

„IŠMEMORIALINTI“, UŽDARYTI AR PALIKTI: VENCLOVŲ NAMŲ-MUZIEJAUS VEIKIMAS INTERNETO ERDVĖJE

Rimvydas Laužikas, Donata Armakauskaitė

Vilniaus universitetas

Anotacija

Venclovų namai-muziejus – bene daugiausiai diskusijų Lietuvoje sulaukiantis muziejus. Ne tik aptariama muziejaus veikla ir jame saugomo rinkinio muziejinė komunikacija, bet kvestionuojamas ir pats tokio muziejaus reikalingumas, apskritai vertė šiuolaikinei visuomenei. 2022 m. vasario – kovo mėnesiais atliktas Venclovų namų-muziejaus veikimo interneto erdvėje tyrimas atskleidžia pagrindines su muziejaus komunikacija susijusias ir diskusijų keliančias problemas, kaip kultūros paveldo komunikacijos erdvės, komunikacines klaidas. Atliekant analizę pateikiamos šiuo metu pasaulyje aktyviai vykstančio muziejų ekspozicijų ir komunikacijos dekolonizacijos proceso bei nustatytų esminių Venclovų namų-muziejaus komunikacinių klaidų bei jų priežasčių paralelės. Tyrimas apima muziejaus veikimo internete semantinę analizę, socialiniame tinkle „Facebook“ kylančių diskusijų ir iš dalies struktūruotų interviu su diskusijų dalyviais kokybinę turinio analizę.

PAGRINDINIAI ŽODŽIAI: komunikacija, kultūros paveldas, muziejų dekolonizacija, muziejus, Venclovų namai-muziejus.

Abstract

The Venclova House-Museum is probably the most discussed museum in Lithuania today. Not only are the museum's activities and the communication of the collection discussed, but also the general question of the need for and value of this museum. In February and March 2022, a study of the museum's performance was carried out on the Internet. The research highlighted the main and the most debated problems relating to the communication of the museum, as well as identifying fundamental communication errors which have been made by this cultural heritage communication institution. During the research, parallels between the process of museum decolonisation (which is currently taking place in museums all over world), and the main communicational issues of the Venclova House-Museum were also identified. The study includes a semantic analysis of the museum's performance on the Internet, a qualitative content analysis of discussions on Facebook, and semi-structured interviews with participants in the discussion.

KEY WORDS: communication, cultural heritage, decolonisation of museums, museum, Venclova House-Museum.

DOI: <http://dx.doi.org/10.15181/tbb.v88i1.2502>

Įvadas

Pastaraisiais dešimtmečiais Lietuvos valstybė ir visuomenė patyrė kardinalių pokyčių. 1990 m. kovo 11 d. tapusi nepriklausoma valstybe, Lietuva išgyveno visas transformacijas (politines, ekonomines, socialines, inovacijų ir kt.) nuo sovietinės respublikos iki visateisės Europos Sąjungos narės. Kartu kito ir visuomenė. Be šių nepriklausomybės atkūrimo nulemtų pokyčių, Lietuvos visuomenei

ir jos institucijoms (kaip ir kitų šalių visuomenėms bei institucijoms) kilo daugybė naujų iššūkių (globalizacijos, informacinių ir komunikacinių technologijų plėtros, migracijos, demografinės kaitos), kurie, kai kurių sociologų teigimu, leidžia kalbėti apie kitokios – skaitmeninės kultūros formavimąsi ir naujos – tinklaveikos visuomenės atsiradimą (Castells, 2005; Van Dijk, 2006). Tad nagrinėdami muziejaus veikimą šių laikų visuomenėje turime atkreipti dėmesį ne tik į muziejų institucinę raidą, bet ir į technologinį bei socialinį (pasikeitusios visuomenės) kontekstą, kuris leidžia kalbėti apie komunikacinį muziejų „posūkį“ (angl. *communication turn*), kai gamtos ir kultūros paveldo komunikacija tampa pagrindine muziejaus funkcija, kuri įprasmina kitas funkcijas (paveldo kaupimo, tyrimų ir išsaugojimo). Tai skatina permąstyti muziejaus veiklas, išryškinant jų komunikacinę svarbą, muziejaus aktyvaus veikimo visuomenėje aspektus.

2022 m. Tarptautinė muziejų taryba (angl. *International Council of Museums, ICOM*) patvirtino naują muziejaus apibrėžimą, kuris atskleidžia muziejaus vaidmens visuomenėje pokyčius. XXI a. muziejai suprantami kaip pelno nesiekiančios ir visuomenei tarnaujančios institucijos, tiriančios, renkančios, konservuojančios, interpretuojančios ir eksponuojančios materialųjį bei nematerialųjį paveldą, etiškai ir profesionaliai veikiančios bendraujant bendruomenėms, siūlančios įvairią patirtį, skirtą mokymuisi, pramogai, apmąstymams ir dalijimuisi žiniomis. Visuomenei atvirais, prieinamiems ir įtraukiamiems muziejams keliamas lūkestis skatinti įvairovę ir tvarumą (ICOM, 2022). Tokiu apibrėžimu grįsta muziejaus samprata netelpa į tradicinių muziejaus funkcijų (kaupiti, saugoti, tyrinėti) apibrėžimą ir atveria naujas muziejų veiklos kryptis, kurios orientuotos į socialinį veiksmą (angl. *social action*). Skaitmeninių technologijų paskatinti socialiniai pokyčiai, įvardijami kaip tinklaveikos visuomenės formavimasis (Castells, 2005), kuria kitokią erdvę ir socialinį muziejų veikimo kontekstą, sudaro sąlygas atsirasti virtualiems ir mišriems (angl. *blended*) muziejams bei kitokiems aktyvių lankytojų dalyvavimu (angl. *crowdsourcing*) pagrįstoms dalyvaujamojo muziejaus formoms (Simon, 2010).

Svarbu pastebėti, kad muziejaus apibrėžimas yra išvestinis ir priklauso nuo pasirinkto bazinio teorinio koncepto (Mairesse, 2010), tad toliau tekste laikomasi komunikacijos ir informacijos mokslams būdingos teorinės prieigos, kuri leidžia muziejų suvokti kaip institucionalizuotą paveldo komunikacijos erdvę (Šermukšnytė ir kt., 2019). Pažymėtina, kad pasitelkus komunikaciją paveldas ir istorijos mokslo žinios sudabartinamos. Tai leidžia eksponatams veikti ne kaip iš praeities atkelia-vusiems objektams ar informacijos apie praeitį reprezentantams, bet kaip dabarties kultūros elementams – šiuolaikinės kultūros ir kūrybinių industrijų, laisvalaikio, tapatumo konstravimo, politinės komunikacijos, informacinių karų ir pan. priemonėms, labiau veikiančioms ne kaip atminties objektai ar vietos (plg. lot.

genius loci, lieux de mémoire), bet kaip tinklaveikos visuomenės bendruomenės siejančios idėjos, skaitmeninių technologijų dėka įgyjančios vis daugiau virtualių socialinių tinklų bruožų. Tuo tarpu pats muziejus, jame veikiančios ekspozicijos ir parodos leidžia funkcionuoti kaip medija, išsauganti ir perduodanti informaciją bei susiejanti mus, šiuolaikinės visuomenės narius, su praeities visuomenėmis.

Šios studijos objektas yra Vilniaus miesto savivaldybės administracijos žinioje esanti Venclovų namai-muziejus. Pastaraisiais metais šio muziejaus veikla, ekspozicinis pasakojimas ir viešoji komunikacija sulaukia nemažai kritikos, kuri dažnai susijusi su muziejaus įkūrimo istorinėmis aplinkybėmis bei muziejaus komunikuojamam turiniui. Kartu dėl muziejaus pavadinimui suteiktos kontraversiškos šeimos pavardės kvestionuojamas šiuolaikinės visuomenės tokio muziejaus apskritai poreikis.

Studijos tikslas – išanalizuoti Venclovų namų-muziejaus, kaip paveldo ir komunikuojančios institucijos, veikimą internetinėje erdvėje, kuri yra neatsiejamą muziejinės komunikacijos dalis tinklaveikos visuomenėje. Atliekant tyrimą nustatomi pagrindiniai su kultūros paveldo komunikacija susiję iššūkiai ir jų priežastys, kreipiant dėmesį ir į rezonansą sukeliančius muziejinio pasakojimo trūkumus.

