliotēkas, var veidot kombinācijas cita ar citu un arī ar netradicionālajām kultūras telpām, piemēram, tirdzniecības vietām un ražotnēm?

Kādi ierobežojumi kultūras institūcijām būtu jānosprauž sev pašām? Vai tām jādarbojas dažas stundas dienā, vai arī jābūt atvērtām cauru diennakti, ja tam atrastos līdzekļi? Vai tas ir tikai administratīvas dabas jautājums, vai arī tāds, kas pēc būtības skar kultūras institūciju mērķi un derīgumu?

Kādēļ mēs aizvien vēl strauji turpinām celt noteiktas kultūras institūcijas, piemēram, muzejus? Vai to nosaka pilsētu vēlme pašapliecināties, mazāku kopienu vēlme pievērst uzmanību noteiktām vērtībām un mērķiem (piemēram, hobijiem), vai arī tā ir valsts līmeņa izglītības vai reģionālās attīstības stratēģiju īstenošana? Vai muzeju, bibliotēku, galeriju un izrāžu vietu var būt *par daudz*?

9. Vai tradicionālās kultūras institūcijas bēg no šodienas vai sadarbojas ar to?

Muzejus nereti mēdz saukt par laicīgās ēras katedrālēm, jo tie no jauna rada telpu "sagrālam". Dažiem cilvēkiem muzeji un citas tradicionālās kultūras institūcijas ir vietas, kur mājo gars, patvērums, kur nodoties pārdomām, palūkoties uz dzīvi no malas. Tās ir iedvesmas un mierinājuma vietas. Savukārt citi, sekojot Torsteina Veblena (*Thorstein Veblen*) iedibinātai tradīcijai, apgalvo, ka kultūras institūcijas vienkārši atspoguļo un uzsver atsevišķus kapitālisma aspektus, cildinot visu reto un oriģinālo kā līdzekļus, ar kuru palīdzību tirgus ekonomika nosaka vērtību standartus, bet mūsdienu elite nošķir sevi no pārējiem.

Citiem vārdiem runājot, vai kultūras institūcijas nekļūst par sociālo un politisko izpausmju un debašu centriem? Vai cilvēki, zaudējuši ticību politiskajām institūcijām vai reliģijai, nenāk uz kultūras institūcijām, lai paustu savas vērtības un cerības?

10. Kādas sekas kultūrai rada globalizācija?

Ja globalizētā ekonomika nav savienojama ar nacionālām robežām un vecajām identitātes kategorijām, vai tā ir radījusi globālus standartus kultūras izpausmēm, performancēm un prezentācijām? Kā globalizācija liek pārvērtēt vēsturi (nacionālo un etnisko), vietas un vietējās kultūras vērtību? Kā pašreizējās globālās mijiedarbības radītais universālisms atšķiras no agrāko laiku pārnacionālajām un pārreģionālajām sistēmām: piemēram, no katolicisma kā dominējošās reliģiskās sistēmas viduslaikos vai 19. gadsimta kosmopolītisma, kas interesējās par citām kultūrām, taču raudzījās uz tām no rietumnieka skata punkta?

Vai mūsdienu globālisma būtība ir atšķirību pieņemšana? Tas varētu rosināt kultūras institūcijas laipni uzņemt savās sienās līdz šim nenovērtētas kultūras identitātes, aicināt jaunas auditorijas līdzdarboties tradicionālajās kultūras institūcijās un veidot jaunas kultūras institūcijas ar mērķi pieņemt un samierināt sabiedrību.

Mūsdienās rodas arī jauna parādība — identitātes, kas veidojas ārpus pagātnē fiksētām kategorijām, tās sajaucas, dažos gadījumos padarot šīs kategorijas nenozīmīgas. Aizvien vairāk cilvēku dzīvo kultūru daudzveidībā, absorbējot, apgūstot un izpaužot šīs kultūras jaunās kombinācijās, tā veidojot jaunas formas un identitātes, kas pretendē uz savām tiesībām pastāvēt. Pastāv arī iespēja pakāpeniski veidoties homogēnai videi.

Kopumā ņemot, globalizācijas iespaids kultūrā nozīmē atšķirību pieņemšanu, to tiesību atzīšanu, kā arī atšķirību saplūšanu un daudzu jaunu kombināciju tapšanu.

11. Vai reālo ir pārmācis virtuālais un atdarinājums? Varbūt problemātisks ir pats jautājuma formulējums?

Vai virtuālā un konstruētā pasaule — tā, ar kuru sastopamies, piemēram, kiber-telpā vai tematiskajos parkos — ir izkropļojusi mūsu realitātes izjūtu? Vai muzejiem un bibliotēkām jābūt autentiskuma glabātājiem, atskaites punktiem, kas atšķir reālo no virtuālā, kopētā, sentimentālā vai atdarinātā? Vai tas “realitātes” aspekts, ko mēs varam atrast teātrī vai koncertos, ir *dzīvais izpildījums*?

Elektroniskajā pasaulē *virtuālais* piedāvā kaut ko *mazāk vērtīgu* nekā tas, ko dod reāls objekts vai reāla pieredze. Vai iespējams to uzskatīt par cita veida pieredzi, kam ir pašai sava vērtība? Varbūt, tehnoloģijām attīstoties, jebkura elektroniski pārraidīta lieta pārņems īpašības, kas tagad saistās vienīgi ar reālo (kā daudzdimensionālie attēli vai CD perfektā skaņa).

Ir dzirdēti apgalvojumi, ka oriģinālam nav jāpiešķir īpašs statuss un kopijas paver plašāku pieejamību, turklāt to izglītojošā un mākslinieciskā vērtība nebūt nav mazāka. Citās nozarēs, piemēram, industrijā, oriģinālam jeb prototipam nav lielāka vērtība kā kopijām, kas no tā darinātas. Kādas skaidri saskatāmas vērtības kultūra piešķir oriģinālam, retajam, reālajam? Vai tas ir tas pats, kas *patiens*?

Nepieciešamību pārvērtēt reālo pieprasa arī fantastiskās, nostalgiskās, no īstenības bēgošās vēstures, kultūras un dzīvesstāstu interpretācijas. Vai tās atceļ mūsu alkas pēc pārbaudāmā, dokumentējamā, vai arī sadzīvo ar šīm vēlmēm un atzīstamas par vērtīgām kultūras izpausmēm? Kā, galu galā, vērtēt Disneja piedāvāto modeli?

12. Vai tirgus modernizācija rada galvenos izaicinājumus kultūras klasiskajiem pieņēmumiem?

Varbūt tieši pretēji — izaicinājumu mūsdienu kultūras institūciju racionālajām un laicīgajām formām rada fundamentālisma reliģisko sistēmu atdzimšana un Jaunā laikmeta reliģiju iezīmētās perspektīvas? Kā kultūras institūcijām būtu jāreaģē uz šiem izaicinājumiem?

Mainīgā kultūrpolitikas ainava

Argumenti kultūras aizstāvībai

Pieņēmumi

Mūsu pirmais pieņēmums ir, ka cilvēku dzīvei ir vajadzīga jēga un mērķis un ka dzīva kultūra pati nemitīgi vērtē, cik nozīmīgs un kvalitatīvs ir tas, ko tā rada, ļaujoties uz nosacījumiem un izmantojot pieejamos resursus un aktīvus. Kultūrai pakāpeniski attīstoties, tā sāk baroties pati no savas pagātnes un atsaucas uz pavērtajām nākotnes perspektīvām, pamatojoties uz vērtību sistēmu, kas veidojusies vērtību atlasē procesā. Mēs uzskatām, ka kultūras institūcijas varētu būt vietas, kas sekmē šo procesu.

Otrkārt, kultūras pārmantošanas gaitā tradicionālais institucionālais ietvars saglabājas, kaut arī šajā procesā iespējams zaudēt dažas šīm institūcijām piemērotas pozitīvas īpašības, tostarp spēju rosināt diskusiju par pamatvērtībām un pamatot tās, pētīt un rosināt izvēles un skaidrot, kādēļ šīs izvēles izdarītas, kā arī aicināt publiku uz sarunu par to, kādai vajadzētu būt dzīvei. Savās labākajās izpausmēs kultūras institūcijas ir bijušas tās, kas uztur nepārtrauktu diskusiju par sabiedrības attīstību un ētosu, kuras gaitā ne tikai rodas spriedumi, kas skar plašāku cilvēka darbības loku, bet arī tiek aplūkota šo spriedumu spēja radīt universālas nozīmes, audzēt iztēli, nodrošināt informācijas nezūdamību, demonstrēt tehniku un meistarību, kā arī izvirzīt mērķus, kas veicina sabiedrības attīstību.

Treškārt, mēs nedomājam, ka ir liekama vienlīdzības zīme starp jēdzieniem "labākais" un "tradicionālais". Piemēram, klasiskā mūzika nav vislabākā mūzika tikai tāpēc vien, ka tā ir klasiskā. Tāda var būt arī komerciāliem mērķiem radīta populārā mūzika.

Minēto tendenču uzkrāšanās liek domāt par kumulatīvu ietekmi, kas ir izraisījusi pamatvirziena maiņu. Šīs izmaiņas ir sasniegušas kritisko masu, ietek-

mējot kultūras institūciju saturu un darbību. Svarīgākās izmaiņas ir kultūras komercializācija, demokratizācija, robežu izžušana — gan attiecībā uz zināšanām, gan tehnoloģijām, kā arī orientācija uz procesu, nevis saturu.

Jēgas un pieredzes krīze

Tirgus atzīst, ka patērēšana rada aizvien lielāku jēgas un gandarījuma deficītu, tādēļ ir jādodomā, kā iekļaut pirkšanas-pārdošanas darījumu plašākas pieredzes kontekstā. Šis aspekts, kas nosaukts par *pieredzes ekonomiku*², ir jaunā mantra, kurā apvienojas ikdienas patēriņš ar izrādi. Rezultātā mazumtirdzniecība pamazām pārvēršas par izklaides industrijas daļu, bieži izšķīdinot robežas starp iepirkšanos, mācīšanos un kultūras pieredzes gūšanu. Pircēji un apmeklētāji tiek iesaistīti pasākumos, kas iedarbojas uz visām viņu maņām. Tas attiecas gan uz iepirkšanos, gan muzeju un restorānu apmeklējumiem, biznesa darījumiem vai personalizētu pakalpojumu piedāvājumiem, sākot ar frizētavām un beidzot ar ceļojumu birojiem. Pārdotuves attīsta muzejiem līdzīgas iezīmes — kā piemēru var minēt *Discovery Store* vai *Hard Rock Café*, kurās tiek eksponēti oriģināli artefakti, un ir arī otrāds process — muzeji kļūst par izklaides vietu papildinājumu, piemēram, ir radītas jaunas muzeju kolekciju eksponēšanas vietas Lasvegasā. Jaunā tendence ir satricinājusi muzeju, bibliotēku, mākslas galeriju, zinātnes, tirdzniecības un kultūras centru pamatus, kā arī virtuāli skārusi ikvienu biznesa pasaules aspektu. Aizvien lielāku nozīmi iegūst dizains, multimediji, dažādi teatrāli un skaniski iedarbes līdzekļi.

Pārdevēji sacenšas par pircēju uzmanību, cenšoties izlauzties cauri informācijas un sajūtu pārsātinātībai, lai tikai pārsteigtu savus klientus. Kā tas tiek darīts? Radot pieredzi, kas ir tik atšķirīga, ka izved klientu ārpus pārāpdzīvotās ainavas. Disnejlenda pēkšņi kļūst par atrisinājumu, un organizācijas cenšas veidot pašas savas “zīmolzemes”, kas būtu vienlaikus reāli un virtuāli galamērķi un piedāvātu atmiņā paliekošu ziņu, stāstot neatvairāmi maģiskus un brīnumainus stāstus. Gan *Sephora* un *Niketown* veikali, gan Linkolna bibliotēka Springfildā, Ilinoisā, gan *Volkswagen* pieredzes centrs *Autostadt*, kas atrodas Volfzburgā, Vācijā, izmanto tehnoloģijas, specefektus un stāstu stāstīšanas tehnikas tematisko parku stilā. Vadošās iztēles kompānijas, kā *BRC Imagination Arts*, veido korporatīvas “zīmolzemes”, kultūras “atklājumu zemes”, “mācī-

2 Pine II, B. Joseph and Gilmore, James H. (1999) *The Experience Economy*, USA: Harvard Business School Press.

šānās zemes”, iesaiņojot visu vizuālā un muzikālā stāstā. *BRC* izpilddirektors Bobs Rodžers (*Bob Rogers*) piebilst, ka: “21. gadsimts būs jēgas meklēšanas gadsimts. Mēs meklējam jēgu stāstos, kas ļauj mums saprast, kas mēs esam. Stāsti aizkustina cilvēkus. Stāsti izmaina dzīves. Un ar to mēs šeit, *BRC*, nodarbojamies.” Tā komersanti cenšas izveidot krāšņus stāstus saviem produktiem.³

Biznesa pasaule atzīst mērķa un jēgas trūkumu arī menedžmentā un administrēšanā, kā to formulē grāmatas “Guru gids — topa menedžeru domātāju labākās idejas” autori: “Daudzējādā ziņā biznesa krīze ir jēgas krīze. Cilvēki ne-jūtas droši par sevi, jo vairs nesaprot, kāpēc dara to, ko tie dara. Viņiem vairs nav izjūtas, ka esošais būtu labi definēts... Aizvien biežāk cilvēki jūt šaubas un neskaidrību par savas organizācijas nākotni, līdz ar to par savu karjeru un nākotni. Aizvien biežāk organizācijas un cilvēki, kas tajās strādā, izjūt jēgas krīzi... Tie, kas tiecas ieņemt vadošās lomas jaunajā vidē, nedrīkst par zemu novērtēt vajadzību pēc jēgas. Tās ir visfundamentālākās cilvēka alkas, apetīte, kas nekad nezudīs.”⁴

Kas tiek gaidīts no kultūras?

Pieaug to cilvēku skaits, kas dažādu iemeslu dēļ atraduši kultūrā ko tādu, kas viņiem vajadzīgs, un kas vēlas saņemt no kultūras dažādību. Reizēm veidojas pretrunīgas situācijas, kad cilvēki vienlaikus vēlas kā laicīgo, tā garīgo: reizē izrādi un vietu pārdomām. Lai gan baznīca vai muzejs spēj dot mierinājumu, bet atrakciju parks piedāvāt izrādi — reti kad abus izdodas efektīvi apvienot. Jaunzēlandes nacionālais muzejs *Te Papa* ir izņēmums. Tā projekts “Laika grieži” (“*Time Warp*”) ietver ceļojumu virtuālajā realitātē, kas aizved gan pagātnē (“*blastback*”), gan nākotnē (“*future rush*”), bet tajā pašā laikā muzejs piedāvā arī augstākā mērā apcerīgu telpu, tādu kā “*marae*” — visu jaunzēlandiešu satikšanās vietu. Muzejam ir zināma loma nācīgas veidošanā, un tas veicina arī savas mājvietas — Vēlīngtonas pilsētas — attīstību.

