

STRATEGII DE COMUNICARE ALE MUZEULUI CU PUBLICUL

Florentina BRAN

Necesitatea unor strategii de comunicare cu publicul constituie un fenomen abordat în toate domeniile. Secolul XXI este marcat de tehnologia informațională și de comunicare: de la presa scrisă, până la Internet, domeniul informațional a trăit gloria inovației: cinematografia, telefonica, radioul și televiziunea.

Aceasta dezvoltare a mijloacelor informaționale a schimbat și a accelerat nașterea unei societăți a cărei identitate nu se mai poate defini decât în contextul informațional. Comunicarea continuă și permanentă a devenit pentru societatea secolului XXI un *modus vivendi*, o lege nescrisă, dar dincolo de care individul nu se poate raporta în mod real la timpul prezent. De ce o astfel de abordare a subiectului adus în discuție?

Pentru a putea să ne oprim asupra particularităților unei problematice nu trebuie pierdut din vedere tocmai cadrul care o generează: necesitatea comunicării la nivel global și impactul pe care îl are asupra tuturor.

Toți suntem consumatori de informație, care ne poate parveni printr-o comunicare directă, comunicare prin intermediul publicațiilor, comunicare cu ajutorul aparaturii moderne, printr-o comunicare virtuală (Internetul).

Comunicarea electronică, internetul, a devenit un spațiu al libertății de exprimare, și o formă de petrecere a timpului liber. Pentru paginile web, forumul este spațiul public, lăsat la discreția utilizatorilor, având drept scop permanentizarea informației prin schimbul de informații, pentru a face o comunicare dinamică. Un site este cu atât mai activ cu cât numărul de vizitatori este mai mare.

Aceasta realitate trebuie exploatată în toate aspectele sale benefice și de către muzee, multe dintre ele bucurându-se de puterea de comunicare cu publicul prin intermediul paginii web. Un segment

aparte al utilizatorilor de Internet îl constituie copiii. Pentru multe muzee copiii au devenit un grup țintă cuprins în strategiile de comunicare ale muzeului cu publicul. Dezvoltarea unei oferte de educație muzeală este tot mai diversificată: de la ateliere de creație până la amplexarea unor tabere de creație, toate au rolul de a oferi o cât mai largă deschidere a muzeului către publicul preșcolar, școlar.

În aceasta construcție de relaționare, muzeul trebuie să-și însușească rolul de formator socio-educativ: muzeul ca parte integrantă din viața copiilor, nu numai ca ofertă de petrecere a timpului liber, dar și ca instituție de cultură ce-și găsește o implicare activă chiar în rețeaua școlară.

Aceasta implicare în mediul școlar trebuie abordată la nivelul inspectoratului școlar, având ca strategie implementarea unor ore de educație muzeală în curricula de învățământ. Impactul pozitiv pe care îl are în ultimul timp oferta muzeală (programele pentru copii, atelierele de creație etc.) poate fi privit ca un studiu de prospectare a cererilor tot mai mari venite din partea celor mici, adevărați prieteni ai muzeului. Conștienți de rolul educativ pe care îl joacă muzeul în viața copiilor sunt și părinții, intermediarii acestei relații copii-muzeu și care facilitează prezența acestora la programele culturale organizate de muzeu pentru copii.

De aceea muzeul trebuie să sensibilizeze în primul rând factorii de decizie din viața copiilor, respectiv familia și școala. Ministerul Educației poate decide în această direcție, pornind pentru început la nivel de implementare a unui proiect pilot a cărui finalitate să aducă, în primul rând, un beneficiu în domeniul educației, o diversificare a metodologiei școlare, și, nu în ultimul rând, o promovare a instituțiilor de cultură, în cazul nostru muzeele, care pot oferi noi strategii de abordare a procesului educațional, într-o manieră care să depășească

cadru riguros cu care se confruntă instituțiile de învățământ, aducând în schimb o abordare modernă, neconvențională, fără să lezeze procesul de învățare.

