

# Relația muzeu-public reflectată prin intermediul sondajului de opinie în cadrul Muzeului de Științele Naturii „Delta Dunării” (I.C.E.M. Tulcea)

Adina-Maria RĂDULESCU

## Argument

Muzeul de științele naturii, în prezent, este mai mult decât o instituție de comunicare ce trebuie să răspundă așteptărilor publicului. Acesta informează, educă, formează personalități, cultivă dragostea pentru natură și pentru frumos.

În relația muzeu – public nu este suficientă doar o prezentare rațională și clară a pieselor din expoziția de bază sau cea temporară.

Într-o lume modernă cu un ritm trepidant, muzeul prin acțiunile sale (cercuri științifice, lecții și excursii tematice, documentare, observare) trebuie să fie mediul interesant și stimulatив care să dezvolte imaginația și spiritul creativ al vizitatorului, fiind necesar ca interesul pentru valorile muzeale să fie vital și pe termen lung. La acestea se poate adăuga faptul că, muzeul de științele naturii este cel mai potrivit loc pentru realizarea unei educații ecologice, într-un spațiu ambiental plăcut și interesant, lucru ce nu poate fi realizat nici de școală, nici de alte instituții cu profil asemănător (centre de cercetare).

Astăzi, când societatea se află într-o accentuată criză de identitate culturală și socială, muzeului îi revine dificila sarcină de a fi un liant între bunurile culturale și conștiința umană.

Prin prezentul studiu se urmărește corelarea datelor sociologice privind interesul publicului pentru muzeul nostru, frecvența vizitării lui, îmbunătățirea activității de popularizare, precum și proiectarea unor acțiuni viitoare menite să răspundă sferei de interes a vizitatorului.

## Grup țintă și instrument de lucru

Atribuțiile unui muzeu de științele naturii includ, pe lângă munca de cercetare, conservare, mediatizare și activitatea de ghidaj.

Ghidajul este foarte important, deoarece prin intermediul acestuia se creează o legătură specială între muzeograf și vizitatori. Acest tip de legătură, dă posibilitatea specialistului din muzeu să fie un fin observator al doleanțelor publicului. Cel mai important barometru al interesului față de această instituție îl constituie publicul vizitator.

Pentru o eficientizare a activităților și o mai bună organizare viitoare a muzeului nostru, am considerat ca edificator în luarea „pulsului” opiniei publice, ancheta socială. Aceasta a fost inițiată în anul 1999, fiind în curs de derulare pe o perioadă de cinci ani, numai în anumite luni ale anului, acelea care au un aflux mai mare de vizitatori: aprilie, mai, august, septembrie, octombrie.

Grupurile țintă pe care le-am avut în atenție, în mod special, au fost elevii și studenții. Având în vedere acest lucru, categoriile de vizitatori au fost structurate astfel:

- Vizitatori cu studii primare
- Vizitatori cu studii medii
- Vizitatori cu studii superioare

Ne-a interesat în mod special acest segment de public, deoarece, tinerii sunt vizitatorii frecvenți ai instituției. Prin respectul și fidelitatea lor, ei transmit și altor categorii sociale cunoștințele dobândite aici și dragostea pentru valorile patrimoniului natural național și internațional.

Ca instrument de lucru în derularea acțiunii am ales chestionarul.

Acesta cuprinde 14 întrebări, la care răspunsul se dă prin bifarea uneia sau a mai multor variante de răspunsuri dintre cele prezentate (vezi anexa). Pentru a primi răspunsuri cu un grad mai mare de obiectivitate am considerat că este suficient ca subiectul chestionat să-și înscrie doar vârsta, sexul și studiile / profesia.

Datele statistice s-au obținut prin raportarea la numărul de răspunsuri/întrebare, ținându-se cont de numărul subiecților - 50 persoane/ lună, care s-a păstrat constant.

### Observații preliminare

La prelucrarea datelor s-a ținut cont de faptul că întrebările au mai multe variante de răspuns, cu posibilitatea de opțiuni simultane la una sau mai multe variante.