3 Balstīts uz Kirsner, Scott (2000) “Experience Required”: *Fast Company Magazine*, 2000. gada 30.septembris, pieejams <http://www.fastcompany.com/magazine/39/experience-req.html>

4 *The Guru Guide — The best ideas of the top management thinkers Joseph Boyett, Jimmie Boyett, Wiley, 1998*

Atbildot uz jautājumu, ko mūsdienās kultūra spēj dot sabiedrībai, tiek piedāvātas dažādas interpretācijas:

- Kopiena, kas nodarbojas ar savas attīstības jautājumiem, kultūras vērtību saskata tās kalpošanā sociāliem mērķiem (tādiem kā kopienas stiprināšana), nevis pašas kultūras vērtībā.
- Cita, tikpat instrumentāla pozīcija raugās uz kultūru no ekonomikas skatupunkta, novērtējot kultūras mantojumu un kultūras aktivitāšu noderīgumu sava tēla uzlabošanai vai investīciju piesaistei.
- Instrumentālās pieejas komerciāls paveids — komercstruktūras mēdz izmantot kultūras stratēģijas savas bagātības vairošanai. Ja šajā procesā rodas kāds sociāls labums, tas tikai pierāda, ka tirgus spēj vest arī uz labāku pasauli.
- Pilsētu vadītāji savas pilsētas kultūras savdabībā saskata aktīvu, kas vispirms atklājams un pēc tam liekams lietā, veidojot konkurētspējīgu pilsētas politiku.
- Kultūra ir augsne, no kuras rodas un aug radošums, tāpēc tā ir attīstības virzītājspēks.

Un tikai daži, ja vispār tādi atrodami, skatās uz kultūru kā uz sabiedrības pamatbalstu un saikni ar plašākiem mērķiem vai pašas atmiņu.

Kultūrpolitikas vēsturisks apskats

Kādā veidā ar minētajām tendencēm ir saistīta kultūrpolitika? Kultūrpolitika nodarbojas ar izvēlēm un līdz ar to vērtībām. Savukārt kultūrpolitikas saikne ar vērtībām liecina, ka tai ir darīšana arī ar politiku, kas attiecīgi skar jautājumu par kultūrai nepieciešamajiem resursiem. Veidojot kultūras un kultūras institūciju politiku, sabiedrībai paveras iespēja novērtēt kultūras vērtību, izmantojot pašas kultūras radītos jēdzienus. Tomēr, analizējot kultūrpolitikas pašreizējās tendences starptautiskā mērogā, redzam, ka šis aspekts ir apiets. Kāda ir bijusi kultūrpolitika pēdējās desmitgadēs un kurp tā varētu virzīties nākotnē?

Aplūkojamā laika posmā var izdalīt trīs plašākus periodus, lai gan to robežas dažādās valstīs var atšķirties: no 1940. gadu beigām līdz 1960. gadu beigām; 1970. gadi un 1980. gadu sākums; 1980. gadu vidus līdz mūsdienām, kad

varam vērot rodamies ceturto posmu — atgriešanos pie kultūras. Jāņem vērā, ka, pārejot no viena vēstures perioda uz nākamo, nenotiek iepriekšējā perioda politikas loģiskā diskursa vienkārša nomainīšana, drīzāk akumulēšana, un vecais un jaunais diskurss nereti sarežģīti pārklājas. Vēsturiskais pārskats vairāk būs vērst uz Eiropu pēckara periodā.

Rekonstrukcijas laikmets

Rekonstrukcijas laikmetā, kas aptver periodu no 1940. gadu beigām līdz 1960. gadu beigām, publiskajās politiskajās debatēs dominē ekonomiskā izaugsme, labklājības plānošana, fiziskās un pilsoniskās vides atjaunošana, ko pavada ticība instrumentālam racionālismam. Daudzējādā ziņā debates risinās 19. gadsimtā definētās kultūras izpratnes gaismā. Galvenais loģiskais pamats kultūrpolitikas ieviešanā ir tās labi saprotamā vērtība cilvēku izglītošanā un civilizēšanā pēc pārciestajām kara šausmām. Tā stingri vērsas pret neērtās un samaitājošās komerciālās popkultūras varu un virza uz labi iedibinātajiem pirmselektroniskā laikmeta (19. gs.) augstās kultūras kanoniem. Attieksmē pret kultūru turpina dominēt 19. gs. un agrīnā 20. gs. tradīcija, kas klasikas atbalstīšanā lielā mērā redz pretpoti industrializācijas radītajiem garīgajiem un pat vides postījumiem. Rezultātā kultūrpolitika prioritāri centrējas uz tradicionālās infrastruktūras radīšanu vai paplašināšanu — tā aptver mākslas institūcijas, kas darbojas tiem īpaši būvētās ēkās pilsētu centros — opernamus, muzejus un publiskos teātrus, subsidējot tos no valsts un rūpējoties par šo institūciju pieejamību.

Kultūrpolitikas pamatā tiek likts "pilsoniskuma" jēdziens, kultūras pieejamības tiesības skatot kā daļu no "sociālajām tiesībām". Neapšaubot tiek pieņemts uzskats, ka kultūru, kurā cilvēki līdzdarbojas, veido kāds iepriekš noteikts, vienots kanons, kuru esam saņēmuši mantojumā kā dotu un no kura nedrīkst atkāpties, nedz arī to grozīt. Šo uzskatu balsta koncepcija par viendabīgu nacionālo kultūru, kuru elite novada līdz "vienkāršajiem cilvēkiem". Pēc Aukstā kara sākuma 1947. gadā kultūrpolitika pieņem mazāk ambiciozo "kultūras demokratizēšanas" mērķi, tā īstenošanu balstot uz ekspertu tiesībām definēt kultūras vērtības un valsts lomu iedzīvotāju vairuma "civilizēšanā", padarot kultūru visiem plašāk pieejamu. Kultūras menedžeri šajā vēstures periodā galvenokārt pilda kuratoru, ne kultūras attīstītāju lomu. Viņi tiecas būt eksperti specifiski šaurās nozarēs un bieži izceļas ar izsmalcinātām zināšanām konkrētos kultūras paveidos.

Līdzdalības laikmets

Līdzdalības laikmetā — 1970. gados un 80. gadu sākumā — iepriekšējais kultūrpolitikas modelis tiek apstrīdēts, jo notiek savstarpēji saistītas pārmaiņas sociālajā, politiskajā, administratīvajā, tehnoloģiju un intelektuālajā sfērā, ko parāda 1968. gada maija notikumi. Sociālās kustības, kas pēc 1968. gada rodas sabiedrībā, veicina kultūrpolitikas nozīmes pieaugumu; to vidū ir feminisms, dažādas kopienu akcijas, vides aizsardzības kustība, revolucionāri jaunatnes grupējumi, geju un etnisko minoritāšu aktivitātes. Šīs kustības nereti saistās ar “alternatīvām” kultūras produktu ražošanas un izplatīšanas shēmām, tajās iekļaujas eksperimentālas teātra grupas, rokgrupas, neatkarīgi filmu veidotāji un kinoteātri, neatkarīgas radio stacijas, neatkarīgi festivāli, neatkarīgas ierakstu studijas un nelielas izdevniecības, radikālās literatūras grāmatnīcas, avīzes un žurnāli, kā arī vizuālās mākslas izstādes netradicionālās vietās.

Šis kultūras universs met izaicinājumu tradicionālajam “augsto” un “zemo” kultūras formu nošķīrumam — piemēram, starp klasisko un populāro mūziku — un pieņem ļoti plašu kultūras definīciju, kurā dažādās kombinācijās savieno vecos un jaunos, augstās un zemās kultūras elementus. Daudz plašākā kultūras pieejamība, ko nodrošina ar jauno tehnoloģiju palīdzību radītās un pilsētu jauno sociālo kustību plaši izmantotās kultūras produkcijas relatīvi zemās izmaksas, aizvien vairāk mazina atšķirības starp komerciālo un nekomerciālo, amatieru un profesionāļu radīto kultūru, starp patērētāju un ražotāju. Šīs tendences pavada postmodernās estētikas uzplaukums gan kultūras kritikas, gan mākslinieciskās jaunrades jomā, kas apšaubā tradicionālos priekšstatus par kultūras vērtību un hierarhiju. Jaunās pilsētu sociālās kustības iespaido daudzus — pārsvarā kreisos — politiķus pilsētu pašvaldībās, kuri iestājas par kultūras populāro un komerciālo formu iekļaušanu politiskajā atbildībā un atzīst, ka kultūrpolitika var gan darboties kā līdzeklis, kas mobilizē cilvēkus partijas atbalstam un ideoloģiskai sāncensībai, gan veidot pilsētas identitātes formas, kuras būtu pieņemamas cilvēkiem, kas nāk no dažādām pilsētas daļām un pieder dažādām interešu grupām.

Kultūrpolitikas pamatā liktā pilsoniskās līdzdalības koncepcija šajā vēstures periodā iezīmē emancipācijas tendenču radikalizēšanos. Monolītais elitārais kultūras jēdziens, kas līdz tam bija atzīts par sociālās pilsonības pamatu, kļūst par jauno sociālo kustību radīto kultūrpolitiku tiešu uzbrukumu priekšmetu. Šajā vēsturiskajā periodā kultūras menedžeri nereti politizējas un

uzskata sevi par kultūrpolitisku kustību aktivistiem un neatņemamu sastāvdaļu, piemēram, "community arts" un "community media" Lielbritānijā, *Sozio-Kultur* Vācijā un sociokulturālās aktivitātes Francijā.

Ekonomiskā pagrieziena laikmets

No 80. gadu vidus iezīmējas skaidrs pagrieziens prom no sociāli politiskām interesēm, kas dominēja 1970. gados un 80. gadu sākumā, uz ekonomiskās attīstības prioritātēm. Augošais spiediens uz valsts finanšu resursiem maziņa iepriekš dominējušo viedokli par kultūras pieejamības nozīmīgumu, īpaši sociāli neaizsargātajām iedzīvotāju grupām. Reaģējot uz ekonomikas strukturālo krīzi, kas visvairāk skar smagās rūpniecības industriju, daudzi politiķi pakāpeniski nomaina 1970. gadiem raksturīgās idejas, kas izcēla individuālās un kopienas attīstības un līdzdalības nozīmīgumu, ar argumentiem, kuros uzsvērts kultūras potenciālais ieguldījums valsts un reģionu ekonomiskajā un fiziskajā atjaunotnē. Kultūras aktivitātes un kultūras institūcijas arvien biežāk tiek uzskatītas par vērtīgiem līdzekļiem vietējās ekonomiskās bāzes dažādošanai, mēģinot kompensēt darbavieta zudumu tradicionālajos rūpniecības un pakalpojumu sektoros. Možā kosmopolītiskā kultūras dzīve aizvien vairāk un vairāk kļūst par būtisku sastāvdaļu pilsētu un reģionu mārketinga un internacionalizācijas stratēģijās, kas tiek veidotas, lai piesaistītu mobilo starptautisko kapitālu un specializētu personālu. Ciktāl jaunajā, uz tirgu orientētajā kultūrpolitikā vispār atrodas vieta kulturāla pilsoņa jēdzienam, tas bieži vien ir tikai pasīvs, depolitizēts patērētājs. Kultūras produktus aizvien vairāk uzskata par tādām pašām precēm un pakalpojumiem, kā jebkuri citi, tāpēc tiesības uz tām kļūst atkarīgas no tirgus izvēles un iespējām. Tādējādi prasības pēc kultūras tiesībām leģitimē nevis demokrātiski, bet pēc tirgus likumiem — proti, tās kļūst tikai par patērētāju prasību jaunu formu.

Šajā periodā par daļu no ekonomiskās attīstības repertuāra kļūst reprezentatīvu kultūras ēku — tādu kā muzeji, mākslas galerijas, bibliotēkas, koncertzāles, opernami un teātri — celtniecība. Mūsdienās viens no šīs politikas mantojumiem ir skarbā realitāte, ka ēku uzturēšanas izmaksas un kredītu nomaksa bieži ir tik liela, ka aprij lielāko daļu no resursiem, kas nepieciešami programmu veidošanai, nereti atstājot mums skaistu čaulu bez satura. Finansiāli saspringtās situācijās parādās tendence labāk izvēlēties apcirpt finansējumu aktivitātēm, ko novērtē par "marginālām", tostarp tādām, kas orientētas uz sociāli

neaižsargātām grupām, vai arī inovatīva un eksperimentāla rakstura projektiem, nekā atraut naudu investīcijām teātru, koncertzāļu, kā arī citu tradicionālu mākslas institūciju ēku būvniecībai.

Atsevišķu pilsētas rajonu pārvēršana par “kultūras kvartāliem”, piemēram, Frankfurtes jaunā Muzeju kvartāla izveide — arī dažkārt kļūst problemātiska sociālās un kultūras ilgtspējas aspektā, jo izraisa ģentrifikācijas⁵ procesus — vietējo iedzīvotāju un infrastruktūras izstumšanu, zemes vērtības celšanos un dzīves dārdzības palielināšanos šajā rajonā. Ironiskā kārtā šie procesi izspiež ārā no kvartāla arī daudzus kultūras radītājus, kam bijusi nozīmīga loma šīs pilsētas daļas pārveidē par kultūras kvartālu, bet kuri vairs nevar atļauties tajā dzīvot. Kāds Monreālā redzēts grafiti, kurā pasludināts: “mākslinieki ir ģentrifikācijas trieciennieki”, izgaismo šo dilemmu. Šajā vēstures fāzē kultūras menedžmenta apmācība un profesionālā ideoloģija uzsūc sevī daudz ko no valodas un arī pieņēmumiem, ko lieto menedžeri citos tautsaimniecības sektoros. Grāmatvedības un produktu mārketinga valodas ietekme uz kultūras institūcijām kļūst aizvien pamanāmāka⁶.

Pagrieziena kultūras virzienā

Daudzi apgalvo, ka mēs pašlaik piedzīvojam “pagriezienu kultūras virzienā”, kurā kultūra nonāk uzmanības centrā un pat ekonomika un politika dažādos veidos izjūt kultūras ietekmi. Kā kultūras institūcijas reaģē uz šīm tendencēm?

Zināšanas simboliskajā un kultūras jomā aizvien vairāk ietekmē vērtības celšanos ekonomikā. Ikvienu prece vai pakalpojums mazāk balstās tiešajos fiziskajos dotumos, bet aizvien vairāk simboliskajā vērtībā, ko tiem piešķir vai nu dizaina kvalitāte, vai kultūras asociācijas, ko tie rada (tādas, kas saistās ar modes ikonu, personību vai žanru, ar māksliniecisku vai subkultūras kustību). Preces un pakalpojumus vairs nevar piedāvāt, izmantojot tikai kognitīvas zināšanas (izpratni par produkcijas tehniskajiem parametriem vai tirgu), kas iepriekš nodrošināja priekšrocības konkurencē. Tagad, lai radītu pievienoto vērtību, nepieciešamas zināšanas par estētiskām un kultūras vērtībām vai īpašībām.

5 Ģentrifikācija (angliski — *gentrification*) — panikušu pilsētas teritoriju pārveidošana par ekskluzīviem rajoniem, kuras gaitā mainās ne tikai urbānā telpa, bet arī tās sociālā vide. — Tulk.piezīme.

6 Šis vēsturiskais arguments ir patapināts no Franko Biankini darba.