În acest sens, oferta trebuie să vină din partea muzeelor. Un simpozion care să reunească reprezentanți ai muzeelor și reprezentanți din învățământul școlar ar fi binevenit pentru a aduce în discuție această ofertă muzeală și să ducă la o soluție viabilă. Printr-un schimb de experiență între personalul de specialitate al muzeului și cadrele didactice în cadrul unor workshop-uri ar constitui un prim început în această direcție: muzeul în mediul școlar. După etapa de instruire a personalului didactic se poate discuta de un plan didactic care să cuprindă teme ca: ce este muzeul, rolul său în viața copiilor, ce poate oferi muzeul, o zi la muzeu.

Pentru cel de-al doilea factor determinant, respectiv familia, comunicarea trebuie să se facă pe lângă mijloacele cunoscute (presa, televiziune, materiale promoționale: flyere, bannere, afișe), prin cel mai rapid și interactiv mijloc de informare, internetul. Cele mai multe site-uri sunt foarte bine realizate, dar la nivelul de înțelegere al adulților. De aceea, comunicarea directă cu segmentul țintă, copii, necesită intermedierea din partea părinților. Muzeele care dispun de o pagina web ar putea să aibă în vedere acest aspect, al comunicării inteligibile și la nivelul celor mici, și ei consumatori de informație.

Discursul și modul de abordare în strategia de comunicare cu cei mici trebuie să fie simplu, să incite la cunoaștere, foarte puțin teoretizat, cu o puternică animație și să nu piardă în nici un fel din atenție rolul educativ și procesul de formare prin care trec copiii și care nu trebuie distorsionat.

Pentru tânără generație prezența calculatorului oferă și dezavantaje. Pentru cei care alocă mai mult timp jocurilor pe calculator, navigării nesupravegheate pe internet, cumului de informații, neselectată după criteriile dezvoltării educaționale, afectează procesul de învățare și formare al copiilor, care nu dispun de maturitatea unei gândiri selective după criterii calitative.

În fața acestei probleme cu care se confruntă societatea muzeul trebuie să răspundă cu o nouă strategie: de ce timpul liber să fie petrecut în fața unui joc pe calculator când prezentarea on-line a muzeului poate substitui cu succes aceste jocuri. Aceasta prezentare, pentru a opera la nivelul de interes al copiilor, poate fi realizată ca și un joc pe calculator, cu reguli de navigare pe diferite nivele, de a parcurge muzeul respectând diferite grade de dificultate, respectiv probe, pe care utilizatorul trebuie să le treacă pentru a ajunge la un nivel superior. Fiecare etapă trebuie să ofere informații, fără a teoretiza însă. Informația trebuie prezentată animat, prin imagini, întrebări care să necesite răspunsuri și o implicare cognitivă a copiilor care să le stărnească interesul de a merge mai departe în această vizită on-line în muzeu.

O astfel de prezentare oferă și posibilitatea unei abordări interdisciplinare. Link-urile pot crea aceste conexiuni de cunoaștere. Printr-un „vrei să știi mai mult, apasă aici!”, redat și sonor, un subiect, o temă poate fi tratată și prezentată din perspective diferite. Ilustrăm ideea printr-un exemplu aleatoriu: roata olarului, care poate fi prezentată folosind extensia AVI, o dată sub aspect istoric: când a apărut? ce a dus apariția ei? la ce se folosea?; o dată sub aspect tehnic: mecanisme tehnice moderne a căror principii de funcționare au fost generate de acest strămoș al tehnicii, roata; sub aspectul artei: obiecte ce pot fi realizate cu ajutorul roții olarului, o stilizare a formelor, totul adus până în contemporaneitate. În toate aceste ferestre spre cunoaștere informația poate fi prezentată sub forma unui documentar animat.

Includerea în cadrul unui site și a unei astfel de abordări dă posibilitatea celor mici de a fi consumatori direcți de informație, le dă posibilitatea de a se implica activ în relația cu muzeul, iar pentru muzeu reprezintă un câștig atât pentru educația muzeală, pentru promovare, cât și pentru atragerea celui mai tânăr segment țintă.

