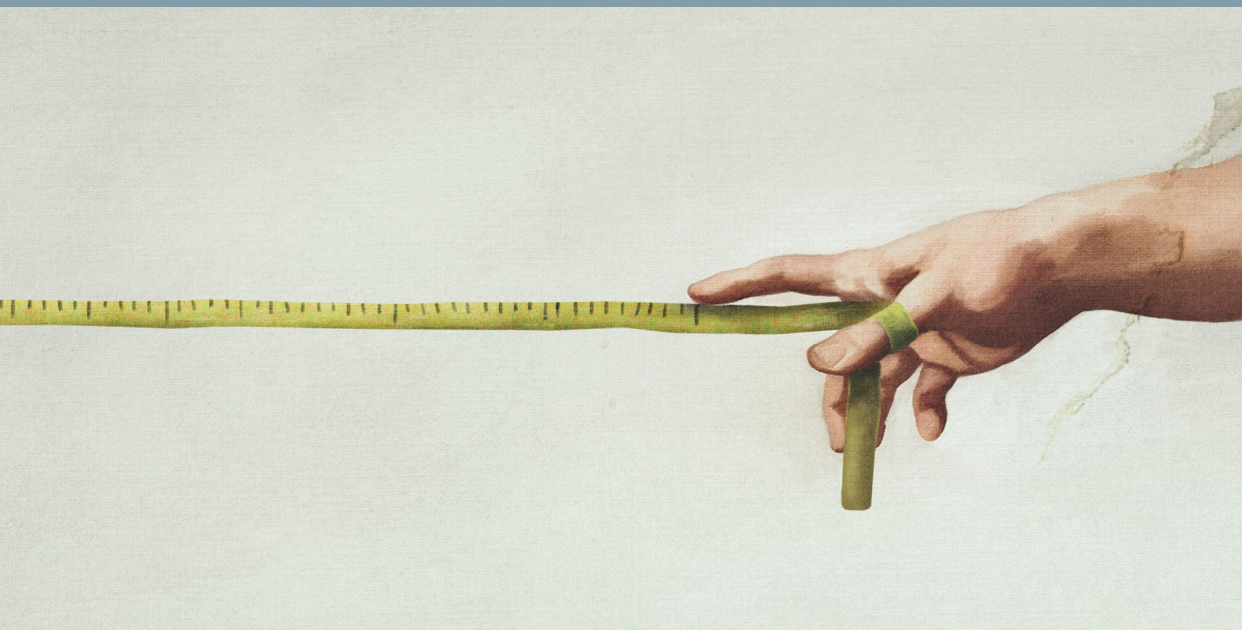


REVISTA MUZEELOR

Nr. 1 / 2021

INSTITUȚIILE MUZEALE ÎN TIMPUL CRIZEI COVID-19 PARTEA a II-a



culturadata.ro



INSTITUTUL NAȚIONAL
PENTRU CERCETARE ȘI FORMARE CULTURALĂ

Nr. 1/2021

REVISTA MUZEELOR

INSTITUȚIILE MUZEALE
ÎN TIMPUL CRIZEI
COVID - 19
PARTEA a II-a

Echipa de redacție

- Virgil Ștefan Nițulescu – *Redactor-Șef*;
- Raluca Iulia Capotă – *Peer-reviewer*;
- Alexandra Zbucnea – *Peer-reviewer*;

Redactori: Alin Savu, Bogdan Pălici, Raluca Rădoi

Corectură: Radu Vasile, Raluca Rădoi

Tehnoredactare și grafică: Aurora Pădureanu

Foto coperta: Fran_kie, Reaching hands from The Creation of Adam of Michelangelo illustration representing social distancing, surreal concept, <https://www.shutterstock.com/ro/image-illustration/reaching-hands-creation-adam-michelangelo-illustration-1868205433>

Adresa de corespondență:

Bulevardul Unirii nr. 22, etaj 2, Sector 3, cod poștal 030833, București

Tel.: 021 891 91 03 | Fax: 021 893 31 75 |

www.culturadata.ro/revista-muzeelor/

www.facebook.com/RevistaMuzeelor

© Institutul Național pentru Cercetare și Formare Culturală (INCFC)

ISSN 1220-1723

ISSN-L 1220-1723



<https://doi.org/10.61789/rm>



INSTITUTUL NAȚIONAL
PENTRU CERCETARE ȘI FORMARE CULTURALĂ

4	Virgil Ștefan NIȚULESCU – <i>Editorial</i>
	INSTITUȚIILE MUZEALE ÎN TIMPUL CRIZEI COVID-19
6	Sorin-Mihai CONSTANTINESCU – <i>Confruntarea muzeelor cu o experiență-limită. Adaptare și inovare</i>
21	Claudia POPESCU – <i>Rețelele de socializare și comunicarea patrimoniului cultural în contextul COVID-19</i>
31	Oana Maria SAVA – <i>Accesul persoanelor cu dizabilități în instituțiile de cultură din România</i>
	VIITORUL MUZEELOR: RECUPERARE ȘI REINVENTARE
45	Anca BALAȘ – <i>Instrumente utile în conturarea unor strategii digitale ce pot dezvolta noi audiențe</i>
56	Gabriela VILĂU – <i>„Thinking outside the box”: considerații privind rolul muzeelor în problematica schimbărilor climatice</i>
74	Alina MARINCEAN – <i>E(ste)tică, Experiență și Educație în reprezentarea Holocaustului în muzeu</i>
	RETROCEDĂRI MUZEALE
88	Adriana AVRAM – <i>Restitution issues: impacting world heritage collections in Europe and Romania</i>
102	Delia BRAN – <i>Retrocedarea memoriei bunurilor culturale – spre o nouă politică muzeală?</i>
113	Márta-Júlia GUTTMANN – <i>Conservarea-restaurarea patrimoniului la Muzeul Național de Istorie a Transilvaniei din Cluj – Istoric și perspective</i>

ABSTRACT

In this exceedingly difficult conjuncture, in which humanity is trying to overcome the pandemic, museums all over the world, including Romania, are trying to recover and reinvent themselves. It is an exceptionally challenging task. The present issue of the Romanian Journal for Museums is devoted to this subject. Other issues are those on the way museums have faced the pandemic, the restitution of museum buildings and collections and to the anniversary of the zonal laboratories for conservation and restoration in museums. The view of the author is not remarkably optimistic.

Key-words: *The future of museums: recover and reimagine; museums during the pandemic.*

<https://doi.org/10.61789/rm.2021.01>

În anul 2021, pandemia de Covid-19 a lovit, în continuare, nediscriminatoriu, toate instituțiile de cultură. Totuși, în România, opinia publică a rămas cu impresia că cei mai afectați operatori culturali au fost cei din sectorul privat, precum și instituțiile de spectacole și concerte, în general. Muzeele nu s-au bucurat, în viziunea presei, de aceeași atenție. Cu toate acestea, muzeele din România au trecut și încă mai trec printr-o perioadă extrem de dificilă. Mulți angajați au devenit victime ale virozei, destul de mulți au continuat să lucreze de acasă, unele muzee și-au redus evenimentele publice ca număr și amploare, iar publicul a venit mai rar la evenimentele muzeale. De asemenea, unele autorități publice au diminuat gradul de finanțare a muzeelor, motivând deciziile lor tocmai cu o presupusă lipsă de interes din partea publicului, precum și cu nevoia alocării mai multor resurse către ocrotirea sănătății și siguranța publică. În mod evident, criza sanitară a provocat și o criză economică și una de încredere în instituțiile publice, multe dintre muzee intrând într-un deficit acut de resurse materiale, dar și umane (în multe dintre ele fiind impuse restricții la noi angajări).

În aceste condiții, tema Zilei Internaționale a Muzeelor, adoptată de Consiliul Internațional al Muzeelor (ICOM), *Viitorul muzeelor: recuperare și reinventare* mi s-a părut a fi o temă foarte potrivită pentru dezbateri în cadrul breslei. Din păcate, anul 2021 este unul al deciziilor care încă nu pot fi luate pe deplin rațional, în ciuda faptului că șocul cel mai grav, când România se afla în starea de urgență, a început să se estompeze. Cu atât mai mult, nu au existat nici prea multă vreme și nici concentrare asupra unui efort concertat de relansare muzeografică, de repornire a activității la un alt nivel de percepție a necesităților publicului față de muzee. Au avut loc unele dezbateri – din păcate desfășurate, cel mai adesea, *online*, cu o mare doză de superficialitate și, chiar dacă au fost prezente și autoritățile, s-au încheiat fără vreo concluzie. Muzeele ar fi avut nevoie de un sprijin (financiar, logistic, administrativ, legislativ), sprijin pe care, din păcate, nu l-au primit. Au avut nevoie și de îndrumări, pe care, de asemenea, nu le-au primit. În general, singurul sprijin real a venit de la Rețeaua Națională a Muzeelor din România, Comitetul Național Român ICOM și Asociația Managerilor de Muzee, care au preluat din experiența colectată pe plan internațional și au

oferit-o colegilor din instituțiile românești. Pe această bază, managerii au putut să ia măsuri de adaptare a activității muzeelor la rigorile impuse de restricțiile sanitare, fără să oprească activitatea muzeelor cu publicul. Acum a devenit vizibil efortul mai multor muzee românești care, în ultimele două decenii, au investit resurse importante în mediul virtual, inclusiv, în digitizarea colecțiilor muzeale. Acele muzee care pregătiseră, de mulți ani, platforme și resurse digitale s-au putut adapta foarte repede la noua situație, în 2020, și, ceea ce este mai important, este că, după ieșirea din starea de urgență, muzeele nu au renunțat la proiectele inițiate în mediul *online*.

Numai că actuala criză sanitară, care a provocat sau a amplificat crize în domeniile social, economic și cultural, continuă și, pe termen scurt, nu se întrevede o remediere a situației. Muzeele din România încearcă să recupereze reculul drastic înregistrat în anul 2020, în materie de venituri, vizitatori și vizibilitate, dar suntem încă departe de a înregistra o revenire la bilanțul din 2019, care fusese unul acceptabil în raport cu precedentii doi ani, în pofida unor limitări și disfuncționalități de finanțare de care s-au făcut vinovate autoritățile. Așadar, în anul 2021, nu a putut fi vorba decât despre o parțială recuperare față de 2020, dar încă foarte departe de anii anteriori. Cât despre reinventare, discuția pare să fie la fel de complicată. Trecerea unor activități pentru public în spațiul virtual este departe de a fi o componentă a reinventării, cel puțin, în România. Sunt lucruri despre care se vorbește, în lumea internațională a muzeelor, de cel puțin 20 ani, dar pentru care, în România, s-au făcut prea puține, până în urmă cu trei – patru ani. Abia anunțarea unor finanțări dedicate procesului de digitizare și de creare a unor portaluri speciale a încurajat muzeele să ofere ceva mai mult publicului, din tezaurile pe care le administrează. O adevărată reinventare va avea loc atunci când muzeele vor înțelege în mai mare măsură care este menirea lor în societatea contemporană și ce așteaptă publicul de toate categoriile de la ele, fie că această așteptare se traduce prin cereri concrete sau nu, fie că publicul ignoră, pur și simplu, muzeele, preferând rețelele de socializare și berăriile. Este demn de semnalat faptul că unele dintre articolele publicate în acest număr al *Revistei* se referă exact la aceste

aspecte, la încercarea muzeelor noastre de a se apropia mai mult de potențialul lor public. În opinia mea, însă, tabloul general, pe plan național, nu este tocmai încurajator.

Celelalte teme majore anunțate, dedicate tocmai crizei provocate de actuala pandemie, cât și problemei încă actuale a retrocedărilor, alături de aniversarea a 45 de ani de la înființarea laboratoarelor zonale de conservare și restaurare, completează tematica actualului număr al *Revistei*. Totuși, interesul specialiștilor pentru împărtășirea experiențelor lor către colegi, pe calea publicațiilor științifice, este, oarecum, în recul, din cauza unui apetit mai mare pentru popularitatea, aproape instantanee, pe care o oferă transmisia comunicărilor orale, prin utilizarea noilor platforme: skype, zoom, teams, google meet etc. O lume în care până și poșta electronică pare un mijloc învechit de comunicare se schimbă sub ochii noștri. Lumea academică își are, însă, regulile ei, destul de stricte. Chiar dacă bibliografia consultată este, deja, majoritar accesibilă pe internet și doar, pe alocuri, în biblioteci fizice, rămân la convingerea că articolele publicate în *Revista muzeelor* sunt cele care contează și care vor continua să conteze, și în deceniul următor. O situație similară se întâmplă și în celelalte țări europene, unde publicațiile științifice își păstrează prestigiul și influența. Este de sperat că, în termen scurt, muzeografii vor fi din nou interesați de problemele dezbatelor academice, dincolo de aparența celebrității temporare, oferite de rețelele de socializare.

Revenind la temele acestui număr al *Revistei muzeelor*, este de notat faptul că ele constituie obiectul unei preocupări majore în întreaga lume muzeală. Din această perspectivă, este evident faptul că suntem sincroni cu problemele tuturor colegilor din muzeele lumii. Rămâne de văzut, și de judecat de cititorii noștri, în ce măsură și soluțiile propuse în muzeele românești sunt consonante cu cele promovate pe plan mondial.

Dr. Virgil Ștefan NIȚULESCU

Redactor-Șef

revistamuzeelor@culturadata.ro

vsnitulescu@yahoo.co.uk

INSTITUȚIILE MUZEALE ÎN TIMPUL CRIZEI COVID-19

CONFRUNTAREA MUZEELOR CU O EXPERIENȚĂ-LIMITĂ. ADAPTARE ȘI INOVARE

Museums Facing a Liminal Experience. Adaptation and Innovation.

Sorin-Mihai CONSTANTINESCU

ABSTRACT

Belonging to one of the sectors most exposed to the COVID-19 crisis, museums are at a turning point. Although unevenly affected financially, museums need, now more than ever, to get support for their activity. The fact that museums were already interconnected in strong networks, thus having access to a global database of good practice that proved invaluable in these times, allowed these institutions to adapt in solidarity to a shocking experience. On the other hand, the reflex response of museums everywhere was to take refuge in virtual reality, where they managed to prove a resilience and a creative capacity that exceeded all expectations. In turn, the professionals from Romanian museums have become a benchmark for how the lasting creative energy of these institutions can be attributed to the cause of maintaining culture at the forefront of social life. Although at present there is still plenty unknown about the COVID-19 crisis evolution, we are confident that the fundamental question that museums will have to answer remains just one: To be (different than before) or not to be!

Key-words: COVID-19, Innovate Museum, Innovative Approach, Museum Challenges, Museum Adaptation, Online Museum, Digital Transformation.

<https://doi.org/10.61789/rm.2021.02>

REZUMAT

Apartinând unuia dintre cele mai expuse sectoare la criza COVID-19, muzeele se află într-un moment de cotitură. Deși inegal afectate pe plan financiar, toate muzeele au nevoie, acum mai mult ca oricând, de susținerea activității lor. Faptul că muzeele erau deja interconectate în cadrul unor rețele puternice, având astfel acces la o bază de date de bune practici globală care s-a dovedit a fi neprețuită în aceste momente, le-a permis acestor instituții să se adapteze în mod solidar la o experiență-limită. Pe de altă parte, răspunsul reflex al muzeelor de pretutindeni a fost acela de a se refugia în realitatea virtuală, unde au reușit să dovedească

o reziliență și o capacitate creativă care a depășit toate așteptările. La rândul lor, profesioniștii din muzeele românești au devenit un punct de reper pentru modul în care energia creatoare de durată a acestor instituții poate fi pusă în slujba cauzei menținerii culturii în prim-planul vieții sociale. Chiar dacă în momentul de față avem încă destule necunoscute legate de evoluția crizei COVID-19, avem certitudinea că întrebarea fundamentală la care muzeele vor fi nevoite să răspundă rămâne una singură: A fi (altfel decât până acum) sau a nu fi?

Cuvinte cheie: COVID-19, Muzeul inovator, Abordarea inovatoare, Provocările muzeului, Adaptarea muzeului, Muzeul online, Transformarea digitală.

1. Impactul crizei COVID-19 asupra muzeelor

Cu ocazia Zilei Internaționale a Muzeelor de anul trecut, secretarul general al ONU a confirmat faptul că în timpul crizei COVID-19 peste 85.000 de muzee și-au închis porțile, majoritatea dintre ele menținându-și contactul cu publicul în spațiul virtual. Având în vedere faptul că muzeele joacă un rol fundamental în reziliența societăților, este necesar să li se ofere un sprijin financiar consistent odată ce se încheie pandemia.¹ Desigur, finanțările vor trebui să țină cont de faptul că odată cu perturbarea activității muzeistice a apărut o mentalitate digitală.

Anul acesta, cu aceeași ocazie, președintele ICOM a pledat pentru susținerea rolului muzeelor în societate și a atras atenția asupra faptului că nu este suficientă doar recuperarea situației dinainte de pandemie. Trebuie înțeles faptul că muzeele sunt punți între oameni și culturi și că acestea promovează participarea și diversitatea, inovând și experimentând totodată pentru a răspunde provocărilor sociale, economice și de mediu ale unui prezent tot mai problematic.²

Pe lângă alte sectoare ale economiei, cum ar fi industria, transportul, turismul, serviciile ș.a., cultura, inclusiv domeniul creativ și cel al organizării spectacolelor, a avut, și are și în continuare, cel mai mult de suferit de pe urma crizei COVID-19. În particular, instituțiile muzeale au fost destabilizate de măsurile de distanțare fizică, care, în majoritatea țărilor lumii, au cunoscut mai multe etape. Îngrijorător rămâne faptul că virusologii preconizează apariția de noi valuri pandemice, pe fondul vaccinării insuficiente și apariției de noi tulpini COVID-19.

Deși multe muzee beneficiază de subvenții publice, unul dintre indicatorii de bază care le măsoară performanța rămâne numărul de vizitatori înregistrați. Astfel, prăbușirea turismului cultural (fenomen ce s-ar putea menține și în următorii ani) va afecta nu doar modul în care muzeele vor trebui să răspundă acestei provocări, ci și nivelul finanțărilor primite.

Ținând cont de rolul major pe care îl au muzeele în promovarea turismului durabil, atât pe plan local, cât și național, sprijinirea refacerii capacității acestora devine o miză esențială. Pentru că turismul digital a început să se impună ca fenomen de

1 Articol prezentând închiderea a 90% dintre muzee din cauza COVID-19, <https://news.un.org/en/story/2020/05/1064362> (10 iulie 2020)

2 Mesajul Președintelui ICOM cu ocazia Zilei Muzeelor 2021, <https://icom.museum/en/news/international-museum-day-2021-president-message> (19 august 2021)

masă, profesionalizarea personalului în acest sens, cel puțin în România, poate deveni o poveste de succes având în vedere susținerea venită de la stat chiar și în perioada de închidere (care s-a încheiat pe 15 mai 2020), atunci când 70% dintre angajați au lucrat de acasă și au primit 75% din salariu.

Dacă peste 90% dintre instituțiile din sectorul muzeal au fost închise pe timpul crizei, este posibil ca 10% dintre acestea să nu se mai poată redeschide niciodată. În ciuda acestei situații dramatice pe plan global, muzeele au reacționat prompt în dezvoltarea prezenței lor online (în ciuda unor decalaje regionale evidente), ceea ce arată că emergența lor (în 2020, sunt înregistrate 95.000 de muzee, cu 60% mai mult decât în 2012)³ reprezintă un fenomen natural.

În ceea ce privește România, chiar dacă publicul, poate, nu are întotdeauna conștiința faptului că muzeele joacă un rol vital în societate, din punctul de vedere al ponderii numărului de muzee, țara noastră se situează (cu 22,6 muzee la un milion de locuitori) în „a doua grupă valorică”, alături de mai multe state importante, printre care Ucraina și Israel.⁴

De aici rezultă totuși o responsabilitate suplimentară pentru toate părțile interesate de activitatea muzeelor românești. Dacă ne-am referi doar la situația muzeelor din Capitală, care au înregistrat în intervalul mai-august 2020 un număr de vizitatori cu 60% mai redus decât în aceeași perioadă a anului precedent⁵, avem deja conturată imaginea unui câmp de luptă pentru supraviețuire la care trebuie chemate să intervină toate forțele active ale societății.

2. Solidaritatea muzeelor în fața crizei COVID-19

La începutul crizei COVID-19, muzeele s-au refugiat (instinctiv) în realitatea virtuală. A urmat etapa de tranziție, cea a folosirii tuturor mijloacelor pentru recuperarea realității fizice și ne așteptăm la trecerea în etapa stabilirii echilibrului optim între spațiul fizic muzeal și prezența muzeului în spațiul virtual. Evident, muzeele au nevoie de sprijin pentru a-și recalibra motoarele care le susțin parcursul normal, atât în privința conservării trecutului și a ținerii pasul cu exigențele prezentului, cât și a prefigurării unui viitor responsabil.

În ceea ce privește componenta financiară, muzeelor trebuie să li se ofere posibilitatea de a face profit prin desfășurarea unor activități economice mai largi. În același timp, activitatea economică a muzeului nu trebuie privită drept un indicator al eficacității sale, pentru că blocajele pot veni în valuri pandemice, iar ieșirea din acestea necesită susținerea creativității.

Dacă în ceea ce privește necesitatea alocării cât mai rapide de fonduri pentru a asigura sustenabilitatea muzeelor și pentru a putea pune în practică soluții creative există un

consens evident în rândul tuturor părților interesate, chiar și la nivel politic, atunci când vine vorba de adoptarea unor soluții concrete de redresare a acestora, ideile, de regulă, se despart.

Dacă partea financiară este punctul cel mai slab al muzeelor, punctele lor forte sunt solidaritatea și capacitatea de inovare. Aceasta din urmă a permis trecerea muzeelor la o mentalitate digitală, în care nicio idee inovatoare nu este exclusă din start. Tocmai de aceea planul general de acțiuni conceput de ICOM pentru întărirea rezilienței muzeelor, care reprezintă o sursă valoroasă de inspirație pentru muzeele de pretutindeni, trebuie adaptat realităților de la nivel instituțional. Planul este structurat în 8 puncte, a căror prezentare, fie ea și extrem de succintă, se poate dovedi utilă pentru personalul muzeelor:

1. Pe primul plan trebuie să stea siguranța și asigurarea bunăstării personalului instituției. Depășirea momentului se va face cu asigurarea sănătății și siguranței și

5 Articol de presă despre scăderea numărului vizitatorilor muzeelor în 2020, <https://www.agerpres.ro/cultura-media/2020/09/01/muzeele-capitalei-in-pandemie-numarul-vizitatorilor-redus-cu-pest-60-in-perioada-mai-august-fata-de-2019--565202> (20 august 2021)

3 UNESCO (2020). p. 4.

4 Idem, p. 11.

păstrarea unor condiții de muncă optime pentru întregul personal angajat al muzeului.

2. Managementul muzeal trebuie să se concentreze pe gestionarea lucrurilor importante – pe care personalul muzeului le execută cel mai bine – propunând publicului alternative de desfășurare a activităților curente.
3. Evoluțiile și schimbarea nevoilor societății trebuie monitorizate astfel încât muzeul să poată veni în întâmpinarea nevoilor culturale ale comunității. Înțelegerea impactului crizei ajută muzeul să păstreze legătura cu comunitățile și să caute permanent soluții inovatoare.
4. Menținerea unui contact strâns cu partenerii și colaboratorii și participarea la inițiative comunitare reprezintă activități esențiale pentru muzee. Trebuie păstrată legătura cu colegii de breaslă în cadrul rețelelor profesionale și realizată unirea forțelor în cadrul unor parteneriate.
5. Analizarea modului în care muzeele au făcut față situațiilor relativ similare din trecut și extragerea învățămintelor din lecțiile trecutului devin utile pentru depășirea crizei. Personalul muzeelor trebuie să dezvolte mai multă reziliență, empatie și solidaritate.
6. Documentarea crizei și a impactului acesteia este o activitate obligatorie pentru muzee, atât în vederea formulării unui răspuns rapid, cât și pentru a putea păstra cunoștințe, amintiri și mărturii despre ceea ce s-a întâmplat în timpul crizei pentru generațiile viitoare.
7. Orice experiență trebuie valorificată. În urma decalajului dintre muzeele închise și cele care s-au redeschis deja, primele pot primi informații prețioase despre modul în care instituțiile muzeale care au făcut față cu bine acestei situații și-au dezvoltat noi abilități creative.
8. Muzeele trebuie să rămână unite în efortul comun de redresare și să dea dovadă de spirit de înțajutorare. În acest sens, contribuția fiecărui muzeu este importantă, iar personalul acestuia

trebuie să dea dovadă de profesionalism și responsabilitate, precum și de o înaltă ținută morală.⁶

Dacă avem în vedere faptul că aproape toate muzeele din întreaga lume vor trebui, probabil, să-și reducă resursele și activitățile ca urmare a pandemiei COVID-19 – deși această apreciere este infirmată de optimismul participanților la sondajul mondial din septembrie-octombrie, care se arată mai încrezător decât în cel din aprilie 2020 –, aceste măsuri generale trebuie completate în funcție de necesitățile locale. Acest lucru este cu atât mai necesar dacă ținem cont de diferențele semnificative care există încă între regiuni și efectele negative mai pronunțate resimțite de muzeele din Asia, America Latină, Caraibe și țările arabe față de cele europene.⁷

În acest context, România are de luptat cu o situație de criză, dar și cu declinul evident al interesului pentru majoritatea activităților culturale. Intenția de participare a publicului din țara noastră în 2020, după starea de urgență din primăvară, la activități culturale a scăzut, comparativ cu participarea anuală din 2019, marcând în unele cazuri scăderi considerabile de la un an la altul în privința vizitelor la muzeu, mersului la spectacole de divertisment în aer liber sau mersului la spectacole de muzică în spații închise.⁸

Un răspuns coordonat din partea muzeelor înseamnă o abordare holistică a cadrului conceptual în care acestea își desfășoară activitatea în folosul societății. De aceea, toate părțile interesate, de la specialiști și până la instituțiile financiare, trebuie să colaboreze pentru a găsi modalități adecvate de a sprijini muzeele, precum și pentru a asigura pe viitor fezabilitatea acestei ramuri, odată cu depășirea crizei.⁹

6 ICOM III (2020), p. 24-30.

7 ICOM II (2020), p. 5.

8 Croitoru, Becuț Marinescu (2021), p. 28.

9 Antara, Shuvro, (2020), p. 53.

3. Exemple de bune practici de adaptare a muzeelor pe plan mondial

Din cauza imposibilității întâlnirii muzeelor cu publicul lor pe timpul crizei COVID-19, partajarea exemplelor de bună practică în vederea găsirii celor mai potrivite răspunsuri pe plan local a devenit crucială pentru supraviețuire. Cu toate că soluțiile de viitor se pot plasa pe mai multe paliere de intervenție, în funcție de capacitatea de inovare particulară adaptată condițiilor concrete din comunitatea respectivă, în urma acestei crize, muzeele au devenit mai conștiente ca oricând de faptul că fiecare în parte este un nod dintr-o rețea mondială, în care toate elementele sale trebuie să colaboreze între ele și să rămână solidare. O materializare a acestei solidarități o reprezintă transformarea schimbului reciproc de cunoștințe și experiențe într-un atu valoros pentru consolidarea rețelei globale a muzeelor din toată lumea.¹⁰

Dintr-o multitudine de știri încurajatoare în planul adaptării instituțiilor muzeale, apărute încă de la începutul pandemiei, am selectat doar câteva exemple care dovedesc capacitatea de adaptare și reziliența muzeelor, precum și impresiionantul lor potențialul creativ: Muzeul Palestinian a lansat campania „Museum from Home; Palestine Perseveres” pentru a furniza conținut cultural și educațional pentru toate vârstele prin intermediul platformei sale online.¹¹ Muzeul Etnografic din Istria, Croația, a pus online conținutul expoziției sale „Fear In Our Everyday Life”¹², observând cât de relevant poate deveni un program muzeal. Muzeul Israelului a oferit un videoclip al expoziției sale „Seated in Seclusion”, care a căpătat o nouă semnificație în contextul izolării.¹³ Muzeul Te Papa, din Noua Zeelandă, a creat o mică pagină de calm pe site-ul său web pentru a oferi un

conținut care să sprijine bunăstarea.¹⁴ Muzeul Naturkunde din Berlin monitorizează focarul de COVID-19 și oferă public linkuri și informații utile prin intermediul site-ului său web.¹⁵ Muzeele și instituțiile de patrimoniu din Normandia, Franța, împreună cu organizația profesională a curatorilor, oferă șabloane open-source pentru confecționarea măștilor pentru față din orice materiale disponibile.¹⁶ Muzeul persoanelor fără adăpost din Marea Britanie a mobilizat voluntari prin intermediul site-ului său web pentru a oferi pachete alimentare și îngrijire persoanelor fără adăpost.¹⁷ Museo Memoria y Tolerancia, din Mexic, a inițiat o campanie de socializare pentru a sprijini drepturile omului (cu privire la rasism, dreptul la sănătate, locuințe, muncă decentă, securitate socială și violență în familie) ce se va întinde pe întreaga perioadă de pandemie.¹⁸

Reacțiile muzeelor din întreaga lume în prima etapă de închidere generată de COVID-19 reprezintă o dovadă certă a faptului că muzeele s-au transformat. De asemenea, faptul că cel puțin o parte din public a fost interesat de activitățile propuse de muzee (mai mult) la începutul închiderii a condus la o schimbare și în sensul apariției unor noi așteptări din partea publicului.¹⁹ Dacă alianța dintre muzeu și publicul său s-a realizat în mod natural, trecerea la facilitățile online nu a fost simplă deoarece nu a existat o finanțare specifică luată în considerare anterior și procesul a trebuit să fie proiectat și implementat foarte rapid. Prin urmare, abordarea aleasă de muzee, cel puțin

10 UNESCO (2020), p. 5.

11 Campania „Museum from Home; Palestine Perseveres” a Muzeului Palestinian, <https://www.palmuseum.org/the-palestinian-museum-launches-its-museum-from-home-campaign> (8 iulie 2020)

12 Conținutul expoziției „Fear In Our Everyday Life” a Muzeului Etnografic din Istria, <https://www.pulainfo.hr/events> (7 iulie 2020)

13 Videoclip al expoziției „Seated in Seclusion” al Muzeului Israelului, <https://www.imj.org.il/en/exhibitions/seated-seclusion> (8 iulie 2020)

14 Pagină de calm pe site-ul Muzeului Te Papa, <https://www.tepapa.govt.nz> (9 iulie 2020)

15 Informații utile despre COVID-19 pe site-ul Muzeului Naturkunde din Berlin, <https://www.museumfuernaturkunde.berlin/en/press-releases> (9 iulie 2020)

16 Șabloane open-source pentru confecționarea măștilor oferite online, <https://www.normandie.fr/le-patrimoine-regional> (07 iulie 2020)

17 Mobilizare online pentru oamenii străzii, <https://museumofhomelessness.org/2021/05/04/impact-of-covid-19-coronavirus-on-homelessness/> (9 iulie 2020). Toate aceste exemple sunt prezentate mai amplu în ICOM I (2020).

18 Campanie de socializare pentru a sprijini drepturile omului, Museo Memoria y Tolerancia, din Mexic, <https://www.myt.org.mx> (8 iulie 2020)

19 Zbucnea, Romanelli, Bira (2020), p. 682.

în primele luni după blocaj, a fost să promoveze și să adapteze materialele pe care le aveau deja (tururi virtuale, materiale de lucru utilizate pentru programe educaționale cu copii) pentru a fi descărcate și utilizate acasă etc.²⁰

Având în vedere numărul tot mai mare de utilizatori de smartphone-uri sau dispozitive digitale care pot accesa simplu conținutul lor online, muzeele s-au integrat unui mediu ubicuu, care le obligă să ofere un conținut variat la dispoziția alegerii utilizatorilor, ceea ce înseamnă că muzeele partajează responsabilități comune și roluri interschimbabile cu publicul.²¹

Multe instituții și-au dezvoltat propriile proiecte, adesea ca parte a politicilor de digitalizare promovate de autoritățile publice, de exemplu Muzeul Bangabandhu, Bangladesh, Muzeul Național al Costumelor Grand Bassam, Coasta de Fildeș, și portalul Departamentului de Antichități din Iordania, care au realizat producții digitale, aplicații și jocuri pentru toate vârstele. În această situație, multe evenimente au fost prezentate online, prin intermediul rețelelor de socializare, live sau înregistrate, adesea descărcabile sau disponibile pe platforme digitale. De exemplu, GAMeC (Galeria de Artă Modernă și Contemporană) din Bergamo, Italia, a creat o emisiune radio online, în timp ce MUO (Muzeul de Arte și Meserii) din Zagreb, Croația, a lansat numeroase inițiative online. Un număr de muzee (de exemplu, Galeria Leventis din Cipru) au profitat la maximum de social media (Facebook, Twitter, Instagram sau de canalele YouTube sau SoundCloud) pe timpul crizei, iar cele care activau deja pe aceste rețele și-au intensificat prezența prin toate echipele muzeului pentru a oferi conținut specific adaptat la format digital. Hastings Contemporar, Marea Britanie, a profitat de camerele pustii pentru a prezenta o vedere a colecțiilor din perspectiva unui robot. Frick Collection, New York, a avut ideea de a organiza un cocktail cu curatorii. Valence Museum, Franța, a asociat o lucrare cu o melodie. Angermuseum Erfurt, Germania, și-a prezentat colecțiile folosind reproducerile lor într-un joc video. Getty Museum, Los Angeles, și Rijksmuseum, Amsterdam, au invitat utilizatorii rețelelor de socializare să facă

fotografii reproducând opere celebre. Muzeul Hărților în Relief din Paris și Muzeul de Arte Precolumbiene și Indigene din Montevideo au conceput un joc video cu avataruri ce pot fi descărcate, toate acestea având ca scop implicarea vizitatorului virtual.²²

Printre altele, Stiftung Preußischer Kulturbesitz, Berlin, a donat îmbrăcăminte de protecție și dezinfectanți atât pentru protejarea personalului propriu, cât și pentru alte muzee naționale și biblioteci. Muzeul de artă digitală din Zürich – MuDA, împreună cu partenerii săi, a oferit cursuri creative transmise în direct. Asociația muzeelor din Letonia a inițiat o campanie de încurajare a vizitatorilor să se întoarcă la muzeu, asigurându-le măsuri suplimentare de protecție. În Finlanda a fost demarat un proiect, coordonat de Aboa Vetus și Ars Nova și implementat împreună cu Muzeul Tehnologiei și alți parteneri, constând în examinarea modului în care muzeele pot fi utilizate ca platforme de inovare pentru activități sociale.²³ După cum reiese din cazul Muzeelor Vaticanului, pentru a identifica practicile muzeale care vor fi utile pentru readucerea vizitatorilor în spațiile fizice după criza COVID-19, este necesar ca muzeul să devină mai participativ, mai concentrat asupra publicului tânăr și mai digitalizat. Cu toate acestea, dimensiunea digitală a muzeelor nu se reduce la accesul la imagini interactive și jocuri online. Digitalizarea muzeelor înseamnă introducerea unei dimensiuni suplimentare, ca alternativă de stimulare a vizitatorului virtual de a face o vizită reală ulterior și constituie, în același timp, o experiență care trebuie să completeze și nu să înlocuiască o vizită în spațiul muzeal fizic.²⁴

În plus, meta-experiențele muzeale au fost deja incluse în British Library Simulator, o experiență care imită un joc Nintendo timpuriu. Folosindu-se de interacțiunea jocului, vizitatorul re trăiește în realitatea augmentată a turului virtual o experiență unică a prezenței în biblioteca britanică.²⁵ Astfel de realizări oferă o experiență mai antrenantă, permițând în același timp jucătorului să devină, cu bună știință, un turist

20 Zbucnea, Romanelli, Bira (2021), p. 68.

21 Choi, Kim (2021), p. 10.

22 NEMO (2020), p. 16-17.

23 CFM (2020), p. 16-18.

24 Nasta, Pirolo (2021), p. 9.

25 Burke, Jørgensen, Jørgensen (2020), p. 2.

digital cu limite impuse doar de imaginația gazdelor sale. Sugestiile privind o cât mai bună adaptare a muzeelor au mers de la evitarea cu orice preț a izolării geografice (prin afilierea la comunități cu impact cât mai larg) până la adoptarea unei atitudini calme, eventual de suport în continuare a comunităților care au nevoie de locuri suplimentare pentru efectuarea de teste sau chiar pentru carantinare.²⁶

Încă de la începutul crizei COVID-19 au fost luate măsuri concrete de combatere a impactului acesteia. Reținem două exemple relevante în acest sens: „Un fond de 1,57 miliarde de lire sterline (echivalentul a 1,73 miliarde de euro) va ajuta muzeele și palatele istorice din Marea Britanie, precum și companiile implicate în muzică live și cinematografele independente”²⁷ și „Muzeul Luvru din Paris, în ciuda faptului că a înregistrat pierderi de peste 40 de milioane de euro odată cu pierderea a 80% din public și se așteaptă la trei ani dificili din punct de vedere financiar, preconizează o relansare a instituției printr-o democratizare culturală, care îi vizează pe tineri și pe vizitatorii proveniți din categorii sociale cu venituri mai modeste”²⁸.

