



UNELE PROBLEME PSIHOSOCIALE ALE RELAȚIILOR DINTRE MUZEE ȘI PUBLIC

BORIS ZDERCIUC

Într-o formulare curentă, muzeele sînt definite ca instituții științifice și cultural-educative. Deși această formulare nu este, propriu-zis, o definiție, deoarece nu precizează care sînt trăsăturile diferențiale, sau diferența specifică a noțiunii de muzeu, ea are avantajul că punctează două trăsături esențiale ale activității instituțiilor muzeale și anume *natura* acestei activități, care este *științifică*, și *finalitatea* ei, care este *cultural-educativă*. Trăsăturile acestea nu au un caracter *sucesiv și ierarhic*, ci *concomitent și corlativ* în sensul că, pe de o parte, activitățile muzeale, inclusiv cele cultural-educative, nu sînt posibile fără o fundamentare științifică, iar, pe de altă parte, că nu poate fi conceput un muzeu, în sensul modern al cuvîntului, ca instituție activă și dinamică, care să nu finalizeze activitatea sa de cercetare științifică în acțiuni cultural-educative. De la această regulă nu fac excepție, în ultima instanță, nici cercetările în domeniul cărui i se consacră și pe care-l ilustrează muzeul — științele naturii, istoria societății și culturii — și nici cele consacrate conservării patrimoniului muzeal. Cercetările științifice muzeale se materializează, în primul rînd, în expoziții ca modalitate de manifestare muzeală specifică și definitorie, în publicații de diferite categorii și, apoi, într-o serie destul de largă și cuprinzătoare de alte acțiuni și forme cultural-educative generale, practicate de toate muzeele, sau speciale, în funcție de profilul muzeului, menite să lărgescă cadrul de înțelegere a mesajului expozițiilor, să pună în valoare colecțiile, să informeze publicul și să-i stimuleze interesul.

Ceea ce este important și trebuie reținut este ideea că trăsătura sau caracterul științific al activităților muzeale nu se limitează numai la cercetarea și cunoașterea domeniului, la activitatea de conservare și restaurare, de evidență a colecțiilor, ci se extinde și asupra mijloacelor instrumentale prin care activitățile muzeale ajung la cunoștință și în serviciul societății, mijloace pe care le cuprindem sub denumirea de *activitate cultural-educativă*.

În această ordine de idei, cercetările care se desfășoară în legătură cu funcția muzeului în societatea contemporană, fără a neglija rosturile atribuite în mod tradițional muzeelor, respectiv depozitar de valori de cultură, centru de cercetări și for de specialitate în stabilirea și acreditarea ierarhiei de valoare a operelor de cultură și artă, vorbesc tot mai insistent de „vocația educativă” a muzeelor, situîndu-le printre „forțele sociale esențiale ale societății”¹. Această vocație sau forță educativă a muzeelor rezultă din faptul că ele oferă „posibilitatea unică și inegalabilă de a învăța prin impresia directă a obiectelor”, modalitate de obținere și fixare de cunoștințe net superioară față de procedeele didactice de transmitere a cunoștințelor „prin intermediul conceptelor pur intelectuale”².

Caracterizînd civilizația modernă ca o *civilizație a imaginii*, aceste cercetări subliniază faptul că „muzeul are privilegiul de a vorbi limbajul epocii, limbajul imaginii, limbaj inteligibil pentru toți și același în toate țările”³. Datorită acestui privilegiu, muzeul poate pătrunde „în straturile profunde ale publicului”⁴ și cu cît activitățile unui muzeu sînt mai dinamice, mai diversificate și mai integrate structurilor socio-culturale, cu atît capacitatea sa de influențare se extinde pe o arie mai vastă.