Nu toate cazurile sunt din cele mai fericite, existând și copii care confruntându-se cu nevoi speciale, incapacități

loco-motorii, sau alte disfuncții nu pot lua parte la programele culturale pe care muzeul pe organizează pentru copii. În cazul lor, oferta muzeala este mai slab reprezentată, în acest sens rolul educativ revenind mai mult fundațiilor, ONG-urile care și-au orientat atenția spre aceștia și oferă o paletă mai largă de servicii culturale, gândite la nivelul structurilor cu rol integrator pentru copii aflați în situații defavorabile.

Cum vede muzeul o astfel de comunicare în mod viabil și pentru acest segment mai puțin capabil să-și găsească o cale de orientare într-un cadru care, la nivel de concepere, duce la o stigmatizare, chiar și nedorită?

Atelierele de creație on-line pot fi o soluție pentru copii care se confruntă cu situațiile amintite. Aceste ateliere pot să păstreze aceeași calitate a transmiterii de informații, să implice copii într-o comunicare interactivă.

La aceste ateliere se pot înscrie copiii on-line. Atelierele pot să aibă o ritmicitate, să dispună de un program. Personalul de specialitate, care trebuie să fie și un bun operator de calculator, poate susține cu ușurință un atelier de creație. Tematica poate fi din cea mai diversă, în funcție de specificul fiecărui muzeu, de interesul pe care îl au copii și de afinitățile pe care le are muzeograful care concepe și susține acest atelier.

Rolul muzeografului, pe lângă cel de a oferi informații dintre cele mai interesante, trebuie să fie și ce al unui *animator de site*, care să facă comunicarea interactivă, plăcută, din care să nu lipsească divertismentul.

De multe ori s-a ridicat problema dacă internetul nu duce la transformări de comportament în rândul utilizatorilor, care încep să manifeste tendințe de înstrăinare, de izolare de mediul fizic, de relațiile interumane directe.

Tocmai în această idee, atelierele creative on-line nu ating cu nimic relațiile de grup guvernate de prietenie,

colegialitate etc. Atelierele în această formulă se constituie într-un spațiu virtual, unde se pot întâlni fără îngrădire copiii din toată lumea. Restul ține de un bun management al celui care concepe și realizează un astfel de atelier on-line.

Se pot realiza, astfel, ateliere de desen, de lectură, de etnografie, de geologie, zoologie etc. În fiecare dintre ele copii pot descoperii un univers de cunoaștere, pot întreba și pot primii răspunsuri; pot lucra împreună la proiecte propuse de muzeograful coordonator al atelierului, pot să-și aducă propria contribuție și să-și dezvolte creativitate.

Desfășurat sub un generic (ține de decizia fiecărui operator), atelierul poate dezvolta la rândul său alte forme de fidelizare a micilor utilizatori: concursuri, proiecte de o mai mare anvergură, care să se bucure și de o întâlnire într-un spațiu real, pentru cei mai consecvenți membrii ai atelierului creativ on-line.

Site-urile se pot bucura și de o sală de expoziție virtuală, unde fotografiile ale lucrărilor trimise de copii se pot regăsi într-o astfel de expunere. De ce nu o galerie foto care este cu mult mai ușor de realizat!?

Expoziția virtuală presupune și o însușire a unor cunoștințe de educație muzeală. Copiii se confruntă, în primul rând, cu un nou statut: acela de *artist care expune*, înțelege ca o expoziție se supune unor reguli: respectarea unei tematici de principiu, unitatea și echilibrul; învață să valorifice și munca altora, să-și caute propria forma artistică de exprimare. Expoziția poate fi vizitată on-line iar caietul de impresii se poate constitui într-o pagină specială de impresii, „cutia cu impresii”.

Cel mai mare avantaj al unor astfel de ateliere, al unor astfel de expoziții virtuale, îl constituie structura flexibilă și totodată redimensionarea sa și la nivel european, o dimensiune tot mai permanentă în realitatea noastră socio-politică.