Pircēji visu laiku spriež par produktu estētiskajām kvalitātēm. Vēl vairāk — notiek cikliska mijiedarbe starp ražotājiem, kas cenšas ieklausīties un atsaukties uz pircēju vēlmēm, un kritiski noskaņotiem patērētājiem, tādējādi tradicionālās attiecības starp abiem mainās tā, ka beigās vairs nevar saprast, kurš ir ražotājs un kurš patērētājs. Tas visuzskatāmāk iezīmējas datorspēju industrijā, kur kaislīgie patērētāji veiksmīgi rada jaunus produktus.

Kultūras kapitāls ir atslēga uz noteiktu tirgu, kuru kompānija vēlas iekarot, jo tai ir jādemonstrē šim tirgum, ka ir pelnījusi uzticību, pazīstot konkrētās potenciālo pircēju kopienas kultūras zīmes, simbolus, valodu, paradumus un nerakstītos uzvedības likumus. *Levi's*, *Armani* vai *Diesel* reklāmas kampaņas liecina par šādu izpratni. Kultūras sponsorēšanas aspektā interesanti, ka tagad sponsorus visgrūtāk atrast reklāmas un kultūras industrijā, jo tur valda ticība, ka tās pašas ir šis kultūras kapitāls, savukārt IT kompānijas drīzāk spēj izjust saiti ar kultūras virzītājiem vai kultūras institūcijām, veidojot noderīgas asociācijas.

Vienlaikus pat tādas institūcijas kā Pasaules Banka atzīst, ka attīstības un ekonomisko procesu panākumus nosaka kultūra, un, ja cilvēki darbojas, izprotot savu kultūru, tad tā veido mugurkaulu, kas ļauj pielāgoties pārmaiņām, pretstatā tiem gadījumiem, kad kultūru izmanto kā aizsargvairogu. Finanšu institūciju jaunā izpratne pa daļai izpaužas arī kultūras institūciju, tādu kā muzeji, attīstības un saglabāšanas veicināšanā. To pašu var redzēt pilsētu attīstībā: pilsētu vadītāji aizvien vairāk tic kultūras radošajai spējai virzīt pilsētas attīstību un savā darba kārtībā iekļauj kultūras institūcijas kā līdzekli ceļā uz šo mērķi, kā to var redzēt Barselonā, Bilbao, Frankfurtē vai Kopenhāgenā. Tādā kārtā kultūras faktori nosaka attīstību, jo tie atraisa ticību, tradīcijas, uzvedības modeļus, tā ietekmējot to, ko cilvēki dara. Tātad, ja pilsētai ir zema pašcieņa un zems uzticēšanās līmenis, vai arī, ja tai ir spēcīga iztēle — tie ir kultūras faktori, no kuriem būs atkarīga tās tālākā attīstība.

Šādos apstākļos kultūra savā cilvēciskajā un mākslinieciskajā dimensijā atbilst dažādu vietu vēlmei labāk izprast pašām sevi, lai kļūtu radošas. Kultūra piedāvā savu palīdzību, veicinot pašizpaušmi vai palīdzot piešķirt darāmajam jēgu, mērķi un virzību; tā stiprina mākslas lomu būt par estētiskas baudas avotu un attīstīties kā radošai industrijai. Tas ir kultūras pievienotais svars, jo māksla veicina īpašu kritiskas iztēles formu un arī simbolisku komunikācijas formu, kas būtu daudz dziļāk iekļaujamas institūciju kultūrā. Otrkārt, māksla rūpējas par mūsu vidi, tās kvalitāti, pievilcību, izrādīšanu, skaistumu un dizainu, kā arī

atdzīvina to, kļūstot par galveno elementu visaptverošā urbānās attīstības izpratnē. Kultūras institūciju loma, palīdzot orientēties ekonomiskajā un politiskajā vidē un palīdzot mums atšifrēt sarežģīto kultūras attīstību, ir iezīmējusies daudz stingrāk. Lai saprastu, kur mēs atrodamies un kurp ejam, vispirms jāsaprot, no kurienes nākam — mums ir nepieciešams atskaites punkts, kas izgaismo pagātnes vērtības, mērķus un izpratni par to, kas ir piešķīris jēgu mūsu dzīvei pagātnē. Tas nepieciešams, lai mēs varētu novērtēt un izprast lietu saistību, zināt, kas ir labākais un sliktākais, varētu salīdzināt, pārbaudīt iespējas un attīstīt sevī spēju izdarīt izvēles. Rietumos šis skatupunkts vēsturiski ir bijis pārāk šaurs, jo pašu rietumnieku kultūra tika uzskatīta par augstāko, pāri stāvošu salīdzinājumā ar citām, ko turēja par mazvērtīgākām vai eksotiskām. Ņujorkas un Vašingtonas traģiskie notikumi 2001. gada septembrī tikai vēlreiz atgādināja: lai izprastu citus, jāpazīst viņu kultūras konteksts.

Nosakot "kultūras zināšanas" par pamatzināšanām sabiedrības izpratnei, mēs atzīstam, ka tās ir veidojušās kolektīvi, jaunām zināšanām balstoties uz iepriekšējām, un reti, ja vien vispār tas iespējams, tās ir radījis izolēts indivīds. Turklāt šīs zināšanas veidojuši tie kultūras, institucionālās un fiziskās vides nosacījumi, kādos tās radušās.

Pašreizējā politikas pozīcija

Piedāvājot “kultūras pagriezienu” jēdzienu, jāvaicā, kā uz to reaģē politika? Izvērtējot norises starptautiskajā arēnā, saskaramies ar pieciem atšķirīgiem atbilžu tipiem, kuri turklāt var arī pārklāties. Nozīmīgi, ka neviens no tiem neuzrunā kultūru tās valodā vai arī saistībā ar kultūras institūciju lomu. Kultūras spēks drīzāk tiek novērtēts, mērot to ar instrumentālās, t.i. kultūras kā līdzekļa citu mērķu sasniegšanai, ietekmes mērauklu.

Uz zināšanām un nodarbinātību balstītā politika

Daļa no pēdējās divās dekādēs kultūras aizstāvībai lietotajiem argumentiem balstīti pierādījumā, ka kultūra un, jo īpaši kultūras industrija, ietekmē darbvietu veidošanos un topošajā zināšanu ekonomikā lielā mērā tieši mākslinieki veido saturu, kas pievieno vērtību saplūstošajai IT un komunikāciju industriju platformai. Rezultātā, piemēram, Lielbritānijā, politika fokusējas uz pārprofilēšanu, uz apmācībām mediju un IT jomā, uz radošuma veicināšanu un mācīšanos, un, jo sevišķi, uz tādu nosacījumu radīšanu kultūras industrijai, kas ļautu tai strādāt efektīvāk, kā arī uz mākslas izmantošanu darba vietās, lai veicinātu radošu pieeju. Kādai vajadzētu būt kultūras institūciju lomai, par to šajā programmā nav teikts tikpat kā nekas.

Uz tēlu virzītā politika

Mērķis ir izcelt kultūras lomu kādas konkrētas vietas uztveres veidošanā, tās tēla radīšanā, starptautiskā mērogā īstenojot atpazīstamības stratēģiju. Tā atzīst mākslas ekonomikas spēku, kas palīdz veidot vietai raksturīgās kultūras dzīves vitalitātes izjūtu, kā arī izmanto šim mērķim lielās kultūras būves — koncertzāles, teātrus vai muzejus, nereti veidojot tās kā ikonas, piemēram, Gugenheima muzeju Bilbao vai pirms dažiem gadiem celto Sidnejas operu. Lai arī bieži efektīva, šī politika vairāk orientēta uz diženuma demonstrēšanu, nevis rūpēm par to, kādam vajadzētu būt jauno institūciju sa-

turam vai programmām. Kā apliecina ar Nacionālās loterijas atbalstu rosināto projektu gūzma Lielbritānijā, tas var novest pie milzīgām problēmām, jo daudzi no tiem šodien ir bankrota priekšā, piemēram, Nacionālais leroču muzejs (*The Royal Armouries*) Lidsā, Populārās mūzikas centrs Šefildā un bēdīgi slave-nais *Millenium Dome*.

Uz organizatoriskiem uzlabojumiem virzītā politika

Šo politiku rada organizatoriskas problēmas, kuru cēlonis nereti meklējams finansiālā krīzē, kāda bija skārusi Lielbritānijas kultūras institūcijas un patlaban ir vērojama Vācijā vai pārejas posma valstīs Austrumeiropā. Konstatēts, ka izmaksas, kas saistītas ar fiziski liela apjoma kultūras infrastruktūras uzturēšanu, nav ilgtspējīgas, bet organizatoriskā struktūra nav piemērota darbībai jauktā finansēšanas vidē, kas būtu ciešāk saistāma ar tirgus sektoru. Tas bieži rosina mainīt menedžmenta iekšējo struktūru, mākslinieciskajiem aspektiem piekāpjoties menedžmenta prasību priekšā.

Uz aizsardzību virzītā politika

Izplatīta tādās vietās kā Singapūra vai pārejas valstīs Austrumeiropā, kur vērojama koncentrēšanās uz kultūras daudzveidības aizsardzību, ieviešot tādus aizsardzības līdzekļus kā intelektuālā īpašuma tiesības vai pirātisma apkarošana, aizsargājot vietējo kultūras industriju pret globalizāciju un homogenizāciju un aizsargājot morālās vērtības, ko apdraud neierobežota interneta lietošana.

Kultūras iekļaušana plašākā kontekstā

Ideja, ka kultūra ir attīstības resurss, kurā ikvienu konkrētu kultūras šķautni — vai tā būtu saistīta ar vēsturi, vai mūsdienu pasākumiem, ar neparastām paražām vai pilsētu subkultūru — var pārvērst aktīvā. Šāda pieeja tiecas iesaistīt kultūru citu nozaru politikas īstenošanā. Piemēram, būvējot mājokļus, tiek meklēts, kā to konstrukcijā vai rotājumā atspoguļot vietējās kultūras savdabīgās iezīmes. Atvēlot kultūras resursiem centrālo vietu politikas veidošanā, veidojas interaktīvas un sinerģiskas attiecības ar jebkuru politikas veidu — no

ekonomikas attīstības līdz mājokļiem, veselībai, izglītībai, sociālajiem pakalpojumiem, tūrismam, pilsētplānošanai, arhitektūrai, pilsētas ainavas dizainam un kultūrpolitikai kā tādai. Par šādas pieejas piemēru kalpo Eiropas Padomes politikas dokuments "No atstumtības uzmanības centrā" ("*In from the Margins*").⁷

Tomēr nevienā no minētajiem politikas paveidiem nav formulēta kultūras misija vai vīzija, neviens no tiem neiedziļinās mākslinieku, mākslas vai kultūras institūciju pastāvēšanas un attīstības jautājumos.

7 Paldies Rodam Fišeram (*Rod Fisher*) par šo tendenču skaidrojumu.

Kultūra un uzticēšanās

Kultūras pārdzīvojums

Bagāta kultūras pieredze, izraisot pārdzīvojumu, piešķir dzīvei jēgu un mērķi. Tā aizkustina un iedvesmo mūs, izraisot patiesas emocionālas izjūtas — tās ir tiešas un nepastarpinātas, un tām nav nekā kopīga ar lētiem centieniem likt mums izjust to, kas būtu jāizjūt. Dziļais pārdzīvojums var ilgt pavisam īsu brīdi, tomēr nereti tas nes atklāsmi un pārveido mūs. Tas skar gan mūsu instinktus, gan intelektu, tādējādi bagātinot izpratni par sevi un izglītojot mūs. Labāko kultūras institūciju piemēri rāda, ka ar savu programmu starpniecību un komunikācijas veidu tās spēj raisīt izjūtu, ka iespējams *rast izpratni* jebkurā līmenī, tā palīdzot mums tikt galā ar dzīves sarežģītību.

Kultūras institūcijas rosina un aicina uz izpēti, neierobežojot izpratnes dziļumu un neiekļaujot to stingri noteiktos rāmjos, tāpēc tās būtiski atšķiras no disnejlendu piedāvātā pārdzīvojuma, kas apmeklētājiem liedz patiesu izpēti. Disnejlendu mērķis ir izspiest no apmeklētājiem naudu, tām ir svarīga drošība un kārtība, savukārt tiekšanās pēc peļņas nozīmē, ka piedāvāto iespēju dāsnums nav īsts. Tās nemeklē izaicinājumus — tās cenšas radīt pēc iespējas lielāku komfortu, lai tikai augtu ienākumi. *Waterstones* un *Borders* grāmatnīcas atsevišķos gadījumos ir nonākušas tuvu kultūras institūciju pētnieciskajam ideālam, gluži kā labā bibliotēkā neierobežojot to, ko apmeklētājs vēlas pētīt, tātad veiksmīgas komerciestādes spēj radīt devīguma atmosfēru. Tomēr katrā īstā bibliotēkā ir apjomīgs grāmatu krājums, kurā var iedziļināties pagātnes mantojumā, kam pieeju nodrošina jaunās tehnoloģijas. Pretēji tam, *Borders* pamatu veido ienesīgs grāmatu veikals, jo ikviena telpa te ir saistīta ar peļņu, tāpēc viņi nevar koncentrēt uzmanību uz grāmatu uzkrāšanu. Teiktais liecina, ka kultūras institūcijas spēj radīt pievienoto vērtību, dodot iespēju turpināt pieredzēt labāko no iepriekšējo paaudžu sasniegtā, un veido savdabīgu kultūras ciltskoka izjūtu, rūpējoties arī par atmiņu.

Runājot tēlos

Muzeji, galerijas un teātri runā ar tēlu jeb ikonu starpniecību. Šai piesātinātajai saziņai piemīt konkrētas īpašības, tāpēc svarīgi izprast atšķirību starp stāstošu un ikonisku saziņu. Stāstoša saziņa ir saistīta ar argumentu veidošanu. Ikoniskās saziņas mērķis ir šaurā laika nogrieznī ielikt "koncentrētu nozīmi". Kultūras institūciju izaicinājums ir iekļaut stāstījuma īpašības un dziļāku, principiālu izpratni projektos, kam piemīt ikonisks spēks.

Daudzos gadījumos to panāk ar stāstu palīdzību, veidojot secīgu, saturisku naratīva plūsmu, tā izaudzējot jēgu un dažkārt pat morāli. Objekts, vai tā būtu glezna vai artefakts, atdzīvojas stāstā, kas veido tā kontekstu un piedāvā ietvaru izpētei. Visnozīmīgākās te ir attiecības starp stāstu un objektu. Skatuves mākslā ir līdzīgi, kad dažas kultūras izpausmes formas kā, piemēram, mūzika, spēj veidot saziņu, kas pārvar domāšanas lineāro procesu, radot tādus ierakstus pieredzē, kādus stāsti un objekti katrs atsevišķi nav spējīgi dot.

Tipisks ikoniskās saziņas piemērs redzams Jaunzēlandes Nacionālajā muzejā *Te Papa*. Pats nosaukums, ko var tulkot kā "Mūsu vieta", rezonē ar simbolisko nozīmi, aiz kuras stāv šīs zemes kultūras divdabīguma spēcīgā izpausme, atzīstot "abu — maoru un pakeha⁸ — tradīciju un kultūras mantojuma straumju *mana* (autoritāti) un nozīmīgumu, katrai no tām piešķirot iespējas sniegt savu ieguldījumu nacionālās identitātes veidošanā". "Tā ir vieta, kur valda nevis viena nemainīga patiesība, bet daudzu vēstures stāstu, versiju un balsu daudzveidīgs kopums". Šīs izjūtas daļēji ir iestrādātas vietas fiziskajā veidolā. Garas, svinīgas, pārdomas raisošas kāpnes ved cauri krāšņām ainavām līdz pat virtotnei, kur no zemesraga paveras skats uz jūras un debesu satikšanās drāmu un kur mēs sasniedzam *marae atea* (maoru tradicionālo satikšanās vietu), kas ir visu jaunzēlandiešu simboliskās mājas. Tas tikpat kā neprasa paskaidrojumu un ir saprotams instinktīvi.