Ca urmare a acestei prime etape de lucru prezentăm observațiile noastre (pe anul 2000) pe care le considerăm preliminare având în vedere că studiul este în derulare. Din totalul vizitatorilor anchetați, 41,6% aveau studii medii, 36,8% studii superioare și 21,6% studii primare (Figura 1).

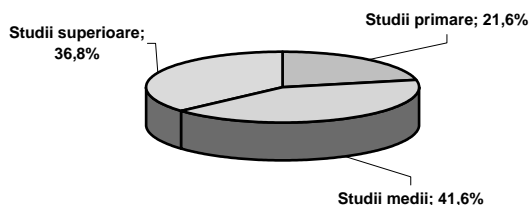


Fig. 1

S-a constatat că printre hobby-urile persoanelor chestionate, lectura se află pe primul loc cu un procent de 24%, vizitele la muzeu se situează pe locul doi cu 22,4%, urmate de preocupările științifice 19,2%, activitățile distractive 17,6% și sport 16,8% (Figura 2).

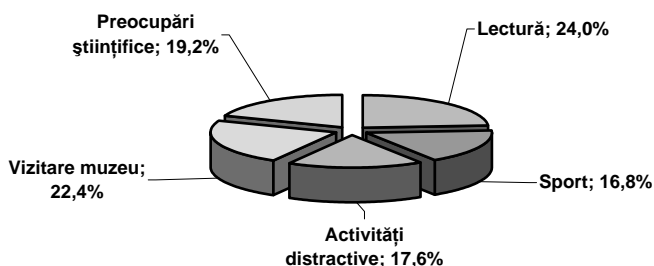


Fig. 2

În ceea ce privește scopul vizitei în muzeu, 29,2% din cei chestionați vin aici pentru recreere, pe următoarele locuri situându-se vizitele pentru aprofundarea cunoștințelor (26,8%) și documentare (26%).

Faptul că 44% preferă ca modalitate de îndrumare doar un pliant explicativ fără îndrumare verbală, că 34,4% citesc informațiile exponatelor și 21,6% doresc îndrumare uzuală tip ghidaj, demonstrează că publicul cunoaște muzeul, deși marea majoritate îl vizitează pentru recreere.

Dintre modalitățile de răspândire și popularizare a acțiunilor muzeale, preferate de publicul nostru vizitator pe primul loc, cu un procent de 29,2%, se situează publicitatea prin mass-media, pe locul doi cu 26%, materialele audio-vizuale și pe locul al treilea catalogul de muzeu cu 24,4% (Figura 3).

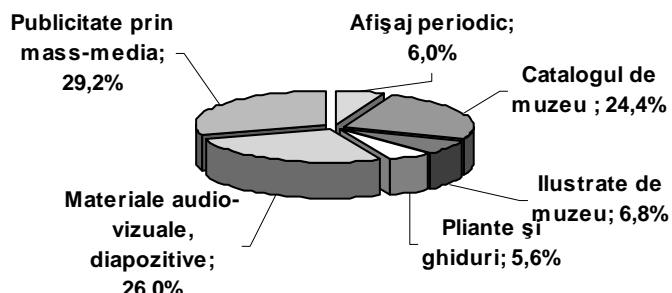


Fig. 3

Mijloacele de comunicare ale activităților muzeale interesează publicul astfel încât majoritatea celor anchetați au pledat pentru o publicitate mai intensă, în mod special prin televiziune și posturile de radio locale, care rămân în continuare cele mai accesibile opiniei publice.

Pentru a răspunde mobilului demersului nostru, studiul urmărește, de asemenea, și testarea subiecților privind organizarea activităților în cadrul muzeului. S-a putut constata un interes deosebit pentru vizionarea filmelor documentare, organizarea de expoziții temporare tematice precum și întâlniri organizate cu diverse personalități din domeniul științific sau cultural (Figura 4).