Schimbarea aceasta de perspectivă pe care o aduce teoria modernă a muzeografiei, teorie care așază în prim plan funcția cultural-educativă, instructiv-formativă și experimentală a muzeului (așa numitul *muzeu dinamic, viu sau total*), în raport cu teoria clasică care atribuia muzeului un rol preocupant de depozitare și conservare (așa numitul *muzeu tradițional sau fix*) stabilește nu numai un nou echilibru între funcțiile muzeale, dar pune într-o altă lumină și problema relațiilor dintre muzeu și public. Dacă,

¹ W. J. Withrow, *Incidente practice ale studiului de la Toronto*, „Museum”, XXII, 3/4, 1969, p. 204.

² Bourdieu P. și Darbel A., *L'amour de l'art*, p. 16.

³ G. Salles, apud Bourdieu și Darbel, *op. cit.*

⁴ Bourdieu P. și Darbel A., *op. cit.*, p. 16.

potrivit concepției tradiționale, activitatea cultural-educativă a muzeelor se orienta după principiul *ce poate, cît poate muzeul, ce știe și cît știe muzeograful*, — situație în care beneficiarul acțiunilor muzeale (denumit cu termenul general de public) primea ce i se oferea, — în condițiile muzeului nou, dinamic, acest principiu se cere revizuit, dacă nu chiar înlocuit cu un nou principiu care, alături de muzeu și muzeograf, include un termen nou și anume *ce știe, ce vrea (sau preferă), ce poate și ce trebuie să primească publicul vizitator*. În conformitate cu acest principiu nou, valoarea unei acțiuni muzeale se apreciază, în primul rînd, în funcție de efectul ei cultural-educativ, în funcție de măsura în care această acțiune răspunde unor cerințe cultural-științifice ale publicului, posibilităților sale de receptare, îi stimulează interesul și-l atrage. Caracterul științific al formelor și mijloacelor cultural-educative folosite de muzee nu privește numai conținutul lor, considerat independent de destinatarul lor. Pentru a-și produce efectele instructive și formativ-educative scontate de muzeograf, aceste forme și mijloace trebuie corelate în permanență cu interesele culturale și științifice, cu preferințele și așteptările publicului cărui li sînt destinate. Iar aceste interese, preferințe și așteptări trebuie studiate și cunoscute. Intervine, cu alte cuvinte, un nou criteriu de determinare a valorii științifice a activității muzeale.

În această situație, izvorul satisfacției profesionale, al sentimentului datoriei împlinite, nu trebuie căutat numai, să zicem, în coeziunea și claritatea tematică a unei expoziții, în tehnica și ritmicitatea expunerii — aspecte, evident, foarte importante, — ci și în gradul în care mesajul acestei expoziții a fost perceput și înțeles de un număr cît mai mare de vizitatori, care au plecat din expoziție cu un spor de cunoaștere, sensibilizați și cu o receptivitate crescută față de un nou domeniu de fapte, pe care l-au înțeles și integrat în sfera cunoștințelor lor, cu un sentiment de satisfacție că au petrecut în mod util și plăcut timpul liber, cu dorința de a reveni la muzeu.

Noua concepție privește muzeul ca o instituție deschisă, sensibilă la pulsațiile mediului social-uman înconjurător, receptivă față de transformările și preocupările cultural-științifice ale acestui mediu, faună de direcțiile în care se orientează aceste preocupări, o instituție pregătită în orice împrejurare să dea vizitatorilor răspunsuri adecuate, pe specificul său. Adaptîndu-și programul și formele de activitate la cerințele de dezvoltare și transformare a societății, muzeul devine un factor eficace de educație și cultură. Acesta pare a fi tipul de muzeu modern, în acord cu nivelul de dezvoltare a societății contemporane. Ideea care s-a afirmat în muzeografia contemporană privind „democratizarea muzeelor” trebuie interpretată ca o reflectare a necesității de integrare a lor în efortul general de mișcare culturală și științifică, de educare estetică a întregii societăți. Pentru P. Cabanne și P. Restany, autorii unei lucrări consacrate „Avangărzi în secolul al XX-lea”, rolul muzeului modern constă în a produce și a promova realizări experimentale de sinteză în domeniul artei și de a-și asuma confruntarea cu publicul⁸.

