

## MUZEUL DE LITERATURĂ ȘI PUBLICUL

### (Anchetă sociologică)

ADRIAN NECULAU și MAGDALENA PARASCAN

Explozii de tot felul — demografice, urbanistice, educative — marchează ultimele decenii ale secolului nostru, adică ritmuri nemaiîntlnite de creștere, concretizate uneori în fenomene de gigantism, de hipertrofieri a unor sectoare ale vieții sociale. Între numeroasele „explozii”, poate cea mai spectaculoasă este cea informațională, tradusă prin multiplicarea cantitativă a informațiilor, de sute de ori mai numeroase decât într-un trecut nu prea îndepărtat.

Restrinsă cîndva la sfera cuvîntului tipărit, informația a căpătat astăzi un caracter de o diversitate fără precedent. Apariția constelației audio-vizuale, se spune, a marcat apusul „galaxiei Gutenberg”. Chiar dacă pagina tipărită nu a dispărut din „consumul zilnic”, ea a trecut pe un plan secund, a devenit un auxiliar în ansamblul mijloacelor de informare. Individul, marcat de oboseala fizică și nervoasă a ritmului cotidian trepidant, nu mai este dispus spre efort intelectual, caută refugiu în mijloace de destindere. Aceste mijloace sînt cele oferite de constelația audio-vizuală. Marschall Mc Luhan, distins sociolog al culturii, a găsit denumiri semnificative pentru cele două componente principale ale constelației: radio-ul — tam-tam-ul tribal; televiziunea — gigantul timid.

În fața tirului informațional generat de aceste mijloace moderne, puțini mai păstrează capacitatea de a alege, de a discerne. Cei mai mulți — individul mediu — se rezumă, în cele din urmă, la sursele mai comode, la cele care „vin singure”, făurindu-și un univers spiritual din „cultura” pe care i-o oferă aceste surse. El consumă din ce în ce mai multă asemenea cultură, pofta sa de informație de acest gen crește mereu, el se declară „saturat” informațional pe această cale. El are o atitudine pasivă, el nu mai consumă idei, ci informații, el nu mai filtrează, ci consumă. Formarea lui ca personalitate, cîndva un proces individual, îndelung și sinuos, devine un proces standardizat, de formare prin manipulare, de dirijare spre modele contrafăcute.

Imaginea aceasta, voit îngroșată, ar pleda pentru o diversificare și activare a surselor de informare și formare, pentru o orientare a mijloacelor de informare în masă spre noi modele și noi forme. Celor care văd în cultura de masă numai un mijloc de aliniere și uniformizare a gândirii și simțirii, li se poate oferi și reversul imaginii: cultura de masă constituie un prim pas spre formarea unui comportament cultural individual, personal, autentic. Cultura de masă este deci culturală pentru că și întrucît: forjează modelul unui om și al unui ideal de viață nou; relevă urbanitatea ca substanță a existenței în evul modern; conferă interesului cultural o anumită demnitate, valorizînd personalitatea (H. Culea, 1971). Acestea conferă culturii de masă și o semnificație politică, progresistă: prin cultura de masă spre cultură; de la omul informat spre personalitatea cultă! În lucrarea sa intitulată semnificativ „Sociodinamica culturii”, Abraham Moles privește cultura ca entitate globală, mass-media contribuind la sistematizarea sa în cadrul unei socio-dinamici a culturii. Cultura ar însuma atît conținutul culturii individuale, cît și pe cel al culturii unei societăți.

Specialiștii stăruie asupra următoarelor trei înțelesuri ale conceptelor de „cultură” și „civilizație”: a) cultura și civilizația ca fenomene opuse naturii (totalitatea activităților și produselor materiale și spirituale moștenite, prin care se asigură adaptarea omului la mediu); b) cultura și civilizația ca valori opuse barbariei, sălbăticeii; c) acțiunea de a cultiva și civiliza, care poartă numele de educare, culturalizare, civilizare. În sens subiectiv, cultura și civilizația se confundă, deci, cu dezvoltarea spiritului uman, înlocuirea energiilor inconștiente cu forțe disciplinate, spiritualizate, prin care omul se ridică deasupra condiției sale biologice, se creează pe sine. Simpla naștere într-o societate civilizată nu este suficientă pentru formarea unor personalități autentice; pentru formarea unor oameni de cultură se cere un efort în plus, individual și colectiv, de însușire creatoare a produselor culturii și civilizației: „Un om cult sau om civilizat, o masă cultivată sau civilizată de oameni presupun nu numai un anumit nivel cultural-educativ într-una sau cealaltă din componentele culturii sau civilizației, dar neapărat atingerea unui nivel de ansamblu bine dozat, bine echilibrat, bine integrat, care să cuprindă deci în proporții optime toate componentele culturale necesare unei vieți umane superioare” (T. Herseni, 1968).

Să ne întorcem acum la o pretinsă autonomie pe care am sugerat-o mai sus între cultura de masă și cultură. Avansăm ideea că această autonomie este doar aparentă pentru că: a) numai prin informația pe care o vehiculează cultura de masă pot ajunge, cei mai mulți indivizi, la cultura superioară; b) cultura de masă, prin diversitatea informației și mijloacelor, acționează nu numai asupra intelectului, ci și a afectivității, declanșând sau trezind interese, potențe, spirit creativ, ajutându-l pe om „să descopere” și „să se descopere”; c) o funcție principală a culturii de masă este funcția de transmitere socio-culturală (a „moștenirii culturale”). Dar aceasta este și funcția culturii de tip superior: acumularea achizițiilor culturale ale umanității și transformarea lor în principii acționale.