Venclovų namai-muziejus fragmentiškai ir skirtingais pjūviais analizuotas keliuose ankstesniuose tyrimuose: „Vilniaus miesto savivaldybės muziejų strateginė analizė ir plėtros koncepcija“ (VšĮ „Kultur“ 2008); „Tarybinių laikų ir tarybinių rašytojų įmuziejimo paradigmos“ (Keršytė, 2012); „Atminties institucijų rinkiniai“ (Pacevičius ir kt., 2012); „Vilniaus miesto muziejaus-tyrimų centro galimybių studija“ (Antanavičiūtė ir kt., 2018). Visi ankstesni darbai, kiek juose aptariamas Venclovų namai-muziejus, analizuoja jo rinkinius, ekspoziciją ir pastatą, kuriame muziejus įkurtas, apžvelgia muziejinio pasakojimo (naratyvo) kaitą po Lietuvos nepriklausomybės atkūrimo, tačiau muziejaus komunikacija virtualioje erdvėje iki šiol netyrinėta. Ši pirmoji tokio pobūdžio muziejaus veiklos internetinėje aplinkoje analizė papildys esamus Venclovų namų-muziejaus tyrimus, be to, tikimasi, muziejaus transformaciją ir ateitį aptariančioms diskusijoms suteiks platesnę muzeologinę perspektyvą.

1. Tyrimo metodai

Komunikacijos mokslų tyrimų požiūriu vienas svarbiausių muziejaus veiklos rezultatų yra jo poveikis tikslinėms auditorijoms, tad tyrime taikomos naudojamumo kokybės (angl. *quality in use*) ir lankytojų patirčių (angl. *visitor experiences*) metodinės prieigos. Tyrime taikyta įgyvendinant projektą „Jungiančioji skaitmeninė atmintis paribiuose: kultūrinės tapatybės, paveldo komunikacijos ir skaitme-

ninės kuratorystės praktikų socialiniuose tinkluose tyrimas“ sukurta metodologija, orientuota į muziejaus veiklos internetinėje erdvėje (įskaitant socialinius tinklus) rezultatų ir su jais susijusių tendencijų nustatymą bei interpretavimą. Naudojamumo kokybė muziejaus kontekste apibrėžiama kaip muziejaus gebėjimas sudaryti sąlygas konkrečiam lankytojui (ar lankytojų grupei) tenkinti savo interesus konkrečiame kontekste. Konkrečios lankytojų grupės yra muziejų tikslinės auditorijos, pavyzdžiui, mokiniai, šeimos su vaikais, vyresnio amžiaus suaugę lankytojai ir kt. Minimi lankytojų interesai gali būti pažintiniai (mokymasis), smagus laisvalaikio leidimas, savanorystė muziejuje ar kt. O konkretūs kontekstai – literatūros pamoka, edukacija muziejuje, individualus ekspozicijos lankymas, naudojimasis skaitmeninėmis muziejaus paslaugomis ar kt.

Tyrimo metodai apima keturias analizės kryptis: 1) muziejaus matomumas internete; 2) muziejaus komunikacija feisbuke; 3) diskusijos apie Vilniaus muziejus feisbuke; 4) iš dalies struktūruoti interviu su aktyviais diskusijų feisbuko dalyviais apie patirtis, kurios susijusios su analizuojamu muziejumi. Tyrimui pasirinktas feisbuko socialinis tinklas, kaip Lietuvoje populiariausia ir pagrindinė Venclovų namų-muziejaus komunikacijos priemonė socialinėse platformose (muziejaus instagrame, jutubo paskyrose talpinamas turinys negeneruoja muziejaus veiklos socialiniuose tinkluose tyrimui reikšmingo reakcijų skaičiaus).

Tyrimo eigą sudaro dvi dalys – empirinių duomenų rinkimas: sukauptas duomenų rinkinys ir surinktų duomenų analizė. Duomenys apie muziejų internete ir socialiniuose tinkluose renkami kaip paieškos užklausas naudojant oficialų muziejaus pavadinimą (rašant jį kabutėse ir be jų) bei specialius reikšminius žodžius ir užklausas: „Venclovų AND muziejus OR namai“, „Venclovų namai“, „Venclovų muziejus“. Feisbuko socialiniame tinkle vykstančioms diskusijoms identifikuoti papildomai pasitelktos reikšminių žodžių grupės: *Venclova, deklaracija dėl Lietuvos stojimo į Sovietų Sąjungos sudėtį, memorialinis muziejus*.

Muziejaus matomumo internete (neapimant feisbuko socialinio tinklo) duomenų rinkimo ir išsaugojimo tikslais atlikti šie veiksmai: 1) muziejaus matomumo internete tyrimas pasitelkus *Google Trends* priemonę; 2) muziejaus matomumo internete tyrimas *SEMRUSH* priemone. Muziejaus veiklos feisbuko socialiniame tinkle ir ten vykstančių diskusijų duomenų rinkimo bei išsaugojimo tikslais atlikti šie žingsniai: 1) feisbuko duomenų rinkimas rankiniu būdu iš atvirųjų profilių, grupių ir puslapių, pasitelkus feisbuko paiešką (iš tyrimo autorių feisbuko profilių) ir *Google* paieškos sistemą. Feisbuko socialiniame tinkle surinkti duomenys „apie muziejaus komunikaciją“ ir „diskusijos apie muziejų“ išsaugoti atskiromis bylomis, kurios importuotos ir analizuotos *MaxQDA* kokybinio turinio analizės programa; 2) žmonių, kurie bus kviečiami interviu, derinant feisbuko turinio lexinę analizę ir „sniego gniūžtės“ metodą, identifikavimas; 3) laiko dėl nuotolinių

interview derinimas, tyrime sutikusių dalyvauti žmonių informavimas apie atliekamą studiją ir interview tikslus, laikantis mokslo tyrimų etikos principų; 4) iš dalies struktūruotų interview atlikimas nuotoliniu būdu (naudojant feisbuko mesendžerio ir *MS Teams* programėles); 5) interview įrašų transkribavimas ir tekstinių bylų importavimas į *MaxQDA*. Feisbuko ir interview duomenų analizė atlikta taikant kokybinės turinio analizės metodą, naudojant *MaxQDA* programinę įrangą. Tyrime naudojami nuasmeninti duomenys. Atliekant tyrimą Venclovų namų-muziejaus veikimo internete duomenys lyginti su kitų Vilniaus savivaldybei priklausančių muziejų veikimo internete duomenimis.

Remiantis muziejaus, kaip paveldo komunikacijos erdvės, apibūdinimu, atliekant tyrimą tiesiogiai neanalizuoti fiziniai muziejų veiklos statistiniai duomenys (lankytojų, renginių skaičius ir kt.), nes šie duomenys apibūdina muziejaus veiklos procesą, o ne rezultatą. Be to, atkreiptinas dėmesys, kad statistinės muziejaus veiklos rezultatų sąsajų su muziejaus veikla virtualioje erdvėje ryšiui nustatyti būtinas tyrimas, grindžiamas kita metodologine prieiga prie tyrimo duomenų. Atliekant tyrimą muziejų statistiniai duomenys naudoti tik kaip pagalbiniai, siekiant tiksliau interpretuoti nustatytas tendencijas.

2. Tyrimo rezultatai

2.1. Venclovų namų-muziejaus matomumas internete

Vilniaus muziejų matomumo internete lyginamasis tyrimas leido nustatyti tris skirtingus šių muziejų komunikacinio veikimo modelius skaitmeninėje erdvėje: 1) nedideli, tarpusavyje glaudžiais vidiniais ryšiais susiję gana uždarų bendruomenių muziejai, neorientuoti į masinį lankytoją; 2) į masinį lankytoją orientuoti muziejai, savo veikimo modeliu panašūs į respublikinius ir nacionalinius muziejus Lietuvoje, nemažai pastangų dedantys į tai, kad sutelktų dideles, atviras bendruomenes; 3) mišrūs, vienu kintamųjų aspektu artimesni pirmosios grupės (bendruomenių) muziejams, kitų – antrosios grupės (į masinę lankytojų auditoriją orientuotiems) muziejams.