6. iecirkņa muzejs Keiptaunā atrodas blakus pilsētas centram. Te kādreiz bijusi viena no nedaudzajām vietām Dienvidāfrikā, ko apdzīvoja dažādu rasu iedzīvotāji un kuru apartheīds nežēlīgi nopostīja līdz pamatiem 1970. gadu beigās, iecirkņa krāsainos iedzīvotājus pārceļot un izkliedējot pa pilsētas rajoniem 15 km attālumā no centra. Vietējā kopiena tika sagrauta. 6. iecirkņa muzejs ir brīvprātīga iniciatīva, ko kādreizējā iecirknī uzsāka vietējā baznīca. Tas ir dzie-

8 *Pākehā* — tā maoru valodā Jaunzēlandē tiek saukti ieceļotāji no Eiropas.
— Tulk.piezīme.

dināšanas mēģinājums, simboliska kopienas atjaunošana. Muzeja centrālo daļu veido 6. iecirkņa ielu kontūras, kuras izstaigā apmeklētāji; katras mājas iemītnieku vārdi pakāpeniski tiek atjaunoti, darbā iesaistot šīs kādreiz vitālās vietas iedzīvotājus vai viņu bērnus. Uz auduma, kas visu laiku tiek pagarināts, nu jau virknējas tūkstošiem iedzīvotāju un apmeklētāju parakstu. Muzejs kalpo gan kā memoriāls, gan izglītošanas vieta, gan pilsētplānošanas centrs, tas ir arī kopienas centrs, kurā grupa fiziski un simboliski tiecas atjaunot savu identitāti. Arī te apmeklētājiem nepieciešams vien neliels skaidrojums.

Milzīga ikoniska nozīme ir arī lēmumam atstāt tukšu dramatiski plašo *Tate Modern* ieejas telpu — tā ne tikai rada *gaidpilnu* noskaņojumu, bet, ignorējot no- teikumus par telpu efektīvu izmantošanu, piedāvā arī citas ikoniskas nozīmes.

Labdarības biedrība *Common Ground* ("Kopīgais pamats") Londonā izvirzīja ikoniski orientētu ideju — radīt jaunas, upei veltītas dziesmas, iesaistot visas kopienas, kas dzīvo pie Temzas. Upe šķir un vieno londoniešus. Šāda līdzdalības pasākuma mērķis bija mainīt viņu jūtas pret Londonu, veicinot to, ka cilvēki satiekas un iesaistās pilsētas kulturālā un politiskā atjaunotnē, tādā veidā sagatavojot augsni citu Londonai nozīmīgu problēmu risināšanai un radot līdzdalības un pilsoniska lepnuma izjūtu.

"Gaismas spēku" programma Helsinkos, izceļot gaismas stihijas spēku, stāsta par tādas zemes dvēseli, kas mēnešiem ir ietīta tumsā. Pamatpretmeti veido neatņemamu Somijas kultūras daļu: tā ietver abus — aukstumu un karstumu, sniegu un saunu, vientulību un somu tango, tumsu un gaismu, zemi un jūru. Somijā sastopam gaismas tradīcijas visdažādākajos veidos: adventes laikā logos iedegtas sveces, svecēm rotāto Lūcijas ceremoniju, svecīšu likšanu kapos un sveces, kas izgaismo Neatkarības dienu. Gaismas festivāls ziemas vidū iekļaujas tradīcijā, ko veido dabas pasaulē sakņota kultūra, tomēr, piesaistot somu dizaina inovācijas, tam ir piešķirts laikmetīgs veidols, tā ik gadu uz divām nedēļām pārveidojot pilsētu.

Arī vārdam var būt ikonisks spēks. Te kā piemērs noder Ņujorkā dzimusī ideja par nulles iecietību (*zero tolerance*), proti, absolūtu neiecietību pret noziedzību. Ikvienš zina vārda "nulle" tūlītējo iedarbības spēku. Iekļaujot to frāzē, cilvēki bez sarežģītas skaidrošanas zina, ko tas nozīmē un kas ir sagaidāms: savienojumā ar vārdu "iecietība" tas rada psiholoģiska komforta izjūtu.

Identificēt ikonisko ierosinātāju, vai tā būtu iecirkņa karte, telpa, gaisma, dzies-

ma vai tikai vārds “nulle”, ir visgrūtāk, jo komunikācija ir saistīta ar vietu, tās tradīcijām un identitāti. Ikoniskās saziņas spēks var pārtapt arī par draudu, ja to neietekmē izpratne un dziļāku principu atzīšana.⁹ Tādējādi kultūras institūciju savdabību nosaka mijiedarbe un process, kas veidojas starp personu, objektu vai institūciju. Tās vairāk ir vietas, kur gūt garīgu pieredzi, nekā formāli izglītoties.

Atklājot kultūras vīziju

Spiediens uz kultūras institūcijām, kas tām aizvien vairāk liek darboties saskaņā ar tirgus principiem, ir mazinājis to pārliecību par savu vīziju un uzticēšanos pašām sev, izsaucot divas tipiskas reakcijas. Uz tādu, ar institūciju pastāvēšanas jēgu saistītu apmeklētāju jautājumu kā: “kādēļ mēs te esam?”, kultūras institūcijas nereti atbild ar draudiem, pieprasījumiem vai instrukcijām, tādējādi izvairoties pieskarties jautājumam par apmeklētāju patiesajām vēlmēm. Tas izskatās pompozi, neatbilstoši un arhaiski. No otras puses, sliktākais, ko kultūras institūcijas var iesākt — bez prieka un aizrautības imitēt disnejlendu, darot to pārlieku nopietni vai augstprātīgi. Stāstot savu stāstu, disnejlendas darbojas pēc izklaides principiem, cenšoties dot vislabāko, komunicējot bez pretenzijām, bez draudēšanas vai apstrādāšanas un izmantojot spēles elementus. Tāpēc ir daudz lielāks prieks ļauties manipulēt ar sevi disnejlendai, nekā apmeklēt kultūras institūciju, kas pārņemta ar sava nozīmīguma apziņu.

Atcerēsimies Volta Disneja sākotnējo vīziju: “Disnejlendas ideja ir pavisam vienkārša. Tā būs vieta, kurā cilvēkiem rast laimi un iegūt zināšanas. Tā būs vieta vecākiem un bērniem, kur jauki kopā pavadīt laiku; vieta, kur skolotāji un skolēni varēs atrast labākus izpratnes un izglītības veidus. Te vecākā paaudze varēs remdēt nostalgiju pēc aizgājušiem laikiem, bet jaunā paaudze izbaudīt nākotnes izaicinājumu. Te būs dabas un cilvēka radīti brīnumi, te visiem būs ko redzēt un saprast. Disnejlenda būs veltīta ideāliem, sapņiem un faktiem, kas radīja Ameriku, un tai būs unikāls tehniskais aprīkojums, lai varētu dramatisēt šos sapņus un faktus, izmantot tos tālāk kā drosmes un iedvesmas avotu visai pasaulei. Disnejlenda būs kaut kas līdzīgs gadatirgum, izstādei, spēļu laukumam, kopienas centram, dzīvo faktu muzejam, skaistuma un brīnumu izrādīšanas vietai. To piepildīs pasaules, kurā dzīvojam, sasniegumi, prieki un cerības, un tā atgādinās un parādīs mums, kā šos brīnumus padarīt par mūsu dzīves daļu.”¹⁰

9 Mēs pateicamies Tomam Burkem (*Tom Burke*) par šo atšķirību izgaismošanu.

10 Skat. 28. lpp. minēto Guru ceļvedi.

Mēs varam kritizēt Disneju, bet viņš ir izpratis cilvēka dabu un pratis sasaistīt to ar lielāku, nopietnāku stāstu, kas vēsta, no kurienes mēs nākam un kurp ejam. Šajā ziņā kultūras institūcijām ir ko pamācīties. Tas nenozīmē, ka to mērķim vajadzētu būt darīt cilvēkus laimīgus. Taču tām vajadzētu piepildīt cilvēku alkas pēc zinātkāres, cerībām, brīnumiem, mērķa un atbildes dziļuma.

Kultūras vadība un autoritāte

Sabiedrībai pārlūkojot savas prioritātes, varam vērot aizvien lielāku neuzticēšanos tradicionālajām kultūras autoritātēm. Patiesi, agrāk par līderi tika uzskatīta persona, kas orientējas kultūrā, arī izglītībā bija uzsvērtā kultūras zināšanu apguve. Taču pašreizējā pievēršanās kultūras instrumentālam pamatojumam ir novedusi pie tā, ka par līderiem kultūrā kļūst ne vairs kultūras autoritātes, bet gan autoritātes ekonomikā, administrēšanā un menedžmentā, jo viņu izteiktie, jebkurai sfērai piemērojamie spriedumi tiek vērtēti augstāk un viņu zināšanas vairāk saistītas ar procesa vadīšanu nevis ar tā saturu. Tādēļ mūsdienās muzeju vai festivālu retāk vada tāds, kurš iegremdējies kultūrā līdz matu galiem, drīzāk, pēc sabiedrības pieprasījuma, menedžeris, kam piemīt instrumentāla domāšana.

Kamēr kultūra neatradis pārlicinošus argumentus savai pastāvēšanai, balstoties pati uz saviem spriedumiem, kritērijiem un indikatoriem, vērtējot, kas ir labs vai slikts, tikmēr kultūras institūcijas vadīs cilvēki, kuru autoritāte veidojusies ārpus kultūras lauka. Labākie no viņiem kopīgi ar pārējiem padotajiem atzīs vērtības, kas liktas viņu vadīto institūciju pamatā, un iesaistīsies to mērķu kopējos meklējumos.

Katram laikmetam ir vajadzīgas savas specifiskas vadības formas, kas atbilst tajā dominējošiem apstākļiem. Ja darbības stratēģija ir akceptēta un savstarpēji atzīta vai arī ja vide ir relatīvi nemainīga, kā galvenās vērtības un mērķi dominē divi vadības stili: *laissez fair* jeb *rokas nost* pieeja, kas stiprina katra paša atbildību un komandas darbu, vai arī *rokas klāt* pieeja, kas ir pragmatiska, stila ziņā tehnokrātiska un taktiskā elastīga.

Krīzes brīžos vai dramatisku pārmaiņu laikā rodas nepieciešamība pēc līdera, kas spēj vadīt pārmaiņas, mazāk izjutot vajadzību pēc koordinatora un menedžera prasmēm. Vadītāja reprezentatīvās funkcijas, politikas veidošanas kontrole vai menedžments kļūst mazāk svarīgi. Kultūras institūcijām šāds brīdis ir

pienācis. Kultūras vadībai tādēļ ir jānāk no pašas kultūras kopienas, jo sociālā un politiskā sistēma nespēs nodrošināt procesa vadību. Ir jāsak cīņa par kultūras autoritātes atgūšanu.

Kultūras vadītājiem no vienkāršiem stratēģiem jāpārtop par vizionāriem. Kamēr stratēģi komandē un pieprasa, vizionāri aizrauj un ved sev līdzi. No institūciju komandieriem tiem ir jāpārtop par tādiem vadītājiem, kuri spēj izstāstīt stāstu un uzburt plašāku ainavu, kurā institūcijai nākotnē jāiekļaujas, tādējādi viņiem no institūciju inženieriem jāpārtop pārmaiņu virzītājos. Plašā ainava neizbēgami iekļauj sevī stāstu — stāstu, kas atbild uz jautājumu par identitāti: kas es esmu, no kurienes nāku, kādai grupai piederu, kurp ved dzīve, kas tajā ir patīess, labs un skaists? Tādējādi kultūras vadītājiem ir jāsniedz atbildes, kas skar personiskas, sociālas un morālas izvēles — un, programmējot tās, jāiegūst legitimitāte. Stāstu vajadzētu caurvīt skaidrojuma par to, kādai vajadzētu būt viņu vadītajai institūcijai un kā to panākt. Stāsts arī pastāvīgi jāatjauno, mijiedarbojoties ar klientiem un ņemot vērā plašākus apstākļus. Kultūras institūcijas vadītājam ir jāparedz virzieni, novērtējot sekas, un jāiedrošina diskusija par problēmām un iespējām. Kultūras institūcijām jāspēj pievērst sev uzmanību, ja tās grib sacensties ar stāstiem, kurus piedāvā iepirkšanās un izklaides centri, tematiskie parki vai televīzija.

Kādas īpašības mūsdienās prasa no kultūras institūcijas vadītāja? Ir parastie, inovatīvie un vizionārie vadītāji. Pirmie vienkārši reaģē uz to padotībā esošās grupas vēlmēm un vajadzībām. Inovatīvais līderis izpēta apstākļus, lai atklātu aplēptās vajadzības un ienes svaigu skatījumu uz jauniem darbības laukiem. Savukārt vizionārais vadītājs izmanto gluži jaunu ideju spēku, kuru smeļas ārpus skaļu argumentu pingpongā iestrēgušām ikdienas diskusijām. Viens no kultūras līdera uzdevumiem ir ieviest kultūras virzošo spēku arī citur — dažāda veida valsts, biznesa un brīvprātīgajās institūcijās, tā dodot savu ieguldījumu un ietekmējot plašākas pārmaiņas, nevis kalpojot tikai šaurām nozares vai personiskām interesēm.

Vadītājam ir jāprot apvienot savas prasmes — morālajām vadības prasmēm jāpalīdz izdarīt izvēles, intelektuālajām — atrast oriģinālus risinājumus, emocionālajām — iedvesmot, savukārt efektīvas vadības pamatā ir uzdevums — radīt uzticību. Svarīgi, ka šīm idejām ir jābūt savstarpēji saskaņotām un jāatbilst arī

vietējiem apstākļiem.¹¹ Tām jābūt saistītām arī ar izteiktu menedžera talantu.

Kādēļ mēs baidāmies vadītājus izvēlēties no kultūras vides, lai gan akceptējam politiskos un ekonomikas vadītājus? Kad vadītājs ir politiska vai biznesa persona, mēs nesaucam viņu par elitāru, iespējams, tāpēc, ka pirmais ir atbildīgs demokrātisku bloku priekšā, bet pēdējais, pat neatbildēdams neviena priekšā, rada bagātību. Ja kultūras institūciju vadītāji spēj radīt iedvesmu un jēgu, vai tie nevar būt daļa no vadītāju loka?