Queens Museum, New York, prin programele sale (expoziționale, artistice, educaționale etc.), se adresează unei comunități de o diversitate etnică și culturală impresionantă, reușind astfel să se mențină în atenția publicului prin oferte care se pot înscrie foarte bine în sfera preocupărilor unor centre culturale polivalente și chiar a unor comitete de cercetare socială. În jurul activității muzeului newyorkez s-au strâns artiști, scriitori, designeri, arhitecți, educatori pentru a genera idei care să ajute nu doar la redresarea sa, ci și la dezvoltarea unui model instituțional orientat spre comunitate.²⁹ Programul de educație școlară British Museum,

realizat în colaborare cu Samsung, care aplică flip learningul (învățarea răsturnată: munca școlii făcută acasă și munca de acasă făcută la școală) pentru a înlesni participarea la conținutul vizual online, astfel încât amintirile spectatorilor despre muzeu să fie mult îmbunătățite, iar muzeul să fie perceput mai mult ca o platformă socială.³⁰ Acestea sunt alte două exemple de preocupare în găsirea unor noi modele de sustenabilitate, capabile să răspundă provocărilor complexe ridicate de peisajul cultural contemporan, astfel încât muzeele să poată juca un rol mai mare în educație și să obțină venituri suplimentare care să le ferească de tentația de a deveni parcuri de distracții sau locuri de divertisment.³¹ Toate știrile provin dintr-un flux neîntrerupt despre lumea muzeistică pornit încă de la începutul crizei. Acestea, pe de o parte, se înscriu în registrul adaptării muzeelor la condițiile impuse de criză și, pe de altă parte, ne obligă să privim cu respect comunitatea profesioniștilor din muzee.

De aceea, epoca post-COVID-19 poate fi văzută ca una a schimbării instituționale, efectuată nu doar spre binele comunității muzeale, ci și în beneficiul vizitatorilor și chiar al exponatelor. Însă pentru a realiza aceste lucruri este necesară revizuirea politicilor expoziționale în sensul dezvoltării unei strategii comune, care să ofere posibilitatea adaptării planurilor de măsuri la specificul fiecărui muzeu și la necesitatea creșterii mobilității bunurilor culturale materiale. Iar, cu un sprijin acordat autorităților publice locale pentru diversificarea vieții lor culturale, se pot crea noi locuri de muncă și în sectorul cultural.³² În plus, „pentru că domeniul nostru este nevoit să se schimbe într-un ritm accelerat, avem ocazia și puterea de a face finalul acestei povești unul chiar mai bun decât s-ar fi așteptat oricine”³³.

26 CFM (2020), p. 1.

27 Articol de presă despre susținerea financiară a muzeelor din Marea Britanie, <https://www.rfi.ro/cultura-122776-marea-britanie-aproape-miliarde-dolari-sustinere-institutii-culturale> (10 iulie 2020)

28 Articol de presă despre redeschiderea Muzeului Luvru din Paris, <https://www.wall-street.ro/articol/Turism/257423/muzeul-luvru-se-redeschide-luni-intr-un-format-afectat-de-pandemia-de-covid-19-ce-se-va-afla-in-fata-giocondei.html#gref> (8 iulie 2020)

29 Articol UNESCO privind redresarea muzeelor după pandemie, <https://en.unesco.org/courier/2020-3/reimagining-museums-future> (9 iulie 2020)

30 Choi, Kim (2021), p. 12.

31 Giannini, Bowen (2021), p. 8.

32 Mir (2021), p. 86.

33 Mesajul Președintelui ICOM privind activitatea muzeelor în pandemie și după, <https://icom.museum/en/covid-19/advocacy/museums-will-move-on-message-from-icom-president> (9 iulie 2020)

4. Analiză critică a exemplelor de adaptare a muzeelor românești

Pandemia COVID-19 a limitat interfața fizică existentă a muzeelor și de aceea este necesară o interfață complet nouă pentru ca publicul să se poată bucura de o experiență muzeală completă. În această situație, cea mai importantă tendință este de departe cea digitală.³⁴ Datele arată că aproape 70% dintre muzee și-au sporit prezența online încă de la începutul aplicării măsurilor de distanțare socială, iar după trei săptămâni de la declanșarea crizei deja 80% dintre muzee și-au crescut această activitate, menținând la grade sporite, prin transmiterea prin internet, vizibilitatea generală și interesul pentru patrimoniul cultural.³⁵

Muzeele din România au înțeles și nu s-au lăsat mai prejos decât cele mai titrate instituții de profil din întreaga lume în privința prezenței lor în mediul online și pe rețelele de socializare. Dacă alegem să ne uităm doar la avalanșa de postări înregistrate pe grupul public „Muzee” de pe Facebook (în perioada 1 mai – 10 iulie 2020, au existat chiar și 20 se postări pe zi, situație care s-a menținut aproape de acest nivel și în anul 2021), care au semnalat evenimentele muzeistice naționale (și nu numai), putem să ne facem o imagine corectă despre modul în care muzeele românești s-au mobilizat pentru a rămâne în contact cu publicul lor.

Studiile de caz analizează modul în care muzeele folosesc în mod activ tehnologia informației și învață să devină un spațiu cultural și tehnologic care permite publicului să interacționeze în vederea cunoașterii conținutului, dar și pentru susținerea valorilor și identităților sociale, contribuind astfel la creșterea durabilă și incluziunea comunităților.³⁶

Astfel, ne bucurăm să constatăm că amploarea acestui fenomen vine să confirme predicțiile unui director de muzeu autohton care, întrebând despre impactul crizei COVID-19 în zona muzeală, declara, cu sinceritate dezarmantă, următoarele: „Dacă ne referim la domeniul muzeal, cred că ne vom afla pe un drum accelerat și pozitiv de recuperare a unor decalaje. Sunt însă foarte multe de făcut, pe

de-o parte ca publicul să aibă un acces la muzee comparabil cu media europeană și, pe de altă parte, ca puținele muzee din România să își modernizeze abordarea în ceea ce privește promovarea patrimoniului propriu.”³⁷

Desigur, rămân în continuare diferențe mari între muzeele care erau deja pregătite să prezinte publicului conținut în format digital (tururi virtuale, expozate în 3D, colecții întregi gata să fie încărcate pe internet etc.) și cele lipsite de resursele tehnologice necesare. Cu toate acestea, chiar și muzeele românești mai puțin cunoscute au încercat să suplinească deficitul de finanțare prin postarea de filme din propria arhivă sau prin intervenții ale personalului angajat, care și-au prezentat online bunurile de patrimoniu pe care le administrează. Un bun exemplu în acest sens îl reprezintă Muzeului Național al Banatului, care a lansat proiectul „Povestea obiectelor de patrimoniu”³⁸. Ceea ce muzeele autohtone au pierdut în plan financiar (prin absența vizitatorilor și înghețarea contractelor cu terții, desigur, acolo unde acestea erau prezente) au câștigat fără îndoială în planul vizibilității online, creând astfel condițiile unei revărsări de creativitate care poate fi interpretată nu atât ca o constrângere, ci ca o trecere la un alt nivel calitativ, pe cât de salutară, pe atât de meritorie.

Spre exemplu, la capitolul educațional (care s-a dovedit a fi și cel mai apreciat de public) s-au făcut remarcate: Muzeul Național al Țăranului Român, cu programe multiple: Muzeul de acasă, MȚR Mă Inspiră, Povești de seară mețeriste, MȚR în vremea pandemiei, Istorie de viață, Arhiva timpului prezent, Casa de-acasă; Muzeul Național Cotroceni, cu Școală de vară, care a cuprins diverse ateliere de artă și muzeologie dedicate în același timp învățării și jocului; Muzeul de Artă Baia Mare – Concursul „Amintiri dintr-un tablou”; Muzeul Național de Istorie Naturală „Grigore Antipa” – Atelier de creație și povești;

37 Liviu Jicman, directorul MNC, despre efectele COVID-19 în cultură, <https://financialintelligence.ro/liviu-jicman-directorul-muzeului-national-cotroceni-despre-efectele-crizei-culturale-provocate-de-pandemie-se-pot-rasturna-ierarhiile-dar-nu-valorile/> (09 iulie 2020).

38 Muzeul Național al Banatului, proiect, <https://mnab.ro/eventimente/obiecte-de-patrimoniu-si-povestea-lor-xi/> (20 august 2021).

34 Choi, Kim (2021), p. 4.

35 CFM (2020), p. 3.

36 Zbucnea, Romanelli, Bira (2020), p. 699.

Grădina Botanică „Dimitrie Brândză” – Micul botanist; Muzeul Național al Hărților și Cărților Vechi – Colțul de lectură; Muzeul Județean de Istorie și Artă Zalău – Vacanță la muzeu; Muzeul Municipiului București – programul de cursuri pentru realizarea benzilor desenate ș.a.m.d.

Expoziții online inedite au propus, printre multe alte muzee: Muzeul Olteniei, Craiova (Facerea Pîinii); Muzeul Școlii de Arhitectură (Colecții de proiecte și fotografii); Muzeul de Artă, Cluj-Napoca (Muzeul interactiv); Muzeul Civilizației Dacice și Romane, Deva (Seria de exponate ale lunii); Muzeul Național al Satului „Dimitrie Gusti”, București (Tabăra de creație); Muzeul de Etnografie Brașov (Satul și atelierile de creație); Muzeul Național de Istorie al României (Trianon 100); Muzeul Astra, Sibiu (Patrimoniu deschis); Muzeul Literaturii Române, Iași (eTabularium) etc. Acestui maraton expozițional virtual i s-au alăturat și unele case memoriale din toată țara, în timp ce pata de culoare (sau bomba de presă) a fost asigurată de redeschiderea, în iunie, a Muzeului Național de Artă Contemporană al României, eveniment care a stârnit controverse din cauza modului în care a fost promovat.

Pe platforma YouTube au postat videoclipuri interesante și chiar documentare profesionale de larg interes pe canalele proprii Muzeul Municipiului București, care a conceput în continuare evenimente pentru toate locațiile sale, pe care le-a promovat și în format video, alături de continuarea proiectului Museion, și Muzeul Național al Literaturii, alături de Arhivele Naționale ale României, Administrația Monumentelor și Patrimoniului Turistic, Administrația Fondului Cultural Național (care trebuie remarcată și pentru lansarea inițiativei „MuseumQuest”, care este de fapt un joc pe echipe cu o serie de misiuni în care concurenții se pot folosi de informațiile științifice și culturale specifice celor trei muzee înscrise, precum și de cultura generală, propria intuiție sau lucrul în echipă)³⁹ și câteva biblioteci. De asemenea, au fost lansate pe platforma YouTube noi canale de cultură, pictură, istoria artei etc., multe dintre instituțiile muzeale autohtone fiind prezente cu producții (ale altor instituții sau realizatori independenți) prin care erau semnalate activitățile susținute

de acestea în perioada de criză COVID-19, care se pot constitui în adevărate lecții de istorie, despre patrimoniul propriu, obiceiuri tradiționale, cartiere bucureștene, personalități etc. Alte muzee, cum ar fi Muzeul Național al Literaturii Române, Muzeul Județean Botoșani, Muzeul Satului Bănățean, Timișoara, Muzeul Dunării de Jos, Călărași, Muzeul Caransebeș, Muzeul Militar Național „Regele Ferdinand I”, Muzeul Național de Artă al României, Complexul Muzeal Bistrița-Năsăud, Muzeul Județean Teleorman, Muzeul etnografic „Anton Badea”, Reghin, Muzeul de Artă, Tulcea, Complexul Muzeal Național Neamț, Muzeul Municipal Pașcani, Muzeul Literaturii Române Iași etc. au avut o prezență constantă și consistentă pe Facebook. Din această activitate bogată și variată a muzeelor românești, nu doar pe Facebook și site-uri, bloguri, canale YouTube ș.a., se desprinde imaginea de ansamblu a unei oferte a acestor instituții, care au dovedit un dinamism remarcabil în condițiile unei experiențe-limită.⁴⁰

Evident, în cazul unei asemenea selecții extrem de sumare, trebuie asumat riscul nedreptății unor muzee a căror activitate online din perioada închiderii porților ar merita, cu siguranță, măcar amintită. În sumă, încurajatoarea abundență de evenimente muzeale care au avut loc în timpul crizei COVID-19 (și care continuă în aceeași notă și în prezent) și legarea lor de alte evenimente artistice, cum ar fi expoziții diverse, spectacole de teatru, recitaluri, podcasturi etc., precum și prin participarea managerilor instituțiilor muzeale la dezbateri și discuții online pe teme de interes imediat pentru acest domeniu reprezintă o mărturie grăitoare a faptului că personalul muzeelor românești a înțeles pe deplin rolul său de promotor cultural în cetate.

În sumă, putem reține remarca domnului Virgil Nițulescu, manager experimentat al unei instituții muzeale reprezentative și expert în managementul cultural, privind perspectivele evoluției viitoare a prezenței online a muzeelor românești: „Latura bună a crizei COVID-19 este aceea că a grăbit digitalizarea patrimoniului muzeelor românești și de acum înainte managerii muzeelor vor fi mai atenți cu protejarea și promovarea acestui format.”⁴¹

40 Concluzie desprinsă în urma monitorizării activității online a muzeelor menționate în perioada mai-iulie 2020.

41 Interviu cu Virgil Nițulescu, manager al MNȚR, https://www.youtube.com/watch?v=vVC_xp_Xcvk (10 iulie 2020)

39 Despre Museum Quest, competiție lansată de AFCN, <https://www.trapped.ro/museum-quest> (10 iulie 2020)

Fără a prezenta cazuri concrete, dacă ne referim la responsabilii muzeelor care nu au fost pregătiți să facă față unei asemenea crize fără precedent ca cea produsă de COVID-19 (de altfel, foarte puțini la număr), trebuie să apreciem faptul că aceștia au făcut totuși eforturi pentru a rămâne pe linia de plutire menținând abordarea clasică.⁴² Noua abordare a muzeelor românești le invită să treacă la activități mai complexe, care să dea vizitatorului posibilitatea de a experimenta ceva diferit de fiecare dată când revine la muzeu sau să

ofere conținut digital suplimentar cu privire la colecțiile deja vizitate în spațiile fizice. Trebuie să recunoaștem că alfabetizarea digitală sporită a populației oferă astăzi muzeelor oportunitatea de a-și mări prezența în societate și de a-și actualiza modalitățile prin care interacționează cu cetățenii.⁴³ Totodată, putem reține că specialiștii din muzeele românești au înțeles că tehnologiile digitale sunt și trebuie să rămână în continuare un instrument extraordinar pentru facilitarea cunoașterii, dar și pentru stimularea implicării emoționale a oricărui vizitator.

5. Măsuri de întărire a rezilienței muzeelor

Criza creată de apariția COVID-19 a obligat muzeele să creeze planuri de salvare care nu sunt neapărat bazate pe experiența lor directă cu publicul, ceea ce a provocat uneori momente de ambiguitate care arată vulnerabilitatea acestor instituții în fața unui viitor incert.⁴⁴

Transformarea digitală a muzeelor este conectată la o schimbare socială profundă, activată, în special, de social media, care au deschis accesul la comunicarea în masă în mod democratic. De aceea, se impune implicarea publicului muzeelor în redefinirea rolului lor, transformarea planificării activităților muzeale într-o agendă personalizată care să rămână deschisă inițiativelor publicului și oferirea de servicii digitale diverse, pe cât posibil, în mod gratuit.⁴⁵

Cheia succesului muzeelor, adică atragerea cât mai multor vizitatori și realizarea unui impact social și educațional semnificativ asupra publicului și a comunității în cadrul căreia își manifestă un rol activ, îl reprezintă modul în care acestea sunt percepute de către public. Aceasta stabilește nivelul de interes și al așteptărilor, precum și oportunitatea deschiderii muzeului către discursul inovator și interacțiune în diverse cadre sociale.⁴⁶

Ținând cont de faptul că digitalizarea memoriei instituționale depinde de conducerea politică a culturii, de conștientizarea importanței sale

pentru identitatea actuală a instituțiilor muzeale și de capacitatea de a anticipa posibilele sale utilizări,⁴⁷ practicile instituționale culturale vor trebui să recurgă cu prioritate la digitalizare fără nicio rezervă. Rapoartele din 2020 demonstrează faptul că cele mai multe instituții muzeale la scară globală au reușit să conceapă modalități noi de a păstra contactul cu publicul în mediul online, prin rețelele sociale și canale video. Astfel, pe baza Recomandării UNESCO din 2015 privind protecția și promovarea muzeelor, diversitatea și rolul lor în societate, autoritățile, specialiștii în domeniul culturii și al patrimoniului lucrează pentru a face muzeele mai diverse și mai inclusive și pentru a evidenția rolul lor în domeniile educației, comunicării, cercetării și conservării patrimoniului.⁴⁸

În acest context s-au desprins nenumărate modele demne de urmat, unele dintre acestea fiind prezentate în manualul „Muzeele ca platforme de inovare”. Acesta se axează pe rezolvarea problemelor și crearea de abilități de lucru în grup, rezultat din experiența unui proiect finlandez care a reunit grupuri de lucru formate nu doar din specialiști în patrimoniu și muzeografi, ci și din reprezentanți ai altor grupuri socio-profesionale, de la elevi și studenți până la reprezentanți ai societății civile.⁴⁹

Așadar, muzeele pot deveni spații de recreație și reflexie care să le transforme în adevărate sanctuare. La baza acestui proces de relaxare activă stau atât artefactele, cât și mediul virtual

42 Longo (2021), p. 6.

43 Nasta, Pirolo (2021), p. 7-8.

44 Feldman (2020), p. 4.

45 Agostino, Arnaboldi, Diaz (2021), p. 3-5.

46 Zbucnea, Romanelli, Bira (2021), p. 90.

47 Dragičević, Stefanović (2021), p. 36.

48 UNESCO (2020), p. 18.

49 Aboa & Ars (2019), p. 50.

construit în jurul lor pentru a sprijini rolul de „spațiu sanctuar” al muzeului.⁵⁰

Solidaritatea de breaslă dovedită de adevărații specialiști în lumea muzeală trebuie întărită, pentru ca muzeele să poată profita în continuare de amplificarea comunicării digitale. De asemenea, prezentarea muzeelor din perspectivă digitală (colecții virtuale, tururi la 360°, publicații online, expoziții digitale etc.) trebuie intensificată și integrată într-o rețea unitară. Cel mai bun exemplu în acest sens îl oferă aplicația web Google Arts & Culture, care reușește să surprindă diversitatea copleșitoare a fenomenului cultural și unde România este prezentă, printre cele 2.000 de muzee de pretutindeni indexate aici, cu Muzeul Național Brukenthal, Muzeul Național Peleş și Muzeul Național Cotroceni.

Având în vedere multitudinea evenimentelor deja planificate, pe care muzeele au fost obligate să le anuleze în formatul lor fizic și care, în parte, s-au regăsit în format digital, mai mult sau mai puțin interactiv, se impune reconsiderarea acțiunilor viitoare ale muzeelor astfel încât acestea să poată avea relevanță chiar dacă vor fi nevoite să se restrângă numai la spațiul virtual. Plecând de la această necesitate, se poate constata că muzeele au deja o activitate intensă online, reflectată prin postarea de articole și videoclipuri pe rețelele de socializare. Această modalitate de comunicare a devenit deja o a doua natură pentru orice muzeu care se respectă și care își respectă publicul vizitator, desigur, nu mai puțin dacă acesta nu este un public în mediu fizic. De asemenea, în contextul blocării activității curente, instituțiile muzeale de prestigiu au dezvoltat proiecte originale care cu siguranță vor deveni (dacă nu au devenit deja) exemple de bună practică pentru muzeele din întreaga lume. Aceste exemple trebuie diseminate, discutate și analizate cu cât mai mulți reprezentanți ai părților interesate.

Cu o aproximare destul de redusă, 25% dintre muzee și-au crescut vizitele săptămânale online cu până la 15%; alte 25% au consemnat o creștere între 15-20%; 20% dintre muzee au declarat o creștere între 25% și 35%; 15% au raportat o creștere de 40-55%; în timp ce 10% dintre muzee

au avut o creștere între 60% și 150%, iar 5% au raportat chiar o creștere de peste 200% a vizitelor online.⁵¹ Aceste statistici arată nevoia muzeelor de a satisface un public nou, pentru fidelizarea căruia este nevoie de apelarea la toate competențele disponibile în planul inovării.

În ciuda multiplelor provocări, a fost remarcată la nivel global apetența personalităților din domeniul culturii de a lucra împreună pentru depășirea crizei, ceea ce a dus la crearea unui real sentiment de comuniune, sprijin și colaborare în cadrul întregii comunități profesionale a personalului care lucrează în muzee. Însușindu-și această perspectivă, aproape 80% dintre muzee au schimbat sarcinile personalului pentru a răspunde nevoilor curente, în timp ce peste 30% dintre muzee au schimbat sarcinile personalului dedicat pentru a se adăuga echipei digitale, mărindu-și bugetul pentru activitățile online. Menținerea acestei mobilități a personalului, dublată de atragerea de noi resurse financiare, se impune și din analiza rapoartelor care au sondat impactul crizei COVID-19 (în două rânduri, în 2020) și au prezentat modul în care muzeele s-au adaptat acesteia. Bazându-se pe răspunsurile a mii de subiecți din zeci de țări, majoritatea din Europa, rapoartele au sintetizat rezultatele astfel încât s-a desprins perspectiva de ansamblu asupra situației în care se află muzeele în prezent, precum și unele recomandări în privința acțiunilor care trebuie avute în vedere, atât imediat, cât și pe termen mediu și lung.⁵²

Considerăm că aceste măsuri de redresare pot fi grupate în trei grupe majore de intervenție: sprijin economic urgent pentru activitățile muzeale; alegerea unei strategii de adaptare potrivite realității locale și investiții de durată în transpunerea digitală a patrimoniului.

În mod necesar, profesioniștii din muzee își vor împărtăși practicile eficiente și vor promova tehnologiile emergente în cadrul muzeelor.⁵³ Însă succesul acestora poate fi legat de o multitudine de elemente, de la provocarea Getty (să facem aceleași lucruri pe care le fac cei mai buni din lume în acest moment) până la abandonarea narațiunii de victimizare a domeniilor culturii.⁵⁴

⁵¹ CFM (2020), p. 16.

⁵² UNESCO (2020), ICOM I (2020), ICOM II (2020), NEMO (2020).

⁵³ Longo (2021), p. 4.

⁵⁰ McDermott, Friel, Doherty (2021), p. 5.

Din sursele primare și secundare au fost identificate trei provocări principale pentru viitorul muzeelor: integrarea experienței digitale în experiența vizitatorilor muzeului; îmbogățirea competențelor digitale ale profesioniștilor muzeelor și valorificarea patrimoniului muzeal în era digitală.⁵⁵ Beneficiind de o monitorizare atentă a soluțiilor găsite, precum și de un set de propuneri care să ghideze activitatea muzeelor pe timpul crizei astfel încât trecerea lor la un nou model de socializare să se facă, pe de o parte, recuperând pierderile înregistrate în plan economic și, pe de altă parte, redescoperind potențialul empatic ale personalului lor, muzeele

se vor situa, cu siguranță, în avanposturile prezervării culturii de agresiunea unor factori externi, pe cât de imprevizibili, pe atât de nocivi.

Criza COVID-19, în ciuda creării unor neajunsuri evidente, a pus într-o nouă perspectivă valoarea materialului muzeistic, atât prin digitalizare, cât și prin direcționarea materialului prezentat online către public, care la rândul său a înțeles că muzeele au început să acorde din ce în ce mai multă atenție nevoilor sale. Muzeul a identificat audiențe noi și nevoi care trebuie acoperite în viitor prin resurse destinate inclusiv categoriilor de public mai vulnerabile cărora digitalul le-a înlesnit comunicarea.⁵⁶

Concluzii

Având în vedere faptul că muzeele s-au dovedit a fi unele dintre cele mai dinamice instituții ale prezentului, reușind să adauge substratului de conservare a memoriei stratul de promovare a experiențelor inedite care pot anticipa viitorul, impactul crizei COVID-19 asupra acestor instituții a devenit, începând din primele momente ale declanșării sale, o preocupare continuă a specialiștilor din domeniu, ceea ce dovedește capacitatea de regenerare a domeniului. Prin inovare, colaborare și trecerea promptă la o mentalitate digitală, muzeele au depășit criza.

Chiar dacă răspunsurile muzeelor la criza generată de COVID-19 au depins de tipul, mărimea, notorietatea și, desigur, resursele financiare ale acestora, s-a putut remarca o solidaritate de breaslă. De asemenea, inovația încurajează muzeele să reflecteze critic asupra practicilor actuale și să adopte noi abordări ale responsabilităților lor civice și ale împlinirii datoriei lor morale. Inovația muzeală explorează rolul muzeelor contemporane în societate, care, pentru a fi reziliente și sustenabile, trebuie să evolueze atât organizațional, cât și relațional.⁵⁷ Este salutar faptul că muzeele românești, prin susținerea unei activități intense online, au dovedit o mare capacitate de inovare și s-au putut integra în mod fericit efortului global depus de muzee pentru a nu se îndepărta de publicul lor în condițiile create de criza COVID-19.

Atunci când arta muzeală devine accesibilă, aceasta poate inspira și împuternici reprezentanți ai publicului să devină promotori culturali. Odată ce ușile muzeelor vor fi redeschise și publicul de interior își va relua locul, ar trebui să ne amintim că publicul din online nu trebuie neglijat.⁵⁸ În mod paradoxal, după pandemie muzeul are șansa de a deveni mai relevant chiar și din perspectiva experienței vizitatorilor, cu condiția lărgirii sferei de aplicare a tehnologiei, astfel încât publicul să adauge învătării și plăcerii și un angajament emoțional.⁵⁹

Prin atitudinea lor responsabilă, muzeele au sprijinit efortul global de limitare a impactului crizei COVID-19 și, chiar dacă acestea nu au stat în prima linie a luptei cu pandemia – prin activitatea lor susținută din mediul online concretizată în activități inedite și postări neîntrerupte pe mediile de socializare –, au vegheat din tranșeele culturii ca această criză să nu transforme distanțarea fizică într-una socială. Toți cei interesați de evoluția muzeelor vor trebui să vegheze în continuare ca nu cumva să se stingă într-o uniformizare monotonă și neinteresantă prețioasa noastră nevoie, profund umană, de participare la acte creative, educative și care stârnesc emoții pozitive, menite să păstreze memoria tuturor acelor fapte, lucruri și identități care ne definesc.

54 Dragičević, Stefanović (2021), p. 40.

55 Nasta, Pirolo (2021), p. 6.

56 Samaroudi, Rodriguez, Perry (2021), p. 21-22.

57 Honeysett (2021), p. 8.

58 Burke, Jørgensen & Jørgensen (2020), p. 8.

59 Giannini, Bowen (2021), p. 3.

Bibliografie

- Aboa Vetus & Ars Nova. 2019. *Developing and evolving in museums. Innovation Workbook*, Finland: Humak University of Applied Sciences Publications, 90, https://www.aboavetusarsnova.fi/files/liitetiedostot/developing_and_evolving_in_museums_workbook.pdf (7 iulie 2020).
- Agostino D., Arnaboldi M., Diaz L.M., „New development: COVID-19 as an accelerator of digital transformation in public service delivery”, *Money & Management*, 41:1, 69-72, (2021), DOI: 10.1080/09540962.2020.1764206 (19 august 2021).
- Antara N., Shuvro S., „The Impact of COVID-19 on the Museums and the Way Forward for Resilience”, *Journal of International Museum Education Brandenburg University of Technology*, Cottbus-Senftenberg, Germany, (2020), VOL. 2, NO. 1, p. 54-61, <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/1324899> (20 august 2021).
- Burke V., Jørgensen D., Jørgensen F.A., „Museums at Home: Digital Initiatives in Response to COVID-19”, Årgang 6, nr. 2 (2020), p. 117–123, https://www.idunn.no/file/pdf/67255549/museums_at_home_digital_initiatives_in_response_to_covid-19.pdf (19 august 2021).
- Centre for the Future of Museum (CFM). 2020. *Using Scenarios to Plan Your Museum's COVID-19 (Coronavirus) Response*, <https://www.aam-us.org/wp-content/uploads/2020/01/CFM-Using-Scenarios-to-Plan-Your-Museum-COVID-Response.pdf> (10 iulie 2020).
- Choi B., Kim J., „Changes and Challenges in Museum Management after the COVID-19 Pandemic”, *Journal Open Innov. Technol. Mark. Complex*, 7, 148, (2021), <https://doi.org/10.3390/joitmc7020148> (19 august 2021).
- Croitoru C., Becuț Marinescu A. (coord.), Ceobanu I. Matei Ș. Oană I. 2021. *Tendințe ale consumului cultural în pandemie - ediția a II-a*, INCFC, <https://www.culturadata.ro/tendinte-ale-consumului-cultural-in-pandemie-editia-ii/> (20 august 2021).
- Dragičević Š.M., Stefanović M., „The Ethics and Aesthetics of Museum Practices in Serbia During the Pandemic and The Digital Turn”, *Academica* (2021), p. 34-41, https://www.academia.edu/49360393/The_ethics_and_aesthetics_of_museum_practices_in_Serbia_during_the_pandemic_and_the_digital_turn (19 august 2021).
- Feldman K., „Leading the National Gallery of Art during COVID-19”, *Museum Management and Curatorship*, (2020), <https://doi.org/10.1080/09647775.2020.1790152> (19 august 2021).
- Giannini T., Bowen P. Jonathan, „Museums at The Crossroads: Between Digitality, Reality, And COVID-19”, *SocArXiv Papers, Cornell University*, (2021), <https://osf.io/preprints/socarxiv/2g567> (19 august 2021).
- Honeysett N., „Sustainability, Resilience and Growth Through Digital Innovation” în Eid Haitham, Melissa Forstrom ed., *Museum Innovation Building More Equitable, Relevant and Impactful Museums*, Routledge New York, (2020), DOI 10.4324/9781003038184 (20 august 2021).
- International Council of Museums (ICOM I). 2020. *Museums, museum professionals and COVID-19: survey results*, <https://icom.museum/wp-content/uploads/2020/05/Report-Museums-and-COVID-19.pdf> (7 iulie 2020).
- ICOM II. 2020 (sept.-oct.). *Museums, museum professionals and COVID-19: follow-up survey*, https://icom.museum/wp-content/uploads/2020/11/FINAL-EN_Follow-up-survey.pdf (20 august 2021).
- ICOM III. 2020. *Museums and COVID-19: 8 steps to support community resilience*, Apr. 29, 2020, <https://icom.museum/en/news/museums-and-covid-19-8-steps-to-support-community-resilience> (8 august 2020).
- Longo E., „How a Pandemic Upended Business as Usual for Museum Associations and How They Are Rising To The Challenge” Eid Haitham, Melissa Forstrom ed., în *Museum Innovation Building More Equitable, Relevant and Impactful Museums*, Routledge New York, (2020), DOI 10.4324/9781003038184 (20 august 2021).

- McDermott Ph., Friel B., Doherty R., „Museums and Responding to Crises Post COVID-19: Places of ,Community Healing’”, *Museums and Responding COVID-19*, Ulster Univ., (2021) https://pure.ulster.ac.uk/ws/files/91641781/Museums_and_Responding_to_Crises_Post_COVID_19_Places_of_Community_Healing_Blog.pdf (20 august 2021).
- Mir V. „Provocările și oportunitățile întâmpinate de instituțiile muzeale în contextul pandemiei COVID-19” în *Instituțiile muzeale în timpul crizei COVID-19*, Revista Muzeelor 1/2020, https://www.culturadata.ro/wp-content/uploads/2021/02/Revista-Muzeelor2020_web.pdf (18 august 2021).
- Nasta L., Pirolo L., „Digital Technologies to Fight the Pandemic Crisis: Evidence from The Vatican Museums”, *International Journal of Business Research and Management*, Vol. (12) Issue (4) (2021), p. 163-174, <https://www.cscjournals.org/manuscript/Journals/IJBRM/Volume12/Issue4/IJBRM-320.pdf> (19 august 2021).
- Network of European Museum Organizations (NEMO). 2020. *COVID19 Report, 15 May 2020*, NEMO Report 2020, https://www.ne-mo.org/fileadmin/Dateien/public/NEMO_documents/NEMO_COVID19_Report_12.05.2020.pdf (8 iulie 2020).
- Samaroudi M., Rodriguez E.K., Perry L., 2021, „Heritage in lockdown: digital provision of memory institutions in the UK and US of America during the COVID-19 pandemic”, *Museum Management and Curatorship*, DOI:10.1080/09647775.2020.1810483 (19 august 2021).
- United Nations Educational, Scientific and Cultural Organisation (UNESCO). 2020. *Museums around the world in the face of COVID-19*, UNESCO Report, May 2020, <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000373530> (7 iulie 2020).
- Zbucnea A., Romanelli M., Bira M., „Museums in Times of The COVID-19 Pandemic. Focus on Romania and Italy”, *Strategica. Preparing for Tomorrow Today*, (2020), https://www.researchgate.net/profile/Alexandra-Zbucnea/publication/345730256_Strategica_2020_Preparing_for_Tomorrow_Today/links/5fba1f6c299bf104cf6aef8b/Strategica-2020-Preparing-for-Tomorrow-Today.pdf, p. 680-705 (19 august 2021).
- Zbucnea A., Romanelli M., Bira M., „Through the Public’s Lens: Are Museums Active Members of Society? An Investigation During the COVID-19 Pandemic” în P. Demartini et al. (eds.), *Cultural Initiatives for Sustainable Development, Contributions to Management Science*, Springer Nature Switzerland AG (2021), p. 61-95, https://doi.org/10.1007/978-3-030-65687-4_461 (18 august 2021).