Pirmojo modelio atveju informacijos apie muziejus internete menkai ieškoma (paieškų internete nepakanka *Google Trends* ataskaitai suformuoti). Įvedus muziejų pavadinimus kabutėse paprasta *Google* paieška pateikiama labai nedaug (1500–3000) rezultatų. Nedidelės šių muziejų bendruomenės ir feisbuko socialiniame tinkle (mėgsta ir stebi 200–300 žmonių). *Semrush* priemonės pateikiamais duomenimis, pirmojo modelio muziejų svetainių vidutinis organiškasis srautas internete¹

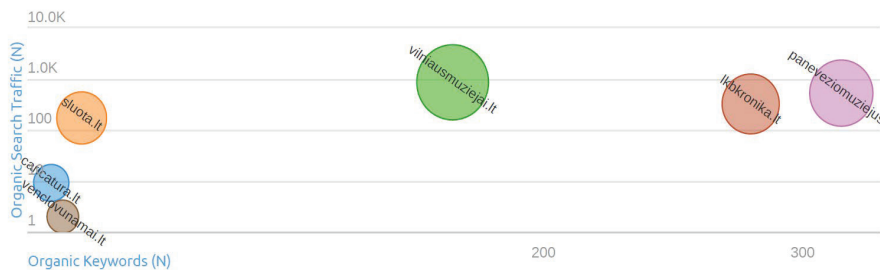
¹ (Angl.) *Organic Traffic* – organiškasis srautas parodo apskaičiuotą vidutinį srautą, kurio iš paieškų sulaukia konkretus domenas per mėnesį.

per praėjusius dvejus metus svyruoja nuo 0 iki 78 apsilankymų per mėnesį, o viso laikotarpio maksimumas siekia nuo 1 iki 384 apsilankymų per mėnesį. 100 proc. šių muziejų svetainių lankytojų sudaro lankytojai iš Lietuvos. Didžiausią paieškų dalį generuoja reikšminiai žodžiai, mažai susiję su muziejine veikla, tad pirmojo modelio muziejų svetainių internete semantiniai kontekstai labai fragmentuoti, rodantys šių institucijų menką muziejinį tapatumą potencialių lankytojų akimis.

Antrojo modelio atveju muziejų paieškų internete pakanka *Google Trends* ataskaitai suformuoti. Ataskaitos duomenų analizė per populiariausias susijusias temas (naudotojai, ieškantys muziejaus pavadinimo, ieško ir kitų atitinkamų temų) ir populiariausias susijusias užklausas (naudotojai, ieškantys muziejaus pavadinimo, pasitelkia atitinkamas užklausas) rodo šio modelio muziejų ryšį su kitais Vilniaus muziejais (pvz., MO muziejumi). Įvedus antrajam modeliui priskiriamo muziejaus pavadinimą kabutėse, elementaria *Google* paieška surandamas gerokai didesnis rezultatų skaičius (virš 17 000 rezultatų), be to, gerokai skiriasi bendruomenės feisbuko socialiniame tinkle dydis (mėgsta ir stebi 3800–4000 žmonių). *Semrush* priemonės pateikiamais duomenimis, šio modelio muziejų interneto svetainių vidutinio organišką srauto internete vidurkis siekia 444 apsilankymus per mėnesį ir yra gana stabilus. Tik kiek daugiau nei pusė apsilankymų interneto svetainėse yra iš Lietuvos, kiti – iš užsienio šalių. Didžiausią paieškų dalį generuoja reikšminiai žodžiai, kryptingai susiję su muziejine veikla, tad galima teigti, kad antrojo modelio muziejų svetainių internete semantiniai kontekstai – išskirtinai muziejiniai, rodantys aiškų šių muziejų tapatumą potencialių lankytojų akimis.

Venclovų namų-muziejaus komunikacinis veikimas atitinka trečiąjį modelį. Remiantis vienais duomenimis, jis yra artimesnis pirmosios grupės (bendruomenių) muziejams, remiantis kitais, artimesnis į masinę lankytojų auditoriją orientuotiems muziejams. Informacijos apie šio modelio muziejus menkai ieškoma internete (paieškų internete nepakanka *Google Trends* ataskaitai suformuoti). Įvedus visą muziejaus pavadinimą kabutėse rezultatų skaičiai paprasta *Google* paieška skiriasi, tačiau yra vidutiniškai didesni nei pirmosios grupės muziejų (nuo 2460 iki 11 000; Venclovų namai-muziejus – 9970). Didesnės šių muziejų bendruomenės ir feisbuko socialiniame tinkle: mėgsta ir stebi 871–2194 žmonės (Venclovų namus-muziejų mėgsta ir stebi atitinkamai 1940 ir 2173 žmonės). *Semrush* priemonės pateikiamais duomenimis, šių muziejų svetainių vidutinis organiškasis srautas internete per praėjusius dvejus metus svyruoja nuo 2 (Venclovų namai-muziejus) iki 254 apsilankymų per mėnesį, o viso laikotarpio maksimumas siekia nuo 5 (Venclovų namai-muziejus) iki 1407 apsilankymų per mėnesį. Šių muziejų svetainių lankytojų iš Lietuvos dalis svyruoja nuo 60 proc. (Venclovų namai-muziejus) iki 82 proc. Greta dominuojančių paieškos reikšminių žodžių (asmenybės pavardės ir muziejaus pavadinimo), Venclovų namai-muziejus internete dažnai surandamas

pagal šiuos reikšminius žodžius: *Andrius Cvirka, Helsinkio grupė*. Šios grupės muziejų svetainių internete semantiniai kontekstai gana skirtingi. Venclovų namų-muziejaus svetainės <venclovnamai.lt> kontekstuose (žr. paveikslą) dominuoja karikatūrų ir humoro portalai: <caricatura.lt> ir <sluota.lt>. Kitą grupę sudaro muziejiniai kontekstai: <vilniausmuziejai.lt>, <paneveziomuziejus.lt> ir su Venclovų muziejaus viena iš teminių sričių (disidentų judėjimas) susijusi <lkbkronika.lt>.



Venclovų namų-muziejaus svetainė (su kitomis svetainėmis sutampančių reikšminių paieškos žodžių ir paieškų skaičiaus santykis)

2.2. Venclovų namų-muziejaus komunikacija feisbuko socialiniame tinkle

Aptariant Vilniaus muziejų komunikaciją feisbuko socialiniame tinkle galima skirti tris komunikacijos lygmenis. Paprasčiausias jų yra vienakryptė informacijos apie muziejų ir jo veiklą sklaida (parodos, renginiai ir kt.). Platesnio lauko turinio nebuvimas lemia santykinai nedidelį tokių socialinio tinklo taškų aktyvumą: 8–10 įrašų 2022 metų sausio–kovo mėnesiais; vidutiniškai iki 10-ies patiktukų (daugiausia 35); 0–2 komentarai ir beveik jokių pasidalijimų. Kitą komunikacijos feisbuko socialiniame tinkle lygmenį formuoja muziejai, savo puslapiuose skelbiantys ne tik informaciją apie renginius, bet ir besidalijantys kitų interneto medijų informacija apie muziejų ir su muziejaus tematika susijusius dalykus. Šiai grupei priskirtini ir Venclovų namai-muziejus. Nepaisant dominuojančio vienakryptės komunikacijos modelio, kai muziejus labiau siekia perduoti žinutę lankytojui nei sulaukti grįžtamojo ryšio, tokia komunikacija leidžia generuoti socialiniame tinkle didesnį turinio kiekį (13–26 įrašai 2022 metų sausio–kovo mėnesiais) ir sulaukti didesnio dėmesio (vidutiniškai iki 15-os patiktukų [daugiausia 23–53]; iki 7–11 pasidalijimų, bet nedaug komentarų – 0–2). Feisbuko socialiniame tinkle aktyviausių muziejų vykdoma komunikacija labiausiai atitinka ir socialinių tinklų veikimo modelį, kai greta informacijos apie muziejų ir jo veiklą pateikiama nemažai medžiagos, kuri skirta telkti ir įtraukti bendruomenę, įdomios skaityti platesnei auditorijai, kviečiama dalintis turiniu. Rusijos karo Ukrainoje kontekste paste-

bimas muziejaus bendruomenei aktualių socialinio ir politinio aktyvumo įrašų populiarumas. Toks požiūris leidžia generuoti ne tik didelį turinio kiekį (51–64 įrašai 2022 metų sausio–kovo mėnesiais), bet ir įtraukti bendruomenę (vidutiniškai iki 30-ies patiktukų [daugiausia 98–269]; iki 13–17 komentarų po konkrečiu įrašu ir iki 6–27 pasidalijimų).² Komentarų turinys po muziejų įrašais – nediskusinis ir nekonfliktiškas. Tai sveikinimai, pagyrimai, atsiminimai, papildomo turinio nuorodų pasidalijimai.

