

## DE CE SCADE NUMĂRUL VIZITATORILOR DIN MUZEE?

Victor SIMION

Întrebare de foarte mare actualitate, care stăruie astăzi în perimetrul vieții muzeale din România. Nu puțini sunt conducătorii instituțiilor specializate care se plâng de faptul că se înregistrează scăderi, adeseori alarmante, ale numărului de vizitatori care să le treacă pragul muzeelor sau colecțiilor deținătoare de patrimoniu cultural. Se invocă, cel mai des, faptul că oamenii nu mai dispun de timp, de bani, au alte preocupări, este implicată și concurența televiziunii, a discotecilor, a altor genuri de preocupări. Se invocă, de asemenea, lipsa de fonduri pentru organizarea diferitelor activități specifice muzeale, a expozițiilor temporare, a materialelor publicitare ș. a. m. d.

Din experiența ultimilor patru ani, am putu constata că aceste motive invocate sunt, doar parțial, conform cu realitatea. Din păcate, chiar din unele constatări făcute cu ocazia unor vizite la muzee și colecții, s-a putu concluziona că adevăratele motive sunt cu totul altele. Pe de o parte, este vorba de menținerea unora dintre expozițiile permanente în stări depășite moral, istoric și, mai ales, muzeografic, iar, pe de altă parte, este iarăși vorba de lipsa de interes pentru identificarea și aplicarea unor principii, metode și programe noi, moderne, de atragere a publicului către muzeu. Nu se înțelege încă faptul că, în condițiile economiei de piață, **muzeului îi revine datoria de a-și forma propriul public** printr-o largă gamă de inițiative și programe specifice. Faptul că în extrem de puține instituții muzeale s-au înființat și funcționează servicii specializate de educație - relații publice - comunicare, este una dintre cauzele principale ale acestei scăderi a numărului de vizitatori.

Pornind de la aceste (doar câteva) realități, Centrul pentru Formare, Educație Permanentă și Management în Domeniul Culturii a inițiat în vara acestui an un amplu sondaj de opinie, la nivel național, pentru a afla care este punctul de vedere al vizitatorilor față de ceea ce se petrece astăzi într-un muzeu din România. Unui număr de 38 de muzee li s-au trimis chestionare pentru a fi puse la dispoziția publicului și completate. Muzeele au fost selecționate după numărul de locuitori ai orașelor respective: orașe mai mici (30 - 100.000 locuitori), orașe mari (100 - 200.000 locuitori) și orașe foarte mari (peste 200.000 locuitori). În acest fel, au fost oferite trei categorii de muzee: orășenești, județene și de importanță națională.

Rezultatele sondajului publicat în paginile următoare, sintetizate de către o Fundație specializată în problemele relațiilor publice și ale comunicării, ne arată cu totul alte cauze decât cele invocate de către conducătorii instituțiilor respective. **Nu publicul este vinovat de absența sa din muzee, ci muzeele care nu știu să-și elaboreze acele activități de interes pentru vizitatori.** Rezultatele unui asemenea sondaj - realizat pentru prima oară în România în spațiul cultural, formativ și educativ al muzeelor, este greu de pus sub semnul îndoielii, el reflectând, în modul cel mai obiectiv cu putință, care sunt cauzele și, în egală măsură, care sunt căile pentru readucerea publicului spre sălile muzeelor și colecțiilor.

Mai rezultă, în urma acestui sondaj de opinie, și o altă realitate, de care toți cei care lucrează în aceste instituții, ar trebui să țină seama: **muzeele nu sunt ale muzeografilor!**

**Ele sunt ale publicului și pentru public!** Opiniile acestuia trebuie să se constituie ca bază a tot ceea ce se propune și se organizează, cu scop educativ, în instituțiile muzeale din țară.

Dacă nu se va produce o schimbare în mentalitatea și în dinamica vieții muzeale din România, vom putea vorbi în continuare (și nejustificat) de o „criză de public” în muzeele noastre.

Acolo unde s-au realizat deja aceste mutații, publicul a început să revină în muzee.

Sperăm ca aceste rezultate ce ocupă paginile următoare ale revistei să fie percepute ca un sprijin real în activitatea muzeelor noastre, sprijin pe care Centrul nostru îl va acorda în continuare și în ceea ce privește formarea de specialiști în domeniul educației, relațiilor publice și de știință a comunicării.