Dar dacă pe planul concepției tematice și al conținutului științific, al formelor de activitate cultural-educativă, al diversității acestor forme și al principiilor de organizare a lor, muzeele din țara noastră au înregistrat reale succese și un apreciabil bagaj de cunoștințe, nu același lucru se poate spune despre nivelul de cunoaștere a efectului instructiv, cultural și educativ al acestor activități, a atitudinilor și reacțiilor publicului față de ele. Ca și pe plan mondial, și în țara noastră, publicul rămîne *mare necunoscută* a muzeelor, după cum și pentru public — avem în vedere publicul mare, nu cel avizat — muzeele rămîn încă în afara preocupărilor sale cultural-științifice curente, ca niște instituții pe care nu le înțelege, sau pe care le înțelege doar parțial. Ne găsim în fața unei „eroi de imagine” cu caracter reciproc: o eroare de imagine a muzeografilor în raport cu publicul, iar pe de altă parte, o eroare de imagine a publicului față de muzee. Această eroare de imagine, iar în cazul unor categorii de public — deloc neglijabile din punct de vedere statistic — lipsa totală a oricăruia fel de imagine, prejudiciază într-o mare măsură relațiile dintre muzee și public. Din această cauză efectul cultural-educativ al activității muzeale este sensibil diminuat, iar publicul este privat de un instrument de educație și cultură din cele mai puternice, instrument pe care-l reprezintă muzeul cu toată diversitatea funcțiilor sale și a formelor de activitate pe care le desfășoară.

În acest context, integrarea instituțiilor muzeale în frontul comun al instituțiilor chemate să înlăpătuie programul de educație comunistă elaborat de Plenara C.C. al P.C.R. din 3—5 noiembrie 1971 ridică în fața muzeelor necesitatea organizării și orientării activității lor în așa fel, încît impactul lor asupra publicului să ducă la maximum de efecte sub raport cultural-educativ, adică sub raportul contribuției la formarea omului nou, cu un larg orizont cultural și științific, constructor activ și conștient al societății socialiste multilateral dezvoltate în România.

Aceasta presupune așezarea relațiilor muzeu-public pe baze științifice, printr-o cunoaștere cît mai exactă și mai reală a cerințelor și intereselor cultural-științifice ale vizitatorilor și a direcțiilor în care se orientează aceste interese pentru a elabora un plan de acțiuni și măsuri muzeale capabile să dezvolte și să consolideze, acolo unde există, preocupări pentru lărgirea orizontului de cunoaștere pe domeniile specifice muzeelor, să stimuleze formarea trebuințelor culturale, acolo unde ele sînt în stare incipientă sau embrionară.

Ne propunem să relevăm, în cele ce urmează, cîteva laturi psihosociale ale relațiilor dintre muzee și public așa cum se pun ele în lumina unor cercetări desfășurate pe această temă. Vom expune problema, predominant, sub aspectele sale de principiu.

⁸ Cabanne P. și Restany P., *L'avantgarde au XX-ème siècle*, p. 362.



Lección cu elevii la Muzeul național

Informăm, în treacăt, că publicul muzeal (actual sau potențial) a constituit obiectul unor interesante cercetări științifice desfășurate într-o serie de țări, printre care și România. Unele din aceste cercetări s-au desfășurat din inițiativa și sub egida ICOM, altele au fost angajate din cerințe naționale sau locale, în scopul îmbunătățirii activității muzeale. Majoritatea acestor cercetări s-au desfășurat asupra publicului muzeelor de artă sau pe tema atitudinii publicului față de artă, în special față de arta modernă. Nu ne putem opri asupra lor, deși prezintă un interes real sub raportul temei care ne preocupă.