Credem că una dintre formele (mijloacele) prin care se poate face saltul de la cultura de masă la însușire conștientă a culturii este frecventarea muzeelor. Aceste lăcașuri de cultură ocupă o poziție intermediară între cele două forme de cultură: sînt și „cultură de masă” pentru că sînt accesibile oricui, indiferent de nivelul de instrucție, și de interesul cultural; dar sînt și „cultură” pentru că îl conduc pe individ spre adîncirea și nuanțarea cunoștințelor într-un anumit domeniu. Se adresează deopotrivă intelectului, ca și afectivității, deci nu numai informează, ci și formează, educă. Determină o atitudine participativă, activă, conștientă, conducînd pe individ de la acumularea de informație spre deschidere, capacitate de discernere; orientează deci preferințele, dar le și ajută să se dezvolte, să se îmbogățească. Obligă deci pe individ să pășească de la simpla acumulare de informație, la asimilare activă, personală. „În principiu, spune sociologul H. Stahl, orice „muzeu” nu este — așa cum greșit interzice să se creadă — un loc unde se string, mai mult sau mai puțin sistematic, colecții de obiecte, alese pentru frumusețea, raritatea sau caracterul lor de curiozități sau pitoresc; ci este un mod de a înfățișa o serie de prelegeri publice, o formă de învățămînt a maselor, prin prezentarea logică a unei serii de idei, expuse cu ajutorul obiectelor. Cu alte cuvinte, un mijloc de pedagogie socială”.

Muzeele sînt importante centre de conservare, cercetare, de valorificare a tezaurului de documente și a rezultatelor acestor cercetări și totodată, focare de educație patriotică, științifică, estetică, determinînd și cultivînd în masele largi de vizitatori respectul și iubirea față de opera valoroasă a înaintașilor, interesul pentru știință, gustul pentru frumos, dragostea de neam și țară.

Muzeul de literatură își aduce o prețioasă contribuție în cadrul cercetării literare, realizînd o mai bună cunoaștere și prețuire în rîndul publicului larg a valorilor culturale și artistice ale poporului nostru, a luptei acestuia de-a lungul veacurilor pentru conservarea și dezvoltarea limbii și a literaturii sale, pentru libertate socială și națională, pentru progres. Astfel că Muzeul de literatură al Moldovei oferă vizitatorului o imagine panoramică bogată și impresionantă, în linia celor mai progresiste idei care străbat literatura noastră, într-o științifică valorificare a tezaurului literaturii naționale, de la primele texte scrise în limba română și pînă la marile realizări ale geniului creator românesc din a doua jumătate a secolului trecut și din secolul nostru.

Spre acest lăcaș de cultură sînt atrași numeroși vizitatori de diferite categorii, care află aici climatul spiritual propriu diferitelor epoci literare, respiră atmosfera care a înnobilit gîndurile înalte de libertate și neatîrnare, umanismul acestei literaturi, militantismul ei, tradiția de aur a literaturii române: Eminescu, Creangă, Caragiale, Slavici, Maiorescu, Gherea, Ibrăileanu, Sadoveanu, Bacovia, Labiș și alții.

Colectivul Muzeului de literatură a căutat și de multe ori a și găsit formele cele mai eficiente de colaborare cu publicul. Sînt cunoscute, în primul rînd, acele manifestări de prestigiu, care au intrat în conștiința ieșenilor și a multor simpatizanți din întreaga țară, „Prelecțiunile Junimii“, la care conferențiază personalități marcante ale culturii și științei românești contemporane. S-a preluat astfel o mare tradiție, pe baze noi, potrivit timpului cel-trăim și ideologiei ce călăuzește întreaga noastră activitate, materialismul dialectic și istoric, realizînd în rîndurile marelui public, format din tineri și vîrstnici, muncitori din marile întreprinderi ale Iașului, studenți, elevi și alte categorii, acel suflu de înaltă ținută al educației patriotice a maselor.

Alături de acestea stau seriile de poezie și de evocări literare, la care-și dau concursul scriitori, actori, studenți, pionieri, U.T.C.-iști. Printre cei prezenți în sală la astfel de acțiuni se află „prieteni muzeului“, mesagerii, activiștii noștri în școlile, instituțiile, întreprinderile ieșene. Aceștia sînt posesorii unor legitimații de „Prieteni ai muzeului“. Potrivit regulamentului grupului ei s-au angajat să popularizeze valorile muzeului prin atragerea a cît mai mulți vizitatori în muzeu, să contribuie la lărgirea grupului, la organizarea de acțiuni în comun. S-a stabilit ca în fiecare lună să existe cel puțin o acțiune cu acești prieteni ai muzeului. Astfel se organizează în comun acțiuni în întreprinderile și școlile orașului. De asemenea, muzeografil noștri îndrumă activitatea de cînaclu din unele licee și întreprinderi. De altfel acești prieteni ai muzeului au înființat un cînaclu care își desfășoară ședințele de lucru atît la sediu cît și la locurile lor de studiu sau de muncă, cînaclu condus de un muzeograf. De menționat este faptul că acești „prieteni“ sînt foarte pasionați și activi. Numeroase acțiuni sînt propuse și realizate de ei. Reușita acestora depinde de acest fapt important, ei înșiși trîducînd în practică propriile lor dorințe, propriile lor propuneri.

În cadrul Muzeului de literatură ființează de mulți ani un cînaclu literar, Cînaclul „Junimea“, organizat în colaborare cu redacția revistei „Convorbiri literare“. Acest cînaclu este o școală de poezie, asigurîndu-se, prin exemplul marilor înaintași care se întîlneau în saloanele acestei celebre case, o îndrumare a tinerilor creatori. Cu membrii acestui cînaclu Muzeul de literatură oferă seri de poezie la sediu, în întreprinderi și școli.

Un alt aspect al relațiilor cu publicul îl constituie relația muzeu-școală. În afară de vizitele obișnuite ale claselor în frunte cu diriginții, se organizează constant lecții de literatură română, privind scriitorii de la „Junimea“, „Viața românească“, sau lecții avînd ca obiect un singur autor, precum și teme recapitulative. În acest sens, pentru reușita acestora, se pregătește din timp materialul documentar, se selectează înregistrări din fonoteca muzeului. Și studenții de la Facultatea de filologie țin unele seminarii la muzeul nostru.