2.3. Diskusijos apie Venclovų namus-muziejų feisbuko socialiniame tinkle, interviu su diskusijų dalyviais

Dar vieną lankytojų požiūrių ir patirčių apie Vilniaus muziejus ir jų veiklas grupę sudaro diskusijos apie šiuos muziejus feisbuko socialiniame tinkle. Apie dalį muziejų šiame tinkle beveik nediskutuojama. Surastų rezultatų rinkinyje dominuoja pačių muziejų skelbtas turinys. Tai pat muziejų turinio pasidalijimai, dalijimasis kitur internete (naujienu ir institucijų svetainėse, socialiniuose tinkluose ir kt.) publikuotu turiniu apie muziejuose pristatomas asmenybes, vykusius renginius, į juos kvieštų žmonių (renginio dalyvių – knygų autorių, aktorių ir kt.) pasidalijimai ir padėkos muziejui už kvietimą dalyvauti. Tokie įrašai lydimi padėkos ar sveikinimo komentarų.

Aktyviausios diskusijos apie muziejų ir jame pristatomas asmenybes iš visų Vilniaus muziejų vyksta Venclovų namų-muziejaus atveju. Svarbu pastebėti, kad tyrimo vykdymo laikotarpiu (2022 m. vasaris–rugsėjis) beveik visos didžiausios diskusijos (sulaukusios 20 ir daugiau komentarų) vyko ne muziejaus socialinio tinklo paskyroje, o kituose viešai prieinamuose profiliuose ir grupėse. Tokiu atveju didelį feisbuko socialinio tinklo vartotojų įsitraukimą turinčių diskusijų ir jų turinio sklaidą gerokai pranašesnė už mažą vartotojų įsitraukimą kuriančią vienkryptę muziejaus komunikaciją. Apibendrinant diskusijas galima skirti kelias pagrindines jų temas: 1) Antano Venclovos asmenybė ir veikla sovietmečiu; 2) Tomo Venclovos asmenybė ir veikla; 3) pastatas, kuriame įkurtas muziejus ir Venclovų šeimos apsigyvenimo jame aplinkybės; 4) muziejaus vykdoma veikla ir ekspozicijos; 5) nuomonės, ką daryti su muziejumi.

Diskusijose apie Antaną Venclovą ir jo sūnų Tomą Venclovą dažniausia pasitaikantis naratyvas akcentuoja A. Venclovos veiklą sovietmečiu, vienpusišką šio asmens vaizdavimą muziejuje ir būtinybę peržiūrėti muziejaus veiklą ar visai uždaryti muziejų:

[0152]: „...sovietmečiu įkurtas ir iki šiol veikiantis Antano Venclovos muziejus, tiesa, visiškai veidmainiškai persivadinęs į „Venclovų“ muziejų. Muziejus buvo įkurtas tam, kad išsaugotų vieno iš Lietuvą pardavusios kompartijos lyderių atminimą. Antanas

² Vilniaus muziejaus duomenys 2022 m. sausio–kovo mėnesiais.

Venclova buvo vienas iš tų veikėjų, kurie būreliu su kitais panašiais į jį atvežė į Lietuvą Stalino saulę. Paskui buvo švietimo ministru, Rašytojų sąjungos vadu ir panašiai...“

[0058]: „...eksponuojama kupiūruota, jei nesakyt – personalo paslaugiai išvalyta nuo kraujo dėmių, nuo kankinimų siaubo, nuo tremtinių raudų, nuo kaulų barškėjimo Sibiro kapuose istorija. Kur Venclova senjoras toks inteligentiškas, kur butas toks vintažinis – ir buržuazinis, taip taip, ne proletarinis, nemanykit. Ne balandos bliūdukas, ne iš lentų sukaltas gultas ir ne vatinukė ant sienon įkaltos vinies: dizainerio baldai, tulio užuolaidos, vilnos kilimai ir knygos. Tik ar stovi lentynose tos, kuriose Venclova šlovino Staliną? Ar jas pirmiausiai parodo muziejaus saugotoja, aiškinanti, kaip uoliai muziejus stengiasi pritraukti jaunimą? (...) Romantizuokim budelius. Turėsime naujų...“

[0058]: „...bet koks niekšingas tas muziejaus tekstas, antrą kartą skaitau ir spjaudausi. „Kontroversiška asmenybė“ (muziejaus tekste „kontarversiška“, jei gerai žiūriu) – ne kolaborantas, nusikaltėlis, asmuo, savo veikla legitimizavęs žudynes. Sovietmečiu, kaip ir kiti to meto literatai, neišvengė „kūrybinės duoklės partijai“. Koks mielas noras savo fekalijomis ištepiloti visus – ne, ne visi literatai rašė odes Stalinui. Kai kuriuos tiesiog nužudė, kitus įkalino, ištrėmė, daliai pasisekė emigruot. Dalis rašė į stalčių, atsisakę purvinos garbės būti komunizmo šlovintojais. Ir Venclova ne literatas, Venclova – komunistų partijos funkcionierius, pats sukūręs tas sąlygas, kuriose žmonės, nenorėję atidavinėti duoklės raudonajai ordai, būdavo gniuždomi...“

[0073]: „...[Muziejus] nutylėjo politinę biografiją ir administracinę-propagandinę Antano Venclovos indėlį į valstybės švietimo ir kultūros sistemų sovietizavimą: Liaudies vyriausybės švietimo komisaro (1940 m. birželio 17 d. – 1943 m. vidury) ir Liaudies seimo pirmojo sekretoriaus postus. Dar parašus (vienas iš penkių parašų) po keturiomis valstybinės santvarkos pakeitimo deklaracijomis – žemės nacionalizavimo, stambios pramonės ir bankų nacionalizavimo, sovietų valdžios paskelbimo Lietuvoje ir pasiprašymo į SSSR...“

[0073]: „...o problema ta pati: Antano Venclovos viešosios biografijos faktai. Dešinėje plakato pusėje, ketvirtajame nuo apačios paragrafe, sakoma, kas į SSRS Komunistų partijos gretas A. Venclova įstojo 1950 m., o Vilniaus savivaldybės išlaikomas Venclovų namų muziejus savo svetainėje datą pavėlina trimis metais. Kodėl? Nes gali...“

[0184]: „...Teisingai. Nereikalingas muziejus Venclovai – nei kaip poetui, nei kaip žmogui. Buvo prisitaikėlis, rūpinosi tik savo pilvu. O dėl „saulės“ parvežimo – dar ir politinis nusikaltėlis...“

Dalis komentarų skirti platesnio pobūdžio muziejaus veiklos aptarimui, pastebint, kad ir kitų istorinių asmenų biografijos muziejaus komunikacijoje pakoreguotos, vengiant pažymėti nepatogius biografijos momentus:

[0073]: „...Venclovų namai muziejus nuo 2004 m. kaupia medžiagą apie Račkauskų šeimą. Ir apie Karolį Račkauską-Vairą, nes giminaitis. (...) Tik kažkaip į tinklalapį netilpo informacija apie 1935 m. Kauno apygardos teismo bylą Nr. 396-34, (...) teismas 1935 m. birželio 7 d. nusprendė „Karolį Račkauską pripažinti kaltu pagal Baudžiamojo kodekso 666 str. 1 d. 2 p., bet nebausti, o tik atiteisti valstybės naudai 59 180 litų, išiekvotų valstybės tarnyboje. (...) Ir į kalėjimą pasodino...“

Diskutuojama apie muziejaus pastatą, jo istoriją, anksčiau gyvenusius žmones:

[0108]: „...man iš viso nesuprantama, kaip galima vadinti Venclovų namais. Juk A. Venclova nei statė, nei pirko tų namų. Tiesiog atvažiavo į pasitraukusio nuo komunistinės saulės žmogaus namus ir perėmė viską, kas ten buvo. Biblioteką irgi... O dabar tai – „kultūros oazė“?..“

