

BIBLIOGRAPHIE ET SITOGRAPHIE

1. OBERLÄNDER-TARNOVEANU, I. Identitate culturală și patrimoniu digital: proiecte, rețele și portaluri. În *Cibinium 2001 – 2005. Identitate culturală și globalizare în secolul XX – cercetare și reprezentare muzeală*. Sibiu: Ed. ASTRA Museum, 2006.
2. LEGEA nr. 422 din 18 iulie 2001 (republicată) privind protejarea monumentelor istorice, publicată în M.O. nr. 938 din 20 noiembrie 2006.
3. Ministerul Culturii. *Strategia pentru cultură și patrimoniu național 2016-2022* (SCPN 2016-2022), pp. 112-113; Web: <http://www.cultura.ro/aprobarea-strategiei-pentru-cultura-si-patrimoniu-national-2016-2022> (vizitat le 17.04.2020).
4. Page officielle du projet « Églises du Pays de Lăpuș. Tours virtuels »; Web: <https://lapus.culturamm.ro/> (vizitat le 17.04.2020).
5. UNESCO. Ensemble « Églises en bois de Maramureș », Web : <https://whc.unesco.org/fr/list/904/> (vizitat le 18.04.2020).
6. Page officielle du projet « Églises du Pays de Chioar. Tours virtuels »; Web: <https://chioar.culturamm.ro/> (vizitat le 17.04.2020).
7. A.F.C.N. Page officielle de l'Administration du Fond Culturel National / La liste de la Session de financement A.F.C.N. II/2019 »; Web: <https://www.afcn.ro/media/PCM%20SII%202019%202.pdf> (vizitat le 12.06.2019).
8. UNESCO. Ensemble « Églises en bois de Maramureș », Web : <https://whc.unesco.org/fr/list/904/> (vizitat le 18.04.2020).
9. MINISTERUL CULTURII. *Lista Monumentelor Istorice 2015. Județul Maramureș*, în Monitorul Oficial al României, Partea I, Nr. 113 bis, 15.02.2016.
10. SIMION, E. Alocuțiunea inaugurală: Obligații naționale, satisfacții europene. În *Colocviul internațional: Patrimoniul cultural național. Strategia conservării - o strategie a integrării în circuitul valorilor europene*. București, 22-23 septembrie 2000. București: Univers enciclopedic, 2000, apud Irina Oberländer-Târnoveanu, *op. cit.*

DESPRE EDUCAȚIA MUZEALĂ ȘI DIRECȚII DE DEZVOLTARE A MANAGEMENTULUI MUZEAL

Lazar Natalia, dr., asist. univ.

*Universitatea Tehnică din Cluj-Napoca,
Centrul Universitar Nord din Baia Mare,*

CZU: 37.03:069.01:005

Abstract

Through an active and innovative museum management, the museum has become a significant player on the contemporary cultural scene and an important factor of information and education, in a relationship of complementarity with the formal education system. The identification of coherent strategic directions and the establishment of an operational framework in accordance with financial and human resources make possible the efficient operation of the museum, having as basic pillars the conservation, research, development, capitalization, promotion of its heritage, with emphasis on intensifying museum education activities.

Key-words: museum, museum management, education, public, society.

Evoluția societății omenești s-a realizat prin învățare, care este una dintre particularitățile definitorii ale speciei umane, fiind o acumulare continuă a experienței sociale, materializată în fapte de cultură și civilizație, prin transmiterea de cunoștințe, priceperi și deprinderi, de la o generație la alta. Problematika procesului de dobândire a cunoașterii, de capitalizare și dezvoltare a stat în centrul preocupărilor omului pe parcursul evoluției sale istorice, educația cunoscând diferite conceptualizări și fiind promovată de diferite instituții, în scopul transformării unui

individ biologic asocial într-un membru al unei colectivități, prin interiorizarea comportamentelor fixate în calitate de comportamente normale [3, p. 21].

