

---

## **„Câteva considerații asupra relației muzeu etnografic public”**

*Irinel Cănuțeci*

Muzeele, chiar și cele etnografice, devin o necesitate culturală din clipa în care oferă publicului restituiri ale vieții lui de azi, în detalii care scapă de cele mai multe ori cotidianului atât sau reconstituirii, fie și fragmentare, ale lumilor de odinioară.

Investiția unor fonduri mari pentru descoperirea valorilor tradiționale, continuarea tradiției în familie prin intermediul practicării unor meșteșuguri precum olăritul, sculptura, apicultura etc., conștientizarea privind valorile pe care le avem, prin educare și informare sunt doar câteva repere care au animat atât conducerea Muzeului Olteniei, a secției Etnografice, în special tânărul colectiv al acesteia încercând să preia și să rezolve din mers, măcar o parte din aceste probleme curente ale muzeografiei românești contemporane. Experiența a arătat că, în general, în cadrul raportului muzeu – public, manifestările complexe, cuprinzând un număr de acțiuni variate ca formă și exprimări, au un ecou mai puternic și sunt mai gustate de către vizitatori; acțiunile culturale ale secției Etnografie a Muzeului Olteniei se adresează tuturor categoriilor de vizitatori.

Permanentizate în agenda culturală a tânărului colectiv al secției sus-amintite, manifestări precum Târgul de Paști, Salonul Național de Artă Fotografică și Fotografie Document ajuns la cea de-a treia ediție anul acesta, Târgul Meșterilor Popolari aflat la cea de-a XXXII-a ediție, Sesiunea Internațională de Comunicări Etnologice și Antropologice – „Antropoest” cu circa patru ediții și numeroase alte expoziții temporare cu specific etnografic reprezintă doar câteva modele fidele ale modului de lucru în relația muzeu – public în cadrul secției noastre.

Împreună cu conducerea secției dar și a muzeului elementele ce au asigurat succesul și ținta de marketing propusă înainte de promovarea acțiunilor amintite ceva mai devreme, care pe viitor să fie și ele permanentizate în cadrul relației muzeu – public, spre a asigura o întâmpinare a publicului, care să-l facă să revină mereu la acțiunile tinerei secții, acțiuni organizate în sânul comunității, în cadrul unei munci de proximitate.

Pentru început, muzeografii specialiști ai secției noastre, la începutul fiecărei acțiuni s-au gândit și au făcut apel la mijloacele tradiționale de comunicare: afișul și pliantele. Pentru fiecare dintre acestea a fost prevăzut de fiecare dată un tiraj satisfăcător și o distribuție și mediatizare de excepție.

Impactul deosebit asupra publicului a fost asigurată de realizarea unor imagini vizuale deosebite și semnificative, alături de alegerea unor titluri adecvate și o calitate excepțională a imprimării. Aici, cu riscul de a mă repeta, un loc meritoriu îl are dinamicul colectiv al departamentului Marketing – Relații Culturale al Muzeului Olteniei. Afișajul municipal a jucat și el un rol important în campaniile de mediatizare a acestor acțiuni.

Obiectivele majore ale tuturor acțiunilor culturale ale Secției Etnografice au fost și rămân permanente următoarele:

- A) atingerea unui prag minim de vizitatori (5000) pentru fiecare acțiune sus-amintită;
- B) fidelizarea publicului;
- C) mărirea notorietății muzeului în arealul său de proximitate și nu numai.

Monitorizarea atentă a acestor manifestări organizate de către departamentul Marketing – Relații Culturale împreună cu specialiștii secției noastre au scos la iveală faptul că muzeul, în speță departamentul etnografic al acestuia a reușit nu numai să-și creeze o identitate, în contextul unei oferte culturale importante, ci și fidelizarea practic a jumătate din vizitatorii individuali ai fiecărei acțiuni.