[0125]: „...jei tūlas Jonukas savame žemės sklypelyje savomis jėgomis ir išgalėmis pasistatė namą, tai yra Jono namai, Jono šeimos, Jono anūkų ir proanūkių namai. Ir toks Jonas turi teisę tuos namus parduoti, dovanoti, galiausiai sugriauti ir perstatyti. Jis – Jonas – tikrasis šeimnininkas. Ir visi, kas kėsina į Jono turtą, yra grobikai, pavergėjai...“

Kituose komentaruose pastebima, kad A. Venclovos sūnus T. Venclova muziejui suteikia kitą – papildomą prasmę, tačiau ginčijama „muziejaus gyvam žmogui“ galimybė:

[0058]: „...ne mažiau nuostabu, kad jis visiškai greta (jau buvusio) Cvirkos paminklo. Koks įdomiai skirtingas dviejų svainių ir idėjinių bendražygių – Cvirkos ir Venclovos – pomirtinis likimas, kurį iš esmės suformavo būtent garsus Venclovos sūnus...“ Tačiau pratešiant: „...ar teisės požiūriu toks dalykas iš viso legalus – įsteigt ir išlaikyti iš mokesčių mokėtojų pinigų muziejų gyvam žmogui?..“

Ir tolesniuose komentaruose jau kaip argumentą akcentuojant neigiamą požiūrį į T. Venclovos asmenybę, nevenigiant *argumentum ad hominem*:

[0061]: „...bijo, tiksliau, vengia santykių aiškinimosi su palikuonimi, kuris, žinia, garsėja nepralenkiamu humanizmu ir aukščiausios kokybės dvasingumu...“

[0114]: „...Tomas Venclova sukelia abejones. Įdomus jo išvykimas. Ar jau toks jis garsus pasaulyje profesorius buvo, kad net sovietų valdžia pabijojo jo neišleisti?..“

[0088]: „...save sudievinęs, be galo savimi besimėgaujantis. Klausiau vakar gal gabiliauką iš rusų opozicionierių sueigų Vilniuje, T. V. buvo tiesiog nepakenčiamas (...) Toks pasaulio bambos sindromas...“

Kituose komentaruose jau ramiau aptariama muziejaus veikimo problema ir diskusijos šia tema Vilniaus miesto savivaldybėje:

[0069]: „...norint daryti pokyčius (perduoti fondą kitiems muziejams, M. Mažvydo bibliotekai, perkrauti ar nutraukti Vilniaus memorialinių muziejų direkcijos veiklą) reikia politinio sutarimo, sprendimo, galimybių pastudijavimo, informacijos susirinkimo (...) tai gal susidaro įspūdis, kad mes džiūgaujame dėl šio muziejaus, tikrai taip nėra...“

[0192]: „...muziejus: koncepcija, veikla turi būti iš esmės peržiūrėti. Dabar nori nenori išeina raudonojo kampelio konservai. Pvz., Širvyts ten minėtas ir gal dar bus minimas. Širvio santykis su sovietais yra, bet jis kitoks nei AV ir kitų panašių, tai kai Širvyts atsiduria Venclovų namų kontekste, jis nudažomas raudonesne spalva nei derėtų, bent aš taip interpretuočiau...“

[0058]: „...limpa prie dantų, kaip irisas. Kažkoks neskoningas, vietomis net vulgarus ištisinis ditirambas. Man, jei imt tik Tomo Venclovos casus, trūksta to profesionalaus atsitraukimo, tam tikros distancijos. Dabar viskas yra lyg įrašai aksomu trauktam albume su auksu įspausdom raidėm ant viršelio „Atminčiai“. Ir komentuojama albumą kokia nors pusseserė, sulpčiodama iš susižavėjimo...“

Pastebima, kad:

[0081]: „...tuo metu kolaboravo praktiškai visi, tiesiog vieni buvo geriau matomi, žymesni, kiti šiaip sau, klapčiukai. Jei jau tokiu principu naikinti muziejus, tai reikėtų visų sovietinio laikotarpio + neužmiršti paminklų (...) nereikėtų taikyti dvigubų standartų. Reikėtų drąsiai susidoroti su praktiškai visos sovietinės Lietuvos kultūros, meno darbuotojų atmintimi...“

[0211]: „...Tiesa akis bado? Geriau pasakoti, kad visi kolaboravo, vieni daugiau, kiti mažiau, o dauguma buvo semidisidentais. Arba, kam knaisioti purvinus skalbinius, kam priešinti žmones? Gal ne savo noru bendradarbiavo? Gal nieko neįskundė? Migla geriau? Nieko tragiško nėra, kai pasakoma tiesa. Vis tik čia principo reikalai (...) reikia įvardinti ir tuos kultūrininkus, kurie sąmoningai ar nesąmoningai „pobėdų prablėžali kak mogli“, tai yra, silpnino tautos imunitetą...“

[0205]: „...dalis lietuviškojo kultūros elito kolaboravo su vienu okupaciniu režimu, dalis – su kitu, dalis – su abiem. Kolaboravimo mastai – didžiuliai, iki šiol neatskleisti (tiksliau, atskleista tik trupinėlis); simetrijos tarp suvokimo, kas / kiek / kaip kolaboravo su skirtingais okupaciniais režimais, dar irgi nėra. Pritariu, kad nereikia *tit for tat*, bet platesnis kontekstas padėtų suvokti apskritai, apie kokius kolaboravimo mastus kalbame ir kokių matu matuoti istorijos subjektų biografijas...“

Teikiami pasiūlymai dėl muziejaus pertvarkymo:

[0114]: „...niekaip nesuprantu, kodėl Venclovų muziejus. Kokie jų nuopelnai Nepriklausomai Lietuvai. (...) Jei taip reikalingas muziejus, pavadinkit Lietuvos poetų namais...“

[0185]: „...nors netikiu, kad vaikai atsako už tėvų nuodėmes (ir nuopelnus), man T. Venclova atpirko tėvuką. Palikčiau namą-muziejų ir pavadinčiau tik T. Venclovos vardu...“

[0136]: „...o ką jūs siūlot, pvz., jei būtų įkurtas lenkų tarpukario modernizmo muziejus? Arba architekto Jano Borowskio, kuris ne tik vilos autorius, bet ir Vilniaus, o vėliau Gdansko, restauratorius, ekspozicija...“

Atlikti iš dalies struktūruoti interviu iš esmės leido suprasti ir paaiškinti Venclovų namų-muziejų veikimą viešajame diskurse bei patikrinti kai kurias ankstesnių tyrimų atskleistas tendencijas: 1) Venclovų namų-muziejaus problemiškas iš esmės susijęs su muziejinio pasakojimo (naratyvo) trūkumais; 2) muziejinio naratyvo trūkumai sukuria muziejaus viešosios komunikacijos problemas, kurios pasireiškė neigiamu radikaliu požiūriu į muziejaus veiklą.

Interviu davę žmonės iš visų Vilniaus muziejų kaip problemiškesnę išskyrė Venclovų namus-muziejų:

[I101] „...visuomenė neturėtų tiesiogiai perimti sovietiniais laikais sukurtų muziejų. Nekalbant apie moralę, kad Venclovų muziejus yra iš kitų žmonių atimtame name (...) [klauskimas] kiek Antanas Venclova yra mums nusipelnęs? (...) bet ar tikrai ta šeima yra įdomiausia Vilniuje iš Vilniuje gyvenusių šeimų? (...) niekada nebuvo persvarstyta, kas iš sovietinių laikų muziejų turėtų išlikti ateičiai. O jei išlikti, tai su kokia koncepcija? (...) Venclovų muziejų esu linkęs vadinti Venclovos muziejumi, nes jei KGB pervadins VSD, niekas dėl to savaime nepasikeis (...) vienas dalykas, kad Antanas Venclova yra

nusikaltėliška figūra dabartinės valstybės ir visuomenės požiūriu, veikęs prieš Lietuvos valstybę, prisidėjęs prie jos naikinimo. Kad šią veiklą reikia dokumentuoti ir archyvuoti – tiesa. Bet ar reikia pagarbiai muziejuje komunikuoti tokią asmenybę, savotiškai ją romantizuojant? O jų turinys, naratyvas (...) jei kas nors sugebėtų iš tikro pateikti, padaryti nusikaltėlio muziejų (sakau supaprastintai) ir atrodytų, kad tą reikia išlaikyti visuomenėje kaip blogo pavyzdžio muziejų, tada gal kitaip atrodytų, bet dabar taip nėra...“ [I102] „...daug apie jį sukasi neigiamų labai komentarų ir negali sakyti, kad jie yra be pagrindo, kai kurie tai tikrai yra taiklūs, bet kartais atrodo, kad kai kurie žmonės kabinėjasi prie muziejaus veiklos, tarsi praignoruodami kitus muziejinius dalykus, kuriuos tas muziejus padaro, bet akivaizdu, kad tada muziejui reikia daugiau dirbti, kad užgožtų jų teigiami rezultatai tuos neigatyvius dalykus...“