Resurse web:

- Articol de presă despre redeschiderea Muzeului Luvru din Paris, <https://www.wall-street.ro/articol/Turism/257423/muzeul-luvru-se-redeschide-luni-intr-un-format-afectat-de-pandemia-de-covid-19-ce-se-va-afla-in-fata-giocondei.html#gref> (8 iulie 2020)
- Articol de presă despre scăderea numărului vizitatorilor muzeelor în 2020, <https://www.agerpres.ro/cultura-media/2020/09/01/muzeele-capitalei-in-pandemie-numarul-vizitatorilor-redus-cu-pestea-60-in-perioada-mai-august-fata-de-2019--565202> (20 august 2021)
- Articol de presă despre susținerea financiară a muzeelor din Marea Britanie, <https://www.rfi.ro/cultura-122776-marea-britanie-aproape-miliarde-dolari-sustinere-institutii-culturale> (10 iulie 2020)
- Articol prezentând închiderea a 90% dintre muzee din cauza COVID-19, <https://news.un.org/en/story/2020/05/1064362> (10 iulie 2020)
- Articol UNESCO privind redresarea muzeelor după pandemie, <https://en.unesco.org/courier/2020-3/reimagining-museums-future> (9 iulie 2020)
- Campania „Museum from Home; Palestine Perseveres” a Muzeului Palestinian, <https://www.palmuseum.org/the-palestinian-museum-launches-its-museum-from-home-campaign> (8 iulie 2020)
- Campanie de socializare pentru a sprijini drepturile omului, Museo Memoria y Tolerancia, din Mexic, <https://www.myt.org.mx> (8 iulie 2020)
- Conținutul expoziției „Fear In Our Everyday Life” a Muzeului Etnografic din Istria, <https://www.pulainfo.hr/events> (7 iulie 2020)

Despre Museum Quest, competiție lansată de AFCN, <https://www.trapped.ro/museum-quest> (10 iulie 2020)

Informații utile despre COVID-19 pe site-ul Muzeului Naturkunde din Berlin, <https://www.museumfuernaturkunde.berlin/en/press-releases> (9 iulie 2020)

Interviu cu Virgil Nițulescu, manager al MNȚR, https://www.youtube.com/watch?v=vVC_xp_Xcvk (10 iulie 2020)

Liviu Jicman, directorul MNC, despre efectele COVID-19 în cultură, <https://financialintelligence.ro/liviu-jicman-directorul-muzeului-national-cotroceni-despre-efectele-crizei-culturale-provocate-de-pandemie-se-pot-rasturna-ierarhiile-dar-nu-valorile/> (09 iulie 2020).

Mesajul Președintelui ICOM cu ocazia Zilei Muzeelor 2021, <https://icom.museum/en/news/international-museum-day-2021-president-message> (19 august 2021)

Mesajul Președintelui ICOM privind activitatea muzeelor în pandemie și după, <https://icom.museum/en/covid-19/advocacy/museums-will-move-on-message-from-icom-president> (9 iulie 2020)

Mobilizare online pentru oamenii străzii, <https://museumofhomelessness.org/2021/05/04/impact-of-covid-19-coronavirus-on-homelessness/> (9 iulie 2020). Toate aceste exemple sunt prezentate mai amplu în ICOM I (2020).

Muzeul Național al Banatului, proiect, <https://mnab.ro/evenimente/obiecte-de-patrimoniu-si-povestea-lor-xi/> (20 august 2021).

Pagină de calm pe site-ul Muzeului Te Papa, <https://www.tepapa.govt.nz> (9 iulie 2020)

Șabloane open-source pentru confecționarea măștilor oferite online, <https://www.normandie.fr/le-patrimoine-regional> (07 iulie 2020)

Videoclip al expoziției „Seated in Seclusion” al Muzeul Israelului, <https://www.imj.org.il/en/exhibitions/seated-seclusion> (8 iulie 2020)

Sorin-Mihai CONSTANTINESCU

*Muzeul STB,
info@stbsa.ro*

REȚELELE DE SOCIALIZARE ȘI COMUNICAREA PATRIMONIULUI CULTURAL ÎN CONTEXTUL COVID-19

Social Networks and Sharing Cultural Heritage During the COVID-19 Pandemic

Claudia POPESCU

ABSTRACT

The influence of digital culture on museums was amplified during the period of social isolation. During the COVID-19 pandemic, the digital space was the only one accessible. The article presents the reactions of museums during this period both worldwide and in the case of Romania. In this broader context, the digital communication activity of the Documentary Exhibition Centre of the Ion Mincu University of Architecture and Urbanism is presented and analysed, through its main tool, the Facebook page: Museum of the School of Architecture. The text follows several ideas for creating content relevant to the Facebook network, including the MindMap tool. The conclusion of the analysis, the need for social cohesion and the communication of identity elements during the pandemic, is a provisional one that remains to be corroborated with other studies.

Key-words: COVID-19 pandemic, digital communication, social cohesion, virtual reality, School of Architecture Museum.

<https://doi.org/10.61789/rm.2021.03>

REZUMAT

Influența culturii digitale asupra muzeelor a fost amplificată în perioada de izolare socială din timpul pandemiei COVID-19 în care spațiul digital era singurul accesibil. Articolul prezintă reacțiile muzeelor în această perioadă atât pe plan mondial, cât și în cazul României. În acest context mai larg este prezentată și analizată activitatea de comunicare digitală a Centrului Expozițional Documentar al Universității de Arhitectură și Urbanism Ion Mincu, prin principalul său instrument, pagina de Facebook: Muzeul Școlii de Arhitectură. Sunt prezentate câteva idei pentru crearea de conținut relevant pentru rețeaua Facebook, inclusiv prin folosirea instrumentului MindMap. Concluzia analizei, nevoia de coeziune socială și comunicarea de elemente identitare în perioada pandemiei, este una provizorie, care rămâne să fie coroborată cu alte analize.

Cuvinte cheie: pandemia COVID-19, comunicare digitală, coeziune socială, realitate virtuală, Muzeul Școlii de Arhitectură.

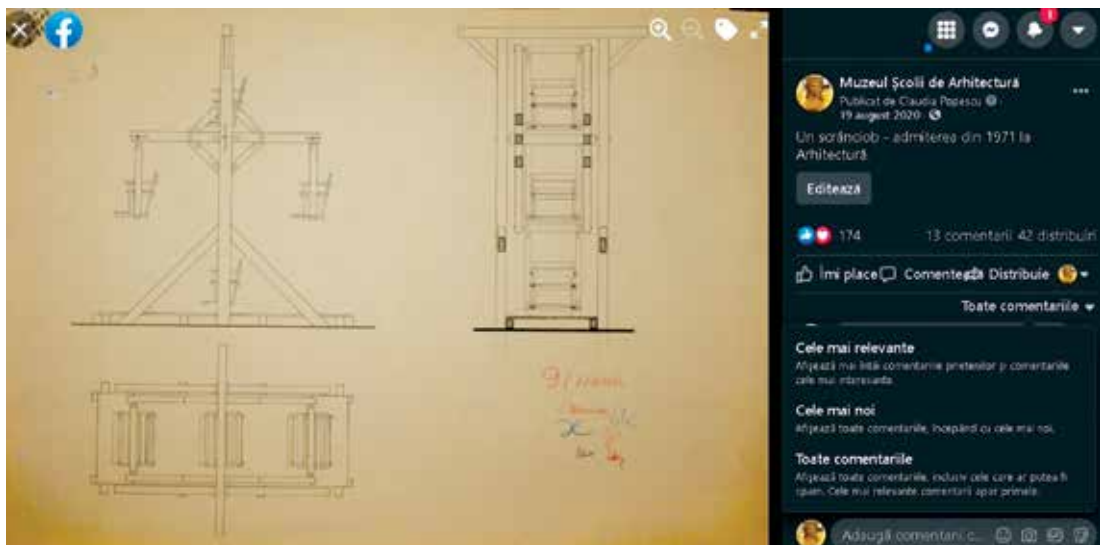


Fig. 1 Postare despre un scrânciob – admiterea din 1971 la Arhitectură, 19 august 2020, Muzeul Școlii de Arhitectură

După o introducere destul de amplă în care discut contextul COVID-19 care a făcut necesară modificarea comunicării online a patrimoniului cultural și a celui muzeal, voi exemplifica acest tip de comunicare prin

două demersuri ale Centrului Expozițional: Documentar al Universității de Arhitectură și Urbanism „Ion Mincu”: activitatea de pe pagina sa de Facebook și proiectul de reconstrucție virtuală a Muzeului Simu.

1. Introducere

Criza COVID-19 a oferit o șansă deosebită ca muzeele să se deschidă către public (nu pentru public, ca de obicei) și să inițieze un dialog social. Deschiderea muzeelor și crearea de materiale digitale disponibile pe site-urile acestora a fost inițiată și anterior. Dar, în perioada de izolare socială, comunicarea digitală a rămas singura accesibilă. Într-o primă etapă a crizei, muzeele au continuat cu oferta lor digitală obișnuită. Apoi unele muzee au încercat să-și adapteze strategia digitală la noua situație pentru a-și personaliza și lărgi oferta digitală.¹ Asemenea vizitelor digitale ale muzeelor, conturile acestora pe rețelele de socializare oferă o experiență socială și emoțională.²

Muzeele fac un efort de sensibilizare, mai ales cele cu patrimoniu istoric, în cazul cărora autenticitatea și contactul cu vizitatorii au fost, parțial, compromise. Acest contact trebuie menținut online. Scopul paginilor muzeelor pe rețele de socializare este de a stârni reacții: de la cele impersonale (like) la cele personale, care presupun comentarii și crearea de conținut complementar postării.

La ora actuală, muzeele au un rol ingrat deoarece cultura tradițională este în curs de disoluție, iar cultura digitală este în curs de definire. Muzeele trebuie să acopere acest interval pentru a-și păstra relevanța.

Strategia digitală în perioada de distanțare socială a presupus:

- amânarea expozițiilor programate sau prezentarea lor digitală,
- reinterogarea colecției de bază pentru materiale relevante în momentul actual,

1 Print screen pagina de Facebook Muzeul Școlii de Arhitectură
2 Johannes C. Bernhardt. *Covid-19 und Museen*. Consultat online la adresa: https://www.academia.edu/43309524/Covid-19_und_Museen

- interogarea reacțiilor la pandemie (Virtual Frazier – catalogarea conținutului legat de COVID-19 pentru o expoziție virtuală³). Perioada crizei COVID-19 a fost o perioadă importantă pentru muzeele românești, poate chiar mai importantă decât Anul Centenarului. Într-o perioadă de închidere a spațiilor publice și de redefinire a normalității, muzeele, alături de alte instituții de cultură, au contribuit la acomodarea cu noua situație de izolare socială. Odată închise, muzeele românești și-au pus problema relevanței lor, a relației cu publicul. Astfel, multe dintre acestea au decis să-și mute activitatea online, oferind noi spații de întâlnire, chiar și virtuală, pe rețelele de socializare sau pe alte platforme. A însemnat mai mult timp alocat pentru cercetarea patrimoniului și a arhivelor, dar și consolidarea unei alte relații cu publicul prin rețelele de socializare. Acestea au devenit principalul instrument folosit pentru comunicare prin crearea și fidelizarea unei comunități.

Schimbările culturii digitale (inițiate de companii precum Google, Facebook, YouTube etc.) au avut impact și asupra culturii muzeale. Este vorba despre o reconsiderare a valorilor, a modului de comunicare, a tradiției, a educației. Google Institute oferă exemplul unui alt mod de abordare a culturii, inspirat de Școala Montessori, în care au fost educați directorii de la Google.⁴ Se pune problema, pentru muzee, ce fac cu aceste noi instrumente și posibilități de comunicare. Consider, pe urmele lui M. Nadin⁵, că este vorba de o schimbare a sistemului de comunicare de la unul liniar (care urmărește traseul de la A la B) la unul non-liniar (exploratoriu, care regândește semnele A și B în loc să le considere de la sine înțelese sau stabilește conexiuni între A și orice altceva). Această redefinire a lumii, prin regândirea comunicării, poate folosi diferite strategii. Unele strategii sunt intuitive: websurfing, scroll, participarea la o comunitate online. Alte strategii presupun o metodă: deconstrucție, analiză de conținut, analize calitative sau cantitative, muzeu participativ etc.

Mulțumită acestui nou sistem de comunicare asincron, non-liniar, flexibil, indivizii au un grad mai mare de autonomie (dar și de alienare) decât în societățile anterioare. Acest lucru a fost resimțit, cu bune și cu rele, în perioada izolării la domiciliu: indivizii puteau gestiona situația și chiar munci, cu ajutorul tehnologiei digitale, dar resimțeau un disconfort psihologic. Împuținarea legăturilor sociale a fost combătută prin consumul de materiale audio-video, unele dintre acestea venind inclusiv din domeniul culturii. Dar cultura prezentată online, în formă conservată, are unele lipsuri, la fel ca mâncarea conservată.

În momentul în care muzeele și-au pus problema relevanței lor, în contextul închiderii spațiilor publice, s-a ridicat și problema regândirii conținutului digital creat de acestea: ce rol joacă acest conținut, ce valori sau tipuri de comportament încurajează acesta?

Declinul științelor umaniste va duce, pe termen lung, la deplasarea acestora în zona non-formală a auto-educației.⁶ Autoritatea științifică a muzeelor și alianța lor tradițională cu universitățile sunt tot mai puțin importante. Vizitele și conținutul online al muzeelor trebuie să se schimbe pentru a oferi acces la memoria culturală, un răspuns la pierderea acesteia în cadrul societății de consum, dar și un răspuns la criza COVID-19. Vizitele fizice în muzee, chiar dacă au fost reluate, nu mai sunt la fel ca înainte de pandemie: s-a renunțat la vizitele de grup, sunt folosite măști și reguli de distanțare socială.⁷ În acest context, conținutul prezentat online de către muzee trebuie să completeze experiența fizică (acolo unde există).

Site-urile muzeelor sau materialele produse de acestea online în timpul pandemiei au fost un surrogat al contactului fizic, dar și un mijloc de expresie. Muzeele românești au avut ca resurse în aventura lor digitală un cont

3 Virtual Frazier – catalogarea conținutului legat de COVID-19 pentru o expoziție virtuală, <https://fraziermuseum.org/coronaviruscapsule>

4 Steven Levy, *In the Plex: How Google Thinks, Works, and Shapes Our Lives*, Simon & Schuster, 2011, pp. 121-123

5 Mihai Nadin, *Civilizația analfabetismului*, Spandugino, 2016

6 Cristian Pătrășconiu. *Interviu Martin S. Martin. „Educație: cum e în Statele Unite”*. Consultat online la adresa: <https://putereaacincea.ro/cristian-patrasconiu-interviu-martin-s-martin-educatie-cum-e-in-statele-unite/>

7 Rebecca Kahn. *Locked down not locked out – Assessing the digital response of museums to COVID-19*. Consultat online la adresa: <https://blogs.lse.ac.uk/impactofsocialsciences/2020/05/08/locked-down-not-locked-out-assessing-the-digital-response-of-museums-to-covid-19/>

de Facebook (și, eventual, de Twitter și de Instagram) și, în unele cazuri, un blog.

Muzeele au trebuit să răspundă la o traumă. Prin conținutul lor, unele muzee au fost mai bine pregătite decât altele. Ritualurile și interacțiunea cu tradiția reamintite pe contul de Facebook al Muzeului Țăranului Român erau un suport psihologic mai bun decât conținutul disponibil în alte muzee. Dar poveștile, de orice fel, au fost bine-venite, au oferit sens și certitudini într-o perioadă a incertitudinilor. Muzeele au continuat în timpul crizei COVID politica lor digitală anterioară, oferind iluzia normalității.

Provocarea lansată de Muzeul Getty (recrearea de opere cunoscute în spațiul domestic, în condițiile de izolare socială) poate fi văzută ca o formă de regresie, o reacție defensivă la suferință prin folosirea unor moduri de funcționare deja verificate. Ceea ce sugerează recrearea tablourilor acasă, cu obiecte și materiale disponibile în orice cămin, este ideea de normalitate, legătura stabilită cu restul experienței umane materializată de tablouri. Aceasta este o formă benignă de regresie. Dar există și forme maligne de regresie, care au fost constatate în această perioadă. Atitudinea

conflictuală a elevilor față de profesori este doar un exemplu, legat de experiențele lor anterioare din liceu și școală, când relația cu profesorii era mai apropiată și mai asumată. În raport cu această experiență, sigur că teleconferințele reprezintă un contrast maxim: distanțarea socială este completată uneori chiar de o distanțare psihologică.

Izolarea socială a deschis noi spații de creștere virtuală pentru unii artiști, antreprenori culturali și chiar muzee (precum Getty). A fost posibilă o sublimare a eforturilor acestor actori. Aceasta a dus la descoperirea unor noi orizonturi creative și la o rafinare și redefinire a instrumentelor de comunicare și de creare de conținut digital. Studiile sugerează că au fost preferate forme imersive de consum cultural (lectură sau video streaming⁸) ca modalități de evadare. A fost resimțită, în același timp, și o nevoie de afiliere, de refacere a sentimentului comunității. Cred, dar aceasta este o temă pentru o cercetare sociologică aprofundată, că perioada de izolare socială a fost un prilej pentru formarea unui nou consum cultural și a unor noi loialități, care s-au menținut, în mare parte, și în anul 2021.

2. Câteva remarci despre postările de pe Facebook

C riza COVID a marcat o perioadă de „dezghețare” în politica de comunicare a C.E.D. U.A.U.I.M. (Centrul Expozițional Documentar al Universității de Arhitectură și Urbanism „Ion Mincu”). Dat fiind că este o instituție cu un singur angajat, am să discut în acest context mai mult despre probleme de marketing decât de management. Era un moment în care gradul de familiaritate al conținutului, simplitatea și claritatea sa erau absolut necesare. Din cauza distanțării sociale a trebuit să reciclez imagini și informații, dar și să creez lucruri noi, relevante. A trebuit, de asemenea, să depășesc cadrul strict al istoricului învățământului de arhitectură. Acest învățământ se înscrie, de altfel, într-un context mai larg, legat de modernizarea țării, context care trebuia să-și găsească locul printre postări: perioada post-pașoptistă, Expoziția generală română din 1906, activitatea primilor

absolvenți ai Școlii Societății Arhitecților Români etc.

Poveștile împărtășite prin postările de pe Facebook trebuie să respecte limitele acestui mediu de comunicare care preferă texte scurte (150-200 de cuvinte) însoțite de imagini și cu un element de noutate care poate fi legat de fotografii sau de text. Pentru a putea concentra un conținut informațional mai dens, dar și pentru a evidenția elementele relevante sau noi, am recurs, pentru postările de pe contul de Facebook al C.E.D. UAUIM (Muzeul Școlii de Arhitectură), la un instrument de cartografiere

8 Consumul cultural non-public în perioada de izolare. Moduri de petrecere a timpului liber și problematica decalajelor digitale, <https://culturadatainteractiv.ro/tendinte-ale-consumului-cultural-in-pandemie/consumul-cultural-in-perioada-de-izolare-moduri-de-petrecere-a-timpului-liber-si-problematica-decalajelor-digitale/>

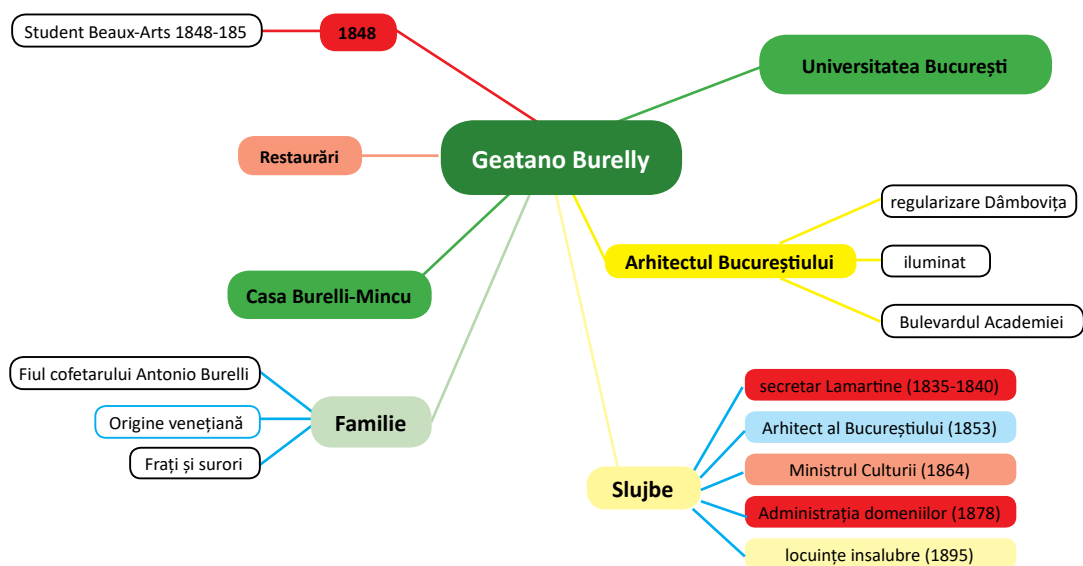


Fig. 2. Schiță pentru o hartă a minții¹² creată pentru structurarea unei postări despre arh. Gaetano Burelli, profesorul de arhitectură al Școlii de Belle Arte din București, prima instituție de învățământ superior de arhitectură din Principate.

a gândurilor sau, mai corect spus, a asocierilor mentale: MindMap⁹. Aceasta este o metodă care, nefiind liniară, permite o perspectivă mai organică a conexiunilor dintre ramificațiile unui subiect sau ale unei probleme. Poate fi folosită pentru a urmări semnificațiile atașate unui obiect, strategia de social media, un proiect anume¹⁰ sau pentru a analiza obiectele emblematicale ale muzeelor¹¹ etc.

Aceste hărți sau diagrame pleacă de la un concept central pe care-l detaliază prin concepte derivate și prin imagini. În cazul analizei unui text literar sunt identificate tradițional personajele, acțiunea, intriga; în cazul unei povești complexe este nevoie să avem o hartă similară după care să ne

orientăm: actorii, anii, implicațiile unui personaj sau subiect etc.

Culorile, fonturile și imaginile din aceste diagrame au rolul de a stimula atenția vizuală, precum și imaginația. Până acum nu am folosit aceste hărți direct în cadrul postărilor, ci doar indirect, pentru structurarea conținutului și generarea de noi asocieri (conținut nou). În exemplul dat (în Fig. 2) nu apar și imagini, dar ele apar în postarea conturată pe baza hărții respective.

Am considerat că acest instrument (MindMap) este util pentru remixarea conținutului digital, în funcție de nevoile și așteptările publicului (în spiritul marketingului relațional).

Din diferite considerente care privesc pe de o parte munca de cercetare și pe de alta cantitatea de informație care poate fi diseminată online și în special pe rețelele de socializare, am ajuns la o combinație echilibrată de redistribuire și de postări proprii. Repostările au legătură fie cu postările anterioare, fie cu preocupările C.E.D. sau ale U.A.U.I.M.

Universitatea de Arhitectură și Urbanism Ion Mincu și breasla arhitecților au nevoie, mai

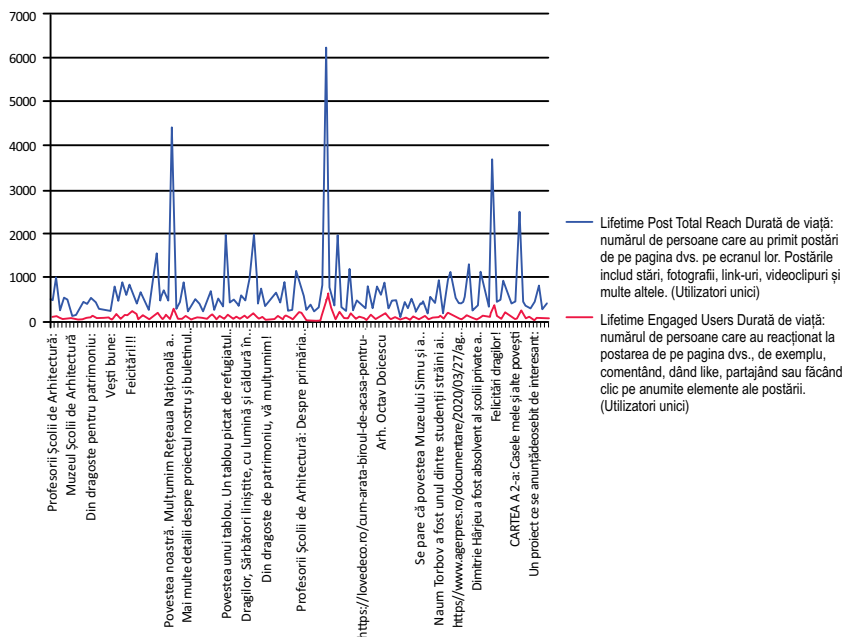
9 Tony Buzan, *Arta stăpânirii hărții mentale*, trad. Carmen Dragomir, Didactica Publishing House

10 Linda Norris, Rainey Tisdale, *Creativity in Museum Practice*, Routledge, 2014, p. 39

11 Sandra H. Dudley (ed.), *Museum Objects: Objects and Experience, Representation and Contestation*, Routledge, 2012, p. 49

12 Aici m-am inspirat după aspectul oferit de programul online MindMeister (<https://www.mindmeister.com>), dar aceste hărți pot fi realizate și în Paint sau Word și pot fi însoțite și de imagini sau de fonturi deosebite.

Fig. 3. Grafic ce face corelația între postări, traficul organic (neplătit) și interacțiunile publicului la postările C.E.D. (Muzeul Școlii de Arhitectură) pe Facebook, în perioada martie-mai 2020¹³



mult ca oricând, de coeziune și de încredere în puterea imaginației și a viziunii de a depăși distanțările fizice (dar și, de ce nu, temporale). Am ales să fac postări proprii mai rar, distribuind informații de interes pentru profesia de arhitect (concursuri de arhitectură, probleme ale meseriei și tehnici de restaurare etc.), lucruri interesante pentru publicul interesat de patrimoniu (clădiri demolate, povești ale orașului, alte încercări de reconstrucție digitală etc.) sau pentru studenții la arhitectură (oferte de practică, școli de vară, interviuri etc.). Am decis să nu mă mișc doar în cercul strâmt al cercetării patrimoniului C.E.D., ci să abordez și contextul mai larg în care acesta se află.

Un titlu jurnalistic și o imagine bine aleasă sunt necesare pentru atragerea atenției. Tot în același scop textul, dar și fotografiile, pe cât posibil, au nevoie de un grad de noutate sau de inedit (chiar de ironie, dacă subiectul o permite). Tonul trebuie să fie relaxat, informal, iar lungimea textului rezonabilă. Un material mai stufos poate fi împărțit în mai multe „episoade”, dacă este cazul. Postările pot fi asociate cu anumite aniversări sau comemorări.

În loc de o analiză a publicului (mai anevoioasă), am folosit instrumentele de monitorizare

oferite de Facebook. Pe baza acestora am analizat postările cu impact maxim pentru a putea continua în aceeași manieră. Tot pe baza lor am realizat și graficul de la figura 3. Există trei vârfuri în acest grafic (de la stânga la dreapta) la postările: Mincu și mititeii (1 mai), Expoziția din 1906 și Școala de Arhitectură (9 aprilie) și Pavilionul României și Restaurantul Regal la Expoziția internațională din 1900 (21 martie). Toate acestea abordează subiectul reprezentării naționale prin pavilioane expoziționale, cu diferite ocazii. Aceste trei vârfuri de interes se pot explica prin nevoia de coeziune socială resimțită pe perioada izolării la domiciliu. Identitatea națională cu expresia ei arhitecturală, abordată cu tact, satisfăcea nevoia de apartenență resimțită atunci. Era vorba de un grup mic al celor interesați de patrimoniul cultural, dar nucleul său era ideea de coeziune. Pentru acest motiv am spus că perioada crizei COVID-19 a fost chiar mai interesantă decât Anul Centenarului, pentru că anumite energii latente au fost trezite în contextul de izolare socială. Este vorba poate și de ideea de relevanță națională pe plan global, dat fiind că pandemia avea și are și această dimensiune, care nu trebuie neglijată.

Am căutat informații inedite pentru postări, am realizat chiar și foiletoane (primii absolvenți ai

¹³ Am folosit datele statistice oferite de rețeaua Facebook.

Școlii private a Societății Arhitecților Români, articole mai ample împărțite în două sau trei postări). Pe baza cercetării patrimoniului și a informațiilor prezentate în cadrul muzeului am realizat articole care, plecând de la istoria învățământului de arhitectură, ajung la prezentarea unei epoci (Vilacrosse) sau a unor legături de familie mai puțin cunoscute (Burelli). Fiecare articol aruncă o lumină nouă asupra unor subiecte sau personalități cunoscute sau scoate din uitare subiecte sau personaje. Am preferat să existe o poveste sau un personaj care să mențină interesul publicului și să păstreze informațiile în memorie (fie ea și de scurtă durată).

Succesul demersurilor de comunicare și promovare este și o chestiune de destin, nu doar una de planificare, așa cum a demonstrat-o

popularitatea neobișnuită a unei planșe de examen cu un scrânciob desenat la Muzeul Satului. Aceasta a trezit amintiri în rândul multor absolvenți ai Institutului și Universității „Ion Mincu” atât din cauza examenului la care unii au participat, cât și din cauza practicii relevului, îndeplinită inclusiv prin relevarea unor clădiri din Muzeul Satului.

Comunicarea online a muzeelor poate lua și alte forme decât cea de pe Facebook. Jurnaliștii zic că o imagine valorează 1000 de cuvinte (lucru satisfăcut de Facebook). Ei nu spun cât valorează o imagine 3D, cu care putem interacționa în timp real. Despre posibilitățile tehnologiei 3D pentru comunicarea patrimoniului voi vorbi în secțiunea următoare.

3. Proiectul de reconstrucție a Muzeului Simu

Cu ajutorul doamnei conf. dr. arh. Andreea Iosif (U.A.U.I.M.) am completat tururile digitale 360° ale spațiilor expoziționale și am continuat proiectul de reconstrucție virtuală a Muzeului Simu (finanțat prin Timbrul Arhitecturii, gestionat de Ordinul Arhitecților din România).

Am avut plăcerea să primesc vizita unor absolvenți din anii '60 ai Institutului (pe atunci) Ion Mincu. Aceștia cunoșteau Muzeul Simu ca

loc de practică pentru desenul ornamental și au fost impresionați de verosimilitatea reconstrucției. Din motive sanitare, aceștia nu au folosit casca de VR, dar au vizionat un film care reconstitua experiența cu casca.

Am primit și vizita unui grup de masteranzi de la UNATC, de la specializarea foto-video, cărora le-am prezentat reconstrucția Muzeului Simu, sala 1, în același mod.



Fig. 4. Captură de tur virtual cu interiorul primei camere a Muzeului Simu disponibilă într-o variantă interactivă pe platforma SketchFab. Pe biroul colecționarului se află actul de donație al muzeului ¹⁴

¹⁴ Interiorul primei camere a Muzeului Simu, <https://sketchfab.com/3d-models/simu-museum-full-version-2f2b0453df6e4309936abbcd065b6700>

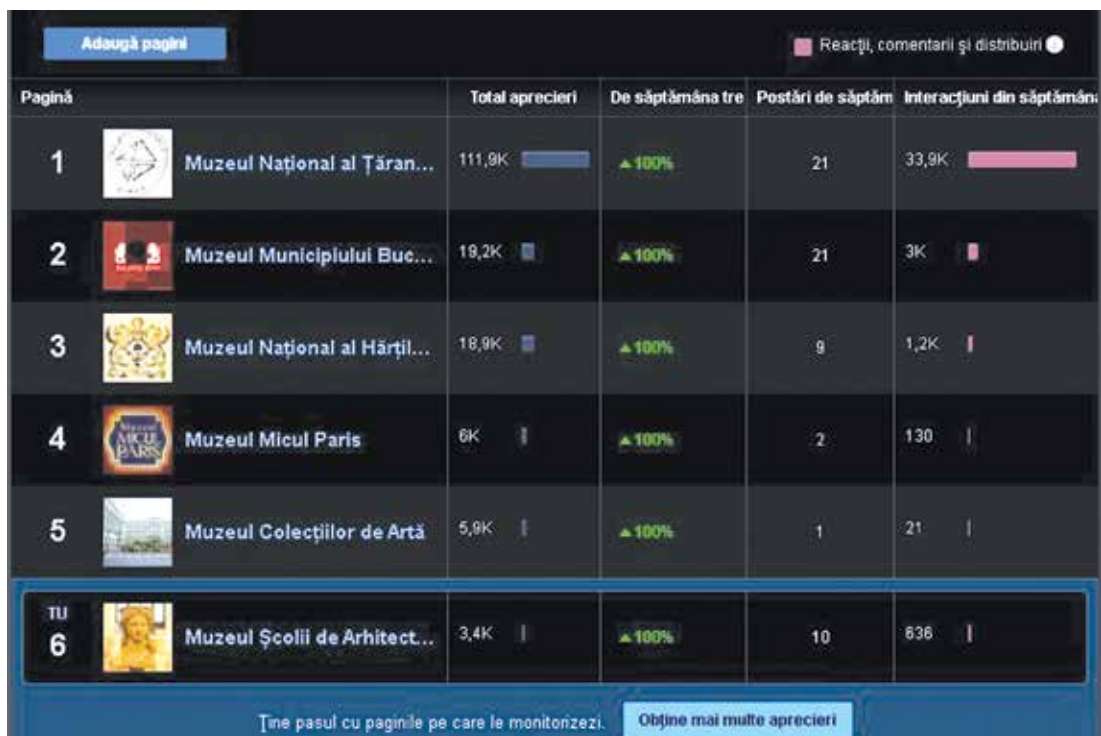


Fig. 4. Captură de ecran ce compară performanțele postărilor și ale paginii Muzeului Școlii de Arhitectură cu performanțele unor pagini asemănătoare de pe Facebook ¹⁵

Proiectul reconstrucției virtuale a Muzeului Simu continuă demersul început în 2019 și refinanțat în 2020 (prelungit din cauza pandemiei și în 2021), prin completarea modelului deja existent al Muzeului Simu cu a doua sală, cea dedicată artei românești și decorată în consecință cu elemente inspirate de Biserica Mănăstirii Curtea de Argeș. Ca și în cazul exteriorului și al primei săli, documentarea s-a făcut folosind planurile muzeului, păstrate la Arhivele Naționale ale României, iar pentru detaliile interioare și modul de prezentare au fost consultate fotografii de arhivă, relevee ale clădirilor folosite ca inspirație (în cazul de față portalul, brâu și medalioane inspirate de biserica de la Curtea de Argeș) și cataloagele muzeului.

Aplicația aflată în lucru a fost prezentată în cadrul evenimentului „O noapte la Muzeul Școlii de Arhitectură” (12.06.2021) atât

printr-o videoproiecție, cât și cu ajutorul căștii de realitate virtuală. Modelul tridimensional reunește elemente ale patrimoniului mobil (câteva piese ale fostului Muzeu Simu aflate în gestiunea C.E.D., a Muzeului Național de Artă al României și a Muzeului Municipiului București) și imobil (clădirea și spațiile de expunere ale acestui muzeu), fiind inedită din acest punct de vedere. Au fost integrate și imagini de arhivă (de la Arhivele Naționale ale României) precum paginile din testamentul lui Simu ce apar pe biroul acestuia în Fig. 4.