Dincolo de aceste evaluări cantitative, experiența secției noastre a fost plină de învățăminte, primul dintre ele fiind importanța întâmpinării publicului-țintă și nu numai și conversația cu acesta. În mare parte, publicul acestor manifestări este de vârstă a treia, dar se constată o revigorare puternică a publicului tânăr, în special din grădinițe, școli și universități. Este suficient să stai o vreme în preajma fiecărei din aceste categorii de public și vei sesiza rapid imensa nevoie de comunicare și de interacțiune a acestor vizitatori. În acest sens, muzeul etnografic contribuie la îmbunătățirea și îmbogățirea relațiilor sociale.

Contactele strânse cu vizitatorii, în cadrul acestor manifestări culturale, au, de asemenea o incidență profesională directă. Dacă publicul muzeului își exprimă cu ușurință aprecierea pozitivă, acesta nu ezită să-și exprime și remarcile sau criticile. Dificil fiind să modifici expozițiile aflate în desfășurare, totuși observațiile vizitatorilor hrănesc expunerile viitoare. De asemenea, personalul secției se găsește serios la o politică de comunicare, adoptată la lumea școlară, eșalonată în timp și dezvoltată cu răbdare, materializată prin prezența tinerei generații în muzeul etnografic și la manifestările culturale ale acestuia. Aici se impun intervenția conducerii instituției prin crearea unui serviciu pedagogic, condus de un responsabil calificat, care să conducă în final la multiplicarea numărului vizitatorilor muzeului etnografic în cadrul manifestărilor acestuia. O experiență de

genul „Muzeul dincolo de porți și ziduri” care să atragă publicul tânăr, pare a fi una din cele mai bune tehnici de sensibilizare a acestei grupe semnificative de vârstă.

A devenit evident că în cazul acțiunilor și manifestărilor culturale a secției etnografice a Muzeului Olteniei există numeroși vizitatori puțin familiarizați cu lumea muzeelor. Acest lucru se percepe foarte bine în momentul în care membrii echipei permanente a secției noastre iau temperatura grupului. Sigur, o mare parte a acestor grupuri sosește bine dispusă, dar detectăm uneori o anume ezitare, atunci când nu este vorba de o rezervă vizibilă. Trebuie să îi familiarizăm, să îi liniștim și să găsim cuvintele pentru a arăta că participarea și prezența publicului la asemenea manifestări se vrea a fi, înainte de toate, un moment plăcut, ceea ce nu împiedică colectivul muzeografilor – etnografi să invite publicul la reflecție asupra istoriei petrecerii timpului liber. Acești vizitatori ai muzeului etnografic, prezenți la evenimentele și manifestările acestuia na arată importanța comunicării și nu este un lucru rar ca aceste prezențe să se transforme în discuții, în cadrul cărora muzeograful devine un fel de animator care dă cuvântul unora și altora.

Un asemenea gen de prezentare a muzeului etnografic, cu manifestările sale adiacente arată constant faptul că un muzeu de acest gen își poate găsi permanent un public al său pe care îl poate fideliza. Acestea fiind spuse, trebuie insistat asupra faptului că această proximitate cu vizitatorii și ceilalți utilizatori ai muzeului este resimțită prin mărturiile sale de stimă, prietenie și recunoștință a publicului. Învățămintele trase din contactele cu publicul, pe parcursul acestor ani, vor inspira considerabil activitatea și munca tânărului colectiv al acestui reprezentativ muzeu etnografic oltean. Kitsch-ul, invitația, prostul gust se pot evita prin educație, în spiritul și respectul tradiției, atât a celor din mediul urban, cât și din mediul rural. Editarea unor materiale și publicații de profil de către muzeul etnografic, prin specialiștii săi, vor avea menirea ca publicul să disocieze exemplar autenticul de fals și de kitsch.

Bibliografie;

1.Revista muzeelor,nr.1,anul xiii,1976

2.FlorescuRadu, „Bazele muzeologiei,,Bucuresti,1999