În sens restrâns, educația se confundă cu instrucția școlară, desfășurată într-un cadru organizat, instituționalizat, însă, în sens larg, ea este un proces complex, care integrează într-un continuum toate nivelurile și tipurile de educație, și este orientată către realizarea unor idealuri și scopuri educaționale în concordanță cu anumite cerințe sociale de ordin economic, cultural, științific, tehnologic, politic etc. Formarea integrală, armonioasă, liberă, creativă a personalității implică o activitate educativă, diversificată în raport cu componentele ontologice, conținuturilor clasice ale educației – educația fizică (latura bio-fiziologică a personalității), educația intelectuală (dimensiune psiho-socio-culturală), educația morală, educația profesională – adăugându-li-se noi dimensiuni: educația civică, educația religioasă, educația politică, educația juridică, educația economică, educația pentru drepturile omului, educația pentru viața de familie, educația pentru comunicare, educația axiologică etc. [4, pp. 105-109]

Educația permanentă se află la intersecția interesului personal cu necesitățile societății, fiind un sistem educațional deschis, „care asigură întreținerea și dezvoltarea continuă a potențialului cognitiv, afectiv și acțional al personalității, al capacităților și deprinderilor de autoeducație, formarea de personalități independente și creative” [1, p. 330]. Iar muzeul, definit ca „instituția de cultură, de drept public sau de drept privat, fără scop lucrativ, aflată în serviciul societății, care colecționează, conservă, cercetează, restaurează, comunică și expune, în scopul cunoașterii, educării și recreerii, măturii materiale și spirituale ale existenței și evoluției comunităților umane, precum și ale mediului înconjurător” [6, art. 2], oferă un cadru larg și flexibil pentru educație.

Muzeele au menirea de a prezenta publicului rădăcinile civilizației, viața în toată complexitatea ei, căci adăpostesc valori de însemnătate locală, regională, națională și universală. Rolul muzeului în societatea românească contemporană s-a modificat în ultimul deceniu, în special în ceea ce privește modul în care această instituție se raportează la societate, relaționează cu membrii comunității. În centrul atenției se situează acum publicul, iar, din această perspectivă, cele trei funcții de bază ale muzeului – „constituirea, conservarea și restaurarea patrimoniului muzeal; evidența, protejarea, cercetarea și dezvoltarea patrimoniului muzeal; punerea în valoare a patrimoniului muzeal în scopul cunoașterii, educării și recreării” [6, art. 4] – capătă valențe diferite. Funcției de constituire și dezvoltare, respectiv celei de conservare și restaurare i se adaugă funcția educațională, căci, prin multitudinea de activități desfășurate de instituția muzeală, se face, în esență, educație.

Muzeul tradițional, considerat a fi o instituție închisă, rezervată, de tip conservator, s-a transformat din ce în ce mai mult, ca urmare a implementării unor programe coerente de management cultural. Activitatea tradițională a unui muzeu viza, în principal, colectarea, prezervarea și studierea colecțiilor specifice domeniului său de interes, însă, în prezent, rolul educațional al muzeului s-a amplificat, înregistrându-se în numeroase muzee românești schimbări vizibile în ceea ce privește diversificarea ofertei culturale și interacțiunea cu cele mai diverse categorii de public.

Muzeul a devenit o entitate culturală deschisă, cu o largă accesibilitate la programele expoziționale și culturale, la colecțiile depozitate și la documentarea tezurizată, un loc de învățare activă, de interacțiune, de relaxare, un spațiu al dialogului, un altfel de centru cultural și comunitar. Toate aceste schimbări au fost posibile întrucât s-au produs modificări semnificative în conceperea fenomenului cultural în raport cu societatea: trecerea de la vechea teorie, conform căreia în centrul preocupărilor muzeului se situează obiectul muzeal, la noua abordare, care

plasează în centru obiectul și publicul, relația dintre aceste două elemente, întrucât publicul este principalul beneficiar al activităților organizate în instituția muzeală. Prin relația permanentă cu publicul vizitator, muzeul a devenit un actant important pe scena culturală contemporană și un factor activ de informare și educație, aflat în relație de complementaritate cu sistemul de educație formală. Suntem de acord cu afirmațiile potrivit cărora „pentru muzeul contemporan, rațiunea de a fi este cea educațională [...]. Diversitatea profilurilor muzeale, unicitatea patrimoniului muzeal, caracterul nediscriminatoriu al accesului la muzeu, formele de comunicare complexe... fac din muzeu o instituție privilegiată în transmiterea de informații, mesaje, simboluri” [2, p. 96].