Lecțiile ținute în muzeu permit elevilor și studenților contactul direct cu documentul și cartea rară originală. Aceasta conferă lecției atribute deosebite, deoarece contribuie la îmbogățirea, consolidarea, fixarea cunoștințelor, la pătrunderea în esență a fenomenului literar studiat, dar mai ales la posibilitatea de a se desfășura o asemenea prelegere în aerul de solemnitate al muzeului, în atmosfera impresionantă pe care o dă prezența în acest lăcaș de cultură cu rezonanțe neasemuite. În același timp, exponatele din muzeu, avînd o deosebită valoare științifică și estetică, contribuie la formarea gustului pentru autentic, modelează, instruiesc tinerii elevi și studenți.

Iată așadar cîteva din formele dialogului cu publicul practicat de noi cu succes, pornind de la dorința ca Muzeul de literatură al Moldovei să fie o instituție dinamică, vie, de mare eficiență în educația socialistă, patriotică a unui număr din ce în ce mai mare de vizitatori.

\*  
\*  
\*

Colectivul muzeului se preocupă să găsească și să utilizeze cele mai adecvate forme de conlucrare cu publicul. În acest sens am inițiat o anchetă sociologică cu scopul de a sonda interesul publicului pentru muzeu și a recolta propuneri de îmbunătățire a muncii noastre. Această anchetă, pentru a fi cît mai edificatoare, am desfășurat-o în muzeu, deci pe vizitatorii care vin dintr-un motiv sau altul aici, pe un public selectat de interesul pentru fenomenul cultural.

Problemele mari urmărite au fost:

- nivelul de cultură al celor care vizitează muzeul
- locul muzeului în sistemul „preferințelor culturale“

— impresii și propuneri privind modul de organizare a muzeului, mijloacele de popularizare și acțiunile muzeului.

În ce privește publicul investigat, am selectat un eșantion după următoarea procedură : am anchetat pe toți cei care veneau la muzeu în zilele de 5, 15, 25 ale fiecărei luni. Am ales aceste date fixe pentru a avea posibilitatea să anchetăm vizitatorii în toate zilele săptămânii (datele respective, după o anumită perioadă de timp erau într-o altă zi a săptămânii, așa cum reiese și din statistica întocmită de noi).

Pentru ca ancheta să poată acoperi toate cele patru anotimpuri ale anului, cu perioadele de maximă și minimă afluență de vizitatori și pentru a cuprinde același interval de două ori, în speranța că astfel vom fi mai aproape de reprezentativitate, am hotărât ca timpul desfășurării acesteia să fie de doi ani. Anchetarea a început în luna septembrie 1976 și trebuia să se încheie în septembrie 1978. Întrucât muzeul s-a închis pentru reparație la 30 ianuarie 1978, termenul s-a deplasat în septembrie 1979. Reluarea anchetei după redeschiderea muzeului, când expoziției de bază i s-au adus unele îmbunătățiri din punctul nostru de vedere, ne-a dat posibilitatea să aflăm opinia vizitatorilor în legătură și cu acest aspect.

Chestionarele erau înmînate, de obicei, la sfîrșitul vizitei, mai ales cînd ne aflam în fața unor grupuri de elevi. Altfel atenția le-ar fi fost împărțită între studierea chestionarului și ceea ce le oferea muzeul. Cercetătorii care se ocupau de această anchetă stăteau în mijlocul lor, pentru a răspunde eventualelor nelămuriri în legătură cu întrebările din chestionar.

S-au înregistrat și unele cazuri de refuz din partea celor care urmau a fi investigați, motivul fiind, în cele mai multe cazuri, lipsa de timp. Unii cereau permisiunea de a completa chestionarele acasă și a le aduce ulterior. Alții motivau că simt nevoia să viziteze de mai multe ori muzeul pentru a-și forma o opinie și pentru a putea da răspunsuri corecte la toate întrebările.

Numărul persoanelor chesonate este de 1358 (644 de bărbați și 714 femei).

În ce privește vîrsta subiecților, situația este următoarea :

0—16 ani	49 %
16—20 ani	21,5%
20—30 ani	10,1%
30—40 ani	8,8%
40—60 ani	6,9%
peste 60 ani	3,7%

Referindu-ne acum la mediul din care provin vizitatorii, mai mulți își desfășoară activitatea în oraș (81%) și numai 19% vin din mediul rural. Ne explicăm acest lucru prin faptul că în orașe sînt numeroase școli, fabrici, diferite instituții, institute de învățămînt superior, posibilitățile acestora de a veni la muzeu fiind mai mari.

În ce privește nivelul de instrucție, am constatat următoarea situație : cea mai mare categorie de vizitatori o constituie absolvenții a 8 clase (42,3%), urmează categoria absolvenților de liceu (28,9%), apoi absolvenții unei școli profesionale (16%) și, în sfîrșit, cei care au absolvit un institut de învățămînt superior (12,8%).

Din punct de vedere al profesiei, pe primul loc se situează elevii (59,6%), urmași de adulți cu profesii intelectuale (13,6%), de muncitori (11,8%), de funcționari (7,8%) și de studenți (7,2%).

Remarcăm că elevii reprezintă un public numeros, explicîndu-ne astfel și procentul mare (42,3%) al absolvenților a 8 clase. Aceste procente dovedesc că relația muzeu-școală este foarte bine reprezentată și că este necesar să se desfășoare o muncă de popularizare mai susținută în fabrici (deși procentul de 11,8% nu este de neglijat) și în rîndul studenților, indiferent de profilul secției pe care aceștia o urmează, sau a specialității.

Instrumentul pe baza căruia s-a desfășurat ancheta l-a constituit un chestionar care cuprindea 24 de întrebări, dintre care 5 solicitau date factuale (sex, vîrstă, domiciliu, nivel de instrucție), celelalte 19 acoperind următoarele aspecte :

- nivelul de cultură al celor ce vizitează muzeul (întrebările 14, 15, 16, 17, 21).
- locul muzeului în rîndul preferințelor culturale (întrebările 13, 22).
- motivele care l-au determinat pe subiect să viziteze muzeul și unele indicii asupra cunoașterii și altor muzee din Iași și din țară (întrebările 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 18).
- modul cum este perceput muzeul ca instituție de cultură (întrebările 19, 20, 23).
- propuneri cu privire la organizarea și popularizarea acestuia (întrebarea 24).