Din cercetările care s-au întreprins în țara noastră menționăm sondajele de opinie făcute la Muzeul militar central, la Muzeul de istorie a municipiului București, la Muzeul Brukenthal din Sibiu. O cercetare sistematică de psihopedagogie se desfășoară, de mai mulți ani, la Muzeul de artă al Republicii Socialiste România în colaborare cu Institutul de psihologie din București, având ca temă „Receptarea operei de artă de către publicul de elevi”, cercetare care a dus la concluzii interesante privind mecanismul receptării, ca proces psihologic și, mai ales, în legătură cu optimizarea procesului de îndrumare muzeală⁹.

⁹ În legătură cu această cercetare au fost publicate în „Revista de psihologie” și în „Revista muzeelor” mai multe studii semnate de S. Marcus și A. Dabija.



Inaugurarea Muzeului Curtea Veche din București

Începînd cu ultimul trimestru al anului trecut, Direcția muzeelor din Consiliul Culturii și Educației Socialiste, în colaborare cu Institutul de psihologie al Academiei de Științe Sociale și Politice, a inițiat o cercetare pilot cu caracter psihosociologic pe tema relațiilor dintre muzee și public în vederea optimizării funcției cultural-educative a instituțiilor muzeale. Notele diferențiale ale acestei cercetări, în raport cu alte cercetări privind relațiile dintre muzeu și public, constau în faptul că se desfășoară pe scara întregii țări, cuprinde toate tipurile de muzee, aflate în localități diferite, cu istorie, tradiții și populație cu nivel de instrucție diferit etc. Investigația are în vedere numai vizitatorii din țară. Fără a neglija grupurile, accentul principal se pune pe vizitatorii individuali. În eșantionul muzeelor-pilot sînt cuprinse și cîteva unități muzeale din Capitală. Cercetarea fiind la început, problemele psihosociale pe care le vom enunța, nu reprezintă concluzii și rezultate, ci ipoteze de lucru.

O problemă psihosociologică care se impune din capul locului și de care nu putem face abstracție atunci cînd ne propunem să elaborăm și să promovăm o politică muzeală realistă și eficientă este aceea de a determina *noțiunea de public muzeal și structura lui*. De foarte multe ori obișnuim să tratăm noțiunea de public în mod *statistic, global*, ca și cum ar fi vorba de un public omogen, același peste tot. Ori, vizitatorii muzeelor prezintă mari diferențieri determinate de o serie de indicatori ca: vîrstă, profesie, sex, grad de instrucție, gusturi și preferințe, structură de interese și aspirații și dominante în această structură, motivația orientării preocupărilor pentru muzee, dimensiunea practicii culturale, sau cultura trăită, tradiții, mentalități, grupurile de apartenență și sistemele de norme de valori promovate de aceste grupuri etc. Firește că pondera lor este diferită, dar prezența lor este reală și nu poate fi ignorată sau subapreciată. O hartă sinoptică a structurii publicului muzeal stabilită pe scara întregii țări, în funcție de criteriile de mai sus, ar prezenta un mare interes. Am putea afla atunci prin ce se deosebește structura publicului din Oradea de cea din Brăila, ce categorii de public se înregistrează la Iași și ce categorii la Craiova sau Timișoara etc. Pe această cale am putea face și o comparație între structura publicului muzeal și structura socioprofesională și culturală a populației din localitatea în care se află muzeul. Acest aspect are implicații deosebit de importante pentru politica activităților cultural-educative a muzeelor și a activităților muzeale în general. Dacă nu există public în general, ci avem de-a face cu un public corespunzînd cutărei sau cutărei localități (Constanța, Iași, Craiova, Oradea etc) sau cutărei tip de muzeu, (șt. naturii, istorie, artă, etnografie etc.) atunci activitățile muzeului trebuie organizate în funcție de acest public, de interesele lui, de capacitatea de receptare și de disponibilitatea lui culturală etc. Se pare că există o relație strînsă între conținutul mesajului, omogenitatea sau diversitatea operelor prezentate și dispersia publicului, capacitatea lui de receptare și descifrare a mesajului. Sondajele făcute în legătură cu structura publicului arată că acesta se diferențiază cu atît mai mult, cu cît muzeul expune lucrări și organizează acțiuni

