

INTERACTION BETWEEN PUBLIC AND MUSEUM OBJECT, A MANAGERIAL APPROACH IN THE EXHIBITION SPACE

Gherghina Boda

Scientific Researcher III, Deva Museum of Dacian and Roman Civilisation

Abstract: Rethinking the museum space in general and the cultural exhibition in particular, as developments necessary to meet the increasingly sophisticated requirements of public visitors, imprint to the current museology new axiomatic coordinates. In this context, we can design the exhibition space as a place of socialization, networking activities and interaction with museum objects, with self and others, a space designed to put new communication coordination relationship of the museum subject with the visiting public. In this micro-cultural universe that is the exhibition, the visitor is free to create and recreate scenarios around objects, which, in turn, act directly on the intellect, emotions and sensory of the visitor. In these areas occur interaction and networking aimed at changing opinions and tastes of the visitor and to re-capitalize the museum objects.

Keywords: museum object, public, museum, exhibition, relations, management

Introducere

În anul 1949, George Salle a creat primul serviciu educativ într-un muzeu¹, care s-a dovedit un model de bună practică adoptat ulterior de tot mai multe muzee. Însă începând cu a doua jumătate a secolului XX, se observă o democratizare tot mai accentuată a muzeelor, precum și o deschidere tot mai mare către comunități și indivizi. De acum, muzeul începe să renunțe la pretenția de spațiu doar al elitelor, specialiștilor sau al „aleșilor” și începe să devină tot mai mult un spațiu de socializare, informare, învățare, educare, recreare, creație și relaxare pentru categorii tot mai largi de public. Întoarcerea muzeului către omul obișnuit este saltul care caracterizează tot mai mult activitatea instituțiilor muzeale.

Activitatea educativă sau de pedagogie muzeală desfășurată de specialiștii muzeului pentru vizitatorii împărțiți pe diverse categorii de vârstă, constituie o preocupare predilectă a acestora. Spațiul muzeal a fost transformat într-un forum al educației în cadrul căruia se desfășoară diverse activități instructiv-educative și recreative menite să ofere informații, să educe, să uimească, să stimuleze creativitatea, să producă afecte și atitudini, să formeze deprinderi și atitudini, să îndemne la relaționare atât cu obiectul, cât și cu ceilalți.

Din punct de vedere istoric putem afirma că expozițiile nu sunt o invenție a epocii moderne, ci ele au existat încă din antichitate, însă nu cu accepțiunea pe care i-o conferim astăzi². În cadrul activității muzeale de bază, expozițiile ocupă un loc aparte. Ele se erijează în micro-universuri simbolice în care imaginarul și realul se combină oferind un cadru comun de referință care se pune cu generozitate la dispoziția individului sau a colectivității. În aceste microcosmosuri efemere, care sunt de fapt expozițiile, locurile unde circulă raționalul și imaginarul, specialistul de muzeu aduce în atenția vizitatorilor obiectul muzeal sau mai degrabă lucrul real muzealizat.

Activitatea unui muzeu nu se reduce doar la colecționare și conservare. E adevărat că aceasta a fost, pentru perioade lungi de timp, activitatea predilectă, dar de câteva decenii

¹ Buffet 1995, p. 48.

² Boda 2008, p. 99.

Încoace activitatea de valorificare și cea educativă a căpătat o importanță tot mai mare. Muzeul nu se mai limitează la a-și mări colecțiile cu noi și noi obiecte pe care se obligă să le păstreze în cele mai bune condiții, ci caută, prin mijloace tot mai inedite, să-și expună colecțiile, să creeze povești în jurul obiectelor, să le pună în scenă aidoma unei piese de teatru la care vizitatorul participă în mod direct în timpul actului vizitării. Deoarece un obiect odată intrat într-o colecție își pierde valoarea de folosință, el devine obiect de artă sau civilizație³.

Ceea ce a schimbat radical orientarea muzeului a fost actul muzealizării obiectelor deținute în colecții, al patrimonializării acestora. Este necesară o explicare epistemică pentru a înțelege relația specifică dintre obiectul/obiectele unei expoziții și vizitator. Serge Chaumier reușește să ne introducă în universul obiectului de muzeu și să descifreze această problemă într-un mod logic și deosebit de coerent. El face o distincție clară între *lucru*, pe care îl privește ca pe un instrument, o prelungire a mâinii, inserat în concretul vieții și care întreține un raport de continuitate cu subiectul, și *obiectul de muzeu*, care este de fapt un lucru muzealizat, defuncționalizat și decontextualizat, care capătă o nouă valoare prin intrarea într-un ordin simbolic care îi conferă o nouă semnificație, transformându-l totodată în martor sacralizat⁴. Această perspectivă epistemică asupra obiectului de muzeu este extrem de importantă deoarece ne ajută la înțelegerea mesajelor pe care acesta ni le transmite atunci când este inserat într-o expoziție muzeală. În acest context, obiectul muzeal devine obiectiv de comunicare către un public cu care realizează un raport particular, expozantul, obiectul și publicul formând un triunghi între care se formează tot felul de interpretări încrucișate⁵. Un alt specialist în muzeologie, cehul Zbynek Stransky, încă de pe la mijlocul anilor '60 introducea termenul de *musealium*, prin care înțelegea obiectul de muzeu ca obiect autentic, material, tridimensional, sursă a cunoașterii științifice și mijloc de expresie, care servește la comunicare, influențând în acest mod cunoașterea socială⁶. Totodată, Stransky privește obiectul de muzeu ca declanșator al unor raporturi ale vizitatorului cu realitatea, dar și cu propriile reprezentări⁷. Prin modul de înțelegere a obiectului de muzeu, Stransky anticipează cele mai recente evoluții din muzeologie.