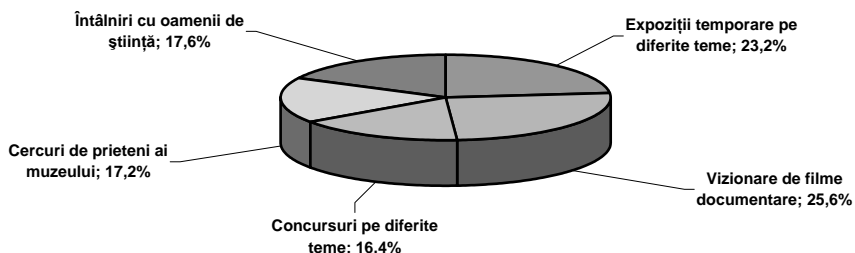


Fig. 4

Este esențial faptul că vizitatorii și-au format o părere proprie în ceea ce privește organizarea muzeului. Majoritatea persoanelor chestionate nu au oferit sugestii în ceea ce privește organizarea acestuia. Doar 38,2% și-au exprimat preferințele. Cu toate că sugestiile nu au fost numeroase, ele punctează totuși schimbările ce trebuie să survină în structura expoziției de bază și în cele temporare:

- mai multe filme documentare referitoare la Delta Dunării;
- organizarea unor expoziții cu păsări exotice;
- diversificarea speciilor expuse;
- expunerea mai multor specii rare;
- mai multe informații despre județul Tulcea

### **Considerații finale**

O muzeologie modernă, astăzi, se bazează pe studii de sociologie, psihologie și pedagogie, care efectuate periodic, examinează interesele, nevoile și orientările publicului vizitator.

Putem spune că sondarea periodică a vizitatorilor este foarte importantă, aceasta generând o nouă dimensiune a programelor și activităților specialiștilor din muzeu.

Deoarece programul este în derulare nu putem emite concluzii definitive, dar considerăm că prin intermediul anchetei sociale am depistat o parte din punctele fragile în dialogul muzeu-public. Este adevărat că acest gen de relație nu este totdeauna una perfectă, dar trebuie să tindă spre perfecțiune.

Publicul, în special cel tânăr, prin nevoia de cunoaștere, de explorare, de nou, are nevoie acum, mai mult decât oricând, de oferta culturală a muzeului nostru.

În urma anchetei sociale, am constatat că marea majoritate a vizitatorilor vin în muzeul de științele naturii pentru recreere. Acesta este un lucru bun, dar pe viitor vom încerca, prin toate eforturile noastre, ca spațiul de recreere să devină unul de documentare și îmbogățirea bagajului de cunoștințe.

Aceștia trebuie să înțeleagă că numai printr-o cunoaștere cât mai detaliată a elementelor de floră, faună, a fenomenelor din natură etc. se poate asigura o protejare a mediului înconjurător cât mai eficientă.

Am reușit, pentru început, prin intermediul parteneriatelor școlare (lecții tematice și excursii de studiu) să-i aducem mai mult decât de obicei pe tineri, în lumea muzeului. Mulți dintre ei sunt fascinați de complexitatea activităților noastre (cercetare, conservare, restaurare etc.). Adulții ar trebui să urmeze exemplul lor, prin implicări mai dese în proiectele instituției. În felul acesta vom reuși să aducem la același numitor comun, oameni diferiți din punct de vedere intelectual.

De asemenea, în perspectivă, ne gândim să reorganizăm expoziția de bază (introducerea de noi specii, o nouă modalitate de prezentare a acestora, o tematică îmbogățită adaptată cerințelor publicului secolului XXI-lea) și să le regândim pe cele temporare, într-o manieră complexă și modernă, care să satisfacă și cele mai exigente gusturi ale publicului vizitator. Optimizările și restructurările vor face din această instituție o permanentă oază de studiu și cunoaștere în societatea modernă.

## Bibliografie

- CRISTOFOR, Camelia, 1997, *Corelația muzeu-școală cerință a competitivității muzeale*, Colocviul Național de Pedagogie Muzeală, 3, Sibiu: 53 -66.
- FLORESCU, R., 1994, *Bazele muzeologiei*, Ministerul Culturii, Centrul de Perfecționare a Personalului din Cultură și Artă, de Pregătire Postliceală și Postuniversitară, București: 198 – 200.
- LĂCĂTUȘ, Gabriela, 1997, *Considerații privind relația muzeu-public reflectată prin intermediul sondajului de opinie în cadrul „Muzeului civilizației dacice și romane” Deva*, Colocviul Național de Pedagogie Muzeală, 3, Sibiu: 29-39.
- HUDSON, K., 1974, *O istorie socială a muzeelor*, Editura Științifică, București: 167-180.
- STOICESCU, Claudia, 1983, *Sub semnul muzeului*, Editura Sport-Turism, București: 185 – 198.