Dată fiind importanța colecției remodelate digital și a partenerilor implicați (Muzeul Național de Artă al României și Muzeul Municipiului București), există niște standarde care se impun. Aplicația asigură interactivitate în timp real fără a pierde din verosimilul pieselor sau al arhitecturii. Pentru a completa atât experiența virtuală (printr-o aplicație de realitate augmentată și o aplicație de realitate virtuală mai interactivă), cât și colecția digitală, ar fi nevoie de o altă finanțare. Și poate că

¹⁵ Comparatie între pagini și postări Facebook ale instituțiilor de cultură, https://www.facebook.com/MuzeulUAUIM/insights/?referrer=page_insights_tab_button

odată cu aceasta, aplicația rezultată va deveni un reper pentru muzeele hypermediate din România, la fel cum a fost și Muzeul Simu în perioada interbelică pentru peisajul cultural

bucureștean, fiind primul muzeu de artă universală și prima clădire gândită cu funcție de muzeu (iluminat zenital, camere tematice).

4. În loc de concluzii

Concentrarea pe conținutul digital înseamnă că rolul muzeului ca intermediar între patrimoniu și public se schimbă, pentru că acesta nu mai intermediază un patrimoniu tangibil sau intangibil, ci unul digital. După cum observa un lucrător muzeal, la sfârșitul unui chestionar despre schimbările aduse de COVID-19 (desfășurat între sfârșitul lui aprilie și începutul lui mai 2020), legat de interesul crescând al muzeelor pentru crearea și diseminarea de conținut digital, „acest lucru a schimbat scopul instituției: am trecut la un rol mai amplu de apărare a drepturilor și de diseminare a informației, în loc să rămânem doar un centru cultural”. („This has shifted our institutional purpose; we’ve moved into a bigger role of advocacy and information dissemination instead of just being a cultural center.”)¹⁶ Muzeele au de câștigat prin plasarea în cadrul unor rețele sociale, pentru că astfel își consolidează deschiderea și

autoritatea. Deschiderea este confirmată prin comentariile pe care le primesc, iar autoritatea este confirmată prin prezența publică cu un conținut relevant și de calitate. Comunicarea online a muzeelor ține locul unui ritual: asigură păstrarea memoriei, dar și relevanța sa. Este mult mai facilă decât vizitarea efectivă, dar nu oferă calmul și reculegerea prezenței fizice. Chiar și o aplicație digitală cum este cea pentru Muzeul Simu are mai mare impact în spațiul fizic al muzeului, unde își păstrează funcția de mijlocitor.

Comunicarea patrimoniului nu este unidirecțională, ea are nevoie de feedback. Ce poate fi mai satisfăcător, atât pentru instituțiile de cultură, cât și pentru public, decât o interacțiune reală cu obiectele și cu oamenii care le îngrijesc pentru a finaliza o interacțiune începută în mediul digital?

Bibliografie:

Linda Norris, Rainey Tisdale, *Creativity in Museum Practice*, Routledge, 2014.

Mihai Nadin, *Civilizația analfabetismului*, Spandugino, 2016.

Sandra H. Dudley (ed.), *Museum Objects: Objects and Experience, Representation and Contestation*, Routledge, 2012.

Steven Levy, *In the Plex: How Google Thinks, Works, and Shapes Our Lives*, Simon & Schuster, 2011.

Tony Buzan, *Arta stăpânirii hărții mentale*, trad. Carmen Dragomir, Didactica Publishing House.

Webografie:

Comparație între pagini și postări Facebook ale instituțiilor de cultură, https://www.facebook.com/MuzeulUAUIM/insights/?referrer=page_insights_tab_button

Consumul cultural non-public în perioada de izolare. Moduri de petrecere a timpului liber și problematica decalajelor digitale. Consultat online la adresa: <https://culturadatainteractiv.ro/tendinte-ale-consumului-cultural-in-pandemie/consumul-cultural-in-perioada-de-izolare-moduri-de-petrecere-a-timpului-liber-si-problematica-decalajelor-digitale/>

Cristian Pătrășconiu, *Interviu Martin S. Martin. „Educație: cum e în Statele Unite”*. Consultat online la adresa: <https://putereaacincea.ro/cristian-patrasconiu-interviu-martin-s-martin-educatie-cum-e-in-statele-unite/>

¹⁶ Monserrat Pis, Marisa Gomez, *Looking after culture from afar. Museum professionals during the COVID-19 pandemic*. Consultat online la adresa: <https://interartive.org/2020/06/professionals-museums-covid>

Interiorul primei camere a Muzeului Simu, <https://sketchfab.com/3d-models/simu-museum-full-version-2f2b0453df6e4309936abbcd065b6700>

Johannes C. Bernhardt. *COVID-19 und Museen*. Consultat online la adresa: https://www.academia.edu/43309524/COVID-19_und_Museen

Monserat Pis, Marisa Gomez, *Looking after culture from afar. Museum professionals during the COVID-19 pandemic*. Consultat online la adresa: <https://interartive.org/2020/06/professionals-museums-covid>

Rebecca Kahn, *Locked down not locked out – Assessing the digital response of museums to COVID-19*. Consultat online la adresa: <https://blogs.lse.ac.uk/impactofsocialsciences/2020/05/08/locked-down-not-locked-out-assessing-the-digital-response-of-museums-to-covid-19/>

Virtual Frazier – catalogarea conținutului legat de COVID-19 pentru o expoziție virtuală, <https://fraziermuseum.org/coronaviruscapsule>

Dr. CLAUDIA POPESCU
*Centrul Expozițional Documentar al Universității de Arhitectură
și Urbanism Ion Mincu, București*
claudia.popescu@uauim.ro

ACCESUL PERSOANELOR CU DIZABILITĂȚI ÎN INSTITUȚIILE DE CULTURĂ DIN ROMÂNIA*

*Access to Cultural Institutions in Romania for Persons with Disabilities**

Oana Maria SAVA

ABSTRACT

People with disabilities face multiple barriers when trying to take part in and to enjoy cultural-related activities. The European Union, party to the United Nations Convention on the Rights of People with Disabilities and to the Marrakesh Treaty, is continuously working towards granting people with or without disabilities equal rights in general and equal access to cultural life in particular. Studies covering cultural consumption and habits of people with disabilities in the EU are very few. The aim of this article is to present the results of a study conducted in 2020 regarding the accessibility level of Romanian museums and public collections for people with disabilities. While access is difficult for people with disabilities in general, the visually impaired are provided the least accessibility features. Among the reasons why these buildings are poorly equipped are their status as heritage listed buildings (which makes modifications illegal or considerably difficult) or the fact that these institutions use rented spaces on which they have no administrative rights.

Key-words: Access to cultural life for persons with disabilities, culture statistics, museum and public collections statistics, equality

<https://doi.org/10.61789/rm.2021.04>

REZUMAT

Persoanele cu dizabilități se confruntă cu multiple bariere atunci când doresc să participe la viața culturală. Uniunea Europeană, ca parte a Convenției Națiunilor Unite privind Drepturile Persoanelor cu Dizabilități și a Tratatului de la Marrakesh, lucrează permanent pentru garantarea de drepturi egale în general și în ceea ce privește participarea persoanelor cu sau fără dizabilități la viața culturală. Statisticile ce privesc comportamentul și obiceiurile de consum ale persoanelor cu dizabilități nu sunt numeroase. Scopul acestui articol

* Această cercetare reprezintă una dintre activitățile prevăzute în proiectul aflat în desfășurare de către ANDPDCA, „Consolidarea mecanismului de coordonare a implementării Convenției ONU privind drepturile persoanelor cu dizabilități” (cod SIPOCA/SMIS2014+: 619/127534), cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Capacitate Administrativă.

* This research was conducted as part of the ANDPDCA (National Authority for the Protection of the Rights of People with Disabilities, Children and Adoptions) programme „Consolidarea mecanismului de coordonare a implementării Convenției ONU privind drepturile persoanelor cu dizabilități”/ „Consolidating the coordination mechanism to implement the UN Conventions on the Rights of Persons with Disabilities” (SIPOCA/SMIS2014+: 619/127534), co-financed by the Social European Fund through The Romanian Operational Programme “Administrative Capacity”.

este prezentarea rezultatelor unui studiu derulat în 2020 legat de gradul de accesibilizare a muzeelor / colecțiilor publice din România pentru persoanele cu dizabilități. În timp ce accesul persoanelor cu dizabilități este dificil în general, persoanele cu dizabilități vizuale se confruntă cu cea mai mare lipsă de dotări / echipamente în acest sens. Printre motivele pentru care aceste instituții de cultură sunt slab accesibilizate se numără statutul clădirilor de monument istoric (ceea ce înseamnă că intervenția asupra lor este ilegală sau foarte dificilă) și faptul că unele instituții își desfășoară activitatea în sedii închiriate, asupra cărora nu au drepturi de administrare.

Cuvinte-cheie: acces la viața culturală pentru persoanele cu dizabilități, statistică în domeniul culturii, date statistice despre muzee și colecții publice, egalitate.

Introducere

Articolul de față este bazat pe o cercetare derulată de către Autoritatea Națională pentru Drepturile Persoanelor cu Dizabilități, Copii și Adopții cu asistență tehnică din partea Băncii Mondiale și cu asistență în vederea culegerii de date din partea Institutului Național pentru Cercetare și Formare Culturală în perioada iulie-decembrie 2020. Produsul finit al demersului este reprezentat de raportul „Diagnoza situației persoanelor cu dizabilități în România”¹. Scopul cercetării a fost „evaluarea respectării Convenției Națiunilor Unite privind drepturile persoanelor cu dizabilități (CDPD) în opt domenii principale: (i) Accesibilitate și mobilitate, (ii) Protecția efectivă a drepturilor persoanelor cu dizabilități, (iii) Ocupare, (iv) Protecție socială (inclusiv abilitare / reabilitare), (v) Servicii sociale și viață independentă (inclusiv integrare în comunitate), (vi) Educație, (vii) Sănătate, (viii) Participare socială (politică și publică)”². Aceste date au contribuit la fundamentarea Strategiei naționale privind drepturile persoanelor cu dizabilități pentru perioada 2021-2027.

Pentru determinarea gradului de acces la activități culturale, INCFC a realizat colectarea de date de la o serie de instituții relevante din domeniul culturii, respectiv muzee și colecții publice, precum și instituții și companii de spectacole și concerte de pe întregul teritoriu al României. Articolul de față reprezintă o analiză detaliată a situației muzeelor și colecțiilor publice.

Context

Convenția Națiunilor Unite privind Drepturile Persoanelor cu Dizabilități a intrat în vigoare în anul 2011. Aceasta a proclamat, printre alte drepturi, dreptul persoanelor cu dizabilități de a accesa instituții culturale precum teatre, cinematografe, muzee și de a se bucura de bunuri culturale precum cărți, filme și muzică în formate accesibile lor. Conform Parlamentului European³, Uniunea Europeană, aderentă la această Convenție, lucrează permanent în acest

1 Banca Mondială. 2020.

2 Ibidem, p. 11.

3 Pasikowska-Schnass, M. (2019), p. 1.

sens, prin adoptarea și implementarea cadrului legislativ necesar, prin derularea de programe și activități favorabile acestui obiectiv. Același document arată că în UE sunt aproximativ 80 de milioane de persoane cu dizabilități pentru ale căror drepturi sunt puse la dispoziție fonduri pentru cercetare, inovare, infrastructură și programe care să promoveze accesul lor la viața culturală. Articolul 30 proclamă dreptul persoanelor cu dizabilități de a participa la viața culturală, aceasta însemnând: bunuri culturale în formate accesibile (programe de televiziune, filme, piese de teatru ș.a.), servicii și activități culturale în formate accesibile (teatru, muzee, cinematografe, librării, servicii de turism și, pe cât este posibil, accesul la monumente de importanță culturală națională). Persoanele cu dizabilități au, de asemenea, dreptul de a-și dezvolta și utiliza potențialul creativ, artistic și intelectual, atât ca amatori, cât și ca artiști profesioniști, dar și de a le fi recunoscute și susținute identitățile culturale și lingvistice (limbajul mimico-gestual, de exemplu).

În anul 2010, Comisia Europeană a adoptat Strategia privind Drepturile Persoanelor cu Dizabilități 2010-2020, prin care a îmbunătățit accesibilitatea organizațiilor culturale, activităților, evenimentelor, locurilor de desfășurare a acestora, bunurilor și serviciilor.

Pe lângă aderarea la Convenția ONU, Uniunea Europeană a ratificat în 2018 Tratatul de la Marrakesh⁴ (devenind efectiv parte a sa din ianuarie 2019). Acest tratat, printr-o serie de reguli internaționale privind drepturile de autor și de distribuție ale publicațiilor tipărite, se asigură că accesul persoanelor cu dizabilități vizuale la acestea este facilitat, favorizând producerea de copii ale acestor materiale în formate accesibile.

O directivă UE adoptată în martie 2019, The European Accessibility Act, se referă la accesul persoanelor cu dizabilități și limitări funcționale la aparatură electronică, site-uri web și servicii media audiovizuale.⁵

Datele statistice referitoare la accesul persoanelor cu dizabilități la activitățile culturale nu sunt numeroase. Biroul de Statistică al Uniunii Europene (Eurostat) raporta, în 2019 (conform EPRS- European Parliamentary Research

Service)⁶, că una din șapte persoane cu vârste între 15 și 64 de ani are dificultăți în a desfășura activități cotidiene din cauza unor dizabilități locomotorii (4,2% femei, 3,4% bărbați), vizuale (2,1% femei, 1,8% bărbați), auditive (1% femei, 1,3% bărbați). Pentru persoanele cu dizabilități de vedere, doar 1-5% din literatură este accesibilă. La nivelul UE, în 2019, erau aproximativ: 30 milioane persoane cu dizabilități vizuale (conform European Blind Union), 5 milioane de utilizatori de fotolii rulante și 750 000 de utilizatori ai limbajului mimico-gestual (conform European Union of the Deaf). The European Blind Union a desfășurat un studiu în 2012, conform căruia persoanele cu dizabilități vizuale au acces scăzut la viața culturală. Autorii au menționat că au fost luate puține măsuri la nivel de muzee pentru facilitarea accesului persoanelor cu dizabilități vizuale severe sau parțiale, persoanelor cu dizabilități auditive severe sau parțiale și persoanelor cu dificultăți de învățare.⁷

În 2012 a fost publicată ediția 345 a Flash Eurobarometer, dedicată accesibilității.⁸ La studiul realizat telefonic au participat 27 de țări europene, printre care și România. Conform acestui raport, 29% dintre respondenți au afirmat că ei înșiși sau cineva din gospodăria lor suferă de o afecțiune sau de o problemă de sănătate ce a durat sau va dura 6 luni sau mai mult. Respondenții din România au afirmat în proporție de 28% acest lucru, aflându-se pe poziția 17 din cele 27 de țări participante la studiu.⁹ Tot 29% dintre cei sondați au afirmat că ei sau cineva din gospodăria lor a fost limitat în activitățile zilnice din cauza stării de sănătate în cel puțin ultimele 6 luni, iar 12% au caracterizat aceste limitări ca fiind severe.¹⁰ Conform datelor, 8% dintre români au afirmat că aceste limitări sunt severe, iar 13% au afirmat că au existat limitări, dar nu severe.¹¹

La nivel de atitudini, 97% dintre europenii care au răspuns la studiu considerau că persoanele cu dizabilități ar trebui să aibă

4 Council of the EU (2018).

5 Directiva UE 882/2019

6 Pasikowska-Schnass, M. (2019), p. 2.

7 Ibidem, p. 2.

8 European Commission (2012a).

9 Ibidem, p. 12.

10 Ibidem, p. 8.

11 Ibidem, p. 15.

aceleași șanse pe care le au persoanele fără dizabilități la obținerea unei educații, a unui loc de muncă, la accesarea oricărui magazin sau la a călători. Un procent de 93% afirmă că sunt conștienți de faptul că persoanele cu dizabilități experimentează bariere când vine vorba de a merge la școală, a obține un loc de muncă, a merge în vacanță, a vota și a se deplasa unde doresc. Aproximativ 70% au afirmat faptul că înlesnirea accesului la diferite bunuri și servicii ar îmbunătăți nu numai calitatea vieții persoanelor cu dizabilități, ci și a altor categorii (cum ar fi persoanele în vârstă, părinții cu copii mici, femeile gravide, cei ce sunt nevoiți să se deplaseze cu bagaj, persoane ce trec printr-o perioadă de sănătate precară etc.). De asemenea, 84% dintre cei intervievați au considerat că o mai bună accesibilitate la bunuri și servicii ar fi benefică pentru economie, iar 66% au afirmat că ar fi dispuși să cumpere sau să plătească mai mult pentru a susține produse și servicii inclusive pentru cei cu dizabilități și pentru vârstnici. Când vine vorba de soluții, 86% au afirmat că gândirea și implementarea unor metode de accesibilizare comune la nivelul Uniunii Europene ar îmbunătăți calitatea vieții

persoanelor cu dizabilități, permițându-le să călătorească, să studieze sau să muncească în altă țară din UE¹², iar 96% au susținut ideea că autoritățile publice ar trebui obligate să asigure accesibilitatea persoanelor cu dizabilități la orice bun și serviciu pe care îl oferă. Un procent de 94% dintre europeni consideră că mai mulți bani ar trebui direcționați către eliminarea obstacolelor fizice care îngreunează deplasarea celor cu dizabilități și a vârstnicilor, în timp ce 93% consideră că producătorii ar trebui să asigure accesibilitatea bunurilor și serviciilor pe care le oferă spre vânzare. Întrebați dacă în țara lor măsurile de accesibilizare sunt suficiente, 48% dintre respondenți au fost de acord cu afirmația, iar 47% au fost în dezacord.¹³

Doar respondenții care au declarat că ei sau cineva din gospodărie suferă de o afecțiune sau de o problemă de sănătate de lungă durată (mai mult de 6 luni) au fost întrebați care sunt cele mai mari probleme de accesibilitate de care se lovesc. Cele de ordin fizic au fost cel mai des invocate.¹⁴ Tabelul 1 prezintă o comparație între România și media UE pentru fiecare indicator de accesibilitate la mediul fizic.

Tabelul 1. Date din Flash Eurobarometer 345, 2012, Accesibilitate. Respondenți care au afirmat că ei înșiși sau cineva din gospodăria lor suferă de o afecțiune/problemă de sănătate de lungă durată (care a durat sau care va dura mai mult de 6 luni). Dificultăți de accesibilitate la mediul fizic.¹⁵

Indicator	Media UE	România
Dificultate în deplasarea cu taximetrul, autobuzul, trenul, avionul	16% - în majoritatea timpului 20% - ocazional	9% - în majoritatea timpului 19% - ocazional
Dificultate în deplasarea pe trotuar sau în traversarea unei străzi cu semafor	15% - în majoritatea timpului 23% - ocazional	13% - în majoritatea timpului 22% - ocazional
Intrarea într-o clădire sau deplasarea într-un spațiu public deschis	14% - în majoritatea timpului 24% - ocazional	7% - în majoritatea timpului 21% - ocazional

Tabelul 2 prezintă datele legate de accesibilitatea la mediul informațional. Din nou, respondenții au fost doar europenii care au declarat că ei sau cineva din gospodăria lor suferă de o afecțiune / problemă de sănătate de lungă durată.

¹² Ibidem, p. 9.

¹³ Ibidem, p. 10.

¹⁴ Ibidem, p. 17.

¹⁵ Ibidem, pp. 18-24.

Tabelul 2. Date din Flash Eurobarometer 345, 2012, Accesibilitate. Respondenți care au afirmat că ei înșiși sau cineva din gospodăria lor suferă de o afecțiune / problemă de sănătate de lungă durată (care a durat sau care va dura mai mult de 6 luni). Dificultăți de accesibilitate la mediul informațional.¹⁶

Indicator	Media UE	România
Dificultate în a folosi un computer sau un telefon	10% - în majoritatea timpului 16% - ocazional	7% - în majoritatea timpului 17% - ocazional
Dificultate în achiziționarea de bunuri și servicii (inclusiv online)	8% - în majoritatea timpului 16% - ocazional	7% - în majoritatea timpului 16% - ocazional
Dificultate în utilizarea site-urilor autorităților	7% - în majoritatea timpului 12% - ocazional	4% - în majoritatea timpului 9% - ocazional
Dificultate în folosirea site-urilor comerciale	5% - în majoritatea timpului 12% - ocazional	3% - în majoritatea timpului 10% - ocazional

În interpretarea datelor din tabelele 1 și 2 este important să se țină cont de faptul că datele au fost culese în cadrul unei ediții Flash Eurobarometer (Eurobarometru „Fulger”), ceea ce înseamnă că întrebările nu au fost adresate an de an, precum întrebările din cel Standard. De asemenea, întrebările care au generat Tabelele 1 și 2 au fost adresate doar respondenților care au răspuns afirmativ când au fost întrebați dacă ei înșiși sau cineva din gospodăria lor suferă de „o afecțiune sau o problemă de sănătate de lungă durată (care a durat sau va dura mai mult de 6 luni)”¹⁷. Întrebarea aceasta a funcționat ca un filtru, pentru a determina căror respondenți li se vor adresa întrebările legate de accesibilitatea la mediul fizic și cel informațional. Totuși, în cadrul acestor întrebări, s-a folosit termenul „dizabilitate”, termen ce nu fusese folosit în întrebarea filtru (ex.: Dvs. sau cineva din gospodăria dvs. care suferă de un tip de dizabilitate a avut vreodată dificultăți în a: se deplasa cu un taximetru / autobuz / tren / avion?”¹⁸. În Anexa Tehnică a studiului se menționează faptul că operatorul de chestionar le-a oferit respondenților următoarea definiție a „persoanelor cu dizabilități”: „persoane cu orice tip de deficiență fizică, senzorială, intelectuală sau mentală sau cu o afecțiune / problemă de sănătate de lungă durată, care

împiedică participarea lor în societate în mod deplin sau pe picior de egalitate cu alții sau care îi limitează în activitățile pe care alții le fac de obicei. Acest grup include și persoane care sunt împiedicate în a-și desfășura activitățile din pricina vârstei, deoarece nu mai pot auzi, vedea sau se deplasa așa cum o făceau înainte”¹⁹. Însă această definiție a fost citită după ce întrebarea filtru fusese adresată. Se poate spune că acest mod de desfășurare a interviului a fost prielnic creării unor confuzii de termeni pentru respondent, din pricina schimbării termenilor folosiți în cele două întrebări. Un alt aspect de care trebuie ținut cont în interpretare se referă la specificități ale țărilor studiate. Doar un exemplu ar fi interpretarea indicatorului „dificultate în utilizarea site-urilor autorităților” (Tabelul 2), unde trebuie luat în calcul și gradul diferit de digitalizare a interacțiunii cu autoritățile pentru fiecare țară sondată. Eurobarometrul Fulger 2012, singurul dedicat accesibilității, nu cuprinde date referitoare la accesibilitatea pentru utilizatorii de fotoliu rulant, pentru utilizatorii limbajului mimico-gestual sau pentru persoanele cu deficiențe de vedere, ce au nevoie de marcaje audio-tactile. De asemenea, nu cuprinde date referitoare la obiceiurile de consum ale persoanelor cu dizabilități (unde ar intra și consumul cultural).

Cea mai recentă ediție a Special Eurobarometer dedicată discriminării în Uniunea Europeană a fost publicată în 2019 (Special Eurobarometer,

16 Ibidem, pp. 27-37.

17 Întrebările au fost adresate unui număr de aprox. 7 400 de respondenți din eșantionul de aprox. 25 500, pentru cele 27 de țări participante la studiu.

18 Ibidem, Anexă, chestionar, p. Q3

19 Ibidem, Anexă, chestionar, p. Q2.

numărul 493).²⁰ La studiul desfășurat față-în-față, pe un eșantion de aprox. 27 400 de respondenți, au participat 28 de țări, printre care și România. Conform raportului, 44% dintre respondenții din UE au afirmat că discriminarea pe baza dizabilității este larg răspândită în țara lor, în timp ce 51% au afirmat că este rară. Respondenții din Franța (63%), Portugalia (58%) și Grecia (53%) au afirmat că acest tip de discriminare este des întâlnită, în timp ce Luxemburg și Slovacia au afirmat același lucru doar în proporție de 19%, respectiv 21%. Respondenții din România au afirmat acest lucru în proporție de 50%, raportat la o medie europeană de 44% și ocupând locul 7 dintre cele 28 de țări participante la studiu.²¹

O analiză de impact realizată în 2015²² include date culese în urma unor consultări publice cu persoane cu dizabilități și cu organizații care le reprezintă drepturile referitor la accesul acestora la viața culturală. Respondenții au fost întrebați căror bunuri și servicii ar trebui să li se dea prioritate în procesul de accesibilizare pentru persoanele cu dizabilități și pentru vârstnici. Rezultatele acestei analize sunt prezentate în Tabelul 3, unde se poate observa că aceste persoane și-au dorit să se ia măsuri privind facilitarea accesului lor la mediul informațional și comunicațional, la serviciile de transport și mobilitate, la infrastructură și la viața culturală și activitățile de timp liber.²³ Aceste rezultate arată importanța crescută a domeniului cultural pentru aceste persoane și dorința lor de a se lua măsuri în acest sens.

Tabelul 3. Rezultatele Analizei de Impact, Comisia Europeană, 2015.

Bariere privind accesul / conform	Informație și comunicare	Transport și mobilitate	Infrastructură	Cultură / Timp liber
Organizații	39%	36%	27%	8%
Cetățeni	16%	33%	20%	6%

În martie 2021, Comisia Europeană a adoptat Strategia privind Drepturile Persoanelor cu Dizabilități pentru perioada 2021-2030. Conform site-ului oficial al Uniunii Europene²⁴, scopul acesteia este continuarea muncii de

facilitare a participării totale la viața socială și cea economică pentru persoanele cu dizabilități, indiferent de sex, rasă, etnie, religie, vârstă, orientare sexuală.

Metodologie

Obiectivul analizei a fost identificarea gradului de accesibilitate pentru persoanele cu dizabilități al clădirilor în care au sediul / își desfășoară activitatea muzeele și colecțiile publice din România, mai exact gradul de accesibilitate la:

- mediul fizic (aspecte precum: rampă de acces; intrare accesibilă în clădire; uși interioare; ascensor / lift pentru scări / platformă de ridicare / trotuare rulante; grupuri sanitare accesibilizate; săli de expoziție);

- mediul informațional și comunicațional (aspecte precum: informații relevante – program și tarife afișate corespunzător; existența semnelor Braille; accesibilizarea paginii de internet a instituției; existența unei persoane desemnate pentru situația în care o persoană cu dizabilități are nevoie de asistență; existența unor interpreți autorizați ai limbajului mimico-gestual și ai limbajului specific persoanelor cu surdocecitate).

Pentru a obține aceste date, reprezentanții muzeelor au primit prin e-mail un chestionar, pe care au fost rugați să îl completeze online. După trimiterea prin e-mail, aceștia au fost contactați telefonic cu rugămintea de a completa chestionarul primit.

²⁰ European Commission (2019).

²¹ Ibidem, p. 105.

²² European Commission (2015) în Pasikowska-Schnass, M (2019)

²³ Ibidem, p. 3.

²⁴ European Commission (2021).

Tabelul 4. Numărul muzeelor și colecțiilor publice sondate în cadrul studiului, după tipul acestora.

Tip muzeu / colecție publică participant/-ă la studiu	Număr
Muzee de artă	30
Muzee de arheologie și istorie	38
Muzee de știință și istorie naturală	17
Muzee de știință și tehnică	5
Muzee de etnografie și antropologie	26
Muzee specializate	38
Muzee generale	16
Alte muzee (mixte)	38
Monumente	5
Grădini botanice, zoologice, acvarii	1
Rezervații naturale	1

De menționat că aproape toate muzeele sondate sunt subordonate statului sau autorităților publice locale (cu excepția a trei muzee și colecții publice, proprietate privată). Un procent de 76% se află în mediul urban. O distribuție după tipul muzeului / colecției publice poate fi consultată în Tabelul 4. Rata de răspuns a fost 48% (215 chestionare completate din 447 de instituții contactate).

În afara întrebărilor cu variante de răspuns predeterminate, respondenții au avut la dispoziție o casetă unde au putut scrie, în cuvinte proprii, orice fel de sugestie, observație sau informație adițională, contribuind astfel cu informații relevante privind realitățile cu care se confruntă în contextul relației lor cu vizitatorii / spectatorii cu dizabilități.

Accesul persoanelor cu dizabilități la mediul fizic

Accesul la mediul fizic a urmărit indicatori precum existența unei parcuri accesibilizate, caracteristicile căilor de acces și ale rampelor de acces, accesibilizarea coridoarelor, accesibilizarea grupurilor sanitare, existența ascensoarelor sau platformelor de ridicare etc.

În ceea ce privește existența parcarilor, 23% dintre muzeele și colecțiile publice incluse în studiu au declarat că dispun de parcare amenajată. Un procentaj de 22% dintre acestea dispun de locuri de parcare aflate în vecinătatea unei intrări accesibile în clădire, iar 16% dintre acestea au afirmat că spațiile de parcare susțin orientarea facilă pentru persoanele cu dizabilități. Un procent de 15% dintre respondenți au apreciat că spațiile de parcare au numărul de locuri adaptate, rezervate și semnalizate adecvat, în timp ce doar 12% dintre aceștia au declarat că spațiile de parcare au desenat pe carosabil marcajul internațional (persoana în fotoliu rulant) și sunt semnalizate prin panoul de informare. Din această diferență de procente am putea deduce faptul că nu se cunosc întotdeauna regulile de semnalizare ale acestor locuri de parcare, existând cazuri în care respondenții au declarat ca fiind adaptate, rezervate și semnalizate adecvat spații care, de fapt, nu îndeplinesc toate condițiile.

Referitor la calea de acces în clădire, 71% dintre reprezentanții muzeelor au declarat că aceasta este accesibilizată și lipsită de obstacole, iar în 12% dintre cazuri calea de acces în clădire este marcată corespunzător până la ușă, inclusiv cu covor și pavaj tactil. Un alt indicator este legat de existența și gradul de adecvare al rampei de acces în clădire (Fig. 1 a). Doar 34% dintre muzee dispun de o astfel de rampă. Dintre acestea, 30% dispun de o rampă aflată la intrarea principală sau care este semnalizată corespunzător, în timp ce în numai 16% dintre cazuri suprafața rampei este acoperită cu material antiderapant. Doar 5% au declarat că rampa de acces are suprafețe de avertizare tactilo-vizuale la început și la sfârșit.

Referitor la accesibilitatea intrării în clădire, 72% dintre respondenți au declarat că în fața ușii există destul spațiu de manevră pentru persoanele cu dizabilități, în timp ce 57% au declarat că pragul ușii este corespunzător și nu creează dificultăți pentru aceste persoane. În doar 24% dintre cazuri ieșirile de evacuare sunt marcate tactilo-vizual.

În ceea ce privește accesibilitatea coridoarelor, în 68% dintre muzee și colecții publice acestea permit accesul persoanelor cu dizabilități la zonele de interes privind activitatea instituției. În 13% dintre cazuri există semnalizări vizuale

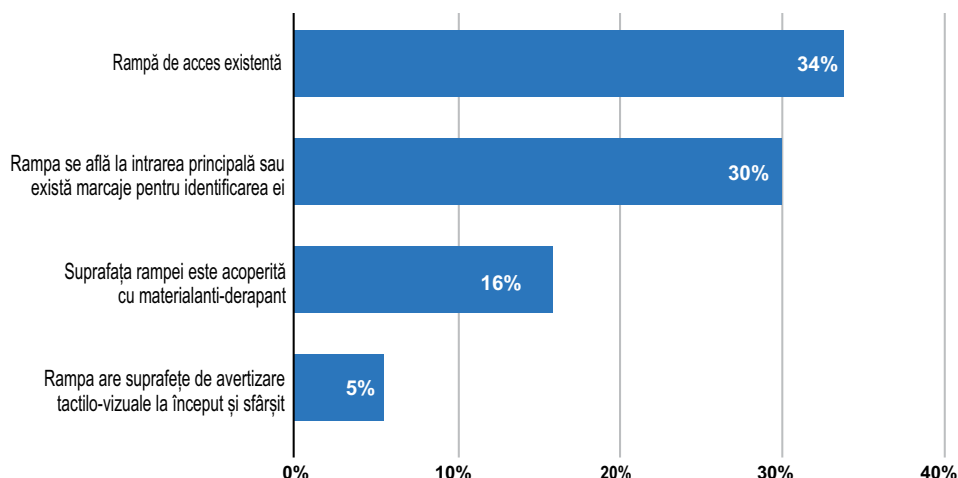


Fig. 1.a. Accesul la mediul fizic, muzee și colecții publice. Existența și caracteristicile rampei de acces în clădire.

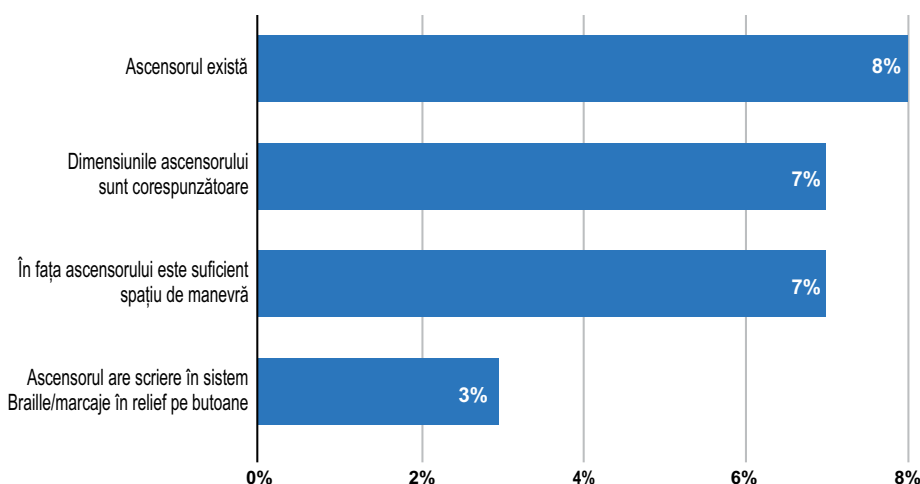


Fig. 1.b. Accesul persoanelor cu dizabilități la mediul fizic, muzee și colecții publice. Existența și caracteristicile ascensorului din clădire.

și sonore suplimentare pentru persoanele cu deficiențe de auz și vedere.

Legat de gradul de accesibilizare al ușilor din interiorul clădirii, 94% au uși interioare realizate din alte materiale decât sticla (sau, dacă sunt de sticlă, acestea au marcaje corespunzătoare). În 67% dintre cazuri există suficient spațiu de manevră pentru persoanele cu dizabilități.

În zona ghișeului / punctului de informare destinat vizitatorilor este destul spațiu de manevră sau mobilierul este convertibil pentru 54% dintre muzee, în timp ce doar în 12% dintre acestea intrarea din zona ghișeului este semnalizată corespunzător tactilo-vizual. De menționat că doar 67% au ghișeu la intrare.

Doar 8% dintre muzeele și colecțiile publice participante la studiu sunt dotate cu ascensor în interiorul clădirii (Fig. 1 b). Conform datelor, în 60% dintre instituții nu există ascensor, dar ar fi nevoie de unul, iar în 31% dintre instituții nu există ascensor și nici nu este nevoie de el. Dintre acestea, 7% au declarat că dimensiunile ascensorului sunt corespunzătoare și tot atâtea au declarat că în fața ascensorului este destul spațiu de manevră (pentru o persoană aflată în fotoliu rulant). Doar în 3% dintre cazuri butoanele ascensorului au marcaje în relief sau în sistem Braille pentru persoane nevăzătoare. În 41% dintre muzee și colecții publice există grupuri sanitare considerate accesibilizate.