Chestionarul cuprinde un număr de întrebări închise (oferind fie alternativa „da—nu”, fie evantai) și un număr de întrebări deschise, permițând o incursiune mai amplă în domeniul respectiv.

Potrivit „modelului de abordare” propus, am urmărit mai întâi nivelul de instrucție al celor ce vizitează muzeul, pentru a putea desprinde mecanismul prin care le-a fost trezit interesul pentru literatură, muzeu de literatură, fenomen literar etc. și pentru a găsi apoi căi de declanșare și stimulare a acestui interes. Un număr de 4 întrebări ale chestionarului urmăresc acest aspect.

La întrebarea 14 („Ce cărți preferați?”) am consemnat un număr de 2163 răspunsuri referitoare la diferite domenii, după cum urmează :

literatură	45,0%
literatură științifico-fantastică	14,5%
istorie	14,2%
știință	12,2%
artă	8,1%
tehnică	6,0%

Remarcăm interesul pentru carte în general, pentru cartea de literatură în special. Unul din motivele importante pentru care subiecții vizitează muzeul îl constituie, așa cum s-a văzut mai sus, interesul pentru literatura clasică. Numărul mare de cititori de literatură constatat acum susține această afirmație. Ne aflăm, cum am mai arătat, în fața unui public selectat de însăși această preferință pentru literatură.

Întrebarea 17 („Dacă ar trebui să vă înscrieți la un concurs de cunoștințe, ce domeniu ați alege?”) urmărește, de asemenea, nivelul de cultură al celor ce vizitează muzeul. Răspunsurile au fost :

literatură	27,1%
biologie	16,3%
istorie	15,4%
tehnică	13,3%
pictură	10,6%
forbal	8,5%
decorație	2,2%
apicultură	1,8%
alte domenii	4,8%

Constatăm că foarte mulți dintre subiecți sînt pasionați de un anumit domeniu pe care ar dori să-l stăpînească mai bine, astfel încît să poată face față unui concurs de cunoștințe. Și de data aceasta pasiunea celor mai mulți se îndreaptă spre literatură, justificînd încă o dată răspunsul afirmativ în legătură cu preferința pentru muzeul de literatură.

Sondînd mai departe interesul pentru cultură al celor ce vizitează muzeul aflăm (întrebarea 21) că foarte mulți sînt cei ce urmăresc emisiuni culturale la televizor. Am consemnat 1576 răspunsuri la această întrebare, referitoare la următoarele emisiuni :

teleenciclopedia	40,7%
muzee din țară	25,6%
note de călătorie	15,5%
muzee din străinătate	10,7%
expoziții	7,5%

Emisiunea pe care o vizionează cei mai mulți vizitatori anchetați este teleenciclopedia, care prezintă aspecte ale dezvoltării diferitelor civilizații și culturi umane.

Reportajele despre muzee, cit și cele care prezintă note de călătorie și expoziții rețin, de asemenea, atenția unui număr mare de vizitatori.

În ce privește mediul din care provin subiecții, constatăm adesea că și în familia în care s-au format au existat preocupări pentru informația culturală, pentru instrucție în genere. Exprimat în procente, 77,8% dintre subiecții anchetați s-au dezvoltat într-un mediu cu preocupări pentru următoarele domenii :

literatură	23,2%
artă	21,2%
istorie	18,8%
probleme sociale	13,4%
tehnică	12,3%
științele naturii	11,1%

Predomină preocupările pentru literatură, artă, istorie.

Nu este neglijabil nici procentul de 22,20% care ilustrează numărul de subiecți ce nu s-au dezvoltat într-o familie cu preocupări pentru un domeniu oarecare și, cu toate acestea, manifestă dorința de a-și ridica nivelul de cultură. Rolul principal în cazul acestora din urmă l-a avut, desigur, școala. Aici ei au luat contact cu diferite discipline, și-au descoperit interese și pasiuni pentru unele din ele, au fost îndemnați și ajutați să viziteze muzee, expoziții; într-un cuvânt aici este locul în care ei se formează, în care preocupările și pasiunile lor sînt stimulate și direcționate în sensul cel mai adecvat. Deci atît familia cît și școala au un rol important în modelarea tînărului, în a trezi dragostea pentru frumos, pentru valorile de artă.

Afirmația de mai sus este susținută și de răspunsurile la întrebarea 16, formulată astfel: „În timpul școlii ați făcut parte dintr-un cerc de amatori? Ce profil avea?”. Un număr de 768 de subiecți, reprezentînd 61,40%, au răspuns afirmativ. Cercurile din care au făcut parte aveau următoarele profiluri:

literar	30,5%
tehnic	15,50%
artistic	13,90%
foto	6,40%
sportiv	5,90%
biologie	4,80%
teatru	3,70%
istorie	2,50%
științele naturii	2,30%
matematică	2,00%
folclor	1,70%
fizică	1,60%
chimie	1,50%
geografie	1,30%
alte cercuri	6,40%

Aceste cercuri de amatori se dovedesc a fi de mare folos elevilor, ajutîndu-i să-și aprofundeze cunoștințele în domeniile de care sînt pasionați. Un mod de adîncire a cunoștințelor este, de altfel, pentru cei pasionați de literatură, vizita la muzeul cu acest profil.

În urma analizei acestei serii de întrebări referitoare la nivelul de cultură al subiecților chestionați, putem conchide că majoritatea au deja interese, preferințe și un anumit nivel de cultură în momentul în care se hotărăsc să viziteze un muzeu. Și că — alături de mijloacele de informare în masă, mediul familial și școala constituie sursele principale de stimulare a interesului pentru ridicarea nivelului cultural prin frecventarea muzeului. Am putea deduce însă, că o mai intensă popularizare a activităților muzeului (muzeelor) în școli nu ar face decît să stimuleze și diversifice aceste interese.

A doua dimensiune psihologică urmărită de noi a fost aceea a depistării locului pe care îl ocupă „vizita la muzeu” (în cazul nostru, muzeul de literatură) între celelalte forme de ridicare a nivelului de instrucție.