mai diverse. În acest sens, un muzeu mixt prezintă interes pentru categorii mult mai variate de vizitatori, decît un muzeu cu un profil specializat — științele naturii, istorie, artă, etnografie etc. Totodată, publicul muzeelor specializate se diferențiază în raport cu direcția, orientarea și intensitatea intereselor și preocupărilor culturale.

Studiul structurii publicului muzeal *actual* ne oferă posibilitatea să cunoaștem *vizitatorul modal* pe localități și tipuri de muzee, jalon deosebit de important pentru elaborarea planului de acțiuni muzeale cu efecte cultural-educative maxime.

În optimizarea relațiilor dintre muzee și public o preocupare importantă o reprezintă cunoașterea structurii de interese cultural-științifice a vizitatorilor și ponderea pe care o deține interesul pentru muzee în această structură. Firește că nu vom putea cuprinde în cercetare toată gama de interese cultural-științifice și toată diversitatea de condiționări a acestor interese. Le urmărim în funcție de cîțiva indicatori printre care vîrsta, profesia, nivelul de instrucție, dimensiunea practicii culturale ocupă locul principal.

Studiul intereselor cultural-științifice li vom desfășura în două direcții : pe de o parte, se va cerceta structura de interese la publicul actual, real, al muzeelor, iar pe de altă parte, structura de interese și orientarea lor la populația localității, la domiciliu, indiferent dacă frecventează sau nu muzeul, pentru a stabili dacă cei care nu vin în sălile muzeelor nu o fac pentru că nu simt nevoia de a-l frecventa, sau pentru că nu sînt suficient de informați. Studiul acesta paralel și comparativ al structurilor de interese prezintă implicații profunde pentru politica cultural-educativă a muzeelor. Dacă un muzeu urmărește, pur și simplu, menținerea publicului pe care-l are sau creșterea lui numerică, statistică, atunci acțiunile și mijloacele cultural-educative pe care le folosește pot face abstracție de interesele publicului, dar dacă se pune problema atragerii acelei categorii din populația localității care nu simte încă nevoia de a intra în sălile muzeelor, în acest caz structura intereselor devine un indicator foarte important pentru aplicarea de către conducerea muzeelor a unor mijloace și acțiuni capabile să sensibilizeze preocupările culturale și să determine atitudini favorabile muzeelor. Unele acțiuni par a fi deosebit de eficiente în acest sens, ca, de pildă, cooptarea publicului la diferite acțiuni muzeale, prin înființarea unor asociații muzeale de tipul „Prietenii muzeului” și organizarea unor cercuri sau acțiuni prin care unele categorii de public își pot satisface preocupările, cum sînt diferitele cercuri de amatori. Efectul maxim al acestor acțiuni se obține atunci cînd ele contribuie la promovarea unor tradiții sau preocupări care se bucură de prestigiu în mijlocul populației. Sistemul cercurilor de amatori, colaborarea la activitățile muzeului, de la cercetări pînă la organizarea de expoziții, exercită o mare forță de atracție în mijlocul elevilor și al tineretului. În acest sens, colaborarea cu școala, cu instituțiile de învățămînt, în general, și cu organizațiile de tineret devine un teren deosebit de favorabil pentru integrarea muzeelor în procesul educațional de ansamblu, pentru formarea unor deprinderi de muncă științifică și însușirea unor cunoștințe profunde și durabile.