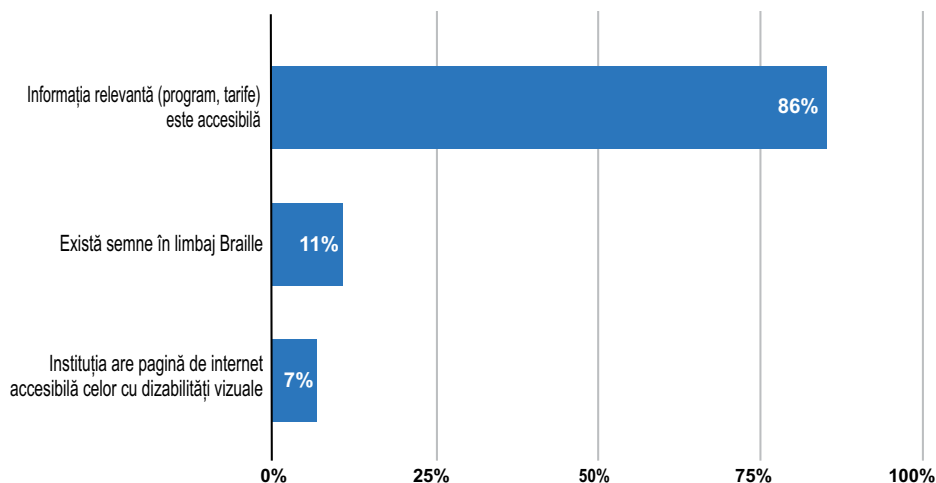


Fig. 2. Accesul persoanelor cu dizabilități la mediul informațional, muzee și colecții publice.

În ceea ce privește sălile de expoziție, 79% dintre muzeele și colecțiile publice incluse în studiu au sisteme de expunere ce permit vizionarea exponatelor în condiții optime și de către

persoanele cu dizabilități, iar 76% dintre acestea au cel puțin o sală de expoziție per instituție accesibilă persoanelor în fotoliu rulant.

Accesul la mediul informațional și cel comunicațional

Privind gradul de accesibilitate al mediului informațional (Fig. 2), 86% dintre muzeele și colecțiile publice incluse în acest studiu au declarat că informația relevantă legată de activitatea instituției (program, tarife) este accesibilă. Totuși, doar în 11% dintre cazuri există semne în sistem Braille și în doar 7% dintre cazuri pagina de internet a instituției este accesibilă celor cu dizabilități vizuale (din cele 76% dintre muzee care au pagină de internet). Au existat reprezentanți ai muzeelor care au explicat că persoanele cu dizabilități vizuale folosesc tehnologii de tip cititor de ecran, deci accesibilitatea paginii de internet este dependentă de deținerea unei astfel de tehnologii.

Totuși, nu e atât de simplu. Brophy și Craven²⁵ arată că, pe lângă faptul că un design web bun vine în ajutorul persoanelor cu dizabilități, este unanim acceptat faptul că un design web bun și eficient din punctul de vedere al accesibilității este un design bun pentru toată lumea, lucru care devine din ce în ce mai evident odată cu nevoia utilizatorilor de a accesa site-uri web

de pe diferite aparate electronice (telefoane mobile, tablete, PDA-uri etc.). Bineînțeles, totuși, că anumite grupuri de persoane vor beneficia mai mult de măsuri luate în acest sens: persoanele cu deficiențe de vedere grave sau parțiale care folosesc tehnologii / aplicații de citire a ecranului sau afișajul Braille actualizabil, care au nevoie de funcția de mărire / lupă sau de funcțiile de mărire a scrisului, a contrastului dintre scris și restul ecranului sau altele de acest fel. De ajustări ale ecranului sau textului și de tehnologiile de citire a ecranului au nevoie și persoanele cu dificultăți de învățare (precum dislexia), în timp ce persoanele cu dizabilități auditive au nevoie ca sunetele să fie descrise sub formă de text. În cazul persoanelor cu dizabilități fizice care le împiedică să folosească mouse-ul sau care au nevoie de tehnologii de asistență, este nevoie de joystickuri, switch-uri sau tehnologii de input vocal pentru a accesa webul.

Cercetarea și inovarea în acest domeniu au produs dispozitive utile. Câteva exemple ar fi proiectul *TIDE ACCESS*, ce are la bază

25 Brophy, P. Craven, J. (2007), pp. 951-952

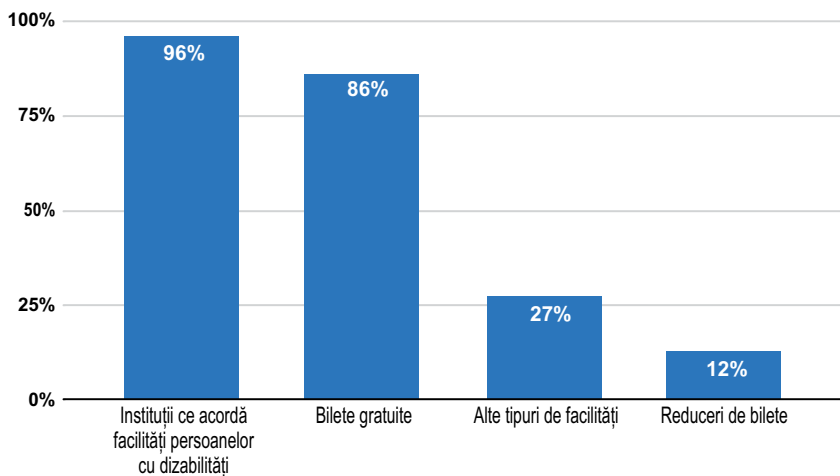


Fig. 3. Procentul muzeelor și colecțiilor publice ce acordă facilități persoanelor cu dizabilități, după tipul de facilitate.

conceptul *design for all*²⁶; proiectul SPEECH²⁷, ce a construit un model conceptual de afișare a conținuturilor de pe paginile web favorabil celor ce folosesc tehnologie *speech-only*; munca celor de la *Trace Center*²⁸, munca celor de la *W3C Web Accessibility Initiative*²⁹. Oricât de avansate ar deveni tehnologiile de asistare, adevărul este că ele devin inutile dacă designul propriu-zis al paginilor web nu este realizat având în vedere compatibilitatea cu acestea. Dacă un site nu este gândit cu scopul de a fi accesibil, nici cel mai avansat dispozitiv de asistare nu o să îl poată accesa. De asemenea, diferite dispozitive de asistare au diferite probleme de accesare a site-urilor. Proiectul NoVa (Non-visual Access to the Digital Library project) prezintă câteva dintre acestea, precum pixelarea textului când utilizatorul vrea să folosească funcția de mărire sau imposibilitatea unui cititor de ecran să citească fiecare link de pe o pagină din cauza layoutului defectuos. O altă problemă este nivelul de experiență al utilizatorului, pentru că, de exemplu, unele tehnologii de asistare (precum JAWS, un cititor de ecran foarte puternic, complex) pot fi folosite la întregul potențial numai de utilizatori

formați în acest sens. De asemenea, când o nouă versiune este lansată, este nevoie de un nou training pentru utilizator. De aceea, dacă un computer care folosește o tehnologie de asistare a persoanelor cu dizabilități este plasat într-o instituție (în cazul studiului este vorba de bibliotecă), personalul trebuie să fie instruit în utilizarea respectivei tehnologii pentru a ajuta, la nevoie, beneficiarul.³⁰ Și un studiu al lui Bigham, Lin și Savage arată că utilizatorii nevăzători care se folosesc de tehnologii de citire a ecranului pentru a accesa site-urile web au nevoie de metode complexe, sofisticate, dezvoltate în perioade lungi de timp și experimentând frustrare repetată, pentru a afla de pe site-uri informații pe care o persoană fără astfel de probleme le găsește ușor. Iar dacă persoana nu are experiența sau ingenuitatea necesară, informația nu este găsită deloc, acest lucru ducând la sentimente de neputință. Același studiu arată că, în medie, persoanele cu dizabilități de vedere petrec un timp dublu față de cei fără dizabilități pentru găsirea aceleiași informații, iar doar o treime dintre participanții nevăzători au reușit să găsească pe site o informație pe care au găsit-o peste 80% dintre participanții fără deficiențe de vedere.³¹

26 Stephanidis & Emiliani (1998) apud. Brophy, P., Craven, J., (2007).

27 Zajicek & Powell, (1997), apud. Brophy, P., Craven, J., (2007).

28 O'Briant (1999), apud. Brophy, P., Craven, J., (2007).

29 Mai multe informații la <https://www.w3.org/WAI/>.

30 Craven & Brophy (2003), p. 118.

31 Bigham, J. P., Lin, I., & Savage, S. (2017), pp. 107-108.

În ceea ce privește mediul comunicațional, în 33% dintre muzee / colecții publice există o persoană desemnată pentru asistarea persoanelor cu dizabilități și în 14% dintre aceste instituții există interpreți autorizați pentru limbaj mimico-gestual / specific persoanelor cu surdocecitate.

În privința altor indicatori, un procentaj de 96% dintre muzee / colecții publice oferă

facilități persoanelor cu dizabilități (Fig. 3). Mai exact, 87% dintre acestea oferă bilete gratuite, 27% oferă alte tipuri de facilități și 12% oferă reduceri de bilete.

În ceea ce privește personalul de specialitate, 7% dintre muzee / colecții publice au cel puțin un angajat de specialitate format în domeniul drepturilor omului.

În cuvintele respondenților

La finalul chestionarului, respondenții au fost rugați să exprime, prin intermediul unei întrebări deschise (o casetă de observații), aspecte pe care au simțit că nu au avut ocazia să le exprime în timpul completării chestionarului. În continuare sunt prezentate rezultatele codificării și cuantificării acestora.

Conform Tabelului 5, 62% dintre respondenți nu au avut observații. Un procentaj de 11% dintre aceștia au semnalat faptul că nu se poate interveni asupra clădirilor din diferite motive:

- clădirea este monument istoric clasa A;
- instituția nu are un sediu propriu și își desfășoară activitatea în sedii închiriate asupra cărora nu are drept de administrare;
- nu dispun de fondurile necesare din partea autorităților.

În 5% dintre cazuri, respondenții au ținut să precizeze faptul că personalul instituției este implicat, oferind ajutor de fiecare dată când este nevoie pentru a crea o experiență plăcută și demnă vizitatorilor cu dizabilități. Aceștia au considerat că există cazuri când acest lucru compensează total pentru lipsa de dotări.

Alți 4% dintre respondenți au dorit să propună posibili noi indicatori pentru un viitor studiu, prezentând situații specifice din teren ce nu au putut fi cuprinse în ediția de față din pricina gradului ridicat de specificitate.

Tot 4% dintre respondenți au spus că muzeul pe care îl reprezintă nu se adresează, prin natura sa, persoanelor cu dizabilități sau că nu au existat cereri din partea vizitatorilor cu dizabilități.

Alți 4% dintre respondenți au precizat că instituția în numele căreia completează chestionarul trece printr-un proces de renovare / reabilitare în urma căruia clădirea va avea dotările necesare.

Tabelul 5. Codificarea și cuantificarea răspunsurilor oferite în cadrul casetei de observații, muzee și colecții publice.

Răspunsuri – Muzee și colecții publice	Procentaj
Nu avem observații	62%
Nu se poate interveni asupra clădirii	11%
Implicarea personalului compensează pentru lipsa de dotări	5%
Propuneri pentru un viitor studiu (situații specifice din teren)	4%
Muzeul nu se adresează prin natura sa persoanelor cu dizabilități / Nu au existat solicitări din partea acestora de a vizita muzeul	4%
Renovare – Vor avea dotările necesare	4%
Altele	4%
Închis pentru renovare	3%
Închis – pandemie COVID-19	3%

Această secțiune este dedicată prezentării unor inițiative pentru creșterea gradului de accesibilitate (fizică și de conținut) la viața culturală pentru persoanele cu diferite tipuri de dizabilități din România:

- Proiectul „Simte Arta” a început în 2011, cu Muzeul de Istorie Naturală „Grigore Antipa”. În anul următor, a intrat în proiect și Muzeul Țăranului Român, urmând ca în 2013 să ajungă în șase muzee din București, Brașov și Timișoara (Muzeul Național al Țăranului Român, Muzeul Național de Artă al României, Muzeul Național de Artă Contemporană, Muzeul Militar Național, Muzeul de Artă Timișoara, Muzeul „Casa Mureșenilor” din Brașov). Printre premiile câștigate de acest proiect se numără premiul Porți deschise la Gala Persoanelor cu Dizabilități 2013.³²
- Proiectul „Muzeul Tuturor”, la Muzeul de Istorie Naturală „Grigore Antipa” din București. În anul 2012 au fost instalate „20 de basoreliefuri ce prezintă dioramele din expoziția permanentă, cu explicații Braille, dar și covoare tactile pentru deplasarea în siguranță a nevăzătorilor”. Alte activități din cadrul proiectului au cuprins „vizite în colecții pentru persoanele cu dizabilități de auz, dar și ateliere de artă plastică inspirate din istoria naturală, pentru persoanele cu dizabilități locomotorii, sau audiții de sunete din natură pentru persoanele cu dizabilități de vedere”³³.

- „IMAGINI TACTILE”, proiect desfășurat în 2018 și găzduit de Muzeul Municipiului București – Palatul Șuțu, ce a cuprins „imagini accesibilizate prin tehnici specifice de reinterpretație a formelor și printate în relief pe o hârtie specială, corelate cu descrieri ce pot fi ușor accesate prin telefonul mobil”. Astfel, persoanele cu deficiențe de vedere au avut acces la imagini reprezentative pentru istoria României, cu ocazia Centenarului Unirii.³⁴
- Muzeul Județean de Istorie „Paul Păltănea” din Galați a realizat, în 2019, atât montarea unor dispozitive care înlesnesc orientarea persoanelor nevăzătoare, cât și contractarea unor interpreți pentru limbajul mimico-gestual. Aceste facilități au fost adăugate rampei mobile deja existente în muzeu.³⁵
- Proiectul „Natura urbană: forme și sunete” își propune să accesibilizeze cel mai cunoscut traseu tematic din Parcul Național Văcărești: Poteca Biodiversității Urbane. În vederea acestui scop a fost desfășurată și publicată, în anul 2021, o analiză de accesibilitate a traseului și „a spațiului public adiacent și a conexiunilor cu orașul, alături de colegi și voluntari cu deficiențe de vedere și auz, pentru a afla ce intervenții sunt necesare pentru accesibilizare”³⁶.

32 Patzelt, D. (2013).

33 Mucenic, I. (2012).

34 f.a. (2018).

35 Crangan, C. (2019).

36 Fundația Orange (2021). Analiza de accesibilitate este disponibilă la: <https://www.orange.ro/fundatia-orange/documente/analiza-accesibilitate-online.pdf>.

Concluzii

Dotările necesare persoanelor cu dizabilități de vedere și celor cu surdocecitate sunt mai rar întâlnite față de dotările necesare persoanelor cu dizabilități locomotorii. Spre exemplu, căile de acces în clădire sunt, pentru majoritatea instituțiilor incluse în studiu, accesibile pentru persoanele cu dizabilități, în sensul că sunt lipsite de obstacole, dar foarte puține dintre acestea au marcaje corespunzătoare pentru persoanele cu deficiențe de vedere (inclusiv covor sau pavaj tactil) până la ușă. De asemenea, deși puține muzee dispun de o rampă de acces în clădire, și mai puține dintre aceste rampe existente îndeplinesc condiții precum acoperirea cu material antiderapant sau suprafețe de avertizare tactilo-vizuale la început și la sfârșit. Continuând seria de exemple, coridoarele clădirilor nu reprezintă, în general, o problemă în ceea ce privește spațiul de manevră. Totuși, lipsesc, din nou, semnalizările vizuale și sonore suplimentare pentru persoanele cu deficiențe de auz și de vedere. În ceea ce privește ghișeul / punctul de informare, din nou problema este reprezentată de lipsa de semnalizare tactilo-vizuală a intrării în clădire care este aferentă acestuia. Dintre muzeele care dispun de ascensor, în general acesta are dimensiunile corespunzătoare și spațiul de manevră necesar în fața sa, dar în foarte puține cazuri există marcaje în relief sau sistem Braille pe butoanele acestuia.

Puține clădiri dispun de rampe de acces și de ascensoare, din analiza observațiilor furnizate de către respondenți prin intermediul întrebării deschise reieșind că nu se poate interveni asupra clădirilor, acestea fiind fie monumente de patrimoniu protejate legal, fie spații închiriate asupra cărora nu au drept de intervenție / administrare. De asemenea, unele instituții nu au fondurile necesare pentru a realiza aceste dotări. Au fost și cazuri unde clădirile instituțiilor cuprinse în studiu se aflau în plin proces de renovare / reabilitare, urmând să dispună, la final, de astfel de dotări. Trebuie ținut cont și de numărul instituțiilor care dispun doar de parter sau de faptul că unele muzee / monumente sunt în aer liber.

Majoritatea muzeelor permit vizionarea exponatelor de către persoanele cu dizabilități.

Referitor la elementele de accesibilitate la mediul informațional și cel comunicațional, se observă din nou lipsa dotărilor necesare persoanelor cu dizabilități de vedere și celor cu surdocecitate. Deși majoritatea respondenților reprezentanți ai instituțiilor au declarat că informația referitoare la activitatea acestora este accesibilă, în foarte puține cazuri informația este disponibilă și în sistem Braille, iar pagina de internet este accesibilă persoanelor cu deficiențe de vedere. În foarte puține muzee există o persoană desemnată special pentru asistarea persoanelor cu dizabilități și în și mai puține există interpreți pentru persoanele cu surdocecitate (din analiza observațiilor reieșind că, pe de o parte, nu există personal desemnat specific pentru asistarea persoanelor cu dizabilități pentru că, la nevoie, întregul personal se implică și ajută fără ezitare și, pe de altă parte, instituțiile nu au interpreți pentru că grupurile de vizitatori cu surdocecitate au propriul lor interpret).

Marea majoritate a muzeelor oferă facilități pentru persoanele cu dizabilități, precum gratuitate sau reducere a tarifului biletelor sau alte facilități.

În urma prelucrării informațiilor culese cu ajutorul casetei de observații, a reieșit că lipsa de dotări a clădirilor poate fi pusă pe seama unor motive precum statutul de monument istoric al clădirii în care instituția își desfășoară activitatea (motiv pentru care intervenția este imposibilă), desfășurarea activității în spații închiriate, lipsa de fonduri, natura muzeului / monumentului (în aer liber, situat pe un deal etc.). De asemenea, unii reprezentanți ai muzeelor au vrut să evidențieze faptul că un personal al instituției empatic și implicat, doritor să asigure o experiență plăcută și demnă vizitatorilor / spectatorilor cu dizabilități compensează, de multe ori, lipsa dotărilor. Au existat și cazuri de instituții aflate în plină reabilitare și renovare care urmau să aibă dotările necesare la finalul procesului.

Bibliografie

- Banca Mondială. 2020. *Diagnoza situației persoanelor cu dizabilități în România*. <http://andpdca.gov.ro/w/wp-content/uploads/2020/12/Diagnoza-situatiei-persoanelor-cu-dizabilitati-in-Romania-2020-RO.pdf> (12 august 2021).
- Bigham, J. P., Lin, I., & Savage, S. (2017). *The Effects„ of „Not Knowing What You Don't Know” on Web Accessibility for Blind Web Users. Proceedings of the 19th International ACM SIGACCESS Conference on Computers and Accessibility - ASSETS '17*.
- Brophy, P. Craven, J. 2007. *Web Accessibility. Library Trends*. Volume 55, Number 4. Johns Hopkins University Press, pp. 950-972.
- Council of the EU. 2018. *Marrakesh Treaty on access to published works for blind and visually impaired persons - Council authorises ratification*. <https://www.consilium.europa.eu/en/press/press-releases/2018/02/15/marrakesh-treaty-on-access-to-published-works-for-blind-and-visually-impaired-persons-council-authorises-ratification/> (12 august 2021).
- Crangan, C. 2019. *Primul muzeu din Moldova care oferă soluții deștepte pentru toate persoanele cu dizabilități care-l vizitează*. https://adevarul.ro/locale/galati/primul-muzeu-moldova-ofera-solutii-deștepte-persoanele-dizabilitati-care-l-viziteaza-1_5dc978625163ec4271e74307/index.html (12 August 2019).
- Directive (EU) 2019/882 of the European Parliament and of the Council of 17 April 2019 on the accessibility requirements for products and services (Text with EEA relevance), <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A32019L0882> (13 august 2021).
- European Commission. 2012a. *Flash Eurobarometer 345. ACCESSIBILITY. REPORT*. Se poate descărca în format .pdf la <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/1015>, secțiunea Publication Reports.
- European Commission. 2019. *Special Eurobarometer 493. Discrimination in the European Union. Report*. Se poate descărca în format .pdf la <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/2251>, secțiunea Publication Reports.
- European Commission. 2012b. *Standard Eurobarometer 78- Autumn 2012*. Factsheet. Se poate descărca în format .pdf la <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/1069>, secțiunea Factsheets.
- European Commission. 2021. *Union of equality: Strategy for the rights of persons with disabilities 2021-2030*. <https://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=1484&langId=en> (12 august 2021).
- f.a. 2018. *IMAGINI TACTILE: Expoziție pentru nevăzători cu personalități din istoria României*. <http://muzeulbucurestiului.ro/imagini-tactile-expozitie-pentru-nevazatori-cu-personalitati-din-istoria-romaniei/> (12 august 2021)
- Fundația Orange. 2021. *Analiză de accesibilitate a Potecii Biodiversității Urbane*. <https://www.fundatiaorange.ro/comunicate-de-presa/accesibilizarea-potecii-biodiversitatii-urbane> (12 august 2021)
- Mucenic, I. 2012. *Antipa, primul muzeu din țară cu facilități pentru persoane cu handicap*. <https://www.money.ro/antipa-primul-muzeu-din-tara-cu-facilitati-pentru-persoane-cu-handicap/> (12 august 2021)
- Pasikowska-Schnass, M. 2019. *Briefing. Access to cultural life for people with disabilities*. [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2019/644200/EPRS_BRI\(2019\)644200_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2019/644200/EPRS_BRI(2019)644200_EN.pdf) (12 August 2021)
- Patzelt, D. 2013. *„SIMTE ARTA” A CÂȘTIGAT PREMIUL „PORȚI DESCHISE” LA GALA PERSOANELOR CU DIZABILITĂȚI 2013*. <https://simtearta.wordpress.com/2013/12/16/simte-arta-a-castigat-premiul-porti-deschise-la-gala-persoanelor-cu-dizabilitati-2013/> (12 august 2021)
- Site-ul proiectului W3C Web Accessibility Initiative: <https://www.w3.org/WAI/> (24 iunie 2021).

Oana Maria SAVA
colaborator INCFC,
savaoanamaria@gmail.com

VIITORUL MUZEELOR: RECUPERARE ȘI REINVENTARE

INSTRUMENTE UTILE ÎN CONTURAREA UNOR STRATEGII DIGITALE CE POT DEZVOLTA NOI AUDIENȚE

Useful Tools in Shaping Digital Strategies for Developing New Audiences

Anca BALAȘ

ABSTRACT

This article points to a few frameworks which, if employed properly, can drive digital cultural innovation in relation to the visitor experience. Change is never easy and many barriers make the process difficult, nevertheless, there are certain tools that the management teams can use in order for their objectives to become more attainable. This article aims to provide an overview of specific management tools applicable to various types of organizations. The focus is on the work needed to be done by the management teams, from auditing their own institution, to assessing new ways of developing audiences and discovering where innovation can be utilized in their organization. When combined with certain key elements mentioned at the end of this text, the creation of impactful digital experiences can be facilitated.

Key-words: strategy, digital innovation, frameworks, strategic tools, organisational audit, cultural experience, active cultural consumer, museum of the future.

<https://doi.org/10.61789/rm.2021.05>

REZUMAT

Acest articol atrage atenția asupra câtorva concepte organizaționale și instrumente care, fiind folosite în mod adecvat, pot contribui inclusiv la evoluția instituției culturale în raport cu transformarea digitală, având ca rezultat elevarea experienței vizitatorului. Schimbarea nu este niciodată ușoară și există multe bariere care fac procesul dificil, însă, există diverse resurse pe care echipele administrative le pot folosi pentru a-și atinge obiectivele. Astfel, articolul de față face o trecere în revistă a unor unelte administrative specifice, aplicabile unor diverse tipuri de instituții. În acest sens, textul se va concentra pe efortul echipei

administrative, de la auditul organizațional intern, la dezvoltarea unor noi maniere de creștere a audienței și identificarea cazurilor în care inovația poate fi implementată la nivelul instituțiilor. În combinație cu anumite elemente cheie descrise în finalul articolului, crearea de experiențe digitale de impact poate fi facilitată.

Cuvinte cheie: strategie, inovare digitală, concepte organizaționale, unelte strategice, audit organizațional intern, experiență culturală, consumator activ de cultură, muzeu pentru viitor.

De la reacție la strategie

O dată cu trecerea în următoarea etapă de evoluție a instituției culturale, vom putea observa că digitalizarea va înceta să existe ca tactică de sine stătătoare, locul ei fiind ocupat de către strategii digitale experiențiale (bazate pe experiențe), ce vor putea fi create în concordanță cu tehnologiile de ultimă generație. Nu vom intra în definițiile conceptului de digitalizare sau diferențierea digitalizare-digitizare, pentru că ele au fost acoperite într-un mod extensiv de către alte surse, și nici în detaliile evidente referitoare la contextul care a accentuat procesele de digitalizare. Vom încerca totuși ca până la finalul acestui text să avem puțină claritate asupra racordării la mediul contemporan digital. Putem face asta prin deschiderea unei conversații legate de utilizarea unor instrumente specifice care pot fi personalizate de către fiecare echipă în parte.

Având un parcurs profesional care acoperă industrii precum gaming, entertainment și AR/VR, dar mai ales având oportunitatea de a fi activat în varii structuri organizaționale, de la multinațională la start-up, am identificat o serie de instrumente care pot contribui inclusiv la evoluția instituției culturale în raport cu transformarea digitală, având ca rezultat elevarea experienței vizitatorului. Acest text nu poate decât să facă o succintă trecere în revistă a câtorva resurse, dar dacă există dorința aprofundării, instrumentele prezentate mai jos pot constitui o sursă de claritate asupra unor direcții benefice instituției.

Un indicator cheie al organizației mature din punct de vedere digital este abilitatea de a îmbina digitalul cu analogul.¹ Conceperea strategică și implementarea corectă a unor experiențe culturale va deveni un factor diferențiator între muzeele aflate la standarde internaționale și cele care se chinuie să-și dezvolte atractivitatea. Prin intermediul unor schimbări de perspectivă a sectorului cultural, devin din ce în ce mai palpabile posibilitățile de creare și implementare a unor soluții inovatoare de dezvoltare de audiențe, unele chiar aducătoare de venituri pentru instituția culturală. Muzeele au oportunitatea să utilizeze noi strategii de comunicare, să gândească noi tipuri de experiențe și să contureze modele de business care să înglobeze surse de venit suplimentare. Aceste obiective sunt majore și necesită timp și o multitudine de resurse, mai ales într-un cadru atât de bine delimitat precum managementul muzeal din România. Cu toate acestea, fiind deschiși la informații din afara spectrului tradițional cultural, putem identifica resurse utile, care să faciliteze anumite procese necesare evoluției instituționale.

1 Ludden, J., și Russick, J., „Digital Transformation: It's a Process and You Can Start Now” MW20: MW 2020. 21 ianuarie 2020. <https://mw20.museweb.net/paper/digital-transformation-its-a-process-and-you-can-start-now/> (19 mai 2021)

„Digitalizare” pare a fi cuvântul vedetă al acestei perioade în multiple industrii, dar în ciuda prevalenței sale în discursul cotidian, implementarea concretă a unor soluții inteligente de digitalizare este mai complexă decât am putea crede la o primă vedere. Spectrul de oferte culturale digitale poate varia de la simpla construcție a unei campanii de social media până la experiențe imersive intercontinentale. Un exemplu concludent de astfel de experiență este proiectul creat de muzeul van Gogh din Amsterdam, care s-a folosit de WeChat² – platforma social media cu peste 1 miliard de utilizatori activi lunari la nivel global – pentru a dezvolta în premieră globală un nou tip de experiență muzeală ce combină livestreaming, digitizare a conținutului muzeal, inteligență artificială și e-commerce.³ Putem observa așadar că transformarea digitală implică nivele distincte de acțiuni, iar conturarea acestora trebuie făcută pe o bază solidă, nu ca reacție la o criză. Reorganizarea sectorului muzeal astfel încât acesta să fie poziționat pentru succes pe termen lung necesită strategii complexe și complete, nu simple acțiuni aleatorii.

Primul pas spre identificarea corectă a noilor practici digitale ce ar trebui implementate în instituțiile culturale este evaluarea situației actuale. Înainte să privim spre viitor, avem nevoie de o ancorare puternică în prezent. În lipsa conștientizării propriilor contexte organizaționale, este posibil ca soluțiile pe care dorim să le implementăm să nu fie optime pe termen mediu și lung. În acest scop, în rândurile ce urmează vom descoperi împreună câteva instrumente aduse din mediul de business a căror aplicare în instituțiile culturale se poate face atât cu ajutorul unor consultanți externi, cât și de către echipele de management muzeal, în urma unei aprofundări corecte a subiectelor. Atât dezvoltarea de noi audiențe, cât și creșterea recurenței interacțiunilor cu muzeul sunt, cu siguranță, obiective dificile de atins, motiv pentru care echipele muzeale pot extrage din acest articol informații relevante, aplicabile ulterior propriei organizații.

Instituțiile culturale nu au nici structuri și nici funcții identice cu cele ale unei companii, dar cu siguranță există o serie de lecții din mediul de business care pot fi preluate și implementate pentru a contribui la succesul organizațiilor de artă și cultură. În acest sens, rândurile următoare vor aborda trei instrumente ce pot fi utilizate de către echipele de management cultural pentru conturarea unor direcții care să le permită evoluția. Aceste instrumente sunt „Busola culturală digitală”, „Strategia oceanului albastru” și „Cele zece tipuri de inovație”. Bineînțeles, strategia (digitală, dar nu numai) trebuie să fie corelată cu viziunea generală a organizației, cu misiunea și obiectivele sale. O strategie nu trebuie să fie distinctă de restul ariilor organizaționale, ci un mijloc utilizat inteligent, pentru atingerea misiunii muzeului.

Așadar, vom încerca să abordăm instituția culturală din perspectiva unei entități care:

- are clienți (audiențe pe care încearcă să le multiplice);
- operează pe o piață în care există concurență acerbă pentru timpul liber al „clienților” (de la cinema și teatre până la Netflix și terase, nu doar alte muzee);
- dezvoltă strategii pentru diversificare și optimizarea ofertei culturale;
- încearcă să contureze noi modele de business care să-i aducă venituri suplimentare și posibilități de dezvoltare.

Cele trei întrebări esențiale pe care orice entitate culturală poate să și le adreseze în acest moment sunt: Unde suntem momentan? Încotro vrem să ne îndreptăm? Cum ajungem acolo?

1. „Busola culturală digitală” – instrument de audit organizațional intern

Pentru a contura cele mai bune direcții de dezvoltare ale strategiei culturale digitale, primul și cel mai important pas este auditul intern al capacităților organizaționale, urmând creionarea potențialelor soluții și ca ultimi pași, bineînțeles, implementarea acestora și evaluarea rezultatelor. Răspunsurile multiple care pot fi date întrebării „Unde suntem momentan?” se pot coagula în urma unei analize în detaliu a propriei instituții culturale,

2 Business of apps, 8 martie 2021, <https://www.businessofapps.com/data/wechat-statistics/> (19 mai 2021)

3 PR News Wire, 18 mai 2021, <https://prn.to/3yK0gqD> (19 mai 2021)

pe multiple dimensiuni, analiză ce poate fi condusă de către echipa de management.

Un exemplu de instrument de autoevaluare destinat instituțiilor culturale este *Digital Culture Compass*⁴, dezvoltat de Consiliul pentru Arte din Anglia, cu scopul de a facilita examinarea capabilităților digitale actuale, setarea de obiective și construirea unor noi strategii de digitalizare care să permită atingerea acestor obiective. Atât utilizarea instrumentului de audit, cât și accesul la rezultatele generale sunt gratuite, singura necesitate e crearea unui cont pe platforma web (menționată în notele de subsol), pentru un acces recurent facil la toate datele rezultate din proces.

Această „busolă digitală” include 12 categorii generale și poate fi adaptată la propriile realități organizaționale, eliminând categorii care nu se aplică. Acest cadru de evaluare este construit pentru o gamă largă de organizații culturale, așadar personalizarea categoriilor este obligatorie. Datorită complexității aplicării unui astfel de instrument, procesele de audit trebuie să implice mai mulți membri ai echipelor muzeale, cu potențiale iterații ulterioare, în funcție de alinierea în timp a obiectivelor organizaționale. Cu ajutorul acestui instrument putem contura o imagine de ansamblu asupra:

- ofertei culturale (ce experiențe suplimentare putem crea?)
- colecțiilor deținute de muzeu (ce conținut valoros putem oferi?)
- resurselor umane (avem sau nu nevoie de traininguri, cursuri sau poate noi poziții deschise?)
- surselor de venit (ce alte structuri putem dezvolta care să contribuie financiar la dezvoltarea muzeului?)

Bineînțeles, având o imagine de ansamblu asupra propriei instituții putem înțelege mult mai bine contextul în care dorim integrarea digitalizării. Instituția culturală care va decide utilizarea unor astfel de instrumente strategice își va ușura pe termen lung procesul decizional, maximizându-și șansele de succes. În orice context profesional, claritatea este un concept de bază, în lipsa căruia orice proces decizional este îngreunat. Conturarea unor

răspunsuri reale și coerente la întrebarea „Unde suntem acum?” este obligatorie în încercarea clădirii muzeului viitorului. Chiar dacă în prezentul text atingem o prea mică parte din ceea ce înseamnă pași înspre crearea unor strategii de dezvoltare digitală, invit cititorii să aprofundeze fiecare resursă oferită în scopul câștigării clarității.

Cu siguranță pot apărea întrebări referitoare la relevanța utilizării atât a acestui instrument în mediul cultural românesc, cât și a următoarelor două prezentate în rândurile de mai jos. În cazul de față, această „busolă digitală” a fost construită pe baza unei documentări extensive și a consultării a peste 80 de instituții culturale, artistice și de patrimoniu distincte, având diferite grade de experiență și expertiză digitală. Aplicarea instrumentului de către fiecare echipă de management în parte va fi personalizată în funcție de nevoile propriei instituții, astfel încât rezultatele să fie optime.

2. „Strategia oceanului albastru” – instrument de dezvoltare a ofertei culturale

Un al doilea instrument cu potențial pentru instituțiile culturale este „Strategia oceanului albastru”. Pe baza unei analize a 150 de mișcări strategice organizaționale, acoperind peste 100 de ani și 30 de ramuri industriale, autorii acestui concept demonstrează că succesul durabil vine nu din înfruntarea competiției (toate modalitățile de petrecere a timpului liber pe care publicul le are la dispoziție), ci din crearea de „oceane albastre” – noi spații de piață nevalorificate, pregătite pentru creștere.⁵ Am putea astfel răspunde unor întrebări legate de modul în care putem dezvolta noi audiențe culturale.