Într-o cercetare privind „condiționarea socială a timpului liber” (H. Culea, 1971), între preferințele de petrecere a timpului liber, muzeele și expozițiile se situează pe locul opt. Ce loc ocupă muzeul în cazul publicului investigat de noi. Plecînd de la premisa, deja enunțată, că ne aflăm în fața unui public selectat, am inclus întrebarea: „Dacă ați compara vizita la muzeu cu alte modalități de petrecere a timpului liber, pe ce loc ați situa muzeul? Numerotați ordinea preferințelor”. Am propus următoarele modalități: cinematograful, teatru, operă, spectacol de muzică ușoară și populară, concerte simfonice, muzee, conferințe, biblioteci, librării, vizite la prieteni, excursii, plimbare, restaurant, altfel de modalități preferate de subiectul anchetat.

Se constată că pe primul loc în rîndul acestor preferințe se află muzeul, înregistrîndu-se 868 de răspunsuri în acest sens. Pe locul al doilea se înscrie teatrul cu 248 de răspunsuri, pe locul al treilea cinematograful cu 123 de răspunsuri, pe locul al patrulea concertele simfonice cu 119 răspunsuri.

Am înregistrat așadar o preferință netă pentru muzee. Cei mai mulți subiecți preferă o vizită la muzeu altor posibilități de petrecere a timpului liber. Desigur, această situație este valabilă pentru ancheta desfășurată în muzeu, pe un public interesat de acest fenomen cultural.

Probabil situația ar fi alta dacă vom analiza răspunsurile din chestionarele completate de subiecți anchemțați în afara muzeului, cum s-a procedat în anchemta amintită mai sus.

Credem însă că cifrele de mai sus sînt totuși edificatoare pentru interesul crescînd al unui anumit public în ce privește muzeul ca instituție de cultură.

Se afirmă destul de des că pentru a vizita un muzeu este nevoie de o anumită pregătire, de o instruire prealabilă vizitei. În urma anchemtei putem susține cu date concrete această idee; această pregătire prealabilă fiind necesară cel puțin în cazul unui muzeu cum este cel de literatură.

La întrebarea 22 din chestionar („Considerați necesară o instruire prealabilă vizitei în muzeu?”) am primit următoarele răspunsuri:

- da 70,10%
- nu 11,20%
- nu știu 12,60%
- nonrăspunsuri 6,10%

Se simte așadar nevoia unei instruiți înainte de a intra în muzeu. Intr-adevăr, cu cît sîntem mai inițiați, cu atît apropierea de exponat este mai eficientă și-i vom înțelege mai bine sensurile. Credem că muzeul contribuie în mare măsură la formarea culturii tinerei generații, dar în același timp este nevoie să existe și dorința de a ști mai mult. Prin urmare este nevoie de pasiune, voință și un efort personal. Rolul nostru, al celor care lucrăm în muzee, este în primul rînd de a face cunoscute valorile noastre prin diferite mijloace, de a insufla în rîndul vizitatorilor dorința de a se apropia afectiv de aceste valori, de a le cunoaște și de a le populariza și aceștia la rîndul lor.

Plecînd — din nou — de la constatarea, deja enunțată, că ne aflăm în fața unui public selectat de interesul pentru fenomenul cultural în general și literatură în special, ne-a interesat mecanismul psihologic prin care s-a format acest interes, cu alte cuvinte motivația vizitării muzeului și modalitățile de vizitare preferate.

Una din întrebările chestionarului se referă la natura vizitei în muzeu. Din răspunsurile primite aflăm că aproape trei sferturi din subiecți au vizitat muzeul în grupuri organizate, ceilalți în mod individual. Urmărind să aflăm părerea vizitatorilor în legătură cu modul în care doresc să viziteze muzeul, am adresat o altă întrebare care se referă la acest aspect.

Întrebarea 20, „Cum preferați să vizitați muzeele?”, a primit următoarele răspunsuri:

- în grup organizat și cu un îndrumător de specialitate (profesor-muzeograf) 60,00%
- singur 19,50%
- cu un prieten competent 10,70%
- în alte moduri 9,80%

Cei mai mulți (60%) doresc să facă parte dintr-un grup organizat, simțînd nevoia să primească îndrumări de la o persoană specializată. Ne explicăm acest lucru prin dorința vizitatorilor de a beneficia de cit mai multe informații despre valorile expuse. În alte cazuri subiecții preferă să viziteze singuri, în liniște, să zăbovească în fața exponatelor ce le atrag atenția în mod deosebit, să mediteze îndelung, lucru de care nu se pot bucura atunci cînd fac parte dintr-un grup organizat.

Analizînd răspunsurile la întrebarea privind motivele vizitării muzeului („Ce v-a determinat să vizitați muzeul?”) constatăm:

- sînt interesat de fenomenul cultural în genere 18,20%
- voiam de mult să văd acest muzeu 17,20%
- mă interesează literatura clasică 11,60%
- mă interesează activitatea „Junimii” 10,40%
- la recomandările profesorilor 10,00%
- nu aveam ce face 8,40%
- la recomandările prietenilor 5,90%
- pentru documentare 5,60%
- pentru că sînt în oraș și am obiceiul să vizitez și muzeele din localitățile pe unde trec 3,20%
- îndemnat de părinți sau rude 2,50%
- pentru a însoți pe copii 1,90%
- tot treceam prin Iași 1,60%
- pentru a însoți pe cineva care a dorit să-l viziteze 1,60%
- alte situații 1,90%

Cele mai multe răspunsuri înregistrate sînt cele care se referă la faptul că subiecții sînt interesați de fenomenul cultural în genere. Deducem de aici că tot mai mare este numărul celor care doresc să se apropie de valorile culturale, să le cunoască, să se bucure de ele, să se autoinstruiască, cultura fiind în societatea noastră un bun al tuturor.

Interesant de remarcat este faptul că după această motivație de ordin mai general, urmează una cu conținut mai concret: „Voiam de mult să văd acest muzeu”. Deci subiecții respectivi au auzit de această instituție culturală din diferite surse, și — „interesați de fenomenul cultural în genere” — este absolut justificată venirea lor aici. Aflăm însă că aceștia au venit la Muzeul de literatură și pentru faptul că sînt interesați de literatura clasică în general și de activitatea „Junimii” în special.