Vēl kāds kultūras institūciju vadības aspekts ir saistīts ar vadošo institūciju, piemēram, tādu kā Londonas Nacionālais teātris, lomu. Kādā veidā šī vadošā loma izpaužas? Vai to atspoguļo šo institūciju programmas veidošanas principi, bet, varbūt, nacionālā teātra jēdziens ir izgājis no modes? Londonas Nacionālais teātris ir kritizēts par populāru un komerciāli veiksmīgu izrāžu producēšanu, piemēram, "Oklahoma!", "Kandidis" vai "Mana skaistā lēdija", taču te var iebilst, ka muzikālam teātrim, labi iestudējot šos darbus, ir bijis pa spēkam apvienot visai atšķirīgas auditorijas grupas. Vērtēšanas kritērijam vajadzētu būt kvalitātei, nevis tam, ka izrāde bijusi komerciāli orientēta. Tas fokusējas arī uz plašāku teātra tradīciju un mūsdienu tendencēm, kas izpaužas gan nacionālā, gan starptautiskā līmenī. No otras puses, arī citi teātri ir iniciējuši līdzīgus projektus, cenšamies rādīt labāko, ko tie spēj. Decentralizācijas laikmetā, kad reģionālās identitātes veido nācijas daudzkrāsaino audumu, varbūt ir svarīgāk atbalstīt daudzus nacionālas nozīmes teātrus, nevis piešķirt šo nosaukumu tikai vienam.

Kultūras institūcijas

Institūcija ir jebkas sistemātisks, kam ir savs process, darbības noteikumi, atmiņa un plāns. Kā tāda tā iemieso un iedibina kopīgas vērtības, ideālus, mērķus un procedūras, ar kuru starpniecību cenšas radīt leģitimitāti un cieņu pret saviem mērķiem.

Kultūras institūcija, lai kāds būtu tās priekšmets vai ģeogrāfiskā atrašanās vieta, ir nodarbināta ar identitāti, atmiņu un radošumu. Domājot par kultūru, tā izmanto atmiņu. Izmantojot atmiņu un radošumu, tā veido identitāti, balstoties uz cilvēkiem vai vietām piemītošo vērtību sistēmu tās dažādajās izpaus-

11 Šie argumenti ir izstrādāti darbā Gardner, Howard (1997) *Leading Minds: An Anatomy of Leadership*, London: Harper Collins.

mēs. Kultūra ir sabiedrības vadzvaigzne, kas atgādina tai viņas mērķus un uzdevumus. Kultūras institūcijas darbojas kā starpniekmehānisms. Tām pat var nebūt vajadzīga sava fiziskā telpa — arī festivāla tradīcija, BBC vai PBS¹², vai gadiem ilgstošs radio šovs var būt kultūras institūcija. Savukārt muzeji, galerijas un skatuves mākslas centri ieņem īpašu vietu kultūras institūciju laukā, pateicoties ekspertīzei un pielāgotajai telpai. Tādējādi to rīcībā ir lieli resursi. Bet vai citu veidu institūcijas var pārņemt to lomu?

Kultūras institūcijas ir "ētosa" aģentūras, ko Džefs Mulgans (*Geoff Mulgan*), apkopojot Normana Strausa (*Norman Strauss*) idejas, ir labi rezumējis: "Ētoss ir vienojoša vīzija, kurā apvienojas skaidri saprotamu principu komplekts un izvērsts uzskaitījums par to, [...] kas būtu jāsasniedz. Ētoss ir saskaņas atjaunošanas līdzeklis. Tas ir ikvienas organizācijas pirmais uzdevums. [...] Tas prasa pašizpratni un izpratni par vidi, kurā nākas darboties. Tas taujā pēc prasmes spēt integrēt augstākā sakārtotības pakāpē to, kas varētu šķīst kā konfliktējoša informācija un nesavienojamu interešu grupas.[...] Kultūras institūcijas reakcija uz jauno situāciju ir relatīvi viegli ieraugāma, ja tai piemīt šāds ētoss. Tās reakcija ir relatīvi iepriekšparedzama, ja tās principi ir caurredzami ikvienam.[...] Turot savā rīcībā definētu ētosu, valdībai (vai kultūras institūcijai) ir ļoti spēcīgs līdzeklis — vadlīnijas prioritāšu un resursu noteikšanai, kopīgai identitātei un mērķim, kas vieno cilvēkus.[...] Ētoss ir lēmumu pieņemšanas līdzeklis[...],rodoties jaunām problēmām, tās nav jāsāk risināt tukšā vietā. Ētoss, būdams saistīts gan ar vizionāro, gan praktisko darbību, ir problēmu daudzveidības vai sarežģītības samazināšanas līdzeklis.[...] Ir jābūt trīs līmeņu savstarpēji saskaņotām stratēģijām[...] — metastratēģijai jeb ētosa, vīzijas, ētikas un pārveidojumu dižstratēģijai; menedžmenta, kontroles, noteikumu, budžeta, iniciatīvu un uzraudzības pamatstratēģijai, kā arī ikdienas un regulāro darbu bāzes stratēģijai."

Kartējot citus nozīmju laukus

Kultūras institūcijas darbojas vidē, kur valda konkurence par formas piedāvājumu mūsu dzīves substances un jēgas radīšanai; no vienas puses, kultūras institūcijas robežojas ar jauno izklaides vidi, bet, no otras puses, ar citām zonām, kam esam uzticīgi un jūtamies piederīgi, to skaitā baznīcu un reliģiju, sa-

12 BBC (*The British Broadcasting Corporation*) un PBS (*The Public Broadcasting Service*) ir lielākās sabiedriskās TV raidorganizācijas Lielbritānijā un ASV. — Tulk. piezīme.

vas valsts vai nācijas patriotismu, sociāliem jautājumiem amplitūdā no vides aizsardzības līdz cilvēktiesībām, radniecību un draudzību, veikaliem un izklaidei, un pat darbu. Kāds ir citu jēgu veidojošo struktūru statuss, un kur tās patlaban atrodas? Vai tās pieņemas spēkā vai iet mazumā, vai tās nonākušas krīzē vai aktīvi darbojas? Vai tām, kas rodas, ir lielāks spars, un vai vecās nodarbojas tikai ar pašsaglabāšanos?

Skaidrs, ka arī šīs citas jēgu veidojošās struktūras piedzīvo pārmaiņas. Daudzās nācijās mūsdienu spēku iespaidā mainās tradicionālās reliģijas, un viena no reakcijām ir reliģiskā fundamentālisma atdzimšana. Atjaunojoties globalizācijas spiedienam, pārvērtēta tiek nacionālās identitātes loma. Iespējams, visnozīmīgākais pavērsiens iezīmējas kultūras un dabas attiecībās. Vides krīzes palielināšanās, iespējams, ved pie tā, ka kultūra zaudē labai ciņā par jēgu.

Izvairoties no institucionālās formas

Tā kā agrākās vienošanās vairs nedarbojas, radošo profesiju pārstāvjiem jāklūst elastīgākiem, veidojot izrādes, izmantojot telpas, un arī saskarsmē ar auditoriju — gan reālo, gan virtuālo.

Fokusa pārvietošana no atsevišķas mākslas formas uz starpdisciplināru pieeju rada grūtības tām kultūras institūcijām, kas atbalsta tīrās mākslas formas. Mūsdienu slavenākie iestudējumu veidotāji kā Ļevs Dodins (*Lev Dodin*), Robērs Lepāžs (*Robert Lepage*), Bobs Vilsons (*Bob Wilson*), Pīters Sellars (*Peter Sellars*) vai Viljams Forsaits (*William Forsyth*), vai tādas kompānijas kā *Group F*, *Macnas* vai *Doeg Troup*, darbojas daudz anarhistiskāk, brīvi pārvietojoties dažādos lauciņos, un rezultātā daudzas tradicionālas telpas viņu acīs ir zaudējušas savu lietderīgumu. Daudz biežāk par tām viņi saviem specifiskajiem darbiem pielāgo īpašas telpas, izmantojot interesantas vietas, nereti dabisku ainavu, kā arī iesaista savu auditoriju dalībnieku statusā. Rezultāts var būt karnevālisks un pat ekstravagants.

Interesanti eksperimenti ir notikuši "anti-telpās", piemēram, kuģu būvētavās. 1990. gadā Glāzgovā, kas togad bija Eiropas kultūras galvaspilsēta, viens no inovatīvākiem uzvedumiem bija "Kuģis" — stāsts par uzplaukumu un kritumu, ko pilsēta piedzīvoja saistībā ar kuģu būvniecību. Izrādei izmantoja pamestu kuģu būvētavu, kas deva publikai jaunu pieredzi. 2000. gada Eiropas kultūras galvaspilsētā Helsinkos milzīgā, vēl aizvien strādājošā 250 m garā Hietalahti

kuģu būvētava kļuva par norises vietu "Krēslas naktīm" — vērienīgam skaņu, gaismas un tēlu fantāzijas uzvedumam. Kuģu būvētavas strādnieki iesaistījās uzvedumā kā ceļamkrāņu operatori, drošības dienesta darbinieki un statisti; sienas tika izmantotas kā konstrukcijas kāpelēšanai, kur uzstāties dziedātājiem, no ūdens dziļumiem dejojot leca ārā nirēji. Pasākuma norises vietas milzīgie izmēri ļāva novietot tajā trampliņu, no kura trampliņlēcēji lidoja augšup un lejup ūdenī, kā arī izmantot orķestri, kas spēlēja, lēni slidēdams gar kuģu būvētavas sienu visā tās garumā. Tas viss rosināja pārdomāt, kādai jābūt pasākuma vietai. Turklāt, kā nosaukt pašu uzvedumu — vai tā ir mūzika, deja vai teātris? Vai tradicionālais teātra iekārtojums ar proscēniju spētu rosināt šāda uzvedumu iestudēšanu?

Dažas jaunas izrāžu vietas kā *Mercat del Flors* Barselonā vai *Halle Schaerbeek* Briselē guva ievēribu kā multidisciplināri iestādījumi, kuru telpas ir pilnībā pielāgojamas visdažādākajām mākslinieciskajām izpausmēm, neiespiežot māksliniekus gatavā veidnē. Patiesi, skatuves mākslas dižos notikumus tagad veido mākslinieki, nevis ar konkrētu fizisku telpu saistītas kultūras institūcijas.

Līdzīgi procesi skāruši arī dažas tradicionālas mākslas formas, piemēram, operu, kam grūti uzturēt tradīciju, jo izmaksas ir dārgas un tikai laika pārbaudi izturējuši uzvedumi spēj piesaistīt publiku, turklāt lielākoties vecāka gadagājuma. Minētie ekonomiskie ierobežojumi kavē un kontrolē māksliniecisko attīstību. Līdzīgi supergrāvēji parādās arī vizuālajā mākslā, kur lielajām kultūras institūcijām no ekonomikas viedokļa ir nepieciešami šovi, bet, lai normāli strādātu, tām vajadzīga ierastā ieejas maksa. Ir vērojami mēģinājumi pārvarēt šos ierobežojumus, veidojot mazas operas kompānijas vai rīkojoties kā Minsteres biennālē, kur mazākās, pa visu pilsētu izmētātās skates sasaistītas izklaidētā, tomēr vienotā kopējā "grāvējā".

Līdzīgas tendences notiek akadēmiskajā mūzikā, kur daudzi orķestri turpina spēlēt muzejiem līdzīgu lomu, piedāvājot tradicionālu repertuāru tradicionālā vidē. Savukārt tādas grupas kā *Ensemble Contemporaine* Parīzē, kas rada netradicionālas skaņas, vai *QO2*, kas miksē un jauc klasisko un DJ tipa mūziku, rāda piemēru, kā veidot tiltus jaunas publikas piesaistei.

Vēl kāds piemērs darbībai, kas tipiski asociējas ar kultūras institūciju, bet ir izgājusi ārpus tradicionālā ietvara, ir Londonas Utopiskās naktis. To pamatu veido darba vietas un kultūras telpas, semināru, maltīšu un izstāžu sajaukums, tajās atdzimst un pārveidojas gan salona, gan nometnes ugunsкура tradīcija.

Angļu dizaina firma *Interbrand Newell and Sorrell* pirms desmit gadiem sāka aicināt pie sevis dažādus cilvēkus, lai viņi iedvesmojoši stāstītu firmas personālam par nodarbēm, ar kurām kaislīgi aizrāvušies. Ar laiku tas pārtapa publiskā pasākumā, uz kuru pēc īpaša saraksta aicina 200 viesus no dažādām “dzīves stacijām”. Tas ir kļuvis par vienu no visgaidītākajiem ielūgumiem Londonā. Programmas notiek piecas reizes gadā, un tās ievada izstāde un viesības ar maltīti. Skolotāji un ministri sajaucas vienotā kompānijā, kur katrs pats veido savas attiecības. Šo vakaru nerakstītais mērķis ir “iedvesma”.

Londonā un Parīzē vērojams īsts maltīšu un diskusiju klubu bums. Londonā pēdējos gados ir nodibināti vairāki klubi — *Boisdale, Maverick, Asylum*, savukārt Parīzē atkal vērojams filozofisko kafejnīcu uzplaukums. Tās ir Parīzes salonu jaunatklājums, veidojot kaut ko vidēju starp viesību vakariņām un domātuvī, piedāvājot lekcijas intelektuālās formalitātes savienojumu ar neformālām kroga sarunām. Tradicionālie klubi bija domāti cilvēkiem ar vienādiem uzskatiem, tagad tos veido ar pretēju nolūku. Galvenais ir nevis uzvarēt strīdā, bet veicināt debates. “Jauno vakariņu klubu meistarstiķis ir izveidot tādu diskusiju struktūru, kas atšķirtu tās no parastām vakara sarunām krogā, bet būtu pietiekami neformālas, lai nepārvērstos tradicionālā klubā.” Līdzīga izjūta vadījusi *Buddha Bar* tīkla veidotājus Parīzē. Tas tagad ir gan zīmols, gan vienlaikus bārs, satikšanās un mūzikas pasākumu vieta, kā arī ierakstu marka, ko iedibināja Klods Šallē (*Claude Challe*). Aizvien pieaugošā *Buddha Bar* sērija ar CD dubuldiskiem veicina savdabīgas pasaules mūzikas formas izplatību un piedevām darbojas kā globāls zīmols *Buddha Bar* koncepcijai.

Kvalitātes īpašības

Spriest par kvalitāti, runājot par kultūru, šodien ir vecmodīgi, taču dīvaini, ka, pērkot tirgus produktus un ikdienišķus vai ekskluzīvus pakalpojumus, mēs obligāti pievēršamies to kvalitātes īpašībām. Ja kāds dodas uz veikalu pirkt desu, viņš jūtas apmierināts, ja to piedāvā atbilstoši cenai, sagaidāmajai garšai, sastāvdaļām, izskatam un kvalitātei. Tas pats ir spēkā, ja pērkam mēbeles, gultu vai krēslu, tad mēs novērtējam dizainu, mēbeles piemērotību savam uzdevumam un prasmi, ar kuru tas viss ir salikts kopā. Līdzīgi mēs nebaidāmies ieteikt kādam izlasīt labu grāmatu.