Kita vertus, neigiama visuomenės nuomonė rodo domėjimąsi tema ir sudaro galimybes muziejui keistis, juo labiau kad potencialas tam yra didelis:

[I102] „...neigiamas visuomenės požiūris, aišku, silpnina muziejaus poziciją, bet aš tuo pačiu galvoju čia apie galimybę, nes jei vyksta aršios diskusijos, reiškia visuomenei tai aktualu ir tas diskusijas galima perkelti į muziejaus erdvę. Bet tai yra sudėtinga, čia reikia aukštos kompetencijos ir žinių daug, kad galėtum tai padaryti (...) tai unikali situacija, kai turime ir kolaborantą, ir disidentą toje pačioje šeimoje (...) patirtis yra ta, kad kol tu nekalbėsi apie klaidas, tol jos visą laiką bus tavo galvoje, bet neišsispręs, tad jei norime gydyti savo visuomenę, tai šis muziejus gal gali ką nors čia nuveikti...“

[I104] „...vertinu [Venclovų namų-muziejų] kaip žiauriai apleistą vietą ir išvis tokį nesąmoningą patalpų įsisavinimą. Ką ten veikia Vilniaus etninės kultūros centras antram aukšte? (...) tai yra nuostabi vila, kurios vertė kur kas didesnė už tai, kas joje rodoma. Tad kodėl neatstatyti, nesutvarkyti (...), jeigu jie drąsiai pasakotų tą savo istoriją, praplėstų (...) jeigu ji net nepatogi, sunki (...), per ją ir galima pasakoti tą sunkią XX amžiaus Vilniaus miesto istoriją...“

Kad Venclovų muziejus keistųsi, būtinas solidus politinio lygmens sprendimas, įtraukiant profesionalus, sudarant jiems tinkamas finansines sąlygas ir suteikiant kūrybos laisvę bei toliau finansuojant ir nuosekliai įgyvendinant jų sukurtas koncepcijas:

[I103] „...aš tai manau, kad ten reikėtų to keitimosi, bet vėlgi (...) Lietuvoje nėra labai daug žmonių, kurie turėtų ir tinkamą išsilavinimą, ir viziją, ir gebėjimą komunikuoti, tartis, bendrauti, įtraukti, na, ir čia lėšų klausimas prie to prisideda, kad galėtų padaryti kažkokį tokį muziejinį projektą, ypatingai kontroversiškoje vietoje, kad jis būtų tikrai veiksnus (...), tu turi turėti komandą, kuri būtų labai įsijautusi, ir kai pasižiūri į kokią nors MO veiklą (...), kai pagalvoji, kokios yra investicijos, kaip surenkami žmonės (...), tada tu matai, kad rezultatas yra dinamiškas, modernus, labai daug vaizduotės įdėta (...) kadangi čia dėl Venclovų muziejaus pasidarė jau tokia įtampa (...), gal atsirastų valios čia surinkti tokią komandą, kuri padarytų tą pertvarkos planą (...), nes ten diskusija būtų rimta (...) čia galėtų būti okupacijų padarinių ekspozicija (...) sovietinės nomenklatūros ir plius rašytojai ir autentiška aplinka, kaip čia žmonės gyveno...“

[I103] „...Venclovos yra įdomu, bet ne Antanas Venclova – rašytojas, o tai yra įdomu, va ta perspektyva, kaip tas butas keitė savo paskirtį, ta diskusija apie prisitaikymą ir kolaboravimą, galima tai panaudoti...“

Analizuojant diskusijas socialiniame tinkle, interviu medžiagą ir Venclovų namo-muziejaus interneto svetainę, galima daryti prielaidą, kad šio muziejaus problemiškas didele dalimi susijęs su A. Venclovos asmenybės komunikacija muziejuje. Į tai dar prieš dešimtmetį atkreipė dėmesį N. Keršytė, pastebėjusi, kad Venclovų namams-muziejui būdingi memorialinių muziejų tėviškėse sindromo bruožai, kurie švelnina nebepriimtinas buvusias kūrėjo politines nuostatas ir apeliuoja į jo aplinkos pozityvias puses (Keršytė, 2012). Muziejaus svetainės tyrimas atskleidė, kad A. Venclovos komunikacija vyksta pasitelkus (greičiausiai nesąmoningai, bet pagal nutylėjimą) mažiausiai du vadinamojo sunkiojo paveldo komunikacijoje taikomus „tiesos nesakymo“ modelius. Jie nustatyti 2018–2019 m. atliekant Ukrainos ir Lietuvos muziejų tyrimą (Šermukšnytė ir kt., 2019). Pirmasis jų susijęs su pozityvistinio naratyvo taikymu muziejaus komunikacijoje. Pozityvistinis naratyvas, pasireiškiantis artefaktų ir ekofaktų bei jų metrikų (pavadinimas, datavimas, kartais autorystė) eksponavimu ir enciklopedinio pobūdžio faktografinės informacijos pateikimu XX a. pabaigoje – XXI a. pradžioje transformavosi į būdą muziejuose komunikuoti „nepatogias“ temas. Šis būdas neretai pasitelkiamas komunikuojant istoriją, sietiną su traumuojančiu paveldu, kai akcentuojami artefaktai, o ne kontekstai, interpretacijos ir istorijos. Tai yra tema pristatoma, bet aplenkiami „nepatogūs“, pavyzdžiui, bendradarbiavimo su okupaciniais režimais ar Lietuvos piliečių dalyvavimo holokauste, aspektai. Būtent taip muziejaus svetainėje internete komunikuojama A. Venclovos biografija, kai datos ir faktai pateikiami be jokio konteksto ir interpretacijos. Pavyzdžiui, teigiama, kad A. Venclova „1948 m. vasario–balandžio mėnesiais tarybinių piliečių repatriacijos reikalais važinėjo po Rytų Vokietiją, Čekoslovakiją, Austriją“. Patalpinę šį faktografinį teiginį į ano meto istorinį kontekstą suprantame, kad kalbama apie Lietuvos Respublikos (ne sovietinius) piliečius, kurie 1944 metais pasitraukė nuo sovietinės okupacijos gelbėdami savo gyvybes. Stalininės Sovietų Sąjungos okupacinės valdžios pavedimu A. Venclova keliavo po šalis, kuriose gyveno karo pabėgėliai iš Lietuvos, skatindamas juos grįžti į sovietų okupuotą teritoriją, kur nemenkos dalies jų laukė suėmimas ir / ar tremtis.

Kitas taikomas „ne-tiesos“ sakymo modelis susijęs su muzealizuojamo tikrovės reiškimo, asmenybės, artefakto, proceso ar vietos išskaidymu į skirtingus elementus: politinės veiklos, kultūros, kasdienio gyvenimo ir kt. Ir po to tą muzealizuojamą objektą komunikuojant tik per vieno elemento prizmę, ignoruojant kitus. Iš esmės komunikuojami moksliniu požiūriu teisingi dalykai, tačiau dalies aspektų nutylėjimas tokią komunikaciją paverčia netinkama. Pavyzdžiui, kasdienybės is-

torijos naratyvas, praeitį pasakojantis kaip eilinių (statistinių, niekuo neišskirtinių) žmonių gyvenimo istoriją, kartais taikomas ir komunikuojant traumines patirtis, kai okupacijų laikotarpiai ir su jais susiję asmenys pateikiami ne per politinės istorijos, bet per žmonių kasdienybės prizmę, kasdienybę atsiejant nuo ideologinio turinio. Šio naratyvo komunikaciją ryškiai matome Venclovų namų-muziejaus pristatyme, kaip vietos, kur yra „autentiškas art deco stiliaus interjeras, išlikę autentiški baldai ir daiktai“. Arba asmenybės, kaip kūrėjo, išryškinimo naratyvas ignoruojant ar švelniai apeinant tos asmenybės politinę veiklą yra dažnas šiuolaikinėje Lietuvoje komunikuojant sovietinio laikotarpio kultūros veikėjus. Pavyzdžiui, Venclovų muziejuje A. Venclova pristatomas kaip neutralus „poetas, rašytojas ir visuomenės veikėjas“.