Observăm o polarizare a motivației spre primele patru răspunsuri:

- sînt interesat de fenomenul cultural în general
- voiam de mult să văd acest muzeu
- mă interesează literatura clasică
- mă interesează activitatea „Junimii”

În procente, acestea reprezintă 57,40% din totalul răspunsurilor. Restul de 42,60% îl reprezintă celelalte categorii de răspunsuri. În cadrul acestora din urmă procentul cel mai ridicat (100%) îl constituie motivația „la recomandările profesorilor”, de unde rezultă că școala are un rol deosebit de important în orientarea elevilor, în formarea gustului pentru valorile de artă.

Interesul pentru Muzeul de literatură îl constatăm și din răspunsurile primite la întrebarea 8, formulată astfel: „Ați mai vizitat acest muzeu?”. Aflăm astfel că 25,10% dintre subiecți au mai vizitat muzeul, unii dintre ei chiar de mai multe ori. Iată o statistică relevantă:

- 226 de 2 ori
- 87 de 3 ori
- 13 de 4 ori
- 5 de 5 ori

Cei care revin de un număr mare de ori sînt, de obicei, conducători de grupuri.

Plăcerea dar și interesul de a poposi în muzeul de literatură sînt subliniate și de timpul pe care și-l petrec subiecții aici. Cei mai mulți afectează vizitei aproximativ o oră (36,80%). Un procent de 20,80% — în jur de o oră și jumătate; 24,10% — între 30 și 45 de minute; 11,40% — o jumătate de oră. Sînt și cazuri cînd se înregistrează vizite mai prelungite. Astfel din cei 1358 subiecți chestionați, 94 au petrecut în muzeu peste 2 ore, deci un procent de 6,90%.

O altă serie de întrebări au fost înscrise în chestionar cu scopul de a afla dacă subiecții vizitează și alte muzee din Iași sau din țară și către care se îndreaptă preferințele lor.

Răspunsurile primite la întrebarea 10 („Ați mai vizitat și alte muzee din Iași? Care?) evidențiază faptul că vizitatorii muzeului de literatură sînt iubitori ai muzeului în general. Astfel 950 (69,80%) din subiecți au trecut și prin alte muzee din Iași, după cum urmează:

Palatul culturii	31,60%
Bojdeuca „Ion Creangă”	18,30%
Muzeul Unirii	15,30%
Casa Dosoftei	15,00%
Muzeul de istorie	3,10%
Monumentul Trei Ierarhi	2,80%
Muzeul de istorie naturală	2,30%
Monumentul Golia	2,20%
Muzeul politehnic	1,90%
Muzeul „M. Kogălniceanu”	1,30%
Muzeul teatrului	0,80%
Casa „Otilia Cazimir”	0,70%
Casa „Mihail Sadoveanu”	0,50%
Alte obiective	4,20%

Se remarcă faptul că majoritatea subiecților chestionați sînt atrași de Palatul culturii, edificiu impunător, simbol al Iașului, în care își au sediul patru mari muzee: Muzeul de artă, Muzeul etnografic, Muzeul de istorie și Muzeul politehnic.



Spre Bojdeuca „Ion Creangă”, unde marele povestitor a trăit și a creat nemuritoarea sa operă, cunoscută și îndrăgită atât de cei mici cât și de cei mari, se îndreaptă, de asemenea, un mare număr de vizitatori.

Muzeul Unirii, fosta reședință a domnitorului Al. I. Cuza, unde vizitatorii se află în fața atitor mărturii ale trecutului nostru istoric, și unde ideea unirii, idee scumpă tuturor românilor, face să vibreze sufletele acestora, este de asemenea în atenția marelui public.

Analizând apoi răspunsurile la întrebarea 11 („Ce muzee preferați?”) aflăm că 35,1% se referă la muzeele de literatură, 19,6% la cele de artă, 16,2% la cele de istorie, 10,3% la cele memoriale, 7,7% la cele de istorie naturală, 6,1% la cele etnografice, 5% la cele tehnice.

Din această analiză constatăm preferința subiecților pentru muzeele cu profil literar. Era de așteptat să fie așa atita timp cât cele mai multe dintre răspunsurile referitoare la motivație erau polarizate spre preferința pentru literatura clasică în general.

Muzeele de artă dețin și ele un loc de frunte pe scara preferințelor. Un argument în sprijinul acestei situații îl constituie numărul mare de răspunsuri care motivează vizita la muzeu prin interesul față de fenomenul cultural în general.

Din răspunsurile la întrebările 12 a și 12 b aflăm care dintre muzeele vizitate în Iași sau în alte localități din țară impresionează cel mai mult.

Pentru muzeele din alte localități constatăm următoarele preferințe :

Muzeul Brukenthal	23,1%
Castelul Peleş	16,4%
Muzeul de istorie al R.S.R.	15,4%
Muzeul „Grigore Antipa”	10,5%
Muzeul de artă al R.S.R.	8,9%
Casa „Ion Creangă” — Humulești	5,8%
Castelul Bran	4,8%
Muzeul „Mihai Eminescu” — Ipotești	4,7%
Muzeul satului	4,3%
Muzeul „Vasile Alecsandri” —	
Mircești	3,5%
Muzeul literaturii române —	
București	2,6%

Printre motivele invocate în sprijinul acestor preferințe pentru un obiectiv sau altul figurează :

- conținutul istoric valoros al exponatelor
- bogăția și varietatea exponatelor
- originalitatea și autenticitatea exponatelor
- buna organizare a muzeului respectiv
- respectul pentru munca de cercetare
- pasiunea pentru un anumit scriitor
- pasiunea pentru istorie, pentru trecut
- pasiunea pentru artă
- arhitectura deosebită a edificiului respectiv
- dorința de a cunoaște mai bine valorile culturale ale poporului nostru

Revenind la muzeele din Iași, constatăm că cele 869 de răspunsuri sînt repartizate astfel :

Muzeul de literatură, Casa „V. Pogor”	54,7%
Palatul culturii	22,4%
Bojdeuca „Ion Creangă”	7,3%
Muzeul Unirii	6,6%
Muzeul de istorie	3,2%
Muzeul teatrului	1,8%
Muzeul de artă	1,2%
Muzeul politehnic	1,1%
Muzeul de istorie naturală	1,0%
Casa Dosoftei	0,7%