Strategia oceanului albastru este o abordare care ajută organizațiile, de orice natură ar fi ele, să găsească și să dezvolte „oceanele albastre” și să evite piețele saturate, unde competiția este intensă. În acest fel, vor exista mai puține riscuri și mai mult succes. La o succintă analiză a activității mediului muzeal național pe durata perioadei pandemice, putem observa un „ocean roșu” caracterizat

4 Digital compass tracker, Arts Council England, 2021 <https://bit.ly/3p9gZBk> (22 mai 2021)

5 Kim, W. C. și Mauborgne, R., *Strategia oceanului albastru*, Editura Publica, 2015

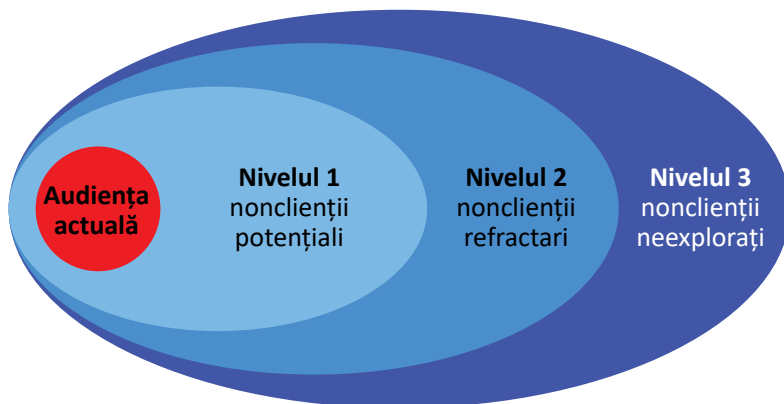


Figura 1 – Cele trei niveluri de non-clienți – W. Chan Kim și Rennee Mauborgne, „Trecerea la oceanul albastru”

Nivelul 1: cei de la marginea industriei, care pot fi atrași relativ ușor, cu strategia potrivită.

Nivelul 2: cei care au luat în calcul industria, dar au ales să o refuze.

Nivelul 3: cei de pe piețe aparent îndepărtate.

prin aceleași încercări de intrare în mediul online ale instituțiilor culturale, majoritatea luate pe nepregătite de urgența cu care digitalizarea a devenit o necesitate.

Ca exemplu, se poate observa că, din păcate, marea majoritate a muzeelor de pe teritorii țării noastre au înțeles prin acțiuni de digitalizare următoarele*:

- crearea unor postări pe Facebook (cu un focus mai puțin pe Instagram și aproape deloc pe TikTok – deși combinate, cele două rețele sociale au peste 10 milioane de utilizatori la nivel național⁶);
- crearea de conținut video (sau utilizarea unui conținut creat anterior);
- utilizarea tururilor virtuale ale locațiilor fizice (vom atinge acest subiect într-un paragraf ulterior);
- actualizarea, într-o oarecare măsură, a website-urilor proprii.

În condițiile în care paleta de posibilități digitale de comunicare cu audiențele este incredibil de variată, în ceea ce privește această dimensiune, muzeele au rămas într-un „ocean roșu”.

„Observăm că actorii dintr-o industrie merg prea des în același ritm unii cu alții. Concurează la fel, investesc în aceleași lucruri și se

concentrează pe clienții curenți, banalizând propriul domeniu și limitându-i dimensiunea. Apoi vedem din nou că, în timp ce actorii existenți se luptă pentru o parte mai mare din cererea existentă, universul cererii potențiale este adeseori mult mai mare. Organizațiile se comportă ca și cum limitele existente ale pieței ar defini universul efectiv, când de fapt acestea nu sunt fixe, ci doar niște produse ale minții noastre, care pot fi depășite atunci când privim dintr-o altă perspectivă. În final, observăm că organizațiile pot redefini bazele strategiei dintr-o industrie, pentru a deschide un spațiu nou pe piață și a obține diferențierea și costurile reduse dorite. Întrebarea e cum.”⁷

Scopul trecerii la oceanul albastru nu este concurarea pentru clienții existenți, ci crearea unei noi cereri și dezvoltarea sectorului, iar acest lucru se poate face deblocând noi utilități pentru noi clienți, lărgind astfel spectrul audienței (Fig. 1). Trecerea se poate realiza doar prin modificarea modului de gândire strategică, modificare ce implică un proces complex și utilizarea a varii instrumente de business, care la o primă vedere pot fi foarte străine față de mediul cultural, dar pot constitui, utilizate corect, o sursă extraordinară de succes.

* aceasta este o generalizare bazată pe observație, nu o listă exhaustivă.

6 Gadget.ro, 18 ianuarie 2021, <https://bit.ly/3i73VL8> (19 mai 2021)

7 Kim, W. C. și Mauborgne, R., *Trecerea la oceanul albastru*, Editura Publica, 2018, 74-75.

Metoda de aplicare:

Strategia oceanului albastru este un subiect complex, care se ramifică în varii subinstrumente de management. Pentru a beneficia de multitudinea de avantaje care se pot deriva dintr-o astfel de abordare managerială, trebuie identificată cea mai bună soluție pentru fiecare muzeu în parte. Universul muzeelor este extrem de vast, cu resurse și nevoi diferite, astfel încât nu putem propune o soluție unică de implementare. Cu toate acestea, în lipsa abilității partenerierii cu un consultant extern, un prim pas excelent ar putea fi lecturarea celor două volume „Strategia oceanului albastru” și „Trecerea la oceanul albastru”. Volumele includ toți pașii necesari creării unei strategii personalizate, care să eleveze propria instituție culturală prin acțiuni specifice ale echipei de management. Un exemplu de utilizare a strategiei este cel al Museum of Fine Arts din Boston⁸ sau cel al Orchestrei Simfonice Americane⁹.

3. Cele zece tipuri de inovație – instrument în conturarea strategiei digitale (și nu numai)

Încercarea de adaptare a ofertei culturale la contextul pandemic a scos la iveală o multitudine de lipsuri și ineficiențe, datorate unor sisteme învechite, lipsei sistematice de fonduri și, de multe ori, insuficienței resurselor umane. Soluțiile evidente pentru aceste probleme ar putea să ajute instituția muzeală să evolueze, dar pentru acele echipe de management care își doresc optimizarea într-un mod complex, eficient și sustenabil există modele structurate de audit al inovației, ale căror soluții sunt profunde și pe termen lung.

Un astfel de model este „The ten types of innovation”¹⁰, construit în 1998 de Doblin, companie de consultanță care până la momentul respectiv analizase peste 2000 de organizații pe o perioadă de peste 30 de ani. Instrumentul este de fapt o metodă simplă și elegantă de analiză comprehensivă a ariilor organizaționale, dar în contextul discuției de față îl vom privi din

prisma strategiei digitale muzeale. După cum putem observa în Fig. 2, cele trei arii pe care se concentrează analiza sunt „Configurație” (elementele de bază ale organizației), „Ofertă” (produsele și serviciile, respectiv totalitatea valorii oferite) și „Experiență” (elementele care se învârt în jurul utilizatorului și modul în care acesta interacționează cu „Oferta”). Analiza este complexă și poate fi dusă în profunzime pe fiecare dintre cele zece arii de inovație, cu scopul de a clarifica răspunsurile întrebărilor „Unde vrem să ne îndreptăm?” și „Cum ajungem acolo?”. Cele zece arii sunt interconectate, iar un proces de digitalizare corect va lua în calcul acest lucru.

Pentru a face față noilor provocări sociale, economice și de mediu, punerea muzeului pe o piață competitivă nu trebuie făcută aleatoriu. Spre exemplu, încercările de digitalizare pe care le-am observat începând cu luna martie 2020 au fost soluții de criză, implementate de multe ori cu eforturi foarte mari din partea echipelor muzeale. Luând în calcul contextele în care au fost conturate, există o multitudine de exemple laudabile de transferare în mediul virtual a activităților de punere în valoare a patrimoniului administrat. Cu toate acestea, dacă dorința mediului cultural este de reconturare a instituțiilor în noi moduri care să eleveze oferta muzeului românesc la nivelul organizațiilor internaționale, devine evident că soluții precum creșterea numărului de postări în social media sau crearea unor tururi virtuale ale muzeului nu sunt suficiente, deși ele constituie pași în direcția corectă.

Parcursul fiecărei organizații este unic, ceea ce înseamnă că nu există o „rețetă” standard care să poată fi aplicată la nivel general. În timp ce unele muzee se axează pe dezvoltarea de produse și servicii noi pentru atragerea noilor audiențe, altele se pot axa pe dezvoltarea de noi parteneriate care să le aducă beneficii atât în zona reconturării modelului de business, cât și progrese în poziționarea de brand. Studiile făcute de Doblin în crearea instrumentului „The ten types of innovation” prezentat anterior arată că există o corelație pozitivă între numărul de tipuri de inovație evaluate în cadrul unei organizații și gradul de succes financiar.¹¹ Acest instrument acționează de fapt ca o analiză de oportunități,

8 Museum of Fine Arts din Boston, <https://bit.ly/2UnzjLQ> (16 august 2021)

9 Orchestra Simfonică Americană, <https://bit.ly/2W2NPcl> (16 august 2021)

10 Cele zece tipuri de inovație - <https://doblin.com/ten-types> (22 mai 2021)

11 Keeley, L., Walters, H. și Pikkell, R., *Ten Types of Innovation: The Discipline of Building Breakthroughs*, editura Wiley, 2013

Cele 10 tipuri de inovație

CONFIGURAȚIE	Profit și model de business	Inovarea de profit are loc atunci când muzeul găsește noi modalități de a dezvolta, livra, și captura valoarea, monetizând noi servicii / produse.
	Rețea și parteneri	Inovarea de rețea se referă la identificarea de noi potențiali aliați, fie ei din mediul cultural sau zona de business, care pot potența activitatea muzeală.
	Structură	Inovarea de structură se concentrează pe organizarea optimă a activelor muzeului, de la resursele umane la cele monetare și echipamentele deținute
	Proces	Acest tip de inovare necesită analiza completă a proceselor organizaționale, pentru a păstra ce e necesar, a optimiza anumite aspecte și mai ales pentru a elimina inadecvările
OFERTĂ	Performanță a produselor	Implică atât dezvoltarea de noi produse cât și îmbunătățirea produselor / serviciilor existente. E zona primordială de acțiune când ne gândim la inovație
	Sistem de produse	Inovarea întregului sistem al ofertei implică dezvoltarea de arii adiacente serviciilor standard, prin servicii complementare integrate în strategia generală.
EXPERIENȚĂ	Servicii	Implică ușurința prin care publicul ia contact cu serviciile muzeului, gradul de satisfacție legat de interacțiunea cu instituția și relația generală cu brandul muzeal.
	Canale	Inovarea de canale presupune nu doar identificarea de noi platforme unde poate fi publicat conținutul muzeal, ci, în mod special, adaptarea acestuia noului mediu.
	Brand	Gândite corect, inovațiile de brand, respectiv elevarea percepției muzeului în mentalul colectiv, aduce beneficii majore atât publicului cât și instituției.
	Interacțiunea cu publicul	Inovarea interacțiunilor cu publicul se face întotdeauna prin identificarea corectă și sistematică a nevoilor consumatorilor de artă și cultură, actuali și potențiali.

Figura 2 – Cele zece tipuri de inovație

mai mult decât orice, putând acționa ca un catalizator pentru echipele de management în conturarea direcțiilor optime de dezvoltare pentru propria instituție culturală.

Metoda de aplicare:

La fel cum menționasem în cadrul discuției despre Strategia oceanului albastru, și în acest caz trebuie identificată cea mai bună soluție

pentru fiecare muzeu în parte, iar acest obiectiv poate fi atins doar de către echipa managerială. Utilizând cele zece tipuri de inovație în cadrul unui workshop intern facilitat fie de către un consultant extern, fie de către un manager bine documentat, rezultatele pot atrage atenția asupra unor direcții reale de evoluție digitală pentru instituția în cauză.

De la consum cultural pasiv la experiență culturală memorabilă

După ce ne dăm seama unde suntem din punct de vedere digital ca instituție, putem să decidem încotro vrem să ne îndreptăm și să conturăm câteva strategii prin care să ajungem acolo. De exemplu, utilizând resursele prezentate anterior, sau altele similare, am putea ajunge, ipotetic vorbind, la concluzia că instituția din care facem parte are structuri, procese și resurse ideale pentru dezvoltare, așa că decidem creionarea unui plan pe cinci ani ale cărui rezultate să includă crearea de experiențe digitale imersive pentru dezvoltarea de noi audiențe, finanțând acest obiectiv din parteneriate cu mediul privat. Realitatea actuală, viziunea și strategia de obținere a rezultatelor vor varia de la caz la caz. Abia apoi am putea trece la implementarea propriu-zisă. Vom încheia, așadar, acest articol, cu abordarea succintă a ceea ce înseamnă (și ce nu înseamnă) o experiență digitală de succes.

Anticipasem la începutul articolului o revenire asupra conceptului de tur virtual, cu precădere pentru a argumenta necesitatea gândirii unor altfel de experiențe, îndepărtându-ne de banalitatea digitalizării actuale. Turul virtual este o transpunere în mediul digital a unui spațiu fizic. Utilitatea unei astfel de reprezentări virtuale pentru cei care sunt în imposibilitatea de a accesa mediul muzeal fizic este evidentă, iar beneficiile sunt, cu siguranță, multiple. Cu toate acestea, din perspectiva celor ce lucrează în tehnologie (printre care se numără și autoarea acestui articol), recrearea ofertei muzeale în mediul virtual este o oportunitate de a eleva reprezentarea muzeală, oportunitate de care majoritatea instituțiilor culturale nu au profitat într-un mod optim. Pe de-o parte, mediul virtual este incredibil de ofertant datorită

evoluției tehnologiei, care permite crearea de experiențe virtuale imersive, interactive, cu adevărat memorabile pentru vizitatori. Pe de altă parte, parcurgerea spațiilor unui muzeu stând în fața unui ecran și accesând obiectele de patrimoniu printr-un „zoom in” pe un perete nu este o experiență mai ofertantă decât cea fizică. Din contră, aceasta este o reprezentare fidelă a realității, dar fără toate beneficiile accesării spațiului fizic, transformând experiența într-o interacțiune lipsită de orice fel de emoție. E vital ca tehnologia să nu fie folosită pentru a replica, ci pentru a complementa, a aduce un aport suplimentar de valoare experienței fizice.

Pentru a eleva experiența muzeală, punctul critic este „engagementul” publicului cu oferta culturală, termen care are în limba română doar o traducere aproximativă, ce se referă la implicarea vizitatorului la nivel intelectual, emoțional sau fizic, sau, în mod ideal, toate cele trei simultan. Implicarea vizitatorului nu poate fi creată artificial, ci necesită un efort voluntar din partea acestuia. Așadar, muzeele pot doar să creeze cadrele propice acestui „engagement”.

Într-o prezentare din cadrul Summitului Digital Museum Next din februarie 2021¹², designerul experiențial Ed Rodley¹³ a conturat o listă de patru elemente care, utilizate strategic de instituția culturală, pot crea experiențe cu adevărat extraordinare, care să lărgescă spectrul audienței, să eleveze oferta culturală și să creeze noi surse de venit.

12 Conferința Museum Next Digital Summit, 22-26 februarie 2021, <https://www.museumnext.com/events/digital-museum-summit/> (22-26 februarie 2021)

13 Profilul LinkedIn al lui Ed Rodley, <https://www.linkedin.com/in/erodley> (22 mai 2021)

1: **Story-telling-ul** – crearea firelor narative din jurul colecțiilor sau a obiectelor de patrimoniu ce ajută vizitatorul să creeze conexiuni intelectuale și emoționale. Există loc de inovație în această verticală utilizată de toate muzeele, ducând natura conversației de la un ton autoritar și atotștiutor către o abordare mai subiectivă. Un exemplu național foarte bun pentru acest punct este Muzeon¹⁴. Aflat în Cluj-Napoca, acesta este un muzeu dezvoltat cu o pregnantă componentă de storytelling, având un impact emoțional major asupra vizitatorilor, implicit cu un grad de memorabilitate ridicat.

2: **Imersiunea** – impactul senzorial al expozițiilor imersive e foarte bine documentat, cu beneficii precum creșterea interesului pentru subiectul abordat și elevarea memorabilității experienței. Un exemplu de experiență imersivă care merită menționat este „The Enemy”¹⁵, proiect ce folosește tehnologii precum AR și VR pentru a introduce utilizatorul în zone de conflict internațional.

3: **Evocarea emoției** – designul emoțional este o strategie uzuală în industrii precum industria cinematografică și cea a jocurilor pe calculator, resimțită tot mai mult și pe platformele de social media, ai căror algoritmi sunt influențați în mod special de răspunsul emoțional al utilizatorilor. Crearea unor stimuli emoționali în experiența muzeală poate face diferența între o vizită culturală banală și o experiență memorabilă.

4: **Participarea ludică** – în momentul în care consumatorul cultural are parte de un mix de educație și divertisment, atenția este captată într-un mod mai intens, iar șansele ca acesta să-și dorească repetarea experienței cresc, împreună cu șansele ca el să devină la rândul său un factor de promovare al experienței, în propriile cercuri sociale, online și offline.

Figura 3 este un exemplu de structură pe baza căreia putem construi o strategie de dezvoltare a unei experiențe muzeale specifice.

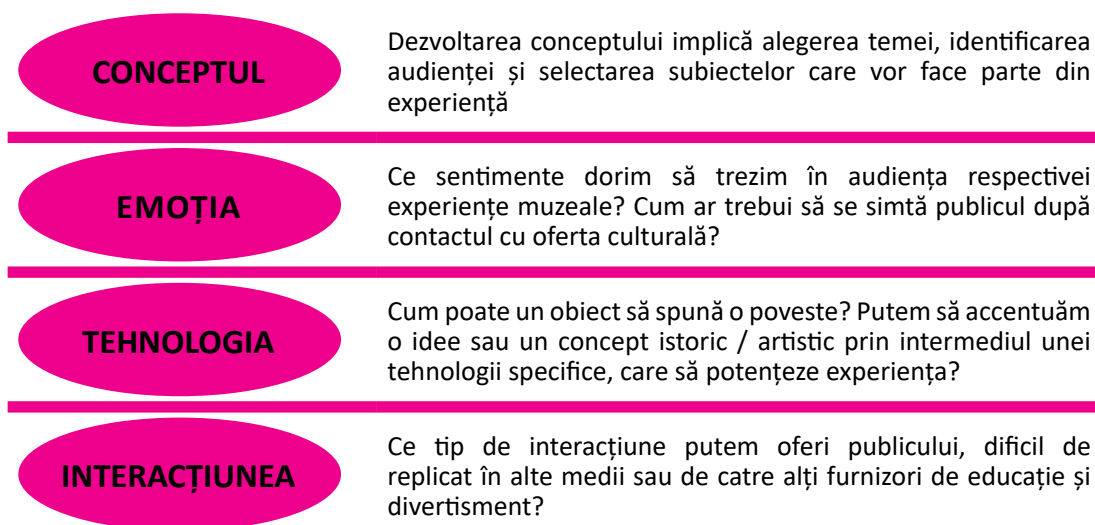


Figura 3 – Culturama – Structura experienței culturale

14 Muzeu cu o componentă pregnantă de storytelling, <https://muzeon.ro/ro/> (22 mai 2021)

15 Proiect „The enemy is here”, 2018, <http://theenemyishere.org/about> (22 mai 2021)

Concluzii

Transformarea este un proces de durată și de multe ori soluțiile nu sunt evidente, echipele de management depunând eforturi foarte mari în dorința de îmbunătățire a propriilor organizații, în ciuda unor lipsuri majore în ceea ce privește resursele umane sau resursele financiare de care dispun. Cu toate acestea, există varii instrumente de care ne putem folosi, chiar dacă ele se folosesc preponderent în afara sectorului cultural, astfel încât să creștem șansele de succes pe termen mediu și lung ale organizațiilor din care facem parte.

Prin natura contextului de publicare, informațiile prezentate în acest text nu pot acoperi în profunzime ideile discutate. Cu toate acestea, pentru a clarifica o parte din întrebările pe care le putem avea referitor la

direcțiile de dezvoltare digitală, informațiile prezentate pot constitui o resursă interesantă. Acceptând că putem beneficia de pe urma cunoștințelor altor sectoare economice, vom descoperi noi modalități de elevare a propriilor organizații.

Transformarea digitală a muzeului necesită schimbări culturale și comportamentale în cadrul organizațiilor, precum asumarea riscului calculat, creșterea nivelului de colaborare și orientarea spre audiență.¹⁶ Fiecare instituție culturală trebuie să-și identifice propriul parcurs optim în concordanță cu misiunea, viziunea și audiențele sale, proces facilitat de utilizarea inteligentă a unor instrumente de business, printre care se pot număra și cele menționate în acest text.

Bibliografie:

Keeley, L., Walters, H. și Pikkell, R., *Ten Types of Innovation: The Discipline of Building Breakthroughs*, editura Wiley, 2013

Kim, W. C. și Mauborgne, R., *Strategia oceanului albastru*, Editura Publica 2015

Kim, W. C. și Mauborgne, R., *Trecerea la oceanul albastru*, Editura Publica 2018, 74-75

Webografie:

A Blue Ocean Strategy for the American Symphony Orchestra (16 august 2021)

Bargenon, S., 25 decembrie 2021, Four Key Fashion and Museum Collaborations in 2020, <https://bit.ly/3vql4TO> (22 mai 2021)

Blue Ocean Strategy of Museum of Fine Arts Boston, <https://bit.ly/2UnzjLQ> (16 august 2021)

Business of apps, 8 martie 2021, <https://www.businessofapps.com/data/wechat-statistics/> (19 mai 2021)

Cele zece tipuri de inovație – <https://doblin.com/ten-types> (22 mai 2021)

Conferința Museum Next Digital Summit, 22-26 februarie 2021, <https://www.museumnext.com/events/digital-museum-summit/> (22-26 februarie 2021)

Digital compass tracker, Arts Council England, 2021, <https://bit.ly/3p9gZBk> (22 mai 2021)

Gadget.ro, 18 ianuarie 2021, <https://bit.ly/3i73VL8> (19 mai 2021)

Goran, J., LaBerge, L., și Srinivasan, R., 20 iulie 2017, Culture for a digital age <https://www.mckinsey.com/business-functions/mckinsey-digital/our-insights/culture-for-a-digital-age> (25 mai 2021)

¹⁶ Goran, J., LaBerge, L., și Srinivasan, R., 20 iulie 2017, *Culture for a digital age* <https://www.mckinsey.com/business-functions/mckinsey-digital/our-insights/culture-for-a-digital-age> (25 mai 2021)

Responsabilitatea socială a corporațiilor, https://en.wikipedia.org/wiki/Corporate_social_responsibility (22 mai 2021)

Ludden, J., și Russick, J., „Digital Transformation: It’s a Process and You Can Start Now” MW20: MW 2020, 21 ianuarie 2020. <https://mw20.museweb.net/paper/digital-transformation-its-a-process-and-you-can-start-now/> (19 mai 2021)

Museum of Fine Arts din Boston, <https://bit.ly/2UnzjLQ> (16 august 2021)

Muzeu cu o componentă pregnantă de storytelling, <https://muzeon.ro/ro/> (19 mai 2021)

Oferta de cursuri contra cost a muzeului The National Gallery, <https://bit.ly/2ToJyyL> (24 mai 2021)

Orchestra Simfonică Americană, <https://bit.ly/2W2NPcl> (16 august 2021)

PR News Wire, 18 mai 2021, <https://prn.to/3yKOgqD> (19 mai 2021)

Profilul LinkedIn al lui Ed Rodley, <https://www.linkedin.com/in/erodley> (22 mai 2021)

Proiect „The enemy is here”, 2018, <http://theenemyishere.org/about> (22 mai 2021)

Siggelkow, N., *Business Strategy from Wharton: Competitive Advantage* – University of Pennsylvania; edX online course (curs finalizat în aprilie 2021)

Anca BALAȘ
fondatoare Culturama,
anca.balas@culturama.ro

„THINKING OUTSIDE THE BOX”: CONSIDERAȚII PRIVIND ROLUL MUZEELOR ÎN PROBLEMATICA SCHIMBĂRILOR CLIMATICE

“Thinking Outside the Box”: the Role of Museums in the Matter of Climate Change

Gabriela VILĂU

ABSTRACT

Climate change is a complex phenomenon with effects on social, biological life, economics, politics and culture. This article provides some considerations on the ways in which museums can become more relevant in the climate debate. Firstly, I have outlined the position that museums have gained in the discussion on this issue. As we all know, significant attention has been concentrated on the mass-media and less consideration has been given to museums. Mass-media has lost its position as a trusted source and now it is time for museums to act as change makers, supporting and enabling positive action directed towards climate change. Secondly, I have outlined that museums have understood that they can become relevant in their communities only by abandoning their “neutral” position and changing their traditional approaches of exhibitions to the detriment of new ones (engagement and co-creation) which allow visitors to join debates and reflect on thoughts and feelings evoked by the concept of climate change and its evidence. Now it is time for museums to “think outside the box”, namely they have to address the real issues of the contemporary society in unconventional ways and coming up with ideas that are new and unexpected.

Key-words: museum, climate change, mass-media, “neutrality”, engagement, co-creation

<https://doi.org/10.61789/rm.2021.06>

REZUMAT

Schimbările climatice sunt un fenomen cu efecte asupra vieții sociale, biologice, asupra economiei, politicii și culturii. Acest articol oferă o serie de reflecții asupra modurilor în care muzeele pot deveni mai relevante în dezbaterile despre climat. În primul rând, am subliniat poziția pe care muzeele au dobândit-o în contextul acestei problematice. După cum este bine cunoscut, mult mai însemnată atenție a fost acordată mass-media, față de muzeu. Mass-media și-a pierdut însă poziția ca sursă de încredere, iar acum este momentul ca muzeele să acționeze ca agenți ai schimbării, susținând și înlesnind măsurile pozitive țintite către schimbarea climatică. În al doilea rând, am arătat că muzeele au înțeles că pot deveni relevante în comunitățile lor doar prin renunțarea la „neutralitate” și

schimbarea abordării tradiționale a expozițiilor în favoarea celor noi (angajament și co-creare) care permit vizitatorilor să se implice în dezbateri și să contribuie cu argumentele și emoțiile evocate de conceptul schimbării climatice și de dovezile în acest sens. Acum este momentul ca muzeele să gândească dincolo de limite, mai precis să abordeze problemele reale ale societății contemporane în moduri neconvenționale, venind cu idei noi și neașteptate.

Cuvinte cheie: muzeu, schimbări climatice, mass-media, „neutralitate”, angajament, co-creare

Schimbările climatice au devenit o narațiune cheie a timpului nostru¹, nemaifiind doar o problemă studiată din punct de vedere științific, ci una care produce îngrijorare în masă, cu un nivel ridicat de conștientizare la nivel politic și public.² Noile provocări ale societății contemporane nu au rămas fără ecou nici la nivelul ICOM, care a ales ca temă pentru Ziua Internațională a Muzeelor 2021 „Viitorul Muzeelor: recuperare și reimaginați”, prin care invită muzeele, profesioniștii, comunitățile să creeze, să imagineze și să împărtășească noi practici de (co)creare de valori, noi modele de afaceri pentru instituțiile culturale și soluții inovatoare pentru provocările sociale, economice și de mediu din prezent.³

Fără a avea pretenția de a fi exhaustivi, prezentul articol îți propune să ofere o imagine globală asupra problematicii schimbărilor climatice în instituțiile muzeale. În căutarea înțelegerii și explicării cu acuratețe a modalităților prin care muzeele au înțeles că trebuie să se conecteze la problemele lumii reale, am considerat necesară structurarea analizei pe o logică ce pornește de la general la particular. Mai exact, într-o manieră sintetică, am încercat să oferim o înțelegere clară a fenomenului schimbărilor climatice, pentru ca mai apoi să ne îndreptăm atenția asupra unei dezbateri importante în spațiul muzeal, și anume: „Trebuie sau nu muzeele să renunțe la poziția neutralității?” Ultima parte a analizei am dedicat-o regândirii paradigmei expoziționale în contextul schimbărilor climatice, insistând asupra conceptelor de angajament și co-creare.

- 1 Julie Decker, *Climate of change*, accesat la 18.05.2021, disponibil la <https://cimam.org/news-archive/climate-of-change-adapting-museum-practice-professional-development-and-hr-management-to-better-respond-to-the-change-that-confronts-the-communities-we-serve/>
- 2 Henry McGhie, *Climate change engagement: a different narrative*, în Walter Leal Filho, Bettina Lackner, Henry McGhie (eds.), *Addressing the challenges in communicating climate change across various audiences*, Springer, 2019, p. 13
- 3 *International Museum Day 2021 – The future of Museums: recover and reimagine*, disponibil la <https://icom.museum/en/news/international-museum-day-2021/>

În vederea unei mai bune informări și cunoașteri, merită să deschidem discuția prin sublinierea abordărilor conceptuale care vin să explice eforturile întreprinse de muzee de a deveni relevante în debaterile privind schimbările care se produc în societate. În contextul dinamicii societății actuale, trebuie să lăsăm în urmă noțiunea de muzeu ca turn de fildeș al științei, ca loc în care obiectele din colecții erau inventariate și studiate din punctul de vedere al valorii lor culturale și istorice, fiind momentul în care muzeele trebuie să își restabilească relația cu societatea și să își asume rolul unei instituții educaționale.⁴ Această abordare centrată pe colaborarea cu publicul aduce în atenție faptul că muzeele ar trebui înțelese ca mijloace de comunicare.⁵ Înțelegerea muzeelor ca un mijloc de comunicare are multe implicații pentru practica muzeologică: demistifică muzeele ca sursă de cunoaștere, adevăr și fapte în favoarea locurilor pentru idei, informație și dialog.⁶ Cu toate acestea, valențele explicative ale acestei abordări oferă posibilități noi pentru ceea ce pot face muzeele în spațiile lor expoziționale și în programele lor publice (*public programming*).⁷ Publicul poate avea o atitudine deschisă față de abordarea unor teme sensibile și subiecte controversate, atât timp cât muzeele nu impun un anumit punct de vedere și audiențele pot avea un cuvânt de spus.⁸ Mai mult, publicul este pregătit să privească muzeele având un rol cheie în cercetarea și dezbaterile unor probleme importante.⁹ Altfel spus, muzeul nu trebuie privit ca un spațiu al îndoctrînării, ci unul de

activare și dezbateri.¹⁰ Asemenea acestei orientări, Catherine Grenier susține că muzeul trebuie înțeles ca o instituție ale cărei interese se învârt nu numai în jurul său, ci care se angajează activ, cu întrebări referitoare la lumea și societatea noastră de astăzi.¹¹ Dezvoltând ideea formulată de Catherine Grenier, aceasta imaginează muzeul ca un polimorf, ca un forum care abordează conflictele și problemele actuale, un spațiu social dinamic, un martor al timpului nostru și un loc de investigare al acestuia.¹²

Metafora utilizată de Gail Anderson pentru a descrie poziția pe care muzeele ar trebui să o adopte în abordarea problemelor societății este elocventă: „Muzeele nu ar trebui privite ca fiind niște «insule», muzeele există într-un mediu cultural, social, politic și economic în care trebuie să își asume un rol civic și social. Problemele care influențează indivizii, comunitățile, națiunile sunt corelate și se leagă de o serie de probleme sistemice precum imigrația, inechitățile rasiale, economiile locale și globale, drepturile religioase, acestea fiind doar câteva dintre realitățile care se întâmplă în muzee și în jurul lor.”¹³ Continuând în același registru, aceste realități contemporane oferă muzeelor oportunitatea de a face o diferență substanțială în comunitățile lor și în viețile unui public divers.¹⁴

4 Martina Griesser-Stermscheg, Christine Haupt-Stummer, Renate Höllwart, Beatrice Jaschke, Monika Sommer, Nora Sternfeld, Luisa Ziaja, *The Museum of the future*, în Gerald Bast, Elias G. Carayannis, David F.J. Campbell (eds.), *The future of Museums*, Springer, 2018, p. 119

5 Jenny Ellison, *Controversies in context: communication, hot topics and museums in Canada*, în Fiona Cameron, Lynda Kelly (eds.), *Hot topics, public culture, museums*, Cambridge Scholars Publishing, 2010, p. 176

6 *Ibidem*, p. 176

7 *Ibidem*, p. 176

8 *Ibidem*, p. 177

9 *Ibidem*, p. 177

10 Martina Griesser-Stermscheg, Christine Haupt-Stummer, Renate Höllwart, Beatrice Jaschke, Monika Sommer, Nora Sternfeld, Luisa Ziaja, op.cit., p. 123

11 *Ibidem*, p. 124

12 *Ibidem*, p. 125

13 Gail Anderson, *Mission matters*, în Gail Anderson (eds.), *Mission matters. Relevance and Museums in the 21st century*, Rowman & Littlefield, 2019, p. 1

14 *Ibidem*, p. 1

O scurtă analiză a fenomenului schimbărilor climatice

Înainte de a intra în fondul problemei, socotim necesar să facem câteva precizări referitoare la fenomenul schimbărilor climatice și recunoașterea, de către organizațiile internaționale, a rolului special al muzeelor în dezvoltarea durabilă. Problematika schimbărilor climatice este una complexă și poate fi studiată din mai multe perspective teoretice; de aceea, intenția noastră în această analiză este de a realiza o prezentare grosso modo a fenomenului pentru a avea un punct de plecare în analiza pe care o întreprindem.