Ipostazele expozițiilor muzeale

Punerea în scenă a expozițiilor fizice sau virtuale are în vedere în primul rând vizitatorul, satisfacerea necesităților culturale ale tuturor categoriilor de consumatori de cultură, de aceea muzeele dezvoltă tot mai mult o activitate de diseminare a informației în rândul publicului vizitator despre obiectele muzeale și despre colecțiile cărora le aparțin. Specialiștii din muzee creează informația în jurul obiectului, îl plasează într-un anumit context încercând să-i reconstituie istoria, după care îl aduce în atenția vizitatorilor, de regulă în cadrul unei expoziții⁸. Actul aducerii obiectului în atenția vizitatorului se încadrează în demersul specialistului de a „face funcțional spațiul muzeal ca un ansamblu de semne și repere mobile al cărui sens devine în cele din urmă ca loc al vizitatorilor”⁹. Acest spațiu poate fi privit fie ca un scenariu în care vizitatorul își creează propriul său rol, fie ca o carte pe care acesta o lecturează, fie ca o media.

În crearea ipostazei de protagonist a vizitatorului concură în primul rând specialistul, care prin tematica și mijloacele alese de organizare a expoziției creează scena, obiectele având rolul de a „povesti” istoria, de a stimula imaginația, de a transpune în alte dimensiuni

³ Chaumier 2011, p. 5.

⁴ *Ibidem*, p. 1.

⁵ Chaumier 2011, p. 3.

⁶ *Ibidem*.

⁷ *Ibidem*.

⁸ Bontempi 2007, p. 1.

⁹ Vol 1998, p. 69.

temporale. Vizitatorul este liber să se joace cu imaginația sa, să creeze și să recreeze scenarii. Acesta se poate plimba printre obiecte, le poate percepe în realitatea lor sau le poate refuncționaliza în diverse alte ipostaze. Expoziția i se prezintă ca o scenă în care fiecare obiect muzeal are rolul său bine stabilit, contribuind în cele din urmă la transmiterea mesajului expoziției. Vizitatorul trebuie continuu să se readapteze semantic în timpul operării între cele două universuri referențiale, cel real și cel artificial, existente în spațiul expozițional, acest fapt conferindu-i rolul de „actor”¹⁰.

Atunci când specialistul își creează expoziția ca o lectură, trebuie să țină cont de anumite aspecte fără de care nu ar putea realiza acest lucru. În primul rând se au în vedere textele utilizate, care trebuiesc percepute ca o conversație¹¹ cu vizitatorul. Privit din acest context, obiectul muzeal se transformă în obiect de lectură. El este văzut ca un semn, „ca un ecran pe care vom proiecta, înscrie discursul sau discursurile pe care dorim să le construim”¹². Când expoziția plasează „obiectul muzealizat în serviciul unui discurs” este absolut obligatorie amplasarea unui text care să introducă vizitatorul în universul temei abordate, să ofere informația pe care acesta trebuie să o urmărească pe parcursul vizitei, să arate „actorii” principali pe care îi pune în scenă, precum și finalitățile pe care dorește să le realizeze, expoziția apărând astfel ca o carte în care sălile apar ca paragrafe iar obiectele ca și cuvinte ale unui discurs figurat¹³.

O altă ipostază a expoziției este cea de media. Repoziționarea sociologică de abordare a media ca dispozitive sociale a permis redefinirea acestui termen ca loc de interacțiune, de producție a discursului social în care aceasta stabilește un tip propriu de legătură socială între actori, se plasează în centrul spațiului social etc., redefinire a media care permite și abordarea legăturii sale cu alte structuri culturale, cum ar fi teatrul, cinematograful sau muzeul¹⁴. Putem afirma, în lumina redefinirii termenului de media, că atât muzeul, cât și expoziția au atributele acestuia. În primul rând, sunt considerate ca locuri de întâlnire a publicului vizitator cu obiectul de muzeu. În timpul vizitei, care devine un act de cunoaștere, contemplare, creație, reflecție, vizitatorul creează o relație specială cu obiectul, dar și cu spațiul expozițional, acesta fiind transformat într-un veritabil spațiu de recepție în care se întâlnesc cele două tipuri de discursuri, anume spațialitatea prezentării și registrul comentariului¹⁵. Aici are loc o acțiune directă asupra vizitatorului în timpul căreia acesta este afectat emoțional și cognitiv, el emițând anumite opinii, pe care le poate difuza apoi în exterior, în acest mod ajutând la transformarea expoziției într-un dispozitiv comunicațional veritabil între un public și o prezentare¹⁶. Această externalizare a discursului expozițional ajută la formarea opiniilor sau/și a gusturilor.