Se remarcă interesul subiecților pentru Muzeul de literatură, Palatul culturii, Bojdeuca „Ion Creangă”, Muzeul Unirii. Motivația este și de data aceasta diversă, polarizându-se totuși către modul de organizare a muzeului. Iată câteva opinii :

- originalitatea și autenticitatea exponatelor
- interesul documentelor
- varietatea exponatelor
- modul de prezentare a exponatelor
- atmosfera de epocă evocatoare
- modul în care se face îndrumarea vizitatorilor

Părerile despre modul de organizare a muzeului, despre formele de popularizare a valorilor sale, despre felul în care le sînt prezentate acestea, exprimă atît nivelul lor de informare, cunoaștere, judecare a acestor chestiuni, cit și o validare a activității ce se desfășoară în cadrul unui muzeu. Luînd în considerație aceste opinii, analizîndu-le, interpretîndu-le, aplicînd propunerile făcute, se poate ajunge la o îmbunătățire a activității noastre de viitor. De aceea chestionarul cuprinde câteva întrebări în acest sens.

La întrebarea 19 („Indicați ce v-a plăcut mai mult din ceea ce ați văzut în muzeu”) am primit răspunsuri diverse. Preferințele subiecților se opresc fie asupra unei săli în general, fie asupra unor anumite exponate :

Salonul „Junimii”	28,7%
Sala „Eminescu—Creangă”	25,5%
„mi-a plăcut totul”	11,0%
mobilierul	4,7%
obiecte ce au aparținut lui Eminescu	4,3%
obiecte ce au aparținut unor scriitori	4,3%
documentele rare	4,0%
manuscrisele	3,4%
sala „Masa umbrelor”	2,8%
modul în care s-a făcut prezentarea muzeului	1,9%
alte răspunsuri	9,4%

Atenția vizitatorilor este reținută deci, în primul rînd, de Salonul „Junimii” și sala evocatoare „Eminescu—Creangă”. Sînt, după opinia vizitatorilor, momentele cele mai bine și mai sugestiv prezentate în muzeul nostru ; rolul marilor personalități, al obiectelor originale, memoriale, al ambianței create aici oferă trăiri cu adînci reverberații în sufletele celor care vin în acest lăcaș de cultură românească.

Întrebările 23 și 24 se referă la organizarea muzeului, la acțiunile ce au loc aici, cerîndu-li-se totodată subiecților să facă propuneri în acest sens.

La întrebarea 23 („Ce părere aveți cu privire la organizarea muzeului nostru ?”) am consemnat următoarele răspunsuri :

„foarte bună”	81 %
„bună”	16,5%
„potrivită”, „nu excelează”, „nu mi-a plăcut”	2,5%

Din aceste răspunsuri rezultă că muzeul satisface în cea mai mare parte, colectivul de muzeografi reușind să răspundă exigențelor publicului. Mai sînt însă și unele aspecte la care trebuie să găsim soluții mai bune, așa cum reiese din opiniile unui număr relativ mic de vizitatori. Unele soluții sînt demne de luat în considerație :

- să existe copii după manuscrise pe care să le poată obține și vizitatorii
- indicații asupra locului de unde s-au achiziționat exponatele
- mai multă atenție în prezentarea muzeistică a unor scriitori
- să se facă o popularizare mai mare a valorilor muzeului
- organizarea unor concursuri pe teme de istorie literară (în colaborare cu școala)
- vizita să se efectueze în grupuri mai mici
- să se expună la intrarea în muzeu un scurt istoric al muzeului și al clădirii
- să se pună în vînzare fotografiile cu aspecte din muzeu
- să se facă proiecții de filme documentare

Sînt și cazuri cînd observațiile și propunerile unor dintre subiecți se dovedesc a fi mai puțin întemeiate, probabil din cauza necunoașterii îndeajuns a activității desfășurate la muzeu (fie datorită interesului mai mic al subiectului respectiv pentru activitatea muzeului, fie din cauza nepopularizării suficiente a valorilor și activității sale, cu toate că în fiecare lună sînt cel puțin patru activități de amploare care sînt anunțate prin afișe în oraș, prin studioul de radio, prin ziarul și revistele din lași).

O ultimă întrebare (cu mai multe posibilități de răspuns) vizează tocmai acest important aspect: „Cum ați aflat de muzeul nostru?”.

— la școală	30,3%
— prin cunoștințe sau prieteni	18,0%
— informații din presă	8,7%
— în familie	8,1%
— prin afișe expuse în oraș	7,0%
— din ghidul muzeelor	5,9%
— la instituția unde lucrez	5,5%
— informații televizivne	4,3%
— din ghidul orașului	4,2%
— indicatoarele din oraș	3,7%
— informații radio	2,8%
— din alte surse	1,0%
— din întîmplare	0,5%

Din analiza acestor răspunsuri constatăm :

— este necesară legătura permanentă cu școala, elevii constituind un public prezent și viitor al muzeului

— muzeul a intrat în conștiința publicului ca o instituție culturală importantă (cei care au vizitat muzeul transmișînd celor din jur îndemnul de a-l cunoaște și ei)

mijloacele de popularizare: presa, radioul, televiziunea, trebuie să afecteze muzeului mai mult spațiu

— problema indicatoarelor existente sau inexistente pe străzile orașului să fie privită ca un mijloc important de popularizare și informare.

Rezultatele anchetei prezentate în lucrarea de față demonstrează încă o dată rolul important pe care-l joacă astăzi muzeul ca instituție de cultură în educarea publicului larg și sarcinile ce decurg din această funcție pentru muzeografi. Am aflat astfel ce este considerat reușit în munca noastră și în ce direcție trebuie să acționăm pentru ca Muzeul de literatură să-și îndeplinească în mod exemplar funcțiile ce-i revin în sistemul mijloacelor de formare și educare, de ridicare a nivelului cultural.