Realizarea unei scurte incursiuni în problematika schimbărilor climatice ne ajută să înțelegem impactul pe care acest fenomen îl are atât asupra societății, cât și asupra mediului. Conform *Encyclopedia of Global Warming and Climate Change*, schimbările climatice sunt utilizate în mod obișnuit pentru a descrie orice modificare sistematică sau variație semnificativă statistic, fie în starea medie a elementelor climatice, cum ar fi precipitațiile, temperatura, presiunea, fie în variabilitatea sa, susținută pe o perioadă de timp finită (decenii sau mai mult).¹⁵ Se face referire la schimbările, pe termen lung, în tiparele meteorologice globale, asociate în special cu creșterea temperaturilor, a precipitațiilor și a activităților furtunilor.¹⁶ Pentru a avea o imagine mai clară asupra fenomenului, nu trebuie să ometem două aspecte esențiale ale schimbărilor climatice. Pe de o parte, schimbările climatice sunt atribuite direct sau indirect activităților antropice care au impact asupra compoziției naturale a elementelor climatice globale; pe de altă parte, acestea pot fi rezultatul forțării externe naturale, cum ar fi schimbări în elementele orbitale ale Pământului sau emisiile solare și alte procese interne naturale ale sistemului climatic.¹⁷

După cum spuneam anterior, influența activităților antropice asupra mediului este puternică și raportul Grupului Interguvernamental de experți al ONU (IPCC), publicat în august 2021, nu face decât să confirme impactul pe care factorul uman

îl are asupra sistemului climatic.¹⁸ Odată stabilită semnificația schimbărilor climatice, nu ne rămâne decât să evidențiem impactul acestora asupra mediului și societății. Astfel, impacturile pot fi clasificate în trei categorii: *impacturi geofizice* (această categorie include impactul schimbărilor climatice asupra principalelor componente fizice ale sistemului climatic al Pământului – creșterea nivelului mării, modificări ale straturilor de gheață și ale ghețarilor, acidificarea oceanelor), *impacturi biofizice* (această categorie include modificările care au un impact direct asupra organismelor vii) și, nu în ultimul rând, *impacturi socio-economice* (această categorie se referă la impacturile care afectează în mod direct oamenii, schimbările climatice având implicații de anvergură asupra mijloacelor de trai).¹⁹

Odată stabilit cadrul mai larg al înțelegerii schimbărilor climatice, se cuvine să trasăm momentele care au condus la recunoașterea rolului muzeelor în promovarea obiectivelor *Convenției Cadru a Națiunilor Unite privind Schimbările Climatice* (UNFCC) și ale *Acordului de la Paris*.²⁰ Cu toate că nu face trimitere directă la schimbările climatice, *Recomandarea UNESCO privind protejarea și promovarea muzeelor și colecțiilor, diversitatea acestora și rolul lor în societate*²¹, este important să o aducem în discuție pentru că reprezintă un prim pas în recunoașterea rolului muzeelor în dezvoltarea durabilă. După cum spuneam anterior, în

18 A se vedea *Climate Change 2021: the physical science basis*, accesat la 17.08.2021, disponibil la <https://www.ipcc.ch/report/sixth-assessment-report-working-group-i/>

19 Brian Dawson, Matt Spannagle, *The complete guide to climate change*, Routledge, 2009, p. 97-99

20 Din 2016, articolul 6 al *Convenției Cadru a Națiunilor Unite privind Schimbările Climatice* (UNFCC) și articolul 12 al *Acordului de la Paris* au fost adoptate sub termenul de *Action for Climate Empowerment (ACE)*, al cărui scop primordial este de a împuternici toți membrii societății să se angajeze în acțiuni climatice prin educație, formare, conștientizare publică, participarea publicului, accesul publicului la informații și cooperare internațională pe această problemă. A se vedea *What is Action for Climate Empowerment?*, disponibil la <https://unfccc.int/topics/education-youth/the-big-picture/what-is-action-for-climate-empowerment>

21 A se vedea *Recommendation concerning the Protection and Promotion of Museums and collections, their Diversity and their role in society*, accesat la 17.08.2021, disponibil la <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000246331>

15 Nsirik Benson, *Climate change, effects*, în S.George Philander (ed.), *Encyclopedia of Global Warming and climate change*, vol.1-3, Sage Publishing, 2008, p. 210

16 *Ibidem*, p. 210

17 *Ibidem*, p. 210



Recomandarea UNESCO schimbările climatice nu sunt menționate în mod specific, ci vizează protejarea și promovarea patrimoniului cultural și natural, care sunt, desigur, amenințate de schimbările climatice.²² Un moment important în recunoașterea formală, de către guvernele lumii, a rolului cheie pe care muzeele, alături de alți actori, îl au în implementarea obiectivelor *Action for Climate Empowerment* a fost în cadrul UNFCC 2018.²³ De asemenea, muzeele au fost specificate ca fiind un partener esențial în comunicare, care poate contribui la sensibilizarea publicului asupra schimbărilor climatice, ca locuri

care ar putea sprijini participarea publicului, creând oportunități pentru public de a se implica în elaborarea politicilor, de a colabora și de a dezbate opțiuni pentru abordarea schimbărilor climatice.²⁴ Un alt moment important care a adus în atenția publicului relevanța muzeelor în abordările schimbărilor climatice este reprezentat de prima întâlnire dedicată culturii din istoria G20, care a avut loc în perioada 29-30 iulie 2021 la Roma și în urma căreia a fost adoptată *Declarația de la Roma a Miniștrilor Culturii G20*, în care se recunoaște rolul cheie al muzeelor ca parteneri în stimularea dezvoltării durabile și combaterea schimbărilor climatice.²⁵

22 Henry McGhie, *Evolving climate change policy and museums*, în *Museum Management and Curatorship*, vol. 35, 2020, p. 655

23 A se vedea UNFCCC. 2018. Decision 17/CMA.1 „Ways of enhancing the implementation of education, training, public awareness, public participation and public access to information so as to enhance actions under the Paris Agreement”, în “Report of the Conference of the Parties serving as the meeting of the Parties to the Paris Agreement on the third part of its first session”, held in Katowice from 2 to 15 December 2018, Addendum Part two: Action taken by the Conference of the Parties serving as the meeting of the Parties to the Paris Agreement, p. 15, accesat la 17.08.2021, disponibil la https://unfccc.int/sites/default/files/resource/CMA2018_03a02E.pdf. De asemenea, a se vedea UNFCCC. 2019. „Terms of Reference for the Review of the Doha Work Programme on Article 6 of the Convention”, p. 1, accesat la 17.08.2021, disponibil la https://unfccc.int/sites/default/files/resource/sbi2019_L03a01E_0.pdf

24 A se vedea UNFCCC. 2020c. „Options and Ways for Future Work to Enhance the Implementation of Article 6 of the Convention and Article 12 of the Paris Agreement, following the review of the Doha work programme: Note by the secretariat.” Subsidiary Body for Implementation. Fifty-second session, Bonn, 4–12 October 2020, Item 14 of the provisional agenda, Review of the Doha work programme on Article 6 of the Convention (FCCC/SBI/2020/INF.4), accesat la 17.08.2021, disponibil la https://unfccc.int/sites/default/files/resource/sbi2020_inf4.pdf, Henry McGhie, *Evolving climate change policy and museums*, în *Museum Management and Curatorship*, vol. 35, 2020, p. 658

25 A se vedea *Rome Declaration of the G20 Ministers of Cultures*, accesat la 18.08.2021, disponibil la <https://www.g20.org/wp-content/uploads/2021/07/Final-Declaration.pdf>

O dezbatere importantă: trebuie muzeele să renunțe la poziția neutralității?

Muzeele ar trebui să conștientizeze că rolul pe care îl au nu trebuie redus la preservarea patrimoniului cultural pentru posteritate, ci să-și mărească poziția în îmbunătățirea societății lucrând pentru abordarea problemelor contemporane și folosindu-și expertiza pentru a face o diferență pozitivă în comunitățile lor.²⁶ Creșterea relevanței muzeelor în problemele care afectează comunitățile este strâns legată de renunțarea la pretenția de neutralitate politică, care le structurează și le limitează puterea socială transformatoare.²⁷ Sunt câteva puncte interesante în analiza conceptului de neutralitate în spațiul muzeal. În primul rând, muzeele contemporane aderă pe scară largă la neutralitatea autoritară – ele se identifică ca spații ideologice neutre pentru o reprezentare echilibrată și o dezbatere motivată, susținând că trebuie să își păstreze neutralitatea pentru a nu cădea pradă părtinirii și grupurilor de interese sociale, adesea justificându-și pasivitatea prin faptul că nu au resurse sau cunoștințe pentru a aborda problemele noi sau controversate.²⁸ Problema neutralității a devenit parte din vocabularul curent al muzeelor²⁹ și există o convingere larg răspândită în rândul personalului muzeal că trebuie să își protejeze poziția neutră³⁰, accentuând faptul că muzeele au o misiune unică care le absolvă de a avea responsabilități în abordarea problemelor sociale.³¹ Poate

unul dintre argumentele care vin în susținerea acestei poziții și îl întâlnim enunțat în literatura de specialitate este legat de faptul că muzeele nu pot face ceva care ar putea înstrăina un sponsor din sectorul privat, real sau potențial.³² De asemenea, această problemă are efecte și asupra modului în care publicul larg percepe poziția muzeelor în abordarea problemelor actuale ale societății: „Acest lucru a fost repetat atât de des de personalul muzeelor, încât publicul a ajuns să creadă că este adevărat.”³³ Nu putem să nu observăm faptul că această abordare s-a schimbat în ultimii ani, profesioniștii din comunitatea muzeală înțelegând că obstacolul cel mai serios în capacitatea lor de a răspunde problemelor societății este abandonarea neutralității.³⁴

Odată cu abandonarea poziției neutralității și pe fondul scăderii nivelului de încredere în mass-media ca sursă imparțială de difuzare a informațiilor, muzeele devin vectori importanți în comunicarea schimbărilor climatice.

Pentru a înțelege poziția câștigată de muzee pe terenul comunicării despre schimbările climatice, trebuie mai întâi să ne îndreptăm atenția asupra modului în care mass-media își pierde relevanța în propagarea informațiilor referitoare la acest fenomen. În urma unui studiu realizat de *Science Museum*, în 2008, s-a constatat că există trei factori care determină nivelul scăzut de încredere al populației în sursele de informare despre schimbările climatice: ipocrizia, oamenii nu au vrut să li se spună ce să facă fără să vadă nicio dovadă a faptului că alții acționează; profit, au fost exprimate îngrijorări cu privire la: (a) actul altruist de combatere a schimbărilor climatice susținut, spre exemplu, de companiile energetice care încurajează consumatorii să treacă la surse regenerabile, (b) oamenii de știință independenți care sunt finanțați de guvern sau de întreprinderi; incoerență, se așteaptă ca sursele să aibă mai degrabă o poziție constantă, decât să își schimbe opiniile pentru a se potrivi cu cea mai recentă tendință.³⁵ Studiul mai

26 Kristen Loach, Jennifer Rowley, Jillian Griffiths, *Cultural sustainability as a strategy for the survival of museums and libraries*, în *International Journal of Cultural Policy*, Vol.23, No.2, 2017, p. 188

27 Steve Lyons, Kai Bosworth, *Museums in the climate emergency*, în Robert R.Janes, Richard Sandell (eds.), *Museum activism*, Ed. Routledge, 2019, p. 174

28 *Ibidem*, p. 175. De asemenea, a se vedea Robert R. Janes, *The end of neutrality: a modest manifesto*, accesat la 18.05.2021, disponibil la <https://coalitionofmuseumsforclimatejustice.files.wordpress.com/2017/08/muse-end-of-neutrality-2016.pdf>

29 David Fleming, *Missions and the Twenty-First-Century Museum – a perspective*, în Gail Anderson (eds.), *Mission matters. Relevance and Museums in the 21st century*, Rowman & Littlefield, 2019, p. 12

30 Robert R.Janes, *Museums and the paradox of change. A case study in urgent adaptation*, Routledge, 2013, p. 349

31 Robert R. Janes, Naomi Grattan, *Museums confront the climate change*, în *Curator. The Museum Journal*,

vol.62/2, 2019, p. 5

32 *Ibidem*, p. 349

33 David Fleming, *op.cit.*, p. 12

34 Robert R. Janes, Naomi Grattan, *op.cit.*, p. 4

35 Justin Dillon, Marie Hobson, *Communicating global climate*

arată că mass-media și guvernele sunt cel mai puțin de încredere, în timp ce muzeele, organizațiile non-profit, organizațiile caritabile reprezintă surse de încredere.³⁶ Cu toate că pentru mulți oameni rapoartele media reprezintă un mijloc important de informare despre fenomenul schimbării climatice, aceasta nu este considerată o sursă care să prezinte cu acuratețe informații.³⁷ Pentru a avea o imagine clară și corectă asupra celor spuse anterior, se cuvine să facem următoarele precizări: încadrarea schimbărilor climatice în mass-media întărește diviziunile ideologice și perceptivă între consensul științific cu privire la certitudinea schimbărilor climatice care au loc într-un ritm accelerat din cauza activității umane și încadrarea scepticismului (sau contrariarismului, după Anthony Giddens), ridicând îndoieli asupra științei schimbărilor climatice și formulând rezerve asupra costurilor economice ale acțiunii.³⁸ Mass-media oferă credit, într-o proporție mult mai mare, pozițiilor marginale care se află în afara consensului științific decât „greutății” lor academice.³⁹ Maniera în care mass-media înțelege să comunice asupra fenomenului duce în cele din urmă la scepticism și procese reale de dezinformare.⁴⁰ Un element esențial în difuzarea informațiilor și a comunicării despre schimbările climatice îl reprezintă imaginea. De cele mai multe ori, mass-media alege să transmită efectele schimbării climatice recurgând la fenomene extreme, precum topirea ghețarilor, furtuni, inundații.⁴¹ Prezentarea fenomenului în

acest fel poate reprezenta o sabie cu două tăișuri pentru că, deși aceste povești încearcă să comunice informații asupra problemei, ele au simultan un efect asupra stării emoționale a oamenilor, influențând starea lor motivațională și în consecință procesul lor de decizie.⁴² Mai mult, această modalitate de prezentare a problemei s-a dovedit a distanța oamenii și de a reduce nivelul lor de angajament cu privire la schimbarea climatică și de conștientizare a propriei abilități de a lua măsuri.⁴³ Un alt aspect care nu trebuie neglijat se referă la faptul că mass-media se concentrează mai degrabă pe diseminarea informațiilor științifice despre riscurile și pericolele schimbărilor de mediu către publicul pasiv (consumatori), decât pe comunicarea complexităților schimbărilor climatice.⁴⁴ Mai mult, jurnaliștii de mediu își polarizează atenția pe informațiile despre evenimentele schimbărilor climatice (transfer de cunoștințe) și mai puțin pe comunicarea proceselor schimbărilor climatice (schimb de cunoștințe).⁴⁵

Muzeele sunt percepute de către public ca fiind imparțiale, locuri „sigure” care permit tot mai mult conversațiile și interacțiunile sociale.⁴⁶ Toată dezbateră legată de rolul pe care muzeele ar trebui să îl aibă în problemele societății actuale ar trebui să pornească de la schimbarea opticii de relaționare cu vizitatorii. Altfel spus, muzeele trebuie să schimbe radical modul în care interacționează cu vizitatorii și cu întreaga lume, trebuie să își lărgască orizontul de acțiune prin conectarea activităților lor la agende externe, în acest fel contribuind la crearea de valoare publică.⁴⁷ În mod tradițional, muzeele concep expoziții care furnizează informație, adesea neținând cont de ceea ce au de gând să facă vizitatorii cu acea informație.⁴⁸ S-a demonstrat că doar furnizarea de informație asupra anumitor probleme are un impact limitat.⁴⁹ Realitatea din

change. *Issues and dilemmas*, în John K. Gilbert, Susan Stocklmayer (eds.), *Communication and engagement with science and technology. Issues and dilemmas*, Routledge, 2013, p. 222

36 *Ibidem*, p. 222

37 Henry McGhie, Sarah Mander, Ralph Underhill, *Engaging people with climate change through Museums*, în Walter Leal Filho, Evangelos Manolas, Anabela Marisa Azul, Ulisses M. Azeiteiro, Henry McGhie (eds.), *Handbook of climate change communication: Vol.3. Case studies in climate change communication*, Springer, 2018, p. 330, Juan Francisco Salazar, *Futuring global change in science museums and centers. A role for anticipatory practices and imaginative act*, în Fiona R. Cameron, Brett Neilson (eds.), *Climate change and museum futures*, Routledge, 2015, p. 91

38 Juan Francisco Salazar, *The mediations of climate change: museums as citizens' media* în *Museum and society*, Vol.9, No.2, 2011, p. 124, accesat la 18.05.2021, disponibil la <https://journals.le.ac.uk/ojs1/index.php/mas/article/view/180>

39 *Ibidem*, p. 124

40 *Ibidem*, p. 124

41 Henry McGhie, Sarah Mander, Ralph Underhill, *op.cit.*, p. 330

42 *Ibidem*, p. 330

43 *Ibidem*, p. 330

44 Juan Francisco Salazar, *The mediations of climate change...*, p. 124

45 *Ibidem*, p. 124

46 Fiona Cameron, Bob Hodge, Juan Francisco Salazar, *Representing climate change in museum space and places*, în *WIREs Clim Change*, 2013 p.9, accesat la 19.05.2021, disponibil la https://www.academia.edu/22762670/Representing_climate_change_in_museum_space_and_places

47 Henry McGhie, *Climate change engagement...*, p. 20

48 *Ibidem*, p. 20

49 *Ibidem*, p. 20

jurul nostru arată că muzeele sunt pe punctul de a-și pierde chemarea de a fi *change makers* și lideri într-o lume care are nevoie exact de aceste lucruri; aceasta poate fi ultima șansă pentru muzee de a câștiga încrederea publicului în problemele cheie ale zilelor noastre: climă, justiție rasială, schimbări sistemice.⁵⁰ Se cuvine a aduce în discuție un exemplu care reflectă tocmai necesitatea muzeelor de a reacționa, de a răspunde la evenimentele care afectează societatea. Este vorba despre cazul lui George Floyd. În acest context, multe muzee au rămas

tăcute, atrăgând critici de la activiști, artiști, curatori și cei din social-media.⁵¹ Sub presiunea criticilor și a tensiunii crescânde, muzeele au început să ia poziție.⁵²

Așa cum reiese din cele prezentate anterior, muzeele au roluri importante de jucat în comunitățile noastre, de a oferi informații de încredere, de a prezenta lecții din trecut, de a naviga prezentul, dar și de a juca rolul critic de a pune întrebări despre viitor și de a încuraja viziunea și imaginația de care avem nevoie pentru mâine.⁵³

Considerații asupra conceptelor de angajament (*engagement*) și co-creare (*co-creation*) în problematica schimbărilor climatice din sectorul muzeal

O dată cu creșterea exponențială a literaturii⁵⁴ consacrate rolului și responsabilității muzeelor în problematica schimbărilor climatice, s-a ajuns și la nevoia clasificării, ordonării abordărilor întâlnite în practica muzeală. Cum pot crea muzeele o infrastructură adecvată în comunicarea schimbărilor climatice? Răspunsul este unul simplu și este bine-venită o trecere în revistă a modalităților prin care acestea pot deveni vectori ai schimbării în societate. Instituțiile muzeale pot servi drept platforme pentru discursuri și schimburi,

pot facilita parteneriatele, colaborările, pot servi drept catalizatori pentru o mai bună înțelegere și coordonare a acțiunilor în cadrul comunităților din întreaga lume.⁵⁵ De asemenea, modalitățile prin care instituțiile muzeale pot acționa îmbracă diverse forme – de la expoziții, programe educaționale, la scrisori deschise, susținerea mișcărilor și campaniilor, formarea coalițiilor în cadrul și dincolo de sectorul muzeal. Acestea pot găzdui întâlniri ale comunității și pot funcționa ca spații de întâlnire pentru activiști, pot organiza sesiuni de instruire și consultări, pot organiza workshopuri, pot găzdui discuții și proiecții de filme despre problemele contemporane.⁵⁶ Un exemplu elocvent în acest sens este reprezentat de demersul lui Johannes Vogel, care, în urma demonstrațiilor studentești *Friday for Future*, desfășurate în proximitatea instituției pe care o conduce, *Natural History Museum*, a decis să invite studenții să viziteze muzeul după protest. Practica a devenit o tradiție și în fiecare vineri muzeul oferă tinerilor protestatari workshopuri gratuite conduse de experți în problematica schimbării climatice.⁵⁷

50 Julie Decker, *op.cit.*

51 *Ibidem*

52 *Ibidem*

53 *Ibidem*

54 A se vedea Fiona Cameron, Bob Hodge, Juan Francisco Salazar, *Representing climate change in museum space and places*, în WIREs Clim Change, 2013, disponibil la https://www.academia.edu/22762670/Representing_climate_change_in_museum_space_and_place; Gerald Bast, Elias G.Carayannis, David F.J.Campbell (eds.), *The future of Museums*, Springer, 2018; Robert R.Janes, Richard Sandell (eds.), *Museum activism*, Routledge, 2019; Walter Leal Filho, Bettina Lackner, Henry McGhie (eds.), *Addressing the challenges in communicating climate change across various audiences*, Springer, 2019, Walter Leal Filho, Evangelos Manolas, Anabela Marisa Azul, Ulisses M. Azeiteiro, Henry McGhie (eds.), *Handbook of climate change communication: Vol.3. Case studies in climate change communication*, Springer, 2018; Juan Francisco Salazar, *The mediations of climate change: museums as citizens' media* în Museum and society, Vol.9, No.2, 2011, disponibil la <https://journals.le.ac.uk/ojs1/index.php/mas/article/view/180>

55 Henry McGhie, *Climate change engagement...*, p. 17

56 Steve Lyons, Kai Bosworth, *op.cit.*, p. 181

57 Nadine Wojcik, *How environmentally sustainable are Germany's museums?*, accesat la 20.05.2021, disponibil la <https://www.dw.com/en/how-environmentally-sustainable-are-germanys-museums/a-51643169>

Cercetătorul Bob Janes îndeamnă instituțiile să dezvolte noi obiective care să răspundă provocărilor sociale locale și globale și să fie privite ca locuri de implicare activă, ca agenți de schimbare socială și ca spații în care complexitățile lumii sociale pot fi articulate și redată.⁵⁸ Astfel, muzeele, ca instituții de cunoaștere, trebuie să acționeze ca spații pentru exercitarea unei forme specifice de putere și cunoaștere prin educație, multe dintre acestea înțelegându-și rolul ca instituții educaționale moderne pentru reforma civică.⁵⁹

Așa cum am subliniat la începutul acestei secțiuni, o abordare a ansamblului contribuțiilor instituțiilor muzeale la problematica schimbărilor climatice este o încercare de a scoate în evidență schimbarea paradigmei muzeale. Contribuțiile pe care muzeele le-au adus în dezbaterile schimbărilor climatice pot fi așezate pe un continuum. Pe de o parte avem abordările tradiționale care se concentrează pe transmiterea de informații. La mijlocul axei putem așeza contribuțiile care furnizează informații academice riguroase cuplate cu practici ale angajamentului (*engagement*) și care au ca scop final producerea unor experiențe transformatoriale. La capătul celălalt al acestei linii sunt acele abordări concentrate pe conceptul de co-creare (*co-creation*). Una dintre primele expoziții dedicate schimbărilor climatice, intitulată *Global Warming: Understanding the forecast*⁶⁰, realizată în 1992 de către *American Museum of Natural History*, s-a axat pe explicarea științei schimbărilor climatice.⁶¹

Muzeele din întreaga lume au început să accepte ideea că schimbările climatice ar

trebui prezentate sub forma *storytellingului*, bazată pe experiențe care merită ascultate, nu doar informații neîncorporate fără o poveste.⁶² Modalitățile de cunoaștere a schimbărilor climatice nu pot fi furnizate ca informații abstracte (așa cum sunt, adesea, prezentate de fluxul principal de mass-media), ci trebuie să fie bogate în sentimente, intuiții și conectate la contextele sociale, istorice și ecologice mai mari.⁶³ Un exemplu ilustrativ în acest sens este reprezentat de *Climate Hack*, un eveniment care a reunit formatori, experți în mediu și profesioniști ai muzeelor pentru a produce expoziții prototip care interpretează legăturile dintre colecțiile muzeelor, narațiuni (*narratives*) și schimbările climatice.⁶⁴ Obiectivele fundamentale ale *Climate Hack* au fost divizate în trei categorii, după cum urmează: de a explora schimbărilor climatice ca fenomen cultural și științific, de a utiliza o varietate de abordări în interpretarea obiectelor și a ideilor legate de schimbările climatice în muzee, de a democratiza modul în care colecțiile sunt interpretate și comunicate.⁶⁵ Feedbackul oferit de vizitatori și de participanți a relevat informații utile pentru dezvoltarea viitoarelor expoziții și a unui program al studiilor de audiență despre modul în care schimbările climatice ar putea fi interpretate între diferitele tipuri de colecții și audiență.⁶⁶ Mulți dintre vizitatori au menționat *storytellingul* ca o parte pozitivă a experienței.⁶⁷

Schimbarea de paradigmă în practica expozițională, de la o abordare didactică la una dialogică, a survenit pe fondul conștientizării faptului că informațiile furnizate de știință nu sunt suficiente pentru a motiva acțiunea oamenilor. Ultimii 30 de ani au arătat că educația ecologică nu a condus la schimbări comportamentale și motivul care este înaintat

58 Fiona Cameron, Bob Hodge, Juan Francisco Salazar, *op.cit.*, p. 10

59 Fiona Cameron, *From mitigation to creativity: the agency of museums and science centres and the means to govern climate change in Museum & Society*, Vol.9, No.2 (2011), p. 90-91, accesat la 19.05.2021, disponibil la <https://journals.le.ac.uk/ojs1/index.php/mas/article/view/178>

60 Pentru mai multe detalii referitoare la modul în care a fost concepută expoziția a se vedea Eva Zeling, Stephanie L. Pfriman, *Handling a hot topic – Global Warming: understanding the forecast*, în Curator, vol.36/4, 1993

61 Jennifer Newell, *Creative collaborations: museums engaging with communities and climate change*, în Walter Leal Filho, Bettina Lackner, Henry McGhie (eds.), *Addressing the challenges in communicating climate change across various audiences*, Springer, 2019, p. 147

62 Fiona Cameron, Bob Hodge, Juan Francisco Salazar, *op.cit.*, p. 16-17. De asemenea, a se vedea Morien Rees, Walter Leal Filho, *op.cit.*, p. 321-322, Juan Francisco Salazar, *The mediations of climate change...*, p. 128

63 Fiona Cameron, Bob Hodge, Juan Francisco Salazar, *op.cit.*, p. 17

64 Charlotte Connelly, *Climate Hack: rapid prototyping new displays in multi-disciplinary museums*, în Walter Leal Filho, Bettina Lackner, Henry McGhie (eds.), *Addressing the challenges in communicating climate change across various audiences*, Springer, 2019, p. 517-529

65 *Ibidem*, p. 520

66 *Ibidem*, p. 517

67 *Ibidem*, p. 523

de autorii studiului realizat de *National Audubon Society* este unul simplu: informația este una dintre componentele cheie în motivarea comportamentului ecologic, însă informațiile de bază, ca atare, nu vor determina pe nimeni să acționeze.⁶⁸ Am văzut că, de cele mai multe ori, muzeele creează expoziții care furnizează informații, fără a ține cont de ceea ce au de gând să facă vizitatorii cu acele informații. În problema schimbărilor climatice, simpla furnizare de informații s-a dovedit a avea un impact limitat în ceea ce privește precizarea acțiunilor reale pro-mediu.⁶⁹ Muzele nu pot aduce un plus de valoare în acțiunile pe care le întreprind în schimbările climatice fără să nu opereze schimbări structurale în paradigma expozițională. De aceea, muzeele trebuie să renunțe la abordarea tradițională de a informa vizitatorii (flux vertical de mesaje – *vertical flow of messages*) și să se angajeze în comunicare cu vizitatorii (un proces orizontal de dialog și participare – *a horizontal process of dialogue and participation*).⁷⁰ De ce este necesară o schimbare a opticii față de modul în care aleg să se adreseze vizitatorilor? Răspunsul este previzibil – în cazul primei abordări, flux vertical de mesaje, precum campanii sau chiar expoziții, fac cunoscute anumite informații, fără a conduce la acțiune dacă nu există și un proces de participare.⁷¹ Mai exact, creșterea gradului de conștientizare a existenței schimbărilor climatice va avea un efect redus dacă nu există o creație de procese pentru schimbări sociale și comportamentale.⁷² Cea de-a doua abordare, un proces orizontal de dialog și participare, subliniază faptul că muzeele nu trebuie doar să informeze cetățenii, ci și să-i echipeze cu informațiile și epistemologiile potrivite pentru a participa la acțiuni și dezbateri privind schimbările climatice.⁷³ Referindu-ne strict la rolul muzeelor de a acționa ca agenți de schimbare în promovarea unei noi forme

de pedagogie publică (*public pedagogy*)⁷⁴, aducem în atenție două concepte care prind tot mai mult contur în acțiunile întreprinse de muzee privind schimbările climatice, și anume *angajament* și *co-creare*. Înainte de a aduce în discuție exemple concrete de expoziții care vin să ilustreze conceptele enunțate mai sus, este important să răspundem la următoarea întrebare: ce înțelegem prin angajament? Această interogație generează diverse explicații care pornesc de la ideea că de una singură comunicarea nu poate reduce decalajul dintre știință și acțiune, însă are un rol esențial în a încuraja angajamentul publicului cu schimbările climatice.⁷⁵ Pentru că termenul de angajament are multiple semnificații în funcție de domeniul în care este utilizat (științele educației, științele sociale etc.) și întrucât niciun sens nu prevalează, am ales să utilizăm definiția pe care Linda Lotina o dă conceptului de angajament aplicat sectorului muzeal. Astfel, angajamentul este un proces bidirecțional care combină performanța atât a muzeului, cât și a publicului activ, răspunzând la stimulul părților angajate și la inițierea de noi acțiuni cu scopul de a îmbunătăți activitatea muzeului, de a spori experiența sau de a face diferență pe o scară mai mare în societate.⁷⁶ Angajamentul privind schimbările climatice poate fi înțeles ca starea de legătură a unei persoane cu schimbările climatice și cuprinde aspecte diferite, deși interconectate: cognitive, emoționale și comportamentale.⁷⁷ Altfel spus, *angajamentul* cuprinde cunoștințe, îngrijorare, atitudini, percepția riscului și comportament.⁷⁸ Important de subliniat, răspunsurile comportamentale

68 National Audubon Society, *Influencing conservation action. What research says about environmental literacy, behaviour, and conservation results*, 2013, p. 24

69 Henry McGhie, *Climate change engagement...*, p. 20

70 Juan Francisco Salazar, *The mediations of climate change...*, p. 124

71 *Ibidem*, p. 124

72 *Ibidem*, p. 124

73 *Ibidem*, p. 124

74 Juan Francisco Salazar, *Futuring global change in science museums and centers...*, p. 93

75 Susanne C. Moser, Lisa Dilling, *Communicating climate change: closing the science-action gap*, în John S. Dryzek, Richard B. Norgaard, David Schlosberg (eds.), *The Oxford Handbook of climate change and society*, Oxford University Press, 2012, p. 135

76 Linda Lotina, *Conceptualizing engagement modes: understanding museum-audience relationships in Latvian Museums*, University of Tartu Press, 2016, p. 35

77 Corina Höppner, Lorraine Whitmarsh, *Public engagement in climate action: policy and public expectations*, în Lorraine Whitmarsh, Irene Lorenzoni, Saffron O'Neill (eds.), *Engaging the public with climate change. Behaviour change and communication.*, Earthscan, 2011, p. 48

78 *Ibidem*, p. 48

la schimbările climatice cuprind o serie de acțiuni și sunt conduse de diverse (și adesea multiple) motivații și așteptări.⁷⁹ Aplicând noțiunea la situația muzeelor, putem observa cum informațiile riguroase din punct de vedere academic, împreună cu practicile *angajamentului* care au ca scop susținerea acțiunii și motivației personale, pot oferi oportunități pentru producerea experiențelor transformatoriale.⁸⁰ Consultantul Henry McGhie et al. (2018)⁸¹ a propus un set de 15 puncte cheie pe care muzeele ar trebui să le ia în considerare în ceea ce privește *angajamentul* în schimbările climatice. În continuare, redăm doar câteva dintre acestea: „Fiți clari cu privire la ce încercați să realizați: vă interesează ce fac oamenii în muzeu sau dincolo de muzeu?; întrebați-vă cu seriozitate dacă activați sau dezactivați acțiunile climatice; cum promovați gândirea critică?; fiți clari cu privire la presupunerile pe care le faceți cu privire la public, cine sunt, ce știu, ce vor de la vizita lor; dacă nu aveți încredere în subiect, nu fiți tentați să reduceți importanța schimbărilor climatice sau a științei sau să prezentați un «echilibru» fals; nu investiți prea mult timp să convingeți oamenii că schimbările climatice sunt «reale»: concentrați-vă pe abilitățile de gândire critică, în schimb imaginați și explorați soluții; întrerupeți narațiunile generale despre lipsa de speranță și inevitabilitate pentru a încuraja acțiunea pozitivă: spuneți o altă poveste; simbolurile, imaginile și ideile pot fi la fel de importante ca graficele sau faptele – poate chiar mai importante; folosiți experiențe creative pentru a încuraja oamenii să își găsească propriile cuvinte, idei și simboluri care pot promova acțiuni pozitive în jurul schimbărilor climatice; echilibrați provocarea cu sprijin, informații pozitive și negative; oferiți oamenilor numeroase șanse să răspundă la expoziții și evenimente; permiteți oamenilor să conecteze probleme și soluții la scări similare; creați o platformă în care oamenii să exprime idei despre spiritul civic și lumea pe care o doresc și să exploreze impactul acelei lumi atât aproape, cât și mai departe.”⁸² Cu alte

cuvinte, sectorul muzeal trebuie să continue să inoveze o multitudine de moduri de *angajament* cu publicul și să permită ca spațiile muzeului să devină locuri unde pot fi realizate o serie de experiențe senzoriale și afective ale schimbărilor climatice.⁸³

După o trecere în revistă a aspectelor teoretice privind conceptul de angajament, aducem în atenție faptul că spațiul muzeal internațional abundă în exemple variate și ingenioase de expoziții care trag un semnal de alarmă asupra schimbărilor climatice. Este suficient, credem noi, să menționăm doar câteva dintre acestea. În ultimul deceniu am putut observa tot mai multe inițiative ale muzeelor care își concentrează eforturile pe încercarea de a aduce în atenția publicului efectele schimbărilor climatice, indiferent dacă este vorba despre muzee de istorie, de științe ale naturii, de artă sau chiar muzee dedicate schimbărilor climatice. În cele ce urmează enumerăm doar câteva: *Human Nature* – National Museums of World Culture, Gothenburg⁸⁴, *Destination Earth: Living the Anthropocene*⁸⁵ – Valais Nature Museum, Suedia, *Welcome to the Anthropocene: The Earth in Our Hands* – Deutsches Museum, *Earth Works: Mapping the Anthropocene* – USC Fisher Museum of Art în colaborare cu Natural History Museum of Los Angeles County (NHMLA)⁸⁶, *Rising Waters: Photographs of Sandy* – Museum of the City of New York⁸⁷, *Klima2+* – Norsk Teknisk Museum, Norvegia, care invită vizitatorii să acționeze prin artă, ateliere și activism.⁸⁸

83 Juan Francisco Salazar, *Futuring global change in science museums and centers...*, p. 93

84 A se vedea, Helen Arvidsson, Ann Follin, *Connectedness, consumption and climate change: the exhibition human nature*, în *Museum Management and Curatorship*, vol.35/6, 2020

85 A se vedea *Destination Earth: Living the Anthropocene*, accesat la 17.08.2021 disponibil la https://www.musees-valais.ch/images/stories/musees-valais.ch/musee_de_la_nature/nouveautes/siteweb_texte_ot_anglais.pdf

86 Lista expozițiilor dedicate Antropocenului, a se vedea Gil Oliveira, Nicolas Kramar, Eric Dorfman, Chase Mendenhall, *The Anthropocene in Natural History Museums: a productive lens of engagement*, în *Curator. The Museum Journal*, vol.63/3, p. 335

87 Pentru expozițiile dedicate schimbărilor climatice a se vedea *Museum and Climate Change Network*, disponibil la <https://mccnetwork.org/>