Dar extrem de important rămâne faptul influențării directe a vizitatorului, modul în care specialistul de muzeu își proiectează mesajele asupra acestuia, determinând apariția unor noi percepții și reprezentări ale obiectelor muzeale, apariția unor noi opinii și educarea gusturilor prin ghidarea în acest discurs științific sau artistic. Nu trebuie să oitem faptul că muzeul formează gusturi, atitudini, deprinderi care vor ajuta la formarea unui public specific. Vizita la muzeu trebuie, în primul rând, să creeze plăcere vizuală. Dar nu trebuie să uităm și de celelalte simțuri. De aceea, specialiștii de muzeu trebuie să se orienteze spre organizarea unor expoziții care să implice, dacă nu toate simțurile noastre, măcar cea mai mare parte a lor

¹⁰ Sumier 1997, p. 197.

¹¹ *Ibidem*, p. 196.

¹² Clément 1983, p. 37, apud Sumier 1998, p. 198.

¹³ Sumier 1997, pp. 198-201.

¹⁴ Davallon 1992, p. 103.

¹⁵ *Ibidem*, pp. 107-108.

¹⁶ Davallon 1992, pp. 107-108.

(vizuale, auditive, olfactive, gustative, tactile), iar satisfacția finală a vizitatorului în urma vizitei să fie una cât mai cuprinzătoare, chiar deplină. Această senzorialitate este gustată atât de persoanele cu diverse handicapuri, cât și de persoanele normale și poate fi găsită, de exemplu, în expozițiile culinare, în cele în care vizitatorul poate atinge obiectele, considerate până nu de mult tabuu, în expozițiile care fac apel la muzică sau culoare. Și toate acestea pentru a implica senzorial și emotiv vizitatorul, pentru a-i crea plăcerea de a vizita și a se reîntoarce la muzeu ca la un prieten.

Concluzii

În muzeografia contemporană europeană, în ultimul timp și-a făcut loc termenul de „context local de interacțiune”, care se referă la vizitarea unei expoziții în urma căreia vizitatorul trăiește o experiență care apare ca o construcție pur subiectivă și efemeră, parcursul său în spațiul muzeografic mobilizând „referințele sale cognitive, afective, sociale, capacitatea sa de a analiza, de a realiza și a aplica logica lui de însușire, direct implicat în producția sensului și a construcției cunoștințelor sale”¹⁷. Și aceasta deoarece expoziția constituie un loc al informării, al dezvoltării creativității și al imaginației, locul în care vizitatorul își poate crea propriul său univers, jonglând cu informația primită. Tot în acest spațiu expozițional, muzeul, prin utilizarea noilor tehnologii, transportă vizitatorul într-o lume a sunetelor și culorilor menită să recreeze, măcar parțial, contextul istoric sau spațiul natural în care este plasat bunul cultural, în care acesta își dezvăluie utilitatea, scopul și întreaga sa lume intrinsecă.

În concluzie, transformarea expoziției într-un spațiu social, într-un loc de interacțiune, într-un spațiu de recepție și mijloc de comunicare ajută muzeul să-și îndeplinească misiunea și obiectivele, precum și să-și mențină aproape publicul fidel, dar și să atragă noi categorii de vizitatori. Și aceasta deoarece pe piața culturală și-au făcut apariția noi actori sociali care oferă alternative inedite de petrecere a timpului liber, iar muzeul trebuie să facă eforturi susținute pentru a-și menține supremația de instituție care oferă cultură, cunoaștere, educație și relaxare.

BIBLIOGRAPHY:

- Boda 2008 – Gherghina Boda, *Muzeele din Transilvania între 1817 și 1905*, Ed. Argonaut, Cluj-Napoca, 2008.
- Buffon 1995 – Françoise Buffon, *Entre école et musée: le temp du partenariat culturel et éducatif*, în *Public et Musée*, nr. 7, 1995, disponibil la http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/pumus_1164-5385_1995_num_7_1_1056.
- Chaumier 2011 – Serge Chaumier, *L'Objet de musée*, lucrare prezentată în cadrul Conferinței **Musée de Confluences**, Lyon, 2011, disponibil la <http://www.dijon.fr/appext/mvb/tout-garder-tout-jeter-et-reinventer/objet%20de%20mus%C3%A9e.pdf>.
- Davallon 1992 – Jean Davallon, *Lemusée est-il vraiment un média?*, în *Public et Musée*, nr. 2, 1992, *Regards sur l'évolution des musées*, disponibil la http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/pumus_1164-5385_1992_num_2_1_1017.
- Sumier 1997 – Sandra Sumier, *Le scénario d'une exposition*, în *Public et Musée*, nr. 11-12, 1997, disponibil la http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/pumus_1164-5385_1997_num_11_1_1096.

¹⁷ Vol 1998, p. 70.