## BIBLIOGRAFIE

- 1 \* \* \* *Programul P.C.R. de făurire a societății socialiste multilateral dezvoltate și înaintare a României spre comunism*, Buc., Editura politică, 1975.
- 2 Ceaușescu, Nicolae, *Expunere cu privire la activitatea politico-ideologică... de formare a omului nou...*, Buc., Ed. pol., 1976.
- 3 Ceaușescu, Nicolae, *Raportul C.C. cu privire la activitatea P.C.R. în perioada dintre Congresul al XI-lea și Congresul al XII-lea și sarcinile de viitor ale partidului*, Ed. pol., 1979.
- 4 Ceaușescu, Nicolae, *Cuvîntare la Conferința națională a scriitorilor*, Buc., Ed. pol., 1977.
- 5 Ceaușescu, Nicolae, *Cuvîntare la Congresul al II-lea al consiliilor populare*, Buc., Ed. pol., 1980.
- 6 Bondrea, Aurelian, *Sociologia culturii*, Buc., Ed. Did. și Ped., 1981.
- 7 Culea, H. (red.), *Structura procesului cultural de masă*, Buc., Ed. Academiei, 1971.
- 8 Durkeim, Emile, *Educație și sociologie*, Buc., Ed. Did., 1980.
- 9 Herseni, Traian, *Psihosociologia culturii de masă*, Buc., Ed. Științifică, 1968.
- 10 Hudson, Kenneth, *O istorie socială a muzeelor*, Buc., Ed. Meridiane, 1979.
- 11 Mc.Luhan, Marshall, *Pour comprendre les média*, Edit. du Seuil, 1968.
- 12 Nicolescu, Corina, *Muzeologie generală*, Buc., Ed. Did. și Ped., 1979.

- 13 Roco, Mihaela, *Creativitatea individuală și de grup*, studii experimentale, Buc., Ed. Academiei, 1979.  
 14 \* \* \* *Sociologie generală*, Buc., Ed. Științifică, 1970.  
 15 \* \* \* *Sociologia în acțiune*, Studii și comunicări, Iași, 1973.  
 16 Stahl, H., *Amintiri și gânduri din vechea școală a „monografiilor sociologice”*, Buc., Minerva, 1981.

## ANEXA

## STIMATE TOVARAȘE,

Prezentul chestionar urmărește să afle care sînt preocupările, părerile și preferințele dv. față de instituțiile muzeale.

Vă rugăm să citiți cu atenție chestionarul și apoi să răspundeți cu claritate, precizie și sinceritate la întrebările pe care le cuprinde.

Vom studia cu interes propunerile și răspunsurile dv., care vor sluji la îmbogățirea și la o mai bună organizare a activității muzeelor.

Vă mulțumim !

1. Vîrsta (anii împliniți) . . . . .
2. Sexul . . . . .
3. Domiciliul . . . . .
4. Nivelul de instrucție (ultima școală terminată) . . . . .
5. Profesia . . . . .
6. Natura vizitei : — grup  
— individual
7. Ce v-a determinat să vizitați muzeul ? (subliniați două răspunsuri) :  
— sînt interesat de fenomenul cultural în genere  
— mă interesează literatura clasică  
— voiam de mult să văd acest muzeu  
— tot treceam prin Iași  
— nu aveam ce face  
— mă interesează activitatea „Junimii”  
— îndemnat de părinți sau rude  
— la recomandările prietenilor  
— la recomandările profesorilor  
— pentru a însoți pe copii  
— pentru a însoți pe cineva care a dorit să-l viziteze  
— pentru că sînt în oraș și am obiceiul să vizitez și muzeele din localitățile pe unde trec  
— sînt în deplasare și nu am cum să-mi petrec altfel timpul  
— pentru documentare  
— alte situații
8. Ați mai vizitat acest muzeu ? — da  
— nu  
— Dacă reveniți ? (a cîta oară ?) . . . . .
9. Cît ați stat în muzeu ? . . . . .

10. Ați mai vizitat și alte muzee din Iași ? . . . . .

Care ? . . . . .

11. Ce muzee preferați ? (subliniați două) : muzee de literatură, artă, istorie, etnografie, istorie naturală, tehnice, memoriale.

12. Care din muzeele vizitate în țară v-au plăcut mai mult ? . . . . .

De ce ? . . . . .

Dar în Iași, care muzeu v-a plăcut mai mult ? . . . . .

De ce ? . . . . .

13. Dacă ați compara vizita la muzeu cu alte modalități de petrecere a timpului liber, pe ce loc ați situa muzeul ? (numerați ordinea preferințelor) :

— cinematograf

— teatru

— operă

— spectacole de muzică ușoară

și populară

— concerte simfonice

— muzee

— expoziții

— conferințe

— biblioteci

— librării

— vizite la prieteni

— excursii

— plimbare

— restaurant

— altfel cum ? . . . . .

14. Ce cărți preferați ? (subliniați domeniul) : literatură, știință, literatură științifico-fantastică, istorie și arheologie, artă, tehnică.

15. În familia în care ați crescut și v-ați format a existat sau există preocupări pentru următoarele domenii ? (indicați prin subliniere) : artă, istorie, științele naturii, probleme sociale, literatură, tehnică. Nu există astfel de preocupări.

16. În timpul școlii ați făcut parte dintr-un cerc de amatori ?

— Da. Ce profil avea ? . . . . .

— Nu.

17. Dacă ar trebui să vă înscrieți la un concurs de cunoștințe, ce domeniu ați alege ? (care este deci disciplina, ramura, domeniul în care credeți că vă pricepeți cel mai bine) (subliniați răspunsul) : tehnică, biologie, pictură, decorație, fotbal, apicultură, istorie, literatură etc. Alt domeniu . . . . .

18. Cum ați aflat de muzeul nostru ? (subliniați un răspuns) :

— prin cunoștințe sau prieteni

— în familie

— informații din presă

— informații radio

— informații televiziune

— din ghidul orașului

— din ghidul muzeului

— prin afișe expuse în oraș

— indicatoarele din oraș

— la școală

— la instituția unde lucrez

— din alte surse — Care ? . . . . .

— din întâmplare

19. Indicați ce v-a plăcut mai mult din ceea ce ați văzut în muzeu : . . . . .