Pretēji tam diskusijas par kvalitāti attiecībā uz to, kas notiek kultūras institūcijās, tādās kā muzeji vai mākslas galerijas, tikpat kā bija izskaustas. Spriedumi

par mākslas darbiem pēdējās divās desmitgadēs vairāk pievērsās kontekstam, kādā tie radīti. Piemēram, mākslas vēsturē kopš 1970. gadiem valdošā radikāli kontekstuālā pieeja izspieda ideju, ka viens mākslas darbs var būt labāks par otru. Protesti vērsās pret trenētas acs izjūtu. Galvenā uzmanība bija pievēsta apstākļiem, kādos mākslas darbs tapis, tā saistībai ar savu laiku vai sociālajai izcelsmei, atstājot bez ievēribas to, kas notiek starp skatītāju un mākslas darbu. Mēs esam piedzīvojuši ekstrēma relativisma laikmetu, kurā jebko, kas notiek, stiprina demokrātiskā ideja, ka ikviens spēj darīt visu vienlīdz labi. Ar to mēs negribam apgalvot, ka mākslas darbu radīšana jebkurā līmenī nevarētu sniegt bagātinošu pieredzi, kā arī daudzus un dažādus pozitīvus impulsus to radītājam vai līdzdalībniekam, tomēr cilvēki turpina sūtīt savus bērnus uz zīmēšanas nodarbībām, lai viņi spētu darīt to labāk. Turklāt, pat ja spriežam par mākslas darbiem to kontekstā, arī tad viens var tikt novērtēts kā labāks par otru. Ir jābūt kādai vidus pozīcijai starp absolūtu relativismu un stingri negrozāmiem kvalitātes standartiem, vai tā būtu popdziesma vai mūsdienīgs akadēmiskās mūzikas skaņdarbs, vai arī pastaiga pa tematisko parku. Pastāv spektrs, kurā šāds novērtēšanas process var norisināties.

Katram objektu vai izrāžu tipam ir savs raksturīgs īpašību komplekts, kura izvērtēšanai tiem, kas to dara, ir jāizveido kopīga valoda. Tas nevar būt viens un tas pats visiem mākslas darbiem, sākot ar teātra izrādi un beidzot ar kopienas mākslas projektu vai amatnieka darinātu grozu, lai gan daži kritēriji var būt arī kopīgi. Piemēram, to pielietojamība, izmantotie materiāli, veids, kā kaut kas ir darināts vai izrādīts, darba jēga, amata prasme, simboliskā vērtība vai saistība ar kultūrai raksturīgajām vizuālajām formām. Tieši diskusijas par šāda veida īpašībām veido un attīsta kultūru.

Reālais un dzīvais iepretī virtuālajam un atdarinātajam

Oriģinālajam objektam vai reālajai vietai piemīt spēcīgāka aura, jo tie iedarbojas uz vēsturisko iztēli. Ir izplatīts uzskats, ka, skatot oriģinālu, cilvēku dažādā pakāpē pārņem spēcīgas emocijas, liekot "skriet skudriņām". Oriģināls nes sevī aizgājušo laikmetu izjūtu, un tam piemīt laika patina. To pašu var attiecināt uz dzīvu izrādi, kas *iesaista*, tās radītā pārdzīvojuma kvalitātes vērtību bieži pastiprina aktieru spēles radītā spriedze un traušums, kā arī notikuma vienreizība: tas tverams tikai tai mirklī, kad notiek, un to nekad nevar pilnībā atkārtot vēlreiz. CD spēj reproducēt perfektu skaņu, bet dzīva izrāde vai mūzika sniedz kvalitatīvi atšķirīgu pieredzi, kas daļēji saistīta arī ar nepieciešamību iziet ārpus

mājas un tikties ar sabiedrību. Tas, ko varam iegūt saskarsmē ar oriģinālo vai dzīvo, iespējams, ir labāks par virtuālo vai reproducēto, tomēr minētais pretstats nereti tiek pārspilēts. Mums nav problēmu nopirkt CD vai aplūkot attēlus grāmatā, tomēr gleznu reprodukcijas pastkartītēs un plakātos vai arī kāda objekta virtuāls aizstājējs nespēj izraisīt pietiekamu atbalsi, ja tos redzam muzejā vai galerijā. Tātad mūsu spriedumus nosaka tas, kādus uztveres reģistrus objekts vai izrāde mūsos skar, kā arī tas, kādu pieredzi ceram iegūt vietā, kur ar tiem tiekamies.

“Atdarinājums” vai “neautentisks” — skan noniecinoši, taču ja atdarinājumi vai kopijas ir darināti mākslinieciski spēcīgi un mērķtiecīgi, tie var mūs aizkustināt pat vairāk nekā oriģināls. Patiesi, dažkārt vajadzīgs tikai kāds teatralitātes elements, lai iedarbinātu iztēli. Var būt tā, ka lielāks autentiskums piemīt īpaši konstruētas un tālāk nodotas pieredzes kvalitātei nekā ekspozīcijā izliktām oriģināla paliekām, kuru jēga nav emocionāli pārņemama.

Aplūkojot kontrastu, kāds veidojas starp holokausta pieredzi “īstajā” Aušvicē un pieredzi, kas gūstama Holokausta muzejā Vašingtonā vai Impērijas Kara muzeja ekspozīcijā Londonā, daži no izvirzītajiem jautājumiem kļūs skaidrāki. Aušvice tagad ir daļa no Osvencimas, un to ieskauj dzīvojamo namu bloki. Divi ikoniski momenti iedarbojas īpaši spēcīgi, jo to tēls ir iegravēts pasaules iztēlē. Pirmais ir uzraksts “*Arbeit macht frei*” [darbs dara brīvu] virs ieejas noslēgtajā un viscaur autentiskajā vietā, kur ebreji, čigāni un politiešlodzītie tika vesti pretī neizbēgamai nāvei. Vecu kurpju, briļļu, matu un ikdienas priekšmetu kalni daudzus viegli izraisa asaras. Ēku ikdienišķums, tukšās kameras, kurās ieslodzītos neiedomājamus veidos mocīja līdz nāvei, savienojumā ar birokrātisko dokumentu banalitāti nevar neatstāt iespaidu uz apmeklētājiem. Iztēlei nepieciešams pavisam nedaudz, lai ierosinātu izmisuma un šausmu izjūtas. Līdzīgi spēcīgas izjūtas rada vārti un sargtorņi pie ieejas otrajā teritorijā — Birkenavā, kur pienāca vilcieni ar ieslodzītajiem — arī tie ir mirklī atpazīstams simbols. Pārējo teritoriju Polijas valdība ilgstoši atstājusi tādā kārtībā, kādā to atrada 1945. gadā, un apmeklētājs pats spiests rekonstruēt sevī šausmu izjūtas, kādas piedzīvoja ieslodzītie.

Holokausta muzejs Vašingtonā ir Aušvices kontrasts — tas ir muzejs, kas no paša sākuma veidots, lai apmeklētājiem radītu pārdzīvojumu, nevis lai vāktu un radītu viņiem oriģinālus objektus. Muzeju veido stāsts, te viss — arhitektūra, gaisma un skaņa — ir izmantots visaptveroša pārdzīvojuma radīšanai. Ieejot muzejā, apmeklētājam iedod pasi, kas pārvērš viņu par koncentrācijas

nometnes ieslodzīto, tādējādi muzeja stratēģija principiāli balstīta teatrālismā nevis krājuma didaktiskā prezentācijā, un tas tiek darīts ar spēcīgu vēsturiskā simbolisma izjūtu, tiecoties no jauna radīt kolektīvo atmiņu. Tas ir mēģinājums ievilkt cilvēku neikdienišķā atmosfērā, mēģinot izraisīt vientulības, bezpalīdzības, fiziskas iesaistes izjūtu un vieglu paniku kā līdzekļus, lai pārvērstu viņu “atmiņas rezonatorā”. Tas tiek panākts, vedot cilvēkus pa iezīmētām takām cauri situācijām, kas piedāvā izdzīvot ebreja izjūtas nacisma režīmā — jo vairāk viņi iegremdējas konstruētajā pieredzē, jo dziļāka ir viņu iesaistīšanās. Viens no šā maršruta augstākajiem punktiem ir trīsstāvu Seju tornis, kuru veido vairāk nekā 3000 to ebreju fotogrāfijas, kuri tika noslepkavoti Eišiškos, Lietuvā, kur šī kopiena bija dzīvojuši vairāk nekā 900 gadus. Ceļojuma noslēgumā spriedze tiek noņemta Atmiņu zālē.

Kaut arī šajā muzejā nav iespējams iegūt oriģināla izjūtas spēku, rūpīgā rekonstrukcija ļauj attīstīt bagātu, hronoloģisku stāstījumu, kas saista kopā dažādus holokausta pieredzes komponentus, ko nespēj Aušvices oriģināls. Abi muzeji ir vienlīdz “labi” vai autentiski, lai arī katrs savā veidā.

Impērijas Kara muzejā arī ir nozīmīga holokausta izstāde, kas veido daļu no plašākas kara ekspozīcijas. Kaut arī te, tāpat kā Aušvicē un Vašingtonā, ir kurpju un ikdienas priekšmetu kaudzes, kas palikušas pāri pēc upuru nāves, šīs ekspozīcijas iedarbību vājina tas, ka tā ir tikai viena no daudzajām šajā muzejā, līdz ar to mazāk skar jūtas. Vairāk ir domāts par pārliecinoša vēsturiskā stāsta izstāstīšanu nekā par autentiska pārdzīvojuma radīšanu. Tolerances muzejs Losandželosā arī ir pievērsies holokaustam, taču piedāvā pieredzi, kas pārņemama, lietojot “gudrās” tehnoloģijas un uzklusot abstraktu ziņojumu par universālu toleranci, kas drīzāk atgādina sprediķi nekā virza uz iekšējas, patiesi ikoniskas izpratnes veidošanu.

Postmodernisti varētu teikt, ka visas pieredzes ir vienlīdz vērtīgas, taču, ja runājam par pieredzes spēju izraisīt pārdzīvojumu, tad te redzamas gradācijas, kas neapšaubā arī sekundāru reprodukciju vērtību šāda pārdzīvojuma radīšanā. Zinātniskais darbs prasa studēt reprodukcijas, un internetam ir demokrātiska loma pieejamības ziņā, tā sniegtā pieredze var būt pietiekama, lai gan dažkārt tas tomēr rada vēlmi redzēt oriģinālu vai pieskarties tam.

Mediju māksla

Tehnoloģiju spēkos ir sniegt mums ko vairāk, ne tikai atvieglot komunikāciju vai savākt un nodot tālāk informāciju. Tās pārveido pašus medijus, mākslas formas un maina komunikācijas dabu. Multimediju revolūcija rada neierobežotas iespējas ikvienās mājās, piedāvājot vīzu ceļojumam uz jaunu starpniekpasauli, kas mums ir kļuvusi pieejama, pat nepieceļoties no krēsla. Tā maina arī veidus, kādos cilvēki izprot līdzdalību — aktīvu vai pasīvu, piedāvājot atšķirīgas, dziļas interaktivitātes iespējas. Mudinot līdzdarboties, tā iedvesmo radošām izpausmēm. Atvērtais tīkls rada jaunas tīklošanās iespēju formas, kas ne tikai izmaina pieeju kultūras pieredzei vai kultūras institūcijām, bet var kļūt par to aizvietotāju. Pati tehnoloģiju lietošana ir kļuvusi par izklaides veidu, kam ir pašam savas pastāvēšanas tiesības. Vienlaikus tehnoloģijas veicina robežu nojaukšanu starp mākslas formām un to saplūšanu, kā to savulaik darīja fotogrāfija vai filma. Interaktīvas mājas lapas jau tagad uztveramas kā mākslas darbi. Komunikāciju internetā virza tādas organizācijas kā *Time Warner*, kas veido šīs jaunās pasaules centrus, kā dominējošo saziņas līdzekli izmantojot angļu valodu. Tas rada daudzus starpkultūru jautājumus, jo vairāk nekā 70% interneta mājas lapu ir angļu valodā. Problēmas rada pat krāsas uztvere: piemēram, Ķīnā sarkans nozīmē iet uz priekšu, kamēr Rietumos tas nozīmē “stop” vai “uzmanību” un tam ir negatīva nokrāsa.

Rodas jaunas, uz tehnoloģijām orientētas kultūras institūciju formas, tādas kā *Arts Electronica* Lincā vai Mākslu un mediju tehnoloģiju centrs Karlsrūē, kas, izmantojot tehnoloģijas, attīsta jaunas mākslas formas. Karlsrūes bijušajā ieroču rūpnīcā ir vairāk nekā 48 000 kvadrātmetru izmantojamās platības, kur pajumti atradis arī Mediju muzejs, Vizuālo mediju institūts, Mediju un akustikas institūts, mediju bibliotēka, mediju teātris, Laikmetīgās mākslas muzejs, kā arī Valsts dizaina akadēmija un Karlsrūes pašvaldības galerija, kam ir atsevišķa vadība. Mākslu un mediju tehnoloģiju centrs vēlas kļūt par jauna pilsētas kvartāla centru, kurā notiek inter-akcijas un inter-tirdzniecība. “Staiģāt pa Mediju muzeju ir tāpat, kā klejot pa elektronisku tematisko parku, pa nākotnes rotaļlaukumu pieaugušajiem, kur miniatūri teātri, video un milzīga izmēra attēli nomaina cits citu, dejo, atbild uz jautājumiem un mudina apmeklētājus doties fiktīvos ceļojumos... Lai gan daudzas no instalācijām uzdod grūti atbildāmus jautājumus par nopietnām lietām, muzejs vienkārši nobīda malā barjeru starp mākslu un izklaidi... Mākslinieki ir aicināti iekārtot ilgtermiņa rezidences laboratorijās... eksperimentējot ar skaņu, kā arī ar vizuālo

kontekstu... mediju mākslas ir izveidojušas pirmo globālo mākslas darbības vidi... gandrīz ikviens, kas darbojas šajā laukā, pazīst cits cits." (*New York Times*, 14/2/1999)

Sci~art koncepcija ir vēl viens izaicinājums tradicionālajām kultūras institūcijām. To pārstāv tādas organizācijas kā *MIT Media Lab*, kas darbojas domāšanas attīstības priekšpostenī. To balsta pieņēmums, ka visauglīgāk cilvēka domāšana attīstās vietās, kur satek kopā dažādas, zinātnieku, tehnologu un mākslinieku veidotas radošuma strāvas. Tagad šis virziens sola iziet ārpus sākotnēji nelielajiem sasniegumiem, lai kļūtu par katalizatoru nākotnes produktu un pakalpojumu radīšanai gan mākslas, gan biznesa jomās. Lielbritānijā izsludinātā Sci~art konkursa programma iniciēja turpat tūkstoti sadarbības projektu starp zinātniekiem un māksliniekiem jaunu mākslas formu radīšanai, bieži atrodot mājvietu universitāšu institūcijās, un šīs programmas panākumi ir pārspējuši sākotnēji gaidīto.

Sci~art koncepcija palīdzēja izveidot zinātniekiem un māksliniekiem kopēju zināšanu un radošuma kodolu. Piemēram, "modelis"(pattern) ir ideja, kuru veidojot, abas — gan zinātne, gan māksla — cenšas atklāt daļēji aplēptos paraugus. Tas veido kopsaucēju. Savukārt parauga atklāšana ir konstruēšana. Ikviens, kas tiecas izstrādāt kursu, lai mainītu esošo situāciju uz labāku, modelē. Tehnoloģija kļūst par kopēju izpratnes valodu; ir jāiesaista loģiskās domāšanas procesi, lai atrisinātu modelēšanas galveno jautājumu — proti, kādām vajadzētu būt lietām, un izdomāt artefaktus, lai sasniegtu specifiskus mērķus.