Din păcate, spațiul nu ne permite să intrăm în toate detaliile și în toate implicațiile pe care le prezintă studiul structurii intereselor cultural-științifice ale publicului și motivația orientării preocupărilor către muzee. Fapt este că la nivelul actual de dezvoltare a formelor și mijloacelor de cultură și culturalizare de care dispune societatea contemporană, muzeele riscă să piardă competiția, dacă nu ies în întîmpinarea intereselor cultural-științifice ale publicului vizitator, actual sau potențial, organizînd și desfășurînd acțiuni capabile să dea satisfacție acestor interese și preocupări.

Probleme psihosociale importante se pun și în legătură cu mijloacele de informare și propagandă muzeală.

Deși cu posibilități inegale, muzeele desfășoară o activitate apreciabilă și diferențiată de informare a publicului, de propagandă activă și dinamică a activității lor științifice și cultural-educative. În practica muzeelor se folosesc mijloace variate de informare ca afișe, pliante, informații prin mijloacele comunicării de masă (mass media) ca presa, radio, televiziunea, apoi diapozitive și scurte secvențe filmate la cinematograf, conferințe cu ilustrații la întreprinderi și instituții, sesiuni științifice, conferințe și simpozioane la sediul muzeului etc. Dările de seamă ale muzeelor cuprind date, uneori foarte bogate, în legătură cu acest domeniu al activității lor. Ceea ce se cunoaște mai puțin este efectul de masă al acestor mijloace, capacitatea lor de formare și de modificare a atitudinilor publicului.

Abordînd această problemă a informației, autorii unei interesante lucrări asupra muzeelor de artă și a publicului lor, Pierre Bourdieu și Alain Darbel, sînt de părere că o publicitate, oricît de inteligent și diferențiat organizată, nu poate să formeze o înclinație permanentă pentru o practică culturală regulată. Ea poate duce, cel mult, la un succes de moment, mijlocind o vizită de tipul turismului sau în grup organizat. Ori, problema care se pune este aceea de a forma deprinderi culturale de durată. În opoziție cu acest punct de vedere, P. Restany consideră că „dezvoltarea unei muzeografii moderne, bazată pe noțiunea unui serviciu public de informație... este un fenomen capital situat în centrul întregii evoluții contemporane”.

Cercetările de psihologie socială făcute în legătură cu efectul de masă al informației și propagandei în formarea și modificarea opiniilor și atitudinilor publicului atrag atenția asupra unor elemente importante ale acestor acțiuni, printre care *sursa, mesajul, mijlocul și subiecții*. Dacă mesajul unei activități științifice sau cultural-educative organizate de muzee este în funcție de posibilitățile și de politica cul-

turală a muzeului, mijloacele de informare și de propagandă trebuie să aibă în vedere, în primul rând, subiecții cărora li se adresează mesajul. Practicarea unor metode și folosirea unor mijloace de informare diferențiate se impune nu numai din cauza inegalității efectului mobilizator și persuasiv al acestor mijloace, ci și din cauza diversității și mai mari a categoriilor de public, care nu apelează la aceleași mijloace de informare și nici nu reacționează uniform față de ele. Se pare că există un raport de echivalență între informația oferită și gradul de competență și sensibilitate a subiectului receptor, principiu care funcționează atât în cazul mijloacelor de publicitate, cât și în situațiile cu caracter mai general de descifrare de către public a conținutului și înțelesului expozițiilor și a altor activități științifice și cultural-educative promovate de muzee. O publicitate și o propagandă de calitate este aceea care reușește să focalizeze interesul și preocupările publicului în jurul unei acțiuni, în cazul nostru a unei acțiuni muzeale, transformând-o într-o cerință culturală a cărei satisfacere devine mai mult sau mai puțin imperioasă.

Printre mijloacele de informare și propagandă se înscriu și publicațiile de toate categoriile, pe care le tipăresc muzeele. Problema care se pune este aceea ca publicațiile, prin conținutul și prezentarea lor, să fie accesibile, mai ales, marii majorități a vizitatorilor și nu să servească doar, „la inițierea celor deja inițiați” (P. Bourdieu și A. Darbel, p. 100).