După anul 1990, formarea profesioniștilor în management cultural – resurse umane implicate în organizarea și coordonarea activității cultural-artistice, manageri și experți – a fost una din prioritățile politicilor publice ale Ministerului Culturii din România. În prezent, conform O.U.G. nr. 189/2008 privind managementul instituțiilor de cultură, cu modificările și completările la zi, se stabilește cadrul juridic privind managementul instituțiilor publice de cultură care organizează și desfășoară activități cultural-artistice sau oferă servicii în domeniul culturii și se implementează la nivel național această modalitate de conducere și coordonare a activității instituțiilor publice de cultură [8], instrumentele de lucru utilizate fiind cele detaliate în Ordinul nr. 2799/2015. În acest sens, conducerea instituțiilor culturale se organizează pe baza unui plan managerial, care reprezintă o analiză complexă privind dezvoltarea instituției pe o perioadă limitată de timp (între 3 și 5 ani), cuprinzând următoarele etape: analiza socio-culturală a mediului în care își desfășoară activitatea instituția și propuneri privind evoluția acesteia în sistemul instituțional existent, analiza activității instituției și, în funcție de specific, propuneri privind îmbunătățirea acesteia, analiza organizării instituției și propuneri de restructurare/reorganizare, după caz, analiza situației economico-financiare a instituției, pe baza datelor cuprinse în caietul de obiective, strategia, programele și planul de acțiune pentru îndeplinirea misiunii specifice instituției publice de cultură și propuneri pentru întreaga perioadă de management, previzionarea evoluției economico-financiare a instituției publice de cultură, cu estimarea resurselor financiare ce ar trebui alocate de către autoritate, precum și a veniturilor instituției ce pot fi atrase din alte surse [9].

Planul de management muzeal își propune să identifice direcțiile strategice, cadrul operațional, resursele financiare și umane care fac posibilă funcționarea în condiții eficiente a instituției publice de cultură cu specific muzeal, având ca piloni de bază conservarea, cercetarea, dezvoltarea, valorificarea și promovarea patrimoniului pe care îl deține, armonizate la cele patru valori promovate de Rețeaua Europeană a Organizațiilor Muzeale (NEMO): valoarea colecțiilor, valoarea educativă, valoarea socială și valoarea economică.

Strategia managerului de muzeu [7] urmărește, în principiu, realizarea următoarelor obiective prin activități specifice:

- constituirea și îmbogățirea colecțiilor prin: cercetarea (etnografică) de teren, colecționarea de bunuri culturale (prin donații și cumpărare);
- dezvoltarea patrimoniului și asigurarea condițiilor optime de gestiune, depozitare, conservare și valorificare;
- punerea în valoare a patrimoniului cultural deținut prin: organizarea de expoziții, furnizarea de servicii de documentare pentru public, organizarea de activități cultural-educative, încheierea de parteneriate cu instituții culturale de profil, instituții de învățământ ș.a., prezentarea activităților muzeale prin intermediul mass-media, editarea de materiale de popularizare;
- susținerea cercetării științifice, în conformitate cu specificul muzeului, profilul acestuia și al patrimoniului deținut;

- actualizarea evidenței științifice analitice, studierea patrimoniului și diseminarea rezultatelor acestui proces către publicul larg;
- cunoașterea și satisfacerea nevoilor beneficiarilor reali și potențiali ai muzeului;
- dezvoltarea și adecvarea serviciilor la cerințele beneficiarilor;
- diversificarea ofertei culturale;
- promovarea serviciilor și a imaginii instituției;
- dezvoltarea competențelor profesionale ale personalului și susținerea profesionalismului în sectorul muzeal;
- aplicarea principiilor de eficiență, eficacitate și economie în gestionarea mijloacelor financiare.

Definirea obiectivelor de management și a abordării manageriale trebuie să țină cont de situația și evoluțiile din interiorul muzeului, dar și de mediul extern, întrucât este obligatorie existența unui mediu intern profesionist, dinamic, care să susțină activitatea de cercetare, de conservare și cea publică a muzeului, dar și factorii externi sunt vitali pentru asigurarea îndeplinirii misiunii culturale și educative a muzeului.

Funcțiile de bază ale managementului muzeal se referă, în principal, la: planificarea activităților (fixarea clară, fermă a scopului, obiectivelor și mijloacelor de realizare), organizarea, dirijarea, coordonarea activităților prin luarea de decizii rapide și eficiente, raportarea, controlul și feedbackul.

Principiile managementului muzeal se fundamentează pe:

- realism în aprecieri și dinamism în acțiune;
- creativitate și flexibilitate în procesul de conducere;
- coerență în măsurile adoptate;
- centrarea activităților pe cercetarea științifică, conservarea și valorizarea patrimoniului;
- eficiența procesului managerial;
- transparență în stabilirea obiectivelor și în implementarea proiectelor minimale;
- dialogul permanent la toate nivelurile instituției, dar și în afara acesteia [2, p. 19].