Iekļaujošā kultūra

Pievēršanās daudzveidības, atšķirību un savdabīguma jautājumiem, tiecoties veidot dialogu, ir viens no 21. gadsimta pamatuzdevumiem — un tā risināšanā izšķiroša loma var būt kultūras institūcijām un kultūras programmām, piedāvājot sarunu telpu atšķirīgām sociālām grupām. Sašķeltības pārvarēšana starp dažādajiem un atšķirīgajiem, starp iekļautajiem un izstumtajiem, atklājas kā viens no steidzami risināmiem jautājumiem politiskajā un sociālajā dienas kārtībā. Kultūras institūcijas, pārstāvot publisku, mums visiem piederošu telpu, ir atbildīgas gan par tiem, kas jūtas iekļauti kultūras aktivitātēs vai institūcijās, gan par tiem, kas tādi nejūtas. Daudz biežāk aiz šā jautājuma slēpjas nabadzība, kas drīzāk ir sociālās izstumtības indikators, nevis tās cēlonis. Cilvēku un grupu marginalizācija lielākā vai mazākā mērā var būt arī apzināts

rezultāts tam veidam, kādā vairākumu pārstāvošās grupas ir organizējušās un darbojas sabiedrībā. Tādā gadījumā par izstumtības cēloni atbildīga kļūst visa sabiedrība.

Mūsu sabiedrībā valdošās koncepcijas par vienlīdzību kultūrā pēdējo trīsdesmit gadu laikā nav būtiski mainījušās, lai gan prakse, bez šaubām, ir attīstījusies un uzlabojusies. Ierosmes šajā jomā parasti saistītas ar divām koncepcijām. Izplatītākā no tām balstās pieejamības principā, uzsverot iniciatīvas, kas rosina, lai pēc iespējas lielāks daudzums cilvēku no nabadzīgām sociālas vai etniskas izcelsmes grupām izmantotu esošo kultūras piedāvājumu. Tā pārstāv pēckara kultūras demokratizācijas koncepcijas atjaunotu variantu, jo potenciāli palielina auditoriju un ieņēmumus. Neietekmējot programmu veidošanu saturiski, tā pauž jau pastāvošās kultūras intereses. Otra pieeja savukārt vērsta uz kultūras programmu saturu, mēģinot ietekmēt sociālās izstumtības simptomus — tādas, kas saistīti ar veselību, noziedzību, bezdarbu utt. Tā izmanto kultūru, lai sasniegtu ārpus kultūras esošus mērķus. Šo pieeju galvenokārt pārstāv kopienu māksla.

Abām pieejām tomēr ir savi būtiski vājie punkti. Pieejamības princips, piemēram, ir īstenots Lielbritānijas kultūrpolitikā kopš 1945. gada, taču ir grūti pierādīt, ka tas ietekmējis auditorijas sastāvu, drīzāk atspoguļojis sabiedrības mainīgo raksturu šajā periodā.

Savukārt, ja vēršamies pret kultūras trūkumu (ja tāds maz eksistē) atsevišķos iedzīvotāju slāņos, nesaskatot problēmu veidā, kādā kultūras aktivitātes tiek organizētas sabiedrībā, tad kultūras pieejamības nodrošināšana un nabadzības novēršanas iniciatīvas spēj mazināt tikai kultūras nevienlīdzības simptomus. Cēloņi paliek neskarti. Kultūras institūcijas iekļaujas vērtību radīšanā un aizsardzībā, tikai jājauc — kam pieder šīs vērtības? Ja ir cilvēki, kas jūtas atstumti malā, kultūras institūcijām darbojoties vairākuma interesēs, mums vismaz jāpajautā, vai kultūras sistēma nav tā, kas, neapzināti, bet veicina atstumtību? Vai patiesi ikvienam cilvēkam ir dota iespēja būt piederīgam pie sava muzeja, bibliotēkas vai galerijas auditorijas — sajūst, ka tie pārstāv arī viņu un viņa kopienu? Vai publiskās kultūras institūcijas šodien atspoguļo visu savu vietējo iedzīvotāju vajadzības? Vai tās vispār jebkad to ir darījušas? Vai realitātē nav tā, ka vienas grupas vērtības, identitāte un intereses tiek apmierinātas uz citu rēķina, atstumjot atšķirīgo, minoritāšu vai disidentu kultūru?

Kad ir iesaistīts valsts un pašvaldību finansējums, ilgtspējīgai atbildei uz šādu

izaicinājumu vajadzētu nākt no pašām kultūras institūcijām — no to paustajām vērtībām un uzdevumiem. Tas nedrīkst tikt uzlūkots par papildu, uz atsevišķiem projektiem balstītu uzdevumu. Kultūras iekļautība nozīmē mūsu visu tiesības būt pilntiesīgiem demokrātiskas sabiedrības locekļiem, kas paši var noteikt savas kultūras vajadzības. Tas nozīmē, ka cilvēki aktīvi piedalās kultūras lēmumu pieņemšanā, ka viņiem ir pieejami resursi, kas ļauj radīt, un ir arī vieta, kur parādīt savu veikumu. Kultūras iekļautība nozīmē ļaut cilvēkiem komentēt, pat pārrakstīt stāstus, kurus muzeji vai citas institūcijas stāsta mums par mums pašiem. Šis jautājums skar multikulturālo un starpkulturālo saskaršmi, kas relatīvi labi kā kopēja pieredze darbojas individuālajā līmenī, kurā cilvēki patērē cits cita nacionālo virtuvi, mūziku vai pērk amatniecības izstrādājumus, bet retāk sastopama citos līmeņos. Teiktais neatceļ vajadzību pēc kuratoriem, māksliniekiem, skolotājiem vai citiem kultūras profesionāļiem: tas aicina viņus pārdomāt, kā viņu talanti un pieredze var kļūt par tiltu uz patiesu partnerību, kas īstenojas atklātā sarunā. Institūciju līmenī tas nozīmē strādāt tā, lai piedāvātās kultūras, vērtību un vēstures interpretācijas nebūtu relatīvas, bet gan dinamiskas, lai tiktu ņemta vērā spriedze, kāda mūsdienu sabiedrībā izveidojusies starp dažādām attīstības perspektīvām, un daudz nopietnāka būtu attieksme pret sagaidāmo rezultātu. Tas nozīmē darīnāt jaunas, hibrīdas kultūras identitātes, kas sargā mūsu kopējās vērtības viņpus komerciālām un politiskām interesēm, ceļot godā aizrautību, diskusijas un kultūras daudzveidību. Kultūras iekļautību nosaka komunikācijas, iesaistīšanās un radošās aktivitātes kvalitāte un nevis tas, kas kontrolē kultūras objektu.¹³

Pārliecinošs piemērs tam, kādai jābūt kultūras institūcijai, pārstāvējot jaunu līdzdalības izpratni, zināšanu un prezentācijas līmeni, turklāt piesaistot vēsturiski atstumtas kopienas, ir topošais Amerikas indiāņu nacionālais muzejs Smitsonu institūtā, kas pakāpeniski tiek atvērts apskatei. Muzeja koncepcijas pamatā ir premisa, ka Amerikas iedzimto zināšanas par priekšmetu un citu kultūras izpausmju nozīmēm nav mazāk vērtīgas kā antropologu savulaik iegūtās. Sava ievērojamā direktora Ričarda Vesta (*Richard West*) vadībā muzejs īsteno nosprausto mērķi — atklāt Amerikas iedzimto un citu Amerikas iedzīvotāju piedāvāto perspektīvu daudzveidību un veidot muzeju kā kultūru, atmiņu, zināšanu un cilvēka izdzīvošanas stratēģiju satikšanās vietu.

13 Šī sadaļa balstās uz Fransuā Mataraso darbu.

Mākslinieka loma

Kāda ir mākslinieka loma šajā jaunajā konfigurācijā? Ja savulaik mākslinieku uzdevums bija slavināt savus patronus, tad, pieaugot mākslinieku neatkarībai, viņi aizvien vairāk uzstājās kā kritiķi, vizionāri un izklaidētāji. Pakāpeniski mainījās arī mākslinieku attiecības ar kultūras institūcijām, kas piedāvāja platformu viņu darbam, un tieši mākslinieki nereti kļuva par teātru vai galeriju vadītājiem. Tagad, kad valda menedžmenta ētoss un priekšplānā izvirzījušās ekonomiskās prioritātes, uzsvāru liekot uz darbības indikatoriem, parādījies cits institūciju vadītāja tips, kura uzdevums ir rūpēties par apmeklētāju piesaisti un veicināt ekonomiski pamatotu institūcijas darbību. Mākslinieka loma kultūras institūcijās ir mazinājusies, mazinoties vadītāja vizionāra prasmju nozīmei. Cīņa starp vizionāro uzstādījumu un produkta pārdodamību ir redzama arī festivālu organizēšanā, piemēram, Eiropas kultūras galvaspilsētu gada garumā izvērstajās pasākumu programmās vai arī Edinburgas, Adelaides vai Čarlstonas festivālu programmās. Turklāt stāvoklis kļūst sarežģītāks, jo mākslinieki arvien vairāk strādā komerciāli, iesaistoties radošajā industrijā kā izpildītāji vai objektu veidotāji. Arī tirdzniecības centri, namīpašumu attīstītāji vai izklaides operatori visai bieži viņus iesaista savos pasākumos, vēlēdamies pievienot saviem pūliņiem māksliniecisku vērtību.

Grūti noteikt, cik lielā mērā šie komerciālie eksperimenti kalpo mākslinieciskām vai kultūras vērtībām. Kā piemēru var minēt finansiāli ļoti veiksmīgo slavenā zīmola *British Bluewater* tirdzniecības centru Dartfordā, ko izveidoja viena no pasaules lielākajām attīstības kompānijām — Austrālijas *Lend Lease*. Tajā uz balustrādēm, frīzēm, cokoliem vai arī kā daļa no fascijām vai strūklakām izvietotas akmenī un metālā iegrebtas ainas ar vēsturiskām tēmām no amatnieku dzīves, kuru uzdevums ir piešķirt dziļumu un tematisku virzību iepirkšanās aktivitātēm. Te iespējams arī lasīt dzejoļus, kuri rada nostalgiskas izjūtas pēc pagātnē aizgājušās pasaules. Tirdzniecības centrā atrodas arī Dabas vēstures muzeja nodaļa, kas piedāvā iepazīt dinozaurus, izglītības centrs un pat kafejnīca, kurā mūziku ik pa laikam pārtrauc īsi itāliešu valodas mācību stundas iespraudumi. *Lend Lease* mērķis ir veicināt iedvesmu, lai gan galvenā tomēr ir iepirkšanās.

No izskolotā uz skolēnu

Kādi secinājumi un kādas nostādnes mums kā indivīdiem vai organizatoriem

būtu jāņem vērā? Kā aicinājums lai skan Ērika Hofera (*Eric Hoffer*) atziņa: “Radikālu pārmaiņu laikā nākotne ir tiem, kas mācās. Tiem, kas jūtas izskolojušies, parasti nākas konstatēt, ka viņi ir pietiekami sagatavojušies dzīvei pasaulē, kuras vairs nav.” Nākotnes izaicinājums varētu būt — spert vienu soli tālāk un mēģināt vienlaikus būt abiem.

Mūsdienās arvien augstāk tiek vērtēts nevis kulturāls un civilizēts cilvēks, bet tāds, kas apveltīts ar iztēli, izgudrotājs, jaunu iespēju radītājs. Radošums kā mācīšanās galvenā sastāvdaļa uzskatāms par ceļu, kas paver iespējas pielietot zināšanas un prasmes jaunā veidā, tā sasniedzot augstu novērtētus mērķus. Tādējādi mēs šodien esam nonākuši pie tā, ka augstāk vērtējam procesu, nevis spriedumus. Līdz ar to izpētes kultūra ir daudz svarīgāka par iegūto rezultātu — izpētes veids balstās uz uzticēšanos, darbības brīvību, dažādiem un mainīgiem kontekstiem, tīklojumiem un saitēm. Taču radošums un mācīšanās paši par sevi mums nepasaka neko par pārliecību, mērķiem un tieksmēm. Abstrakto “radošuma” jēdzienu (*creativity*) kā atšķirīgu no konkrētajiem vārdiem “radīšana” vai “radīt”, 1927. gadā pirmoreiz ieviesa Alfrēds Nortss Vaitheds (*Alfred North Whitehead*), lai apzīmētu brīvības un atbrīvošanās jomu.

Radoša vide rada labvēlīgus apstākļus mācīšanās procesam. Mūsdienās valda uzskats, ka mācīšanās ir jāizvirza priekšplānā, lai nodrošinātu nākotnes labklājību, kas ir īpaši svarīgi strauju, lai arī konsekvētu, sociālo pārmaiņu laikos. Tādēļ indivīdiem jāturpina attīstīt savas pielāgošanās prasmes un spējas, bet organizācijām un institūcijām jāmeģina saprast, kā izmantot to potenciālu, kāds piemīt auditorijai, ar kuru tās strādā, un jāspēj elastīgi un ar izdomu reaģēt gan uz iespējām, gan grūtībām, gan arī uz auditorijas vajadzībām. Mēdz teikt, ka sabiedrība, kas mācās, saprot, ka daudzveidība un atšķirības starp kopienām var kļūt par bagātināšanās, sapratnes un iespēju avotu. Tāda sabiedrība ir kas vairāk par vienkārši labi izglītotu sabiedrību, un tā neaprobežojas tikai ar mācīšanos klasē. Šādā sabiedrībā pati mācīšanās ideja caurauž visu, un indivīdi un organizācijas ir iedrošināti apgūt zināšanas par savas dzīves vides dinamiku un tās nestajām izmaiņām. Mainās veids, kādā mēs mācāmies skolās vai citās institūcijās, kas palīdz nostiprināt izpratni un zināšanas, un visi sabiedrības locekļi tiek mudināti mācīties; visbeidzot un, iespējams, tas ir pats svarīgākais — cilvēki demokrātiski mācās mainīt apstākļus, kuros tie mācās.

Cilvēks, kas skolojas, ir tas, kurš, mācoties no paša un citu pieredzes, attīstās, kurš izprot pats sevi un atbilstoši šai izpratnei spriež par visu, viņš ir “domājoša persona”. Paliek jautājums: vai pietiek ar mācīšanos vien? Mācīšanās pro-

cess, tāpat kā radošums, pats nepasaka, ko mums vajadzētu mācīties vai kas ir kvalitāte. Tas mums ir nepieciešams, lai mēs no jauna iemācītos spriest.