În concluzie la acest grup de probleme psihosociale privitoare la informație și propagandă, trebuie să spunem că dacă publicitatea nu este atotputernică în asigurarea succesului unei acțiuni muzeale, lipsa publicității poate aduce reale prejudicii. Adevărul e că efectul de public al activităților muzeale cu caracter științific sau cultural-educativ, comune tuturor muzeelor, sau diferențiate în raport cu profilul și conținutul lor, este condiționat nu numai de nivelul de organizare, de conținutul mai mult sau mai puțin atractiv, ci și de gradul în care aceste activități sînt popularizate, de măsura în care publicul este informat asupra lor. Organizarea activităților muzeale trebuie să meargă mîna în mîna cu publicitatea și informarea publicului. O acțiune muzeală excelentă poate fi, pur și simplu, ratată, dacă cei cărora le este destinată nu știu nimic, sau știu prea puțin despre ea. Ideea pe care o mai vehiculează unii muzeografi în sensul că este suficient să organizezi o acțiune pentru ca să aibă și efect de public, ideea așa numitei „circulații spontane a informației”, de la om la om, nu mai corespunde etapei actuale în care muzeele devin instituții tot mai active de educare și culturalizare a oamenilor.

În sfîrșit, o ultimă problemă cu profunde implicații psihosociale și psihopedagogice asupra căreia am dori să ne oprim pe scurt este aceea a formelor de activitate cultural-educativă organizată de muzee, concentrîndu-ne atenția asupra expozițiilor și îndrumării.

Se știe că expozițiile constituie forma cultural-educativă de bază, definitorie, prin care muzeele își valorifică colecțiile și activitatea lor științifică, iar îndrumarea este o modalitate principală prin care mesajul expoziției este comunicat publicului. Noutatea, diversitatea tematică a expozițiilor în funcție de profilul muzeelor, accesibilitatea expozițiilor sub raportul conținutului, cadrul și atmosfera (sau scenografia și regia cum se exprimă unii muzeografi) sub raportul forme de prezentare, — sînt factori principali în stimularea interesului publicului, în manifestarea rolului instructiv-educativ al muzeului, al cărui indice și expresie se materializează în numărul de vizitatori.

Pentru a ajunge însă la mîntea și inima publicului, organizarea expozițiilor și îndrumarea trebuie să răspundă unor cerințe cu caracter psihopedagogic, cerințe a căror cunoaștere nu este deloc indiferentă pentru muzeografi.

Succesiunea logică a temelor, solicitarea gradată a atenției și capacității de receptare, relația dintre obiectele originale și materialul muzeografic auxiliar — grafică, fotografii, texte explicative, etichete — problema circuitului și a dominantelor, modul de primire a publicului și disciplina vizitării, adaptarea îndrumării în funcție de specificul grupului — categorii de vîrstă, nivel de instrucție, structură social-profesională etc. — sînt doar cîteva din aceste cerințe. Studiul lor științific oferă muzeologilor criterii și cadre de referință, solide și ferme, pentru realizarea unor expoziții atractive, interesante, accesibile și cu un larg efect la public.

Un aspect psihosociologic deloc neglijabil al relațiilor dintre muzee și public este acela al condițiilor, cadrului și confortului de vizitare. Marea majoritate a vizitatorilor, individuali sau în grup, vin la muzee în timpul lor liber. Vizitarea muzeelor constituie, așadar, și una din formele active de odihnă, de folosire culturală a timpului liber. De aceea, pe lîngă organizarea unor acțiuni cultural-educative specifice, muzeele trebuie să aibă în vedere și faptul ca vizita să fie plăcută, odihnitoare, reconfortantă. De la intrarea în muzeu și pînă la terminarea vizitei, publicul trebuie să se simtă bine. Crearea unei atmosfere prietnice vizitării stimulează interesul pentru expoziție. În acest scop pot fi amenajate săli de primire a publicului, spații de odihnă și meditație pe parcursul expoziției, săli de informație și consultare, standuri cu cărți, publicații, materiale ilustrative de calitate, reflectînd activitatea muzeelor și colecțiile lor, se pot face proiecții de filme documentare legate de temele prezentate în expoziție etc. După cum se poate constata, unele din măsurile menționate mai sus pentru realizarea unui cadru propice vizitării sînt, ele însele, forme cultural-educative capabile să lărgescă posibilitățile de înțelegere și aprofundare a tematicii și conținutului expoziției, mijlocind nu numai obținerea de cunoștințe ci și integrarea lor.