Išvados

Venclovų namų-muziejaus, kaip kultūros paveldo komunikacijos institucijos, veikimo internetinėje erdvėje tyrimas leido nustatyti pagrindines muziejaus komunikacijos problemas, keliančias rezonansines ir muziejaus reikalingumą šiuolaikinėje visuomenėje kvestionuojančias diskusijas. Venclovų namai-muziejus yra iš sovietmečio paveldėtos Vilniaus miesto savivaldybei priklausančių muziejų struktūros – 1973 m. įkurto Vilniaus rašytojų muziejaus – dalis, savarankišku muziejumi tapusi jau 1990–1991 m. Toks struktūrinis perėmimas lemia atitinkamas problemas, nes muziejus kultūroje komunikaciniu požiūriu veikia kaip paminklas – materialu kurios nors, kuriai nors epochai aktualios idėjos išraiška, išskirianti ir komunikuojanti kurį nors asmenį, artefaktą, kultūros procesą ar objektą kaip geriausią tos idėjos reprezentantą. Laikui bėgant, keičiantis politiniam, kultūriniam, socialiniam ir kitiems kontekstams, dalis praeities idėjų (ypač tų, kurios buvo susijusios su totalitarine visuomene ir okupacine valdžia) praranda prasmę, kartu su jas reprezentuojančiomis asmenybėmis ir jų muziejais. Ši muzealizavimo problema iš dalies sprendžiama įkultūrinant iš praeities atėjusius muziejus ir su jais susijusias asmenybes naujame – kito laikmečio kontekste. A. Venclovos muziejaus atveju tai padaryta susiejus A. Venclovos ir T. Venclovos asmenybes ir 2004 m. muziejų pervadinant „Venclovų namais-muziejumi“. Tai buvo sėkminga tik iš dalies. Muziejui nepavyksta sukurti naujo tapatumo, jis sunkiai atranda savo individualų veidą ir vietą platesniame miesto kultūros lauke.

Venclovų namai-muziejus yra problemiškausias Vilniaus muziejus. Analizuoti kontekstai leidžia daryti prielaidą, kad šio muziejaus problemiškumas susijęs su A. Venclovos asmenybės komunikacija muziejuje, taikant (greičiausiai nesąmoningai, bet pagal nutylėjimą) mažiausiai du vadinamojo sunkiojo paveldo komunikacijoje taikomus nepatogios „tiesos nesakymo“ modelius. Atlikus tyrimą nusta-

tyti du muziejuje taikomi „tiesos nesakymo“ modeliai: 1) pozityvistinio naratyvo taikymas muziejaus komunikacijoje, kai siekiant „aplenkti“ nepatogias temas ir klausimus akcentuojami artefaktai, o ne kontekstai, interpretacijos ir istorijos; 2) muzealizuojamo tikrovės reiškinių (ar objekto) išskaidymas į skirtingus elementus (politinės veiklos, kultūros, kasdienio gyvenimo ir kt.), vėliau muziejinę komunikaciją konstruojant per pasirinktą elementą, ignoruojant kitus pasakojimo elementus ir kontekstus.

Panašių problemų (laikmečio neatitinkančių muziejų naratyvų ir jų komunikacijos ekspozicijoje, muziejų rinkiniuose esančio kultūros paveldo komunikacijos) kyla ir kitiems pasaulio muziejams. Lietuvoje susiklosčiusią situaciją galime lyginti su pokolonijiniais kontekstais, gretindami sovietinės valdžios ir Lietuvos paveldo / Lietuvos istorijos santykių okupacijos metais su kolonizatoriaus ir prigimtinių bendruomenių paveldo santykiu, kuris lemia kolonizuotos tautos traumines patirtis. Tokio pobūdžio trauminių patirčių „gydymą“ ir asmens, bendruomenės, istorijos ir paveldo ryšio atkūrimą galime stebėti ir analizuoti, pavyzdžiui, pasitelkę Vakarų Europos ir JAV muziejų patirtį. JAV medvilnės plantacijose įsikūrusios atminties institucijos permąsto plantacijų didžiuosiuose namuose (angl. *big house*) pristatomus Amerikos tapatumo dalimi traktuojamus objektus bei su tais objektais susijusius pasakojimus, į juos įtraukdami plantacijose dirbusių vergų istoriją (Carter, 2016).

Europoje prasidėjęs muziejų ekspozicijų ir rinkinių dekolonizacijos judėjimas ypač paveikė muziejus, saugančius kolekcijas, kurios susijusios su imperialistiniu laikotarpiu arba į muziejaus rinkinius pateko iš tuometinių šalių kolonijų. Pastaruosius keletą metų skirtinguose muziejuose vykstančių dekolonizacijos procesų tikslas – muziejų ekspozicijose atskleisti įvairovę ir žmonių, kurie yra už muziejinių objektų, istorijas (Shoenberger 2022), net jei jos nepatogios. Žvelgiant holistiškai, Venclovų namų-muziejaus muziejinė komunikacija turėtų panašiai transformuotis. Vertinant muziejų kaip kultūros paveldo komunikacijos erdvę, savotiškas muziejaus naratyvo „išmemorialinimas“ ir muziejinių objektų sudabartinimas, suteikiant jiems platesnę istorinį, politinį, socialinį, kultūrinį kontekstą, galėtų būti muziejaus transformacijos ašis.

Muziejaus *status quo* pakeisti turi būti parengta ir realizuota iš esmės nauja Venclovų namų-muziejaus muzealizavimo koncepcija, kuri šią instituciją „perkrautų“. Tokios koncepcijos rengimas turėtų būti vykdomas nesusiejant būsimų veiklų su dabartine muziejaus komunikacija („tuščioje vietoje“) ir ne administraciškai, o „iš apačios“, plačiai diskutuojant, įtraukiant skirtingus atviro mąstymo ekspertus, skirtingas suinteresuotas bendruomenes, taip ieškant geriausio kompromisinio ir konceptualaus sprendimo.

„IŠMEMORIALINTI“, UŽDARYTI AR PALIKTI: VENCLOVŲ NAMŲ-MUZIEJAUS...

Straipsnis parengtas įgyvendinant projektą „Jungiančioji skaitmeninė atmintis paribiuose: kultūrinės tapatybės, paveldo komunikacijos ir skaitmeninės kuratorystės praktikų socialiniuose tinkluose tyrimas“. Projektas bendrai finansuotas iš Europos socialinio fondo lėšų (projekto Nr. 09.3.3-LMT-K-712-17-0027) pagal dotacijos sutartį su Lietuvos mokslo taryba (LMTLT). Dalis straipsnyje pristatomo tyrimo finansuota Vilniaus miesto savivaldybės, įgyvendinant projektą „Vilniaus miesto savivaldybės žinioje esančių muziejų optimizavimo galimybių studija“.