88 A se vedea *Klima2+ Exhibition*, accesat la 19.08.2021, disponibil la <https://www.tekniskmuseum.no/klima2-english>

79 *Ibidem*, p. 48

80 Henry McGhie, Sarah Mander, Ralph Underhill, *op.cit.*, p. 343

81 A se vedea Henry McGhie, Sarah Mander, Ralph Underhill, *op.cit.*, p. 345

82 *Ibidem*, p. 345-346

În ceea ce privește muzeele dedicate schimbărilor climatice, aducem în atenție *Museu do Amanhã* din Rio de Janeiro, Brazilia, *The Climate Museum* din New York, SUA, *Klimahuset de la Universitatea Oslo*, Norvegia, *Klimahaus Bremerhaven 8° Ost*, Germania, *Jockey Club Museum of Climate Change*, Hong Kong. Ce au în comun toate aceste muzee dedicate schimbărilor climatice? În primul rând, spațiile permit vizitatorilor să exploreze impactul deciziilor lor privind sustenabilitatea, captivează vizitatorii la nivel senzorial și cognitiv, asigurându-le o experiență cuprinzătoare a ceea ce înseamnă schimbările climatice.⁸⁹ În al doilea rând, muzeele pun la dispoziția vizitatorilor diferite dispozitive, precum holograme, prin intermediul cărora sunt explorate efectele schimbărilor climatice de-a lungul timpului, jocuri multimedia pentru a arăta cum funcționează puterea naturii în energia solară și eoliană și prezentări 3D prin folosirea tehnologiei realității augmentate (AR) în prezentarea evenimentelor meteorologice extreme și a istoriei științelor climatice.⁹⁰

Am ales să facem o scurtă incursiune într-una dintre expozițiile deschizătoare de drumuri în aplicarea conceptului de *Antropocen*. Este vorba despre *We Are Nature: Living in the Anthropocene*, organizată de *Carnegie Museum of Natural History*. Expoziția a pornit de la premisa înțelegerii conceptului de Antropocen, fiind structurată pe o logică ce pornește de la general, prin prezentarea probelor științifice și tehnice despre Antropocen, pentru a se ajunge printr-o înălțuire de exemple la specific, prin punerea vizitatorului în poziția de a acționa. Astfel, o primă secțiune, *Introducere*, încadrează Antropocenul ca fiind mai degrabă o perioadă care descrie schimbările importante în istoria umanității. A doua secțiune, *Orientare*, îi invită pe vizitatori să își extindă ideea despre ceea ce înseamnă natura prin includerea ecologiei urbane, pentru ca mai apoi să coreleze viața de zi cu zi a oamenilor cu

schimbările climatice. A treia secțiune, *Dovezi*, prezintă obiecte și specimene din colecții, fiecare arătând o imagine diferită a impactului uman asupra speciilor și ecosistemelor. A patra secțiune a expoziției, *Transformare/Procesare*, invită vizitatorii să reflecte asupra sentimentelor și gândurilor evocate de conceptul Antropocen și efectele pe care le-a produs. În ultima secțiune, intitulată sugestiv *Acțiune*, vizitatorii sunt invitați să treacă la acțiune prin angajament și să exploreze oportunitățile cu grupurile locale de mediu.⁹¹ De asemenea, expoziția a folosit un spațiu 3D pentru a face perceptibilă ideea că obiceiurile umane zilnice sunt parte din natură.⁹² Nu în ultimul rând, expoziția a avut o secțiune *Post-it Wall*, prin care își invită vizitatorii să ia o pauză și să identifice ce simt despre Antropocen, scriind un post-it și plasându-l într-una dintre cele nouă categorii emoționale.⁹³ Această expoziție nu face rabat de la a utiliza *storytellingul* ca modalitate de îmbunătățire a experienței muzeale, datorită puterii sale de a informa și educa, de a evoca emoții și de a face vizitatorii să se conecteze cu obiectele.⁹⁴ Cu alte cuvinte, designerii expoziției s-au concentrat asupra răspunsurilor emoționale și artistice generate de Antropocen.⁹⁵

Eforturile muzeelor de a deveni atât actori importanți în abordarea realităților contemporane, cât și de a avea un rol mobilizator în comunitățile lor au condus la adoptarea în practica muzeală a unei noi abordări, cea a co-creării (*co-creation*). Introdusă în disciplina muzeologiei de către Nina Simon în 2010, proiectele co-creative își au originea mai degrabă în parteneriate cu publicul, decât să fie bazate exclusiv pe obiective instituționale; un grup al

89 Jenny Newell, *Climate museum: powering action*, în *Museum Management and Curatorship*, vol.35/6, 2020, p. 602-612

90 *Ibidem*, p. 606

91 Gil Oliveira, Nicolas Kramar, Eric Dorfman, Chase Mendenhall, *op.cit.*, p. 337

92 *Ibidem*, p. 339

93 *Ibidem*, p. 340

94 Maria Elisabeth Sirnes, *Storytelling in art museum experiences. Applications and challenges of storytelling to enhance the novice's experience*, p. 2, accesat la 18.08.2021, disponibil la <https://www.ntnu.no/documents/10401/1286462006/Maia.Sirnes.pdf/e0723771-2d26-4a81-8310-e8d002f64062>

95 Gil Oliveira, Nicolas Kramar, Eric Dorfman, Chase Mendenhall, *op.cit.*, p. 342

comunității poate aborda muzeul în căutarea asistenței pentru a face posibil un proiect sau instituția poate invita participanți externi care să propună și să colaboreze cu personalul muzeului în vederea punerii în aplicare a unui proiect cu beneficii reciproce.⁹⁶ Altfel spus, conceptul de co-creare se referă la procesul prin care o instituție și publicul său lucrează împreună pentru a crea valoare, iar pentru muzeele care lucrează la probleme atât de critice și sistemice, precum schimbările climatice, co-crearea este esențială.⁹⁷ Cu alte cuvinte, co-crearea este un proces iterativ, nu unul pasiv, este nevoie de o comunitate activă, participantă și de un muzeu activ, participant; acest lucru depășește practica obișnuită a muzeelor de a permite vizitatorilor să comenteze cu post-ului.⁹⁸ Investiția în co-creare dezvoltă o înțelegere mai largă a valorii pe care muzeele o pot avea.⁹⁹ Numai că situația nu e chiar atât de simplă pe cât pare, deoarece proiectele co-creative pot deveni problematice atunci când obiectivele participanților nu sunt aliniate cu obiectivele instituționale sau când personalul muzeului nu este pe deplin conștient de obiectivele participanților încă de la început.¹⁰⁰ Exemple în acest sens pot fi considerate atât inițiativa Muzeului de Știință din Minnesota, *Advancing Museum-Community Conversations that Intersect STEM and Racial Justice*¹⁰¹, cât și expoziția *Shhh... it's a Secret*¹⁰² de la Wallace

*Collection din Londra, în care, timp de un an, un grup de școlari cu vârsta cuprinsă între 9 și 11 ani au fost invitați să lucreze cu personalul muzeului la dezvoltarea unei expoziții axate pe familie folosind artefactele muzeului. Cu sprijinul personalului, copiii au dezvoltat tema expoziției, au selectat obiectele, au proiectat spațiul, au dezvoltat materiale interpretative (inclusiv interactive), au gestionat bugetul, au creat materiale de presă și marketing, au condus tururi ghidate.*¹⁰³ Poate reprezenta expoziția *Reimagining Museums for Climate Action* de la Glasgow Science Centre un exemplu al aplicării conceptului de co-creare în abordarea schimbărilor climatice? Expoziția este rezultatul unei cooperări internaționale și a fost dezvoltată pornind de la propunerile care au venit de la grupuri de studenți, arhitecți, designeri, activiști, comunități locale, mediul academic, dar și de la personalul muzeelor. Expoziția explorează modalitatea prin care muzeele pot ajuta societatea să facă schimbări profunde atât de necesare unei lumi sustenabile.¹⁰⁴ Un alt exemplu în care conceptul co-creării este aplicat expozițiilor dedicate schimbărilor climatice este inițiativa care urmează să prindă contur în cadrul Norsk Teknisk Museum, Norvegia. Solveig Marie Siem explică, în lucrarea sa de disertație intitulată *Go big or go home, right? A reflexive ethnography of exhibition co-creation at the Teknisk Museum*¹⁰⁵, etapele care caracterizează întregul proces al co-creării.

96 Pentru o analiză aprofundată a conceptului de co-creare (co-creation), a se vedea Nina Simon, *The participatory museum*, 2010, accesat la 18.08.2021, disponibil la <http://www.participatorymuseum.org/chapter8/>. Pe scurt, Nina Simon identifică trei motive principale pentru care instituțiile culturale ar trebui să se implice în proiecte co-creative: să dea voce și să răspundă nevoilor și intereselor membrilor comunităților locale, să furnizeze un loc pentru implicarea comunității și pentru dialog, să ajute participanții să își dezvolte abilități care să-și susțină propriile obiective individuale și comunitare.

97 Julie Decker, *op.cit.*

98 *Ibidem*

99 *Ibidem*

100 Nina Simon, *op.cit.*

101 Pentru mai multe detalii despre inițiativă a se vedea *A deeper model of community co-creation*, accesat la 18.08.2021, disponibil la <https://www.aam-us.org/2021/07/14/a-deeper-model-of-community-co-creation/>

102 Nina Simon, *Improving family exhibitions by co-creating with children*, accesat la 18.08.2021, disponibil la <http://>

museumtwo.blogspot.com/2010/12/improving-family-exhibitions-by-co.html

103 *Ibidem*

104 A se vedea *New exhibition re-imagines museums for climate action*, accesat la 18.08.2021, disponibil la <https://www.ukri.org/news/new-exhibition-re-imagines-museums-for-climate-action/>

105 A se vedea Solveig Marie Siem *Go big or go home, right? A reflexive ethnography of exhibition co-creation at the Teknisk Museum*, accesat la 19.08.2021, disponibil la <https://www.duo.uio.no/handle/10852/79896>

Nu putem încheia fără să aducem în discuție problematica schimbărilor climatice în spațiul muzeal românesc. Modalitățile prin care muzeele românești încearcă să tragă un semnal de alarmă asupra fenomenului nu sunt atât de diverse pe cât ar trebui și se concentrează mai mult pe informarea publicului asupra efectelor schimbărilor climatice. Exemple în acest sens pot fi expozițiile organizate de către Muzeul Național de Istorie Naturală „Grigore Antipa”: *Povestea urșilor în condițiile încălzirii globale* (2008), expoziția *ARctic/Save the blue planet* (2020), care aduce în atenția publicului povestea a șase specii din regiunile polare, toate afectate de poluare.¹⁰⁶ De asemenea, în cadrul Muzeului Antipa a fost lansată instalația *Plasticul, noua specie de prădător acvatic*, care constă într-o dioramă interactivă ce permite relevarea modului în care vizitatorii își pun amprenta asupra mediului.¹⁰⁷

O altă expoziție centrată pe schimbările climatice, găzduită de Muzeul Național de Artă Contemporană, a fost cea a artistei Lynn Cazabon (SUA). Intitulată *Pierdere iernii*, expoziția oferă detalii despre schimbările climatice întâmplare pe parcursul unei vieți.¹⁰⁸

O altă modalitate prin care muzeele românești abordează fenomenul schimbărilor climatice este prin intermediul proiectelor educative. În acest sens, acțiunea *Considerații privind schimbările climatice din Oltenia* (2019), parte a proiectului educativ „Muzeul – o școală altfel”, organizată de secția de Științele Naturii a Muzeului Olteniei, vine să evidențieze aspectele regionale ale schimbărilor climatice.

În cadrul proiectului desfășurat la Muzeul Național Brukenthal (2013), intitulat *Tichia verde*, au fost desfășurate expoziții care au avut

ca scop conștientizarea publicului referitor la nevoia de protecție a naturii pentru generațiile viitoare, workshop-uri interne care pun accentul pe reducerea consumului de resurse și a poluării și pe accentuarea unei atitudini pro-active în protejarea mediului.¹⁰⁹

De asemenea, muzeele pot aborda schimbările climatice direct prin operațiunile lor, deoarece consumă cantități mari de energie și resurse care contribuie la schimbările climatice: reducerea propriilor emisii este unul dintre cele mai importante moduri în care își pot juca rolul în abordarea crizelor climatice.¹¹⁰ Un exemplu elocvent în acest sens este reprezentat de *Science Museum of Minnesota*, care a căutat să își îmbunătățească eficiența energetică a propriei instalații de climatizare, iar din 2015 oferă tururi ad-hoc cu privire la sistemul său avansat de recuperare a căldurii.¹¹¹ În cazul României, Muzeul Național de Istorie Naturală „Grigore Antipa” a devenit în 2014 primul muzeu carbon neutru din Europa.¹¹²

Ce putem desprinde din analiza de mai sus? În primul rând, problematica schimbărilor climatice în instituțiile muzeale din România este tratată vag, fără a produce efecte asupra vizitatorilor. În al doilea rând, subiectul schimbărilor climatice nu trebuie să fie apanajul muzeelor de istorie naturală, ci trebuie să fie înglobat în expozițiile, evenimentele, programele educaționale ale tuturor muzeelor, indiferent de specificul lor. În al treilea rând, sectorul muzeal românesc ar trebui să se conecteze la realitățile lumii contemporane, indiferent că vorbim despre schimbările climatice, inegalitate rasială sau alte probleme globale.

106 A se vedea Muzeul Național de Istorie Naturală „Grigore Antipa”, „ARctic/Save the blue planet”, accesat la 19.08.2021, disponibil la <https://antipa.ro/product/arctic-save-the-blue-planet/>

107 A se vedea Muzeul Național de Istorie Naturală „Grigore Antipa”, *Plasticul, noua specie de prădător acvatic*, accesat la 19.08.2021, disponibil la <https://antipa.ro/product/plasticul-noua-specie-de-pradator-acvatic/>

108 A se vedea Muzeul Național de Artă Contemporană, *Pierdere iernii*, Lynn Cazabon (SUA), accesat la 19.08.2021, disponibil la https://www.mnac.ro/event/296/Pierdere_iernii_Lynn_Cazabon_SUA_

109 Nicoleta Ioniță, *Conferința Emas la Muzeul Național Brukenthal. Restauratorii vor discuta și despre reducerea poluării în muzee*, accesat la 19.08.2021, disponibil la <https://sibiuniu.net/conferinta-emas-la-muzeul-national-brukenthal-restauratorii-vor-discuta-si-despre-reducerea-poluării-in-muzee/>

110 Henry McGhie, *Evolving climate change...*, p. 655

111 Pat Hamilton, Evelyn Christian Ronning, *Why Museums? Museums as conveners on climate change* în *Journal Of Museum Education*, vol. 45/1, 2020, p. 21-22

112 A se vedea Muzeul Antipa, *primul muzeu carbon neutru din Europa*, accesat la 19.08.2021, disponibil la <https://www.nonguvernamental.org/mediu-2/muzeul-antipa-primul-muzeu-carbon-neutru-din-europa/>

Concluzii

Ce putem spune despre poziția muzeelor în abordarea problemelor actuale ale societății, ținând cont de analiza desfășurată în prezentul articol? Nu putem afirma că muzeele se află acum la un moment de cotitură, însă influența lor socială și civică în comunitate este pusă la îndoială dacă nu încearcă să se conecteze la problemele societății. În ultimii ani am văzut muzee care își schimbă strategia pentru a acorda prioritate activismului, pentru a sprijini comunitatea, pentru a proteja biodiversitatea, pentru a atrage un semnal de alarmă asupra impactului antropocentric asupra mediului înconjurător. Noile misiuni ale muzeelor ar trebui să fie la fel de variate precum numărul de crize pe care le experimentăm.¹¹³

Muzeele trebuie să profite de ocazia creată ca urmare a scăderii nivelului de încredere în mass-media ca sursă imparțială de difuzare a informațiilor referitoare la crizele climatice pentru a deveni vectori esențiali de informare, de comunicare, de influență în conștientizarea impactului pe care schimbările climatice îl au în viața de zi cu zi a oamenilor.

După cum am văzut în cuprinsul acestei analize, în dezbaterile referitoare la inactivitatea muzeelor la acțiunile împotriva schimbărilor climatice s-au conturat două seturi de răspunsuri: unele s-au concentrat pe exprimarea neutralității muzeelor în abordarea unor subiecte considerate a fi „politice”, iar altele au pus accentul pe practica muzeală care continuă să rămână, în mare parte, tributară abordărilor tradiționale de prezentare a tematicilor expozițiilor.

Legat de scopul și obiectivele acestei lucrări, de a decela diferitele abordări întâlnite în practica muzeală referitoare la problematica schimbărilor climatice, valabile pentru spațiul muzeal internațional, credem că bilanțul este unul pozitiv. Exemplele pe care le-am evidențiat pe parcursul lucrării indică faptul că muzeele au depășit paradigma clasică de prezentare a expozițiilor și au înțeles că pentru a deveni relevante în comunitatea locală, internațională, trebuie să se conecteze la problemele agendei globale.

Sintetizând cele spuse mai sus, nu putem să nu remarcăm rolul pivotal de mobilizator pe care muzeul îl poate avea în problematica schimbărilor climatice, punând accentul nu doar pe informarea publicului, ci și pe capacitatea acestuia de a-i echipa cu cunoștințe tactice care să le permită participarea la acțiuni și dezbateri privind schimbările climatice.¹¹⁴ Abilitatea muzeelor de a angaja vizitatorii prin intermediul experiențelor senzoriale, afective, imersive le face unice în consolidarea relațiilor privind schimbările climatice.¹¹⁵

În încheiere susținem, desigur, că instituțiile muzeale nu sunt în poziția de a rezolva schimbările climatice sau alte probleme globale, dar prin mijloacele pe care le au la dispoziție (expoziții, programe educaționale etc.) pot contribui în mod constructiv atât la educarea, informarea, sensibilizarea publicului, cât și la implicarea acestuia în acțiunile sau activitățile pe care le întreprind.

113 Diane Drubay, Asha Singhal, *Dialogue as a framework for systemic change*, în *Museum Management and Curatorship*, vol.35/6, 2020, p. 669

114 Fiona Cameron, Bob Hodge, Juan Francisco Salazar, *op.cit.*, p. 17

115 Bettina C. Lackner, Sajeev Erangu Purath Mohankumar, Matthias Damert, Daniel Petz, Lukas Meyer, Roman Klug, Barbara Reiter, *op.cit.*, p. 226

Bibliografie

- Anderson Gail, *Mission matters*, în Gail Anderson (eds.), *Mission matters. Relevance and Museums in the 21st century*, Rowman & Littlefield, 2019
- Benson Nsikak, *Climate change, effects*, în S.George Philander (ed.), *Encyclopedia of Global Warming and climate change*, vol.1-3, Sage Publishing
- Cameron Fiona, *From mitigation to creativity: the agency of museums and science centres and the means to govern climate change* în *Museum & Society*, Vol.9, No.2 (2011), disponibil la <https://journals.le.ac.uk/ojs1/index.php/mas/article/view/178>
- Cameron Fiona, Hodge Bob, Salazar Juan Francisco, *Representing climate change in museum space and places*, în WIREs Clim Change, 2013, disponibil la https://www.academia.edu/22762670/Representing_climate_change_in_museum_space_and_place
- Connelly Charlotte, *Climate Hack: rapid prototyping new displays in multi-disciplinary museums*, în Walter Leal Filho, Bettina Lackner, Henry McGhie (eds.), *Addressing the challenges in communicating climate change across various audiences*, Springer, 2019
- Corina Höppner, Lorraine Whitmarsh, *Public engagement in climate action: policy and public expectations*, în Lorraine Whitmarsh, Irene Lorenzoni, Saffron O'Neill (eds.), *Engaging the public with climate change. Behaviour change and communication*, Earthscan, 2011
- Dawson Brian, Spannagle Matt, *The complete guide to climate change*, Routledge, 2009
- Decker Julie, *Climate of change*, disponibil la <https://cimam.org/news-archive/climate-of-change-adapting-museum-practice-professional-development-and-hr-management-to-better-respond-to-the-change-that-confronts-the-communities-we-serve>
- Dillon Justin, Hobson Marie, *Communicating global climate change. Issues and dilemmas*, în John K. Gilbert, Susan Stockmayer (eds.), *Communication and engagement with science and technology. Issues and dilemmas*, Routledge, 2013
- Drubay Diane, Singhal Asha, *Dialogue as a framework for systemic change*, în *Museum Management and Curatorship*, vol.35/6, 2020
- Ellison Jenny, *Controversies in context: communication, hot topics and museums in Canada*, în Fiona Cameron, Lynda Kelly (eds.), *Hot topics, public culture, museums*, Cambridge Scholars Publishing, 2010
- Griesser-Stermscheg Martina, Haupt-Stummer Christine, Höllwart Renate, Jaschke Beatrice, Sommer Monika, Sternfeld Nora, Ziaja Luisa, *The Museum of the future*, în Gerald Bast, Elias G.Carayannis, David F.J.Campbell (eds.), *The future of Museums*, Springer, 2018
- Hamilton Pat, Christian Ronning Evelyn, *Why Museums? Museums as conveners on climate change* în *Journal Of Museum Education*, vol.45/1, 2020
- Hofmann Sarah Judith, *Tel Aviv Museum showcases climate change solutions*, disponibil la <https://www.dw.com/en/tel-aviv-museum-showcases-climate-change-solutions/a-49700002>
- Höppner Corina, Whitmarsh Lorraine, *Public engagement in climate action: policy and public expectations*, în Lorraine Whitmarsh, Irene Lorenzoni, Saffron O'Neill (eds.), *Engaging the public with climate change. Behaviour change and communication.*, Earthscan, 2011
- International Museum Day 2021 – The future of Museums: recover and reimagine*, disponibil la <https://icom.museum/en/news/international-museum-day-2021/>
- Janes R. Robert, *The end of neutrality: a modest manifesto*, disponibil la <https://coalitionofmuseumsforclimatejustice.files.wordpress.com/2017/08/muse-end-of-neutrality-2016.pdf>
- Janes R. Robert, *Museums and the paradox of change. A case study in urgent adaptation*, Routledge, 2013
- Janes R. Robert , Grattan Naomi, *Museums confront the climate change*, în *Curator.The Museum Journal*, vol.62/2, 2019

- Loach Kristen, Rowley Jennifer, Griffiths Jillian, *Cultural sustainability as a strategy for the survival of museums and libraries*, în *International Journal of Cultural Policy*, Vol.23, No.2, 2017
- Lorraine Whitmarsh, Irene Lorenzoni, Saffron O'Neill, *Engaging the public with climate change. Behaviour change and communication*, Earthscan, 2011
- Lorraine Whitmarsh, Irene Lorenzoni, *Barriers perceived to engaging with climate change among the UK public and their policy implications*, disponibil la https://www.researchgate.net/publication/222301472_Barriers_Perceived_to_Engaging_with_Climate_Change_Among_the_UK_Public_and_Their_Policy_Implications
- Lotina Linda, *Conceptualizing engagement modes: understanding museum-audience relationships in Latvian Museums*, University of Tartu Press, 2016
- Lyons Steve, Bosworth Kai, *Museums in the climate emergency*, în Robert R.Janes, Richard Sandell (eds.), *Museum activism*, Ed.Routledge, 2019
- McGhie Henry, *Evolving climate change policy and museums*, în *Museum Management and Curatorship*, vol.35, 2020
- McGhie Henry, *Climate change engagement: a different narrative*, în Walter Leal Filho, Bettina Lackner, Henry McGhie (eds.), *Addressing the challenges in communicating climate change across various audiences*, Springer, 2019
- McGhie Henry, Mander Sarah, Underhill Ralph, *Engaging people with climate change through Museums*, în Walter Leal Filho, Evangelos Manolas, Anabela Marisa Azul, Ulisses M. Azeiteiro, Henry McGhie (eds.), *Handbook of climate change communication: Vol.3. Case studies in climate change communication*, Springer, 2018
- McGhie Henry, *Museum and climate change: what ,should' they be doing?*, disponibil la <https://cmcj.ca/%ef%bb%bfbmuseums-and-climate-change-what-should-they-be-doing/>
- Moser C. Susanne, Dilling Lisa, *Communicating climate change: closing the science-action gap*, în John S.Dryzek, Richard B. Norgaard, David Schlosberg (eds.), *The Oxford Handbook of climate change and society*, Oxford University Press, 2012
- National Audubon Society, *Influencing conservation action. What research says about environmental literacy, behaviour, and conservation results*, 2013
- Newell Jenny, *Climate museum: powering action*, în *Museum Management and Curatorship*, vol.35/6, 2020
- Oliveira Gil, Kramar Nicolas, Dorfman Eric, Mendenhall Chase, *The Anthropocene in Natural History Museums: a productive lens of engagement*, în Curator. The Museum Journal, vol.63/3
- Recommendation concerning the Protection and Promotion of Museums and collections, their Diversity and their role in society*, disponibil la <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000246331>
- Rees Morien, Filho Walter Leal, *Disseminating climate change: the role of museum in activating the global public*, în Walter Leal Filho, Evangelos Manolas, Anabela Marisa Azul, Ulisses M. Azeiteiro, Henry McGhie (eds.), *Handbook of climate change communication: Vol.3. Case studies in climate change communication*, Springer, 2018
- Salazar Juan Francisco, *Futuring global change in science museums and centers. A role for anticipatory practices and imaginative acts*, în Fiona R. Cameron, Brett Neilson (eds.), *Climate change and museum futures*, Routledge, 2015
- Salazar Juan Francisco, *The mediations of climate change: museums as citizens' media* în *Museum and society*, Vol.9, No.2, 2011, disponibil la <https://journals.le.ac.uk/ojs1/index.php/mas/article/view/180>
- Simon Nina, *Improving family exhibitions by co-creating with children*, disponibil la <http://museumtwo.blogspot.com/2010/12/improving-family-exhibitions-by-co.html>
- Simon Nina, *The participatory museum*, disponibil la <http://www.participatorymuseum.org/chapter8/>

- Sirnes Maria Elisabeth, *Storytelling in art museum experiences. Applications and challenges of storytelling to enhance the novice's experience*, disponibil la <https://www.ntnu.no/documents/10401/1286462006/Maia.Sirnes.pdf/e0723771-2d26-4a81-8310-e8d002f64062>
- Solveig Marie Siem *Go big or go home, right? A reflexive ethnography of exhibition co-creation at the Teknisk Museum*, disponibil la <https://www.duo.uio.no/handle/10852/79896>
- UNFCCC. 2018. Decision 17/CMA.1 "Ways of enhancing the implementation of education, training, public awareness, public participation and public access to information so as to enhance actions under the Paris Agreement, în "Report of the Conference of the Parties serving as the meeting of the Parties to the Paris Agreement on the third part of its first session", held in Katowice from 2 to 15 December 2018, Addendum Part two: Action taken by the Conference of the Parties serving as the meeting of the Parties to the Paris Agreement, disponibil la https://unfccc.int/sites/default/files/resource/CMA2018_03a02E.pdf
- UNFCCC. 2019. "Terms of Reference for the Review of the Doha Work Programme on Article 6 of the Convention", disponibil la https://unfccc.int/sites/default/files/resource/sbi2019_L03a01E_0.pdf
- UNFCCC. 2020c. "Options and Ways for Future Work to Enhance the Implementation of Article 6 of the Convention and Article 12 of the Paris Agreement, following the review of the Doha work programme: Note by the secretariat." Subsidiary Body for Implementation. Fifty-second session, Bonn, 4–12 October 2020, Item 14 of the provisional agenda, Review of the Doha work programme on Article 6 of the Convention (FCCC/SBI/2020/INF.4), disponibil la https://unfccc.int/sites/default/files/resource/sbi2020_inf4.pdf
- Wojcik Nadine, *How environmentally sustainable are Germany's museums?*, disponibil la <https://www.dw.com/en/how-environmentally-sustainable-are-germanys-museums/a-51643169>

Gabriela Georgiana VILĂU,
Conservator, Muzeului județean „Teohari Antonescu” Giurgiu,
vilaugabriela@yahoo.com

E(STE)TICĂ, EXPERIENȚĂ ȘI EDUCAȚIE ÎN REPREZENTAREA HOLOCAUSTULUI ÎN MUZEU

Aesthetics, Experience and Education in Representing the Holocaust in Museums

Alina MARINCEAN

ABSTRACT

Situated at the discursive congruence of disciplines such as historiography, museology, literature, psychopedagogy or visual arts, the theme of the Holocaust was approached through the prism of each of the disciplines mentioned above, separately, and its representation from a visual, narrative, and educational point of view remains museographically one of the biggest challenges. This article introduces the problematization of the components underlying the scenography of exhibitions on the Holocaust, its educational component, how these representations in museum can be approached, thought, perceived, what is their role and relevance in terms of learning, experience, and aesthetics. The study also offers some general lines of pedagogical principles for approaching Holocaust education in the museum as well as signalling new progressive directions of learning.

Key-words: Holocaust, Museum education, Aesthetic, Constructivism, Andragogy, Memory

<https://doi.org/10.61789/rm.2021.07>

REZUMAT

Situată la congruența discursivă a unor discipline precum istoriografia, muzeologia, literatura, psihopedagogia sau artele vizuale, tema Holocaustului a fost abordată prin prisma fiecăreia dintre disciplinele menționate mai sus, separat, iar reprezentare acesteia din punct de vedere vizual, narativ și educațional rămâne una dintre cele mai mare provocări muzeografice. Acest articol introduce problematizarea componentelor scenografice ale expozițiilor legate de Holocaust, componentele sale educaționale. De asemenea, este adus în discuție modul în care aceste reprezentări din muzeu pot fi abordate, gândite, percepute, precum și rolul și relevanța lor în ce privește învățarea, experiența și estetica. Studiul oferă și câteva principii generale de pedagogie în abordarea educației muzeale privitoare la Holocaust, semnalând totodată și noi direcții progresive de învățare.

Cuvinte cheie: Holocaust, educație muzeală, estetică, constructivism, andragogie, memorie

Studiul de mai jos își face introducerea prin întrebarea la care un cadru universitar, în anul 2018, în timpul unei prezentări în fața unor studenți masteranzi, aștepta un răspuns legat de suprasaturarea expunerii subiectului Holocaustului în România.

Dacă în Statele Unite ale Americii se dezvoltă o oarecare temere că memorialistica, comemorarea, istoricizarea și muzealizarea subiectului Holocaustului va contribui de fapt la eroziunea inevitabilă a memoriei Holocaustului¹, în România acest subiect stă încă sub incidența informațiilor primare, lacunare, la limita curiozității, și a ABC-ului informațional, cu un interes vizibil spre agresiune, violență, statistici și o predispoziție spre romantizare a subiectului, prin forme de reprezentare ușor accesibile publicului, atât din punctul de vedere al perspectivei istorice, cât și al celei culturale, politice, sociale și civice. Cu toate acestea, întrebări legate de o suprasaturație a temei sunt deja ridicate în contextul unui vid clar de informații, reprezentări sau studii elaborate în domeniu; chiar dacă ele există, sunt însă departe de a fi în zona suprasaturației.

„Povestea” Holocaustului în România comportă și o dimensiune competitivă la nivel de istoriografie națională în cadrul căreia Holocaustul intră într-un soi de competiție cu „povestea” autoreferențială a comunismului cu care populația rezonază mai bine datorită discursului eroizant al unei națiuni victime, dar și datorită intimității subiectului care face parte din povestea personală a multor familii de români, comparativ cu empatia distantă față de o comunitate oprimată (fără a se ști exact de ce) și reprezentată de-a lungul istoriei ca veșnica alteritate îndepărtată.

Tematica Holocaustului și mai ales reprezentarea sa în muzeu rămâne pentru România încă o problemă nesondată din punct de vedere teoretic, chiar dacă practic această temă este abordată sub diverse forme în expoziții temporare și / sau amatoriști găzduite de foste lăcașuri de cult, spații ale

unor organizații de profil sau sub forma unor proiecte școlare și extrașcolare.

Aflată la congruența discursivă a unor discipline ca istoriografia, muzeologia, literatura, psihopedagogia sau artele vizuale, tema Holocaustului a fost abordată prin prisma fiecăreia dintre disciplinele amintite mai sus, în mod separat, iar reprezentarea ei din punct de vedere vizual, narativ-informațional și educațional rămâne din perspectivă muzeografică una dintre cele mai mari provocări datorită consistentului nivel de etică a reprezentării, dar și diverselor teorii despre constructivismul memoriei colective și al memorialisticii Holocaustului.²

Pe măsură ce acest eveniment considerat parte din istoria recentă se depărtează de momentul efectiv al desfășurării ca timp și spațiu, reprezentarea acestuia cere o nouă abordare. Dacă până acum informații despre acest moment istoric puteau fi accesate din prime surse ale supraviețuitorilor, locul acestora este preluat și complementat de expoziții, programe, care devin arterele principale de surse accesibile, atractive și autorizate. Desigur, geneza și prezentarea unei astfel de expoziții trebuie pusă în contextul istoriei locale, naționale, al scenei politice și al eticii guvernării, ținând cont întotdeauna de publicul căruia i se adresează.

În aceste circumstanțe, strategiile de dezvoltare a colecțiilor asociate Holocaustului ar trebui să urmărească atât extinderea în permanență a acestora în zonele deficitare, cât și îmbogățirea celor deja existente, precum și o permanență grijă pentru documentare și deschiderea accesului publicului la aceste colecții fie prin expoziții permanente sau temporare, evenimente, programe educaționale, fie prin spații special amenajate puse la dispoziția publicului (camere de studiu și de cercetare, sau chiar

2 Despre memorie și construcția ei, a se vedea studiul lui James Young, *The Texture of Memory: Holocaust Memorials and meaning* (1993) și *Writing and Rewriting the Holocaust* (1990).

1 Rabinbach (1977), p. 227

crearea de departamente specializate). Acestea ar trebui să includă atât colectarea activă, cât și reactivă – atunci când se caută obiecte specifice și se și achiziționează. Principalele obiective din spatele acestor demersuri permit muzeului să extindă colecțiile expuse în expoziții, evenimente și programe educaționale ca dovezi și mărturii directe ale evenimentelor din jurul Holocaustului. Ca strategie de colectare se poate construi apelul public cu caracter permanent sau o campanie tip atelier de lucru la care membrii comunității ar putea participa, precum și variante de împrumuturi de la și pentru diverse organizații de profil sau alte muzee.

În ceea ce privește colecțiile, acestea ar trebui să includă: textile – uniforme, costume, îmbrăcăminte, insigne, banderole, steaguri și bannere; artă – desene, picturi, printuri, sculptură, afișe artistice și alte lucrări creative ale supraviețuitorilor sau victimelor Holocaustului sau ale unor artiști contemporani; documente – documente guvernamentale, proceduri judiciare, înregistrări instituționale, documente personale; „ephemera” – obiecte care inițial au avut o durată de viață limitată; elemente de istorie socială; memorabilia – jurnale, memorii și corespondență; înregistrări orale – interviuri cu și despre război, supraviețuitori, călăi și salvatori; filmări, fotografii și printuri; obiecte tridimensionale – obiecte personale, mobilier, fragmente arhitecturale, obiecte rituale, bijuterii, numismatică, modele, mașini, unelte și alte instrumente, ustensile, veselă etc.

Segmentele tematice în care aceste colecții să poată fi incluse ar trebui să cuprindă: viața cotidiană a comunității evreiești dinainte de război, elemente de cult și spiritualitate, propagandă, măsuri și acte antisemite, legi antievreiești, pogromuri, deportări, politica nazistă, război, refugiați, salvatori, martori și călăi, eliberare, repatriere, emigrare, locuri ale crimelor – lagăre de muncă, lagăre de exterminare, ghetouri; copii și femei în timpul războiului.

Publicul

Pentru o exemplificare a dinamicii publicului pentru acest tip de expoziție / muzeu s-a luat cazul Maramureșului, a Casei Memoriale Elie Wiesel din cadrul Muzeului Maramureșan, Sighetu Marmăției.

Maramureșul este considerat unul dintre centrele importante de cultură iudaică din zona central-est-europeană, un areal cu o istorie