Îmbinînd preocuparea pentru realizarea unor expoziții de nivel științific ridicat cu mijloacele muzeale auxiliare, care să permită receptarea mesajului expoziției într-un mod plăcut, se realizează o armonizare între interesul cultural-educativ cu cel de delectare.



Vernisajul expoziției omagiale Th. Pallady, de la Muzeul de artă al R. S. România

Un rol deosebit de important în asigurarea unei atmosfere favorabile de vizitare îl are atitudinea cadrelor muzeale, a muzeografilor.

Am trecut în revistă, mai sus, câteva probleme psihosociale pe care le ridică activitatea muzeelor moderne a căror funcție socială, culturală și educativă dobândește o greutate specifică din ce în ce mai mare.

Inventarul aspectelor psihosociale pe care le implică funcționarea și activitatea unui muzeu ca instituție sînt mult mai numeroase. Ele vizează stilul de muncă, relațiile interpersonale dintre membrii colectivului de muncă, relațiile dintre diferitele secții și servicii ale muzeului, climatul de muncă.

Ne-am oprit asupra relațiilor dintre muzee și publicul lor, pentru că natura acestor relații definește, într-o măsură hotărîtoare, calitatea și eficiența uneia din cele mai importante funcții muzeale: funcția cultural-educativă.

Relații bune, pozitive cu publicul, înseamnă un număr mai mare de vizitatori, iar numărul de vizitatori este un indicator de prim ordin al calității și eficienței muncii muzeale în ansamblul ei și, în primul rînd, al celei cultural-educative.

Accentul pe care l-am pus pe necesitatea promovării unei munci cultural-educative de calitate și științific fundamentate nu înseamnă că cercetarea științifică, de teren și în colecții, asupra domeniului de fapte din natură, istorie, sau cultură pe care muzeul le ilustrează și le valorifică prin expoziții, publicații și alte forme de activitate, sau că preocupările pentru conservarea, organizarea și evidența colecțiilor trebuie trecute pe plan secundar. Succesele științifice reale obținute de muzee pe planul cercetării și cunoașterii domeniului, al conservării patrimoniului trebuie continuate, dezvoltate și consolidate. Ceea ce am vrut să subliniem este că și funcția cultural-educativă, pentru a-și atinge țelurile, are nevoie de o bază științifică la fel de solidă, că într-un muzeu modern, pus în slujba omului și a societății, cunoașterea științifică a mijloacelor și formelor cultural-educative este tot așa de necesară ca și cunoașterea științifică a colecțiilor. Această cunoaștere însă nu este posibilă fără o perspectivă deschisă spre sociologie, psihologie, psihologie socială, pedagogie, antropologie și alte discipline social-umanistice. Aceasta înseamnă, pe de altă parte, că în organigrama muzeelor trebuie prevăzute servicii sau, cel puțin, un specialist pentru *studiul aspectelor psihosociologice sau psihopedagogice ale activității muzeale*, pentru studiul relațiilor cu publicul, cu colectivitatea social-umană în slujba căreia trebuie să fie puse muzeele. Cerința aceasta este cu atât mai imperioasă în condițiile societății noastre socialiste în fața căreia se află un vast program de educație comunistă a oamenilor, program la realizarea căruia muzeele, încadrate în frontul comun al instituțiilor de educație științifică și culturală, trebuie să-și aducă o contribuție substanțială.