Mērīšanas robeža

Pasaulē, kurā viss tiek mērīts, mērītāji ir tie, kas kontrolē prioritātes, definē saturu un sagaidāmo rezultātu. Attiecinot to uz kultūras institūcijām, jāteic, ka to pienākums ir no jauna definēt mērījumu lauku, lai, izmantojot savus jēdzienus, tās pašas varētu veidot savus ietekmes un panākumu standartus. Tādi varētu būt jautājumi: kas ir kvalitāte, iedvesma, atklāsme, pieredzes līmeņi, spēja pētīt vai saprast? Tie vērtības mēri, kurus piedāvā ekonomika, piemēram, apmeklējuma dati, apmierinātības vai peļņas pētījumi — veido viltus opozīciju starp principu “dot cilvēkiem to, ko tie vēlas” un kultūras darbinieku kopienas mērķi radīt pieredzi un apjausmu par ko tādu, par ko apmeklētāji vēl nezina, ka viņi to vēlas, kamēr tas viņiem nav pārlicinoši parādīts. Šādi strīdi mazina kultūras nozīmi vai vienkāršo to, aizmirstot, ka kultūru vajadzētu definēt pašu par sevi, viņpus instrumentālās lomas, ko tā spēlē. Tas rada draudus noraidīt kā antidemokrātisku kultūru, kas nav mērķēta tikai uz tirgu vai uz sociālo rezultātu. Lielbritānijas Kultūras ministrija, piemēram, baidās pateikt, kas ir kultūra un ko tā uzskata par vērtību, vairāk centrējoties uz to, ko kultūra var dot. Ministrijas prioritātes ir pieejamība, vienlīdzība un izglītojošā ietekme. Agrākos laikos kultūras un kultūras institūciju izpratnē kā nozīmīgi netika iekļauti tipiski ekonomiski indikatori — uzskatīja, ka kultūra ir vērtība pati par sevi “un tā runā pati par sevi”. Nebija no svara, cik cilvēku atnāk uz pasākumu, bet gan — kas tas ir par pasākumu, kāda ir tā nozīme. Pārdomājot novērtēšanas procesu, lai noskaidrotu, kā mēs mērām kvalitāti un kā nosakām kvalitātes rezultātos rādītājus, mēs bagātināsim un izkopsim efektīvas mērīšanas tehniku arī plašākā mērogā. Kvalitāti var mērīt. Izaicinājums ir kvalitāti izteikt kvantificējamos rādītājos, tā ļaujot uzdot dziļākus jautājumus par kultūras institūciju sniegtās pieredzes dabu.

Kā izteicies pazīstamais amerikāņu sabiedriskās domas pētnieks Deivids Jankelovičs (*David Yankelovich*): “Vispirms vajag mērīt visu, kas viegli izmērāms. Tas ir labi, ciktāl tas noder. Nākamkārt vajag ignorēt to, ko nav iespējams izmērīt, vai piešķirt tam patvaļīgi pieņemtu vērtību. Tas ir mākslīgi un maldinoši. Pēc tam vajag pieņemt: tas, ko nevar izmērīt, nav īsti nozīmīgs. Tas ir ak-lums. Visbeidzot var sacīt, ka tas, ko nevar vienkārši izmērīt, patiesībā neeksistē. Tā ir pašnāvība!”

Saglabāt labāko, atlikušo izgudrot no jauna

Daudzas no pašreizējām kultūras institūcijām ir radītas 19. gadsimtā un attīstījušas 19. gadsimta ideālus un pieejas. Jau pašas to ēkas pauž šo ziņu un tēlu. Atspoguļojot klasisko mantojumu, daudzas no tām izskatījās pēc templiem ar draudīgām korintiešu kolonnām, kas izstaro bijību un veido distances izjūtu starp institūciju un pilsoņiem — iedomājieties Ņujorkas publisko bibliotēku, Britu muzeju vai Berlīnes Pergamonu. Tās bija zināšanu citadeles, kas aicina ienākt pilsoņus tikai pie noteiktiem nosacījumiem. Primārais bija kolekcija, kuras vērtību nosaka kuratoru ekspertīze, nevis apmeklētāju vajadzības. Pastāvēšanas pamatā bija likts arī apmeklētāju pašpilnveidošanās ideāls, kam bija piešķirta sava stingra forma, ko veidoja noteiktas uzvedības standarti, stingri klasificētas un sistematizētas zināšanas un nešaubīga autoritāšu atzīšana.

Dažas no šīm vērtībām ir paturamas spēkā arī šodien, taču to forma prasās pēc pārvērtēšanas. Piemēram, demokrātijas laikmetā ēku stils ir daudz atvērtāks, pieejamāks un caurlaidīgāks, jo tiek lietoti caurspīdīgi materiāli, tādi kā stikls. Zviedri izturas pret savām publiskajām bibliotēkām kā pret publiskām dzīvojamām istabām, izceļot to ērtību, piemērotību un vienkāršo lietošanu. Šā stila piemēri ir tādas, balvas ieguvušas bibliotēku ēkas kā Lana Eklenda (*Ian Acland*) projektētā bibliotēka Velingtonā, Jaunzēlandē, Vila Olsopa (*Will Alsop*) — Pekhamā, Dienvidlondonā, un Ričarda Meijera (*Richard Meier*) — Hāgā.

Vienlīdz attīstījusies arī sevis pilnveidošanas valoda, tā ir aizgājusi prom no kādreizējās pašpārliecinātās, ar skolmeistariskuma pieskaņu apveltītās vērtības izpratnes, kurā niecīga vieta atvēlēta pašizpaušmei un kura atzīst tikai sekošanu kanonam. Veidot apstākļus attīstībai, piedāvāt pilnveides un iesaistes iespējas — šie jēdzieni izsaka mūsu laika noskaņojumu. Pašpilnveides sociālais mērķis ir palicis iepriekšējais, taču tagad tas ir izteikts citā terminoloģijā — tiek runāts par tiltu veidošanu, kas ļautu pārvarēt plaisu starp informācijas bagātiem un informācijas nabagiem, vai arī par digitālās ūdensšķirtnes pārvarēšanu, ja fokusējamies uz tehniku. Piemērs, kur to redzam īstenotu, ir *Lasipalatsi* kiberbibliotēka Helsinkos.

Valoda ir nozīmīga arī citā veidā. Piemēram, izsakot bibliotēkas ambīcijas lielākoties informācijas terminos, mēs fokusējamies tikai uz tās utilitāro lomu, izslēdzot plašākus mērķus, tādus kā izpēte, atklājumi un izpratnes iegūšana. Līdzīgi tam Londonas *Tower Hamlets* rajona pašvaldība pārveido savas bibliotēkas par

ideju veikaliem, tā ievazājot komerciālo leksiku par zināšanu pirkšanu. Tas viss novērš uzmanību no bibliotēkas pamatfunkcijas, kurā ietilpst arī attīstīt izjūtu tiekties pēc nezināmā vai pārveidoties.

Mainījies arī veids, kādā institūcijas komunicē. Hierarhiski būvētais un unificētais zināšanu kanons mūsdienās atrodas dažādu multikulturālu izpratņu aplenkumā, tāpat arī aizvien vairāk aug izpratne par to, ka labums atrodams ne tikai augstajā, bet arī populārajā kultūrā, un ne viss, ko saucam par "augsto kultūru" pēc definīcijas nozīmē arī augstu kvalitāti.

Noslēguma piezīmes

Šī nelielā grāmatiņa ierosina būtiskus jautājumus, bet mēs nepretendējam, ka būtu uz tiem atbildējuši; tā iezīmē nopietnas tēmas, kuras mēs neesam spējuši pilnībā definēt. Tomēr lasītājam nevajadzētu rasties sajūtai, ka tās pasniegti tikai kā "provokācijas". Mēs, divi kolēģi abpus Atlantijas okeānam, dalījāmies savās izjūtās par neatliekami risināmo, nevis vienojāmies interesē attīstīt diskursu pašas attīstīšanas pēc. Procesā, kuru brits Čārlzs Lendrijs nosauca par "ding dong" [skandināšanu, atkārtošana], bet amerikānis Marks Pahters par "give and take" [dod un ņem] mēs centāmies paši darīt to, ko iesakām visai kultūras darbinieku kopienai: atklāt slēptos pieņēmumus, izvairīties no pozēšanas, dalīties savās bažās, mulsumā, pārdzīvojumos un arī atklāsmes brīžos.

Mēs visu to darījām tāpēc, ka patiesi ticam, ka kultūras institūcijas atrodas krustcelēs, kādās vides aizstāvju kustība atradās pirms gadiem četrdesmit. Apstākļi, kādos mēs darbojamies, ir mainījušies ne tikai pieejamo resursu ziņā, bet arī tajā, kas no mums tiek gaidīts. Mēs, kultūras pārstāvji, pārāk bieži reaģējam, nevis aktīvi piedāvājam risinājumus, dažkārt slēpjoties aiz vecām pārliecībām un snobisma, dažreiz uzdodot pretjautājumu, cik augstu mums vajadzētu uzlēkt. Ja mums ir vērtības, mums tās ir jāinterpretē atbilstoši mūsu laikam, ja mums ir pašiem savi veidi, kā mēs varam sekmēt sabiedrības labklājību, mums tie ir jāaizstāv.

Kultūra nav papildu sektors. Tā nav greznumlieta, ko varam atļauties pēc tam, kad atrisināti sabiedrībai svarīgie nopietnie jautājumi. Tā eksistē cilvēka vajadzību pamatlīmenī. Bet, lai būtu efektīva, kultūrai tās organizētajās formās nepieciešams uzdot jautājumus sev pašai. Tai nevajadzētu vīpsnāt ne par tiem, kas domā mainīt vai mērit tās vērtību, ne arī par tiem, kas ceļ cietoksni ap vecmodīgiem priekšstatiem, formātiem un darbības veidiem.

Mēs ceram, ka esam devuši grūdienu diskusijai.

Atsauces

Šī nav bibliogrāfija, bet neliels to grāmatu saraksts, kuras mēs novērtējam kā lietderīgas un ierosinošas.

Hickey, Dave (1997) *Air Guitar: Essays in Art and Democracy*, New York: Distributed Arts Publishers.

Iyer, Pico (2000) *The Global Soul: Jet Lag, Shopping Malls and the Search for Home*, London: Bloomsbury Publishing.

Karp, Ivan (1991) *Museums and Communities: The Politics of Public Culture*, Washington, D.C.: Smithsonian Institution Press.

Staniszewski, Mary A. (1998) *The Power of Display: a History of Exhibition Installations at the Museum of Modern Art*, Cambridge, Mass: MIT Press.

Steiner, George (2001) *Grammars of Creation*, New Haven, Conn: Yale University Press.

Taylor, Gary (1996) *Cultural Selection: Why Achievements survive the Test of Time — and others don't*, New York: Basic Books.

Varedoe, Kirk and Gopnik, Adam (1988) *High and Low: Modern Art and Popular Culture*, New York: Harry Abrams.

Young, James E. (1994) *The Texture of Memory: Holocaust Memorials and Meaning*, New Haven, Conn: Yale University Press.

Radošās biogrāfijas

Čārlzs Lendrijs (*Charles Landry*) 1978. gadā dibinājis *Comedia*. Kopš tā laika viņš ir īstenojis vairākus projektus, kas saistīti ar publiskās, sociālās un ekonomikas dzīves atjaunošanu, izmantojot kultūras aktivitātes, vairāk nekā 20 valstīs. Viņš tiek uzskatīts par autoritāti jautājumos, kas saistīti ar pilsētu nākotni un kultūras izmantošanu to atjaunošanā; kā arī kultūras plānošanas un mantojuma jautājumos. Viņš ir uzrakstījis vai bijis līdzautors desmit grāmatām, jaunākā — *“The Creative City: A toolkit for urban innovators”* (Radošā pilsēta: darbarīki pilsētvides inovatoriem) — publicēta 2000. gada maijā un guvusi plašu ievērību. Plaši uzstājies ar lekcijām Eiropā, ASV, Austrālijā un Āfrikā un bijis galvenais runātājs vairāk nekā 90 forumos.

Marks Pahters (*Marc Pachter*) ir Amerikas Nacionālās portretu galerijas direktors un Amerikas vēstures nacionālā muzeja izpilddirektors Vašingtonā (pensionējies 2007. gadā — tulk. piezīme). 33 gadus darbojoties Smitsonu institūtā, viņš bijis Nacionālās portretu galerijas galvenais vēsturnieks un desmit gadus pārraudzījis institūta ārlietas gan nacionālajā, gan starptautiskajā līmenī. Viņas intereses par kultūras institūciju nākotni rezultātā tapis Getija fonds un Britu muzeja sponsorēts forums. 2001. gada maijā Zolburgas seminārā viņš vadīja sesiju “Muzeji 21. gadsimtā”, 2002. gada februārī uzstājās Oksfordā ar Sleida lekciju (*Slade lecture*) par muzeju kā sakrālu vietu.

Comedia ir politikas un attīstības aģentūra, kas tiecas radoši domāt par kultūru un pilsētām. Tā konsultē lēmumu pieņēmējus, strādājot multidisciplinārās komandās un ar asociētajām organizācijām, pamatojoties uz plašu speciālistu tīklu, ļaujot satikties vietējiem cilvēkiem ar starptautiska mēroga domātājiem un praktiķiem. Tā ir darbojusies vairāk nekā 30 valstīs 5 kontinentos. *Comedia* ir sešas programmu tēmas, kas virzītas uz radošo pilsētu un radošās pilsētvides attīstīšanu: 1) mākslas sociālā ietekme; 2) publisko bibliotēku nākotne; 3) idejas par informētiem pilsoņiem attīstīšana; 4) publisko parku un publiskās telpas loma; 5) nevalstiskā sektora nākotne; 6) pilsētu dzīvotspēja un dzīvīgums.

Viens no rosinošākiem notikumiem, ko man nācies piedzīvot, ir diskusijas, kas veidoja pamatu “Kultūrai krustcelēs” — provocējoši dziļas domas par to, kā kultūra pēdējos 50 gados ir mainījusies, kā kultūras institūcijas ir reaģējušas un kā tām būtu bijis jāreaģē uz šīm izmaiņām.

Čārlzs Sumaress Smits, Nacionālās portretu galerijas, Londonā, direktors

Kultūras institūcijas atrodas krustcelēs. Tām jāpieņem sarežģīti lēmumi par to, kas ir būtisks un kas nav, kas ir gaistošs un kas nav, kam ir nepieciešama aizsardzība un ko vajadzētu atstāt pašu aprūpē. Šie lēmumi izmainīs nākotni, pārveidojot mūsu izpratni par to, kas mēs esam un kas mums ir svarīgi. Grāmata ir par šo procesu un izvēlēm, kādas mēs varam izdarīt.

Braiens Īno

Pirms mēs sākam meklēt jaunas atbildes, ir jāuzdod pareizais jautājums. “Kultūra krustcelēs” ir vērtīgs ieguldījums turpmākās debatēs par kultūru un nepieciešamību definēt kritiskās dilemmas, ar kurām esam saskārušies.

*Bobs Palmers, Eiropas kultūras galvaspilsētu Glāzgovā (1990)
un Briselē (2000) direktors*

Grāmatā paustās atziņas manī iesēja stingru pārlicību, ka katrai valstij ir nepieciešama sava Kultūras Davosa — platforma atvērtām debatēm un attiecību veidošanai starp kultūru, kultūras institūcijām un sabiedrību.

Ko mēs saprotam ar nopietno un alternatīvo mūsdienu kultūrā? Vai runāt par kvalitāti kultūrā ir vecmodīgi? Kas ir 21.gadsimta kultūras institūcijas un vai tām ir nepieciešama tradicionālā infrastruktūra? Kādas ir jaunās paaudzes kultūras vajadzības? Kā kultūras institūcijām konkurēt par cilvēkam piederošo laiku un citiem resursiem?

Šie ir daži jautājumiem, uz kuriem grāmatas autori mēģina sniegt savas atbildes. Mums kopīgi ir jāmeklē savējās.

Dace Melbārde, Britu padomes Latvijā vadītāja



Šī grāmata ir izdota ar Īslandes, Lihtenšteinas un Norvēģijas finansiālu atbalstu EEZ finanšu instrumenta un Norvēģijas valdības divpusējā finanšu instrumenta ietvaros un ar Latvijas valsts finansiālu atbalstu no Sabiedrības integrācijas fonda.

Par izdevuma saturu atbild biedrība “Culturelab”.