Literatūra

- Antanavičiūtė R. ir kt. (2018). *Vilniaus miesto muziejaus-tyrimų centro galimybių studija*. Prieiga internete: <http://www.kulturostyrimai.lt/wp-content/uploads/2018/12/VILNIAUS-MIESTO-MUZIEJAUS-TYRIMU-CENTRO-GALIMYBIU-STUDIJA.pdf> [žiūrėta 2022-10-06].
- Carter, L. P. (2016). Where are the enslaved?: TripAdvisor and the narrative landscapes of southern plantation museums. *Journal of Heritage Tourism*, 11 (3), 235–249.
- Castells, M. (2005). *Tinklaveikos visuomenės raida*. Kaunas: Poligrafija ir informatika.
- ICOM. (2022). *ICOM approves a new museum definition*. Prieiga internete: <https://icom.museum/en/news/icom-approves-a-new-museum-definition/> [žiūrėta 2022-10-07].
- Jančiauskas, I. (2022). *Rusijos karo akivaizdoje – klausimai dėl muziejaus sostinėje: tikrasis rašytojo vaidmuo buvo nutylėtas*. Prieiga internete: <https://www.delfi.lt/news/daily/lithuania/rusijos-karo-akivaizdoje-klausimai-del-muziejaus-sostineje-tikrasis-rasytojo-vaidmuo-buvo-nutyletas.d?id=90106915&fbclid=IwAR0uEq8gA3oMzenf4hJ0Kk9udiHg6X6mrdFjP8A8fMsGl6B8nvDmU1wREaA> [žiūrėta 2022-10-09].
- Mairesse, F. ir kt. (2010). *Key Concepts of Museology*. Prieiga internete: https://icofom.mini.icom.museum/wp-content/uploads/sites/18/2022/01/2010_key_concepts_of_museology_english.pdf [žiūrėta 2022-10-07].
- Keršytė, N. (2012). Tarybinių laikų ir tarybinių rašytojų įmuziejimo paradigmos. *Bibliotheca Litwana. Atminties institucijų rinkiniai*, 2, 237–254.
- Pacevičius, A. ir kt. (2012). *Bibliotheca Litwana II: atminties institucijų rinkiniai*. Vilnius: Vilniaus universiteto leidykla.
- Shoenberger, E. (2022). *What does it mean to decolonize museum?* Prieiga internete: <https://www.museumnext.com/article/what-does-it-mean-to-decolonize-a-museum/> [žiūrėta 2022-10-08].
- Simon, N. (2010). *The Participatory Museum*. Prieiga internete: <http://www.participatorymuseum.org/> [žiūrėta 2022-10-10].
- Šermukšnytė, R. ir kt. (2019). *Naratyvų labirintuose: Lietuvos ir Ukrainos muziejų patirtys*. Vilnius: Vilniaus universiteto leidykla.
- Van Dijk, J. (2006). *The Network Society – Social Aspects of New Media*. Second edition. Cornwall: TJ International.
- VšĮ Kultur. (2008). *Vilniaus miesto savivaldybės muziejų strateginė analizė ir plėtros koncepcija*. Vilnius.

‘DE-MEMORIALISE’, CLOSE, OR RETAIN: THE PERFORMANCE OF THE VENCLOVA HOUSE-MUSEUM ON THE INTERNET

Rimvydas Laužikas, Donata Armakauskaitė

Summary

After the restoration of independence in 1990, Lithuania faced political, economic, social and innovation transformations that took the country from being a

post-Soviet republic to a full member of the European Union. At the same time, society faced many challenges (globalisation, the development of information and communication technologies, migration, demographic changes), which, according to some sociologists, allow us to talk about the formation of a digital culture and network society (Castells, 2005; van Dijk, 2006). Therefore, when examining the operation of the museum nowadays, we should pay attention not only to the institutional development of museums, but also to the contexts of technological development and social change in society. These contexts allow us to talk about a change in communication in the museum sector, when the communication of the natural and cultural heritage becomes the main function of a museum, giving meaning to other functions (the collection, research and preservation of the heritage). This encourages a rethink of the activities of the museum by highlighting their communicative importance and strengthening aspects of the museum's active operation in society. This research takes a theoretical approach that is typical of communication and information sciences, and allows a museum to be perceived as an institutionalised heritage communication space (Šermukšnytė et al., 2019). Through communication, the knowledge of historical science and the heritage are 'presented and begin to function not only as 'objects from the past' or 'representatives of information about the past', but as elements of the present leisure culture, creative industries and tools for identity construction, political communication, information wars, etc.

The object of this study is the Venclova House-Museum. In recent years, the museum's activities, the narrative of the exhibition and its public communication have received criticism, often relating to the circumstances of the museum's founding. The aim of the study is to analyse how the Venclova House-Museum, as a heritage communication institution, functions in the digital space, which is an integral part of museum communication in the network society. So far, the Venclova House-Museum has been analysed fragmentarily in several different studies; however, the museum's communication in the digital space has not been explored.

The main methodology of the study focuses on identifying and interpreting the results of the museum's online activities and related trends. From the point of view of communication science, the outcome of a museum's activities is the impact on the target audience, which is why the study uses the methodological approaches of quality in use and visitor experience.

The research methodology includes four strands of analysis: (I) the visibility of the museum on the internet; (II) the museum's communication on Facebook; (III) discussions about Vilnius museums on Facebook; and (IV) semi-structured interviews with active participants in discussions about their experience with the museum under analysis. The research process consists of two parts: the collection

of empirical data, which led to the compilation of the dataset; and the analysis of the data collected. Data on the Internet and social networks is collected using the museum's official name and specific key words and queries. In the study, Facebook was chosen as the most popular social network in Lithuania, and the main communication tool of the Venclova House-Museum on social platforms.

For collecting and preserving data on the museum's online visibility, the following actions were carried out: (I) a study of the museum's online visibility was carried out using the Google Trends tool; and (II) a study of the museum's online visibility was carried out using the SEMRUSH tool. The following steps were carried out to collect and preserve data on the museum's Facebook activity and discussions: (I) the manual collection of Facebook data from open profiles, groups and pages using Facebook search and the Google search engine; (II) the identification of people to be interviewed by combining a lexical analysis of Facebook content and the 'snowball' method; (III) the timing of remote interviews, informing interviewees about the research, and the objectives of the interviews, in accordance with the principles of research ethics; (IV) conducting semi-structured interviews remotely; and (V) transcribing interview recordings and importing the text files into MaxQDA. The analysis of the Facebook and interview data was carried out using a qualitative content analysis approach and MaxQDA software. The study of the online visibility of Vilnius museums allowed the identification of three different models of their communication in the digital space: (I) small museums with strong internal links and relatively closed communities, not oriented towards mass visitors; (II) museums oriented towards mass visitors, with a model of operation similar to republican and national museums in Lithuania, which make a great effort to mobilise large, open communities; and (III) mixed museums, closer to the first group (community museums) on some variables, and to the second group (mass-visitor oriented) on others. The communicative functioning of the Venclova House-Museum corresponds to the third model.

When discussing communication by Vilnius museums on Facebook, we can distinguish three levels of communication: (I) the one-way dissemination of information about the museum and its activities (exhibitions, events, etc); (II) communication by posting information about events on museum pages, as well as sharing information published on other media (the Venclova House-Museum can be attributed to this group); and (III) the communication of information about the museum and its activities, in addition to a large amount of material aimed at mobilising and engaging the community.

Another group of visitor attitudes and experiences of Vilnius museums and their activities are discussions of these museums on Facebook. The most active discussions about the museum and the personalities it represents are in the case

of the Venclova House-Museum. Semi-structured interviews with the most active participants in the discussion basically allowed us to understand and explain the functioning of the Venclova House-Museum in the public discourse, and to verify some of the tendencies that emerged in the course of previous research: (I) the problematic nature of the Venclova House-Museum is essentially related to the shortcomings of the museum's narrative; and (II) the shortcomings of the museum's narrative create the problem of the museum's public communication in the sense that it is manifested in the form of negative and radical attitudes to the museum.

The study of the functioning of the Venclova House-Museum as an institution communicating the cultural heritage in the digital space has identified the main problems in the museum's communication, which are causing resonant discussions questioning the need for the museum in modern society. The analysis of the discussions relating to the Venclova House-Museum on Facebook, and the interviews with participants in the discussions, have identified clearly the essential problem of the museum's communication: the misrepresentation of the personality of A. Venclova from the point of view of museum communication, and at the same time the museum's compliance with the features of memorial museums. The study has identified two main mistakes relating to the 'not telling the truth' models used in museum communication: (I) the use of a positivist narrative in museum communication which emphasises artefacts rather than contexts, interpretations and stories in order to 'bypass' uncomfortable themes and issues; and (II) the breaking down of the phenomenon of reality (or the museum object) into different elements (political activity, culture, everyday life, etc), and then constructing the museum communication through a chosen narrative, ignoring other contexts.

Similar problems are currently being addressed in other museums around the world as part of the museum decolonisation process. In line with this practice, a kind of 'dememorialisation' of the Venclova House-Museum narrative and the 'presentisation' of museum objects, by giving them a broader historical, political, social and cultural context, could be the axis of the museum's transformation.

Donata Armakauskaitė – doktorantė (socialiniai mokslai – komunikacija), Vilniaus universiteto Komunikacijos fakulteto skaitmeninių kultūrų ir komunikacijos katedra.

El. paštas: donata.armakauskaite@kf.vu.lt