

Forme și modalități de promovare a Muzeului Maramureșan din Sighetul Marmației pe plan național și internațional

Muzeograf Nicoleta Pop
Muzeul Maramureșan
Sighetul Marmației

Prezentarea generală a muzeului

Situată în nord-vestul României, iar în contextul Europei, chiar în centrul geografic al acesteia (bornele care marchează aceasta sunt plasate în localitatea Trebușani - azi Dilove, în Ucraina, la circa 20 km de Sighetul Marmației), **zona etnografică Maramureș** se definește ca o arie culturală cu caracteristici specifice, datorate unui puternic fond autohton de sorginte daco-celtic-latin precum și influențelor celor două mari culturi și civilizații - cea orientală și cea occidentală, dar și a celor două mari componente creștine - cea catolică și cea ortodoxă, ce se întâlnesc și se interferează aici.

Între oamenii și creațiile lor realizate de-a lungul mileniilor integrate armonios în peisajul zonei există o interdependență care conferă o anumită specificitate, chiar unicitatea acestui habitat central-european, care este Maramureșul.

Adăpostind numeroase monumente de cultură materială și spirituală, mărturii ale istoriei poporului român, înzestrată cu frumuseți naturale deosebite, regiunea Maramureșului constituie o zonă turistică frecvent cercetată de un mare număr de vizitatori români și străini.

Dacă o parte din bogățiile materiale și spirituale se găsesc și pot fi admirate pe întregul cuprins al țării, altele, și dintre cele mai importante sub aspectul istoric și etnografic sunt cuprinse în colecțiile muzeelor. Muzeele și colecțiile răspund unor însemnate necesități legate de cunoașterea științifică, estetică și etică.

Muzeul Maramureșan se recomandă ca un așezământ ale cărui valori ne îndreaptă gândul către universul de îndeletniciri tradiționale specifice zonei (Maramureșului), relevate prin exponatele expuse. Pieseile, mai vechi sau mai noi, ilustrează capacitatea creatoare a acestor oameni, care și-au făcut din aceste îndeletniciri un mijloc de existență, perpetuând tot ce a fost util și frumos în ocupațiile specifice. Cu alte cuvinte muzeul este o generoasă deschidere spre creația proverbialului har al unor locuitori destoinici și inventivi, păstrători ai tradițiilor valoroase.

Patrimoniul muzeal este compus din totalitatea bunurilor culturale adunate din arealul geografic în care își desfășoară activitatea, muzeul. Obiectele care alcătuiesc acest patrimoniu trebuie păstrate, conservate în cele mai bune condiții spre a fi predate generațiilor viitoare.

Pentru Muzeul Maramureșan, arealul din care și-a adunat zestrea este reprezentat de principalele subzone ale Maramureșului istoric (Cosău-Mara și Iza inferioară, până la Strâmtura, Iza Mijlocie, Vișeu-Borșa, subzona Tisei și a bazinului Ruscova).

Muzeul funcționează ca un complex muzeal cu dominantă etnologică (muzeu cu expunere pavilionară și muzeul în aer liber), ilustrate printr-un patrimoniu valoros de 21.303 piese (dispuse în expoziții și depozite), din principalele subzone ale Maramureșului istoric (Cosău-Mara și Iza inferioară, până la Strâmtura, Iza Mijlocie, Vișeu-Borșa, subzona Tisei și a bazinului Ruscova), dar și cu secții de istorie-arheologie, istoria culturii și memorialistică, științele naturii, galerie de artă și mai multe conservări „in situ” ca puncte muzeale în principalele subzone ale Maramureșului.

Muzeul - forme și modalități de promovare

Turismul a devenit în epoca contemporană o noțiune deosebit de complexă, antrenând un număr foarte mare de oameni dornici de a cunoaște frumusețile naturii și cele create de colectivitatea umană de-a lungul istoriei.

Turismul cultural, și în mod special, turismul muzeal ocupă un rol deosebit de important în peisajul produselor turistice naționale, regionale și locale. Datoria instituției muzeale este de a spori amploarea acestui fenomen.

În ultimele două decenii s-a constatat o creștere semnificativă a rolului muzeului în comunitate; muzeul este din ce în ce mai implicat în viața și formarea adulților, tinerilor, copiilor.

În ultima perioadă a apărut o preocupare din ce în ce mai mare pentru promovare în lumea culturală românească. De aceea se caută mereu modalități și forme de promovare a instituțiilor de cultură.

➤ Un prim pas ar fi includerea în structura instituției a secției de **Relații Publice (PR), Imagine.**

În instituțiile de cultură sectorul PR-ului nu are încă un statut bine definit. Sunt puține instituțiile de cultură acordă o atenție domeniului de PR.

Relațiile publice se regăsesc sub forma unor tehnici de primire, tehnici utilizate în relațiile cu presa și tehnici legate de evocarea unor evenimente speciale.

Profesionalizarea PR-ului cultural ne-ar putea apropia cât de cât de ceea ce se întâmplă la marile evenimente culturale internaționale unde, cu luni de zile înainte de un festival echipa de comunicatori stabilește strategii coerente și dialoghează cu viitorii invitați, cu mediile de informare, cu sponsorii, cu instituțiile de stat, etc.

Relațiile cu publicul asigură prin legătura directă cu publicul, cu mass-media, cu reprezentanții comunității locale cultivarea încrederii, simpatiei, disponibilității în receptarea ofertei culturale. Prezența permanentă în mass-media prin articole în presa scrisă, apariții la TV sau intervenții radio sunt mijloace redutabile de cucerire a audienței.

➤ **Situ-ul muzeului**, este probabil cea mai eficientă formă de promovare a

- muzeului. Site-ul va avea următoarea structură:
- informații generale despre muzeu, istoric;
- descrierea secțiilor și conservărilor „in situ”;
- prezentarea evenimentelor organizate de către muzeu. Această pagină va cuprinde activitățile organizate în cursul anului, în ordine cronologică. Pentru fiecare activitate, în limita posibilităților se vor furniza detalii referitoare la perioada de desfășurare, locul desfășurării, programul, afișul, etc.
- servicii oferite de către muzeu. Va fi prezentată o listă cu serviciile oferite și prețurile.
- date pentru contact: adresă, nr. de telefon și fax, adresă de mail
- magazin virtual – posibilitatea de achiziționare a unor obiecte, publicații ale muzeului prin intermediul internetului.
- prezentarea publicațiilor muzeului: *Revista Tradiții și Patrimoniu, Anuarul Acta Musei Maramorosiensis, seria monografiilor satești*. Fiecare publicație va avea o scurtă prezentare, un cuprins și un rezumat al fiecărei lucrări.
- publicarea unor baze de date pentru specialiști care să fie disponibile prin intermediul internetului. Accesul se va face în urma unei cereri (model care va putea fi accesat de pe pagina muzeului) și doar după acordul dat de conducere. Se va putea accesa doar cu o parolă.
- o altă pagină ar putea fi dedicată interviurilor, înregistrărilor. Vor putea fi vizionate diferite înregistrări cu obiceiuri specifice principalelor momente ale vieții (botez, nuntă, înmormântare) dar și imagini din timpul evenimentelor culturale desfășurate în muzeu.
- imaginile care vor fi prezentate pe site vor fi în mișcare. Când se vor accesa informații despre o secție vor apărea imagini cu secția, dar aceste imagini se vor schimba. La fel și pe pagina principală. multimedia, imagini care se mișcă.

- **înnoirea gamei de cărți poștale;**
- **tipărirea de calendare, pliante, broșuri, ghiduri, albume, reviste;**
- **înregistrarea de CD-uri cu prezentarea muzeului în mai multe limbi** (română, engleză, franceză, germană, italiană, maghiară)
- **editarea de cataloage în mai multe limbi.** Pe lângă cataloagele fiecărei secții se pot tipări și cataloage tematice: catalogul colecției de măști, de cămăși, de covoare, de icoane etc.

O parte dintre aceste produse (pliante, broșuri) vor fi distribuite agențiilor de turism din țară și străinătate și hotelurilor.

În mini librăria muzeului vor fi prezentate toate publicațiile muzeului, lucrările de etnografie, cărțile poștale, ghidurile și albumele.

Prin intermediul acestor publicații va fi făcută publică valoarea creației culturale proprii.

- **reamenajarea secțiilor**
- **organizarea de expoziții temporare**
- **organizarea de târguri.** La târguri, meșterii de azi, care mai performează

azi, vin și vând produsele aici. Astfel apare contactul cu cel care face obiectul, cu meșterul. Acesta discută despre cum realizează produsul și își prezintă propriile tradiții. Publicul vizitator poate asculta poveștile meșterilor, poate cânta, dansa, exersa în cadrul atelierelor de arte plastice sau arte mecanice, poate gusta mâncăruri tradiționale etc. Târgurile vor fi periodice.

➤ ***deschiderea către un public aparte:*** copiii. Se poate înființa un atelier de creativitate. Astfel copiii vor fi o prezență permanentă, vom avea permanent public de copii. Vom dezvolta acel univers al copilăriei, cu deschiderea muzeului spre copii și cu valorificarea producțiilor acestora, de cele mai multe ori absolut extraordinare.

➤ ***organizarea de tabere de creație.*** Copiii pot participa la atelierelor de sculptură, pictură, ceramică, țesut, muzică și dansuri populare.

➤ ***organizarea de școli de vară.*** Școlile de vară se pot organiza anual.

Elevi și studenți din țară și străinătate, pe baza unui CV și al unui eseu pe o temă dată pot participa la preselecție. Participanții, cazați la cabanele din incinta muzeului satului, vor lua parte timp de două săptămâni la seminarii susținute de specialiști în domeniu. În restul timpului vor organiza excursii în zonă și vor participa la atelierelor de creație.

➤ ***colaborarea cu alte muzee de profil din lume.*** Prin această asociere cu alte muzee vom putea organiza expoziții reciproce, vom putea face schimb de experiență, vom afla mai multe despre cultura și obiceiurile lor.

➤ ***crearea unui cerc de prieteni a muzeului cât mai larg,*** care la rândul lor să fie niște agenți, să spunem, de promovare ai muzeului, astfel încât el să-și atingă scopul, muzeul e foarte important pentru cei care se formează, pentru studenți, pentru străini, cei care vin.

➤ ***oferirea de permise de intrare gratuite sau acordarea de facilități diferitelor categorii de public.*** Aceste permise se pot obține sub formă de premii în urma unor concursuri pe diferite teme legate de activitatea muzeului. Astfel apare crearea motivațiilor și obișnuințelor de a vizita muzeul.

➤ ***Organizarea unui etnoclub.*** Ideea este de a pune în scenă diversitatea culturală a minorităților din zonă (maghiari, ucraineni, țigăni, evrei și alte naționalități), invitându-i într-un cadru de sociabilitate, nu doar de conferințe. Astfel de contexte cred că sunt favorabile unei conviețuiri în sensul profund al cuvântului.

➤ ***investigarea prin studii sociologice a relației muzeu-public real/potențial, a eficienței manifestărilor culturale***

➤ ***Cercetarea prin sondaje a publicului și a preferințelor sale și promovarea de relații cu diverse segmente de public-țintă*** (categorii de vârstă, profesionale, scară de valori etc.)

➤ ***Dezvoltarea parteneriatelor cu universitățile pentru efectuarea practicii de vară a studenților în muzeu***

➤ ***Derularea în continuare a activităților culturale și educative care s-au***

constituit într-o tradiție a muzeului (Festivalul obiceiurilor de iarnă, Festivalul obiceiurilor de primăvară)

➤ ***Informarea publicului în legătură cu produsele și serviciile oferite de muzeu prin:***

- reclame în reviste culturale. Aceste reclame se pot face pentru expoziții, evenimente, și de ce nu chiar pentru muzeu.
- reclamă prin panouri publice și însemne luminoase, prin afișe, care se diferențiază în funcție de modul de prezentare a informației, de locul de expunere și de durata expunerii
- popularizarea directă în școli, licee, universități
- popularizarea printr-o agenție de turism, printr-un hotel

Direcțiile de dezvoltare ale instituției înscriu primordial atragerea publicului și satisfacerea nevoilor lui de cunoaștere, divertisment și socializare.