Modul în care un muzeu își pune în valoare resursele patrimoniale sub forma expozițiilor organizate influențează direct publicul și fluxul de vizitatori, din acest punct de vedere perspectivele de dezvoltare fiind ușor limitate. Dar, dacă la aceasta se adaugă o varietate de programe și proiecte culturale și educaționale, dublate de creativitate, inovație, abordare interdisciplinară, se permite o mai mare deschidere spre public. Altfel spus, se creează o ofertă culturală ce cuprinde bunuri și produse din sfera patrimoniului cultural, care satisface nevoi și, deopotrivă, creează altele noi, fiind formatoare de cerere. În principal, putem să vorbim despre o ofertă de bază a muzeului care se referă la expoziția permanentă sau de bază și programele asociate, oferte complementare (produsele și serviciile derivate din oferta de bază: expoziții temporare, evenimente, programe și proiecte culturale), oferta educativă și oferta suplimentară (servicii și produse conexe, auxiliare: servicii de informare, ghidaj, restaurant, magazin) [5, p. 166].

Planul managerial trebuie să facă previziuni certe pentru a diversifica oferta culturală, serviciile culturale, iar în acest sens alternativele strategice ale unui muzeu ar putea fi: revitalizarea ofertei (îmbunătățirea produselor și serviciilor existente, care să atragă noi categorii de vizitatori), diversificarea ofertei (oferirea unor produse și servicii noi ca sferă de interes, care să urmărească atragerea unor noi categorii de vizitatori), înnoirea ofertei (crearea unor

produse/servicii cu totul noi ca tipologie pentru muzeu), îmbunătățirea ofertei (de exemplu, reamenajarea sau amplificarea expoziției de bază și a serviciilor oferite), adaptarea ofertei (de exemplu, restrângerea produselor și a serviciilor oferite la acelea care atrag cei mai mulți vizitatori) [5, p. 165].

Concret, serviciile culturale oferite de un muzeu sunt următoarele:

- a) servicii expoziționale (expoziții permanente sau de bază, expoziții temporare, expoziții tematice);
- b) ghidajul prezentat de personalul de specialitate al muzeului, cuprinzând explicațiile cu privire la tematica expozițiilor și la diferitele elemente constitutive;
- c) servicii educative, prin intermediul unor programe educative, realizate fie de personalul de specialitate al muzeului, fie de alți specialiști/colaboratori;
- d) organizarea de manifestări cu caracter științific;
- e) documentare – punerea la dispoziția diverșilor specialiști a unor materiale din arhiva și biblioteca muzeului sau a unor piese din cadrul colecțiilor pentru a fi cercetate, rezultatele urmând a fi diseminate prin mijloace specifice;
- f) consultanță de specialitate;
- g) servicii de divertisment cu caracter cultural (spectacole, concerte ș.a.);
- h) servicii suplimentare (comerciale, de informare) [5, p. 58].

Chiar dacă, în ultimul deceniu, muzeele și-au diversificat oferta culturală, dezvoltând programe, proiecte și activități de educație muzeală, ocupația de specialist în educație muzeală a devenit operațională în sistemul public muzeal național doar începând cu anul 2017, când, prin Ordinul 198/1.938/2017 al MMJS/INS pentru modificarea COR, a fost introdusă în standardele ocupaționale din România, având COR 262115 și următoarele competențe:

- utilizarea adecvată a fundamentelor muzeologiei;
- aplicarea legislației specifice de bază privind patrimoniul muzeal;
- aplicarea normelor de conservare preventivă;
- utilizarea adecvată a metodelor, tehnicilor inovative, interactive și a modelelor de bună practică în procesul educației muzeale;
- identificarea nevoilor și așteptărilor vizitatorilor pentru dezvoltarea programelor educative;
- cercetare, interpretarea și valorificarea educativă a patrimoniului muzeal;
- planificarea, organizarea și dezvoltarea programelor de educație muzeală;
- elaborarea proiectului de educație muzeală;
- evaluarea și monitorizarea impactului activităților educative asupra beneficiarilor [10, p. 1].