### ***The Visitor - Museum Relationship Considered through the Study of Visitor Categories within the „Danube Delta” Natural Sciences Museum (E.M.R.I. Tulcea)***

#### *Abstract*

*In present, the museum must be in a permanent dialogue with the visiting public. This paper presents a study about the categories of visitors and their options in our museum. As a working method we have chosen the questionnaire. The inquest begins in 1999 and will be enfolded in a five years period. In this study we have presented the statistic situation for year 2000. This is significant for our institution. On the basis of visitors' suggestions and preferences we will plan in the future our actions, with a new cultural and scientific dimension, for all the categories of public.*

**Adina-Maria Rădulescu**

I.C.E.M. Tulcea - Muzeul de Științele Naturii „Delta Dunării”

Str. Progresului, nr. 32,

820009, Tulcea

Tel. 0240-515866; Fax: 0240-513231

E-mail: muzeu@danubedelta.org

**CHESTIONAR** Data completării .....

**II. Sex**

- masculin
- feminin

**III. Vârstă**

- sub 14 ani
- 14-18 ani
- 18-25 ani
- 25-45 ani
- 45-65 ani
- peste 65 ani

**IV. Aveți o zi preferată pentru a vizita Muzeul de Științele Naturii?**

- Da  Nu
- Luni
- Marți
- Miercuri
- Joi
- Vineri
- Sâmbătă
- Duminică

**V. În ce interval al zilei preferați să vizitați Muzeul de Științele Naturii?**

- 8-11  11-14
- 14-17  17-20

**VI. Studii**

- Primare
- Medii
- Superioare

Profesia: .....

**VII. Ce hobby-uri aveți?**

- Lectură
- Sport
- Activități distractive
- Vizite la muzee
- Preocupări științifice și practico-aplicative
- Alte activități – care?

.....

**VIII. Când ați vizitat ultima oară Muzeul de Științele Naturii?**

- În ultima lună
- În ultimul trimestru
- În ultimul semestru
- În urmă cu un an
- Acum mult timp
- Niciodată

**IX. În județul Tulcea, vizitați muzee de orice profil sau aveți anumite preferințe?**

- Orice profil
- Muzeul de Științele Naturii
- Muzeul de Etnografie
- Muzeul de Istorie și Arheologie
- Muzeul de Artă
- Case memoriale
- Nu vizitez muzee

De ce?

.....

**X. Vizitați Muzeul de Științele Naturii pentru:**

- Documentare profesională
- Aprofundarea cunoștințelor școlare dobândite
- Preocupări extraprofesionale
- Destindere, recreere sau curiozitate

**XI. Ce fel de îndrumare preferați în cadrul Muzeului de Științele Naturii?**

- Îndrumare uzuală-ghidaj:
  - a) tematic
  - b) uzual

- Citirea exponatelor

- Un pliant referitor la muzeu

**XII. Care dintre modalitățile următoare le considerați utile pentru răspândirea și popularizarea acțiunilor organizate de Muzeul de Științele Naturii?**

- Afișaj periodic
- Catalogul muzeului
- Ilustre și reproduceri
- Pliante, ghiduri
- Materiale audio-vizuale, diapozitive
- Publicitate prin mass-media: presă, radio, TV național și local

**XIII. V-ar atrage cumva organizarea în cadrul Muzeul de Științele Naturii a unor acțiuni cultural-educative de genul:**

- Expoziții temporare pe diferite teme
- Vizionarea de filme documentare
- Concursuri pe diferite teme
- Cercuri de prieteni ai muzeului
- Întâlniri cu oamenii de știință

**XIV. Propuneri, sugestii**

.....  
 .....  
 .....