Dintre proiectele notabile de educație muzeală dezvoltate la nivel național, menționăm modelul de bună practică oferit de Muzeul ASTRA, a cărui conferință tematică *Marketingul și educația în muzee* a ajuns, în 2019, la a X-a ediție. La acest eveniment au participat 18 muzee și asociații culturale din țară și din Republica Moldova, în scopul realizării unui schimb util de experiență între specialiștii din muzee implicate în activități educaționale sau de marketing, comunicările și proiectele prezentate urmând a fi publicate în volumul conferinței [11]. De asemenea, începând cu anul 2018 se desfășoară la Muzeul Național al Satului *Dimitrie Gusti* din București *Conferința Națională de Educație Muzeală*, care reunește specialiști din muzee din țară, reprezentanți ai asociațiilor și ONG-urilor de profil, experți în educația muzeală și are ca

scop schimbul de experiență, idei și opinii în domeniul educației muzeale în vederea stabilirii unor direcții de acțiune [12].

Relevantă din punct de vedere al educației muzeale și al managementului muzeal este și activitatea Muzeului Țării Oașului, instituție publică de cultură aflată în subordinea Consiliului local Negrești-Oaș, muzeu care cuprinde secția în aer liber și secția pavilionară cu Galeriile de artă *Dr. Mihai Pop*. Muzeul Țării Oașului are ca arie de reprezentare zona etnografică Țara Oașului, structura actuală încadrându-l în rândul muzeelor cu profil etnografic – obiectiv cuprins în lista monumentelor istorice, monumente de interes național, categoria A, cod SM-II-a-A-05337.

Pe parcursul anilor, Muzeul Țării Oașului s-a impus în peisajul cultural local și regional ca o instituție de cultură reprezentativă, pe lângă obiectivele și misiunea specifice, muzeul dezvoltând o gamă variată de programe, proiecte și activități cultural-educative ce indică o percepție nouă, multisectorială asupra culturii. Chiar dacă la nivelul instituției nu există niciun specialist în educație muzeală, se constată o preocupare pentru diversificarea ofertei culturale, dar și creșterea interesului publicului pentru activități cultural-educative, drept urmare a dezvoltării unui management bazat pe programe și proiecte culturale. Astfel, pe lângă oferta de bază (o expoziție de bază/permanentă), muzeul a completat oferta complementară și suplimentară cu: activități culturale, expoziții de artă plastică și fotografie, lansări de carte, activități educative, recreative și de voluntariat, workshop-uri și ateliere de creație, târguri meșteșugărești.

Pe parcursul anului 2018, conform Listei programelor și proiectelor culturale minimale prevăzute de Muzeul Țării Oașului Negrești-Oaș, a Raportului de activitate și a situațiilor statistice, instituția a derulat 9 programe și proiecte educative pentru populație, din care, pe grupe de vârstă, situația este următoarea: 0-6 ani – 2, 7-14 ani – 7, 15-24 ani – 8, 25-64 ani – 8, 65 ani și peste – 4. Situația activităților din cadrul programelor și proiectelor educative, pe grupe de vârstă, se prezintă astfel: 0-6 ani – 7 activități, 7-14 ani – 16 activități, 15-24 ani – 16 activități, 25-64 ani – 10 activități, 65 ani și peste – 7 activități.

Societatea este în continuă transformare și fiecare muzeu are obligația de a servi, cât mai bine, comunitatea în sânul căreia funcționează, având un management performant și un personal de specialitate cu o formație științifică solidă pentru a-și atinge scopul său educativ.

BIBLIOGRAFIE

1. BENTAȘ, I. *Pedagogie*. București: Editura ALL, 1998.
2. OPRIȘ, I. *Managementul muzeal*. Târgoviște: Editura Cetatea de Scaun, 2008.
3. STĂNCIULESCU, E. *Teorii sociologice ale educației*. Iași: Editura Polirom, 1996.
4. VĂIDEANU, G. *Educația la frontiera dintre milenii*. București: Editura Politică, 1988.
5. ZBUCHEA, A. *Marketingul în slujba patrimoniului cultural*. București: Editura Universitară, 2008.
6. Legea muzeelor și colecțiilor publice, nr. 311 din 3.07.2003, republicată.
7. Raport de activitate pentru evaluarea managementului Muzeului Țării Oașului, pentru perioada 2015-2018, manager Natalia Lazar.
8. <http://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocument/99863>, accesat la data de 4.05.2020.
9. <http://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocument/174310>, accesat la data de 4.05.2020
10. http://www.anc.edu.ro/standarde_app/SO/Specialist%20educatie%20muzeala.pdf, accesat la data de 4.05.2020.
11. <https://muzeulastra.ro/blog/marketingul-si-educatia-in-muzee-editia-a-x-a/>, accesat la data de 4.05.2020.
12. <https://muzeul-satului.ro/events/conferinta-nationala-de-educatie-muzeala-editia-a-ii-a/>, accesat la data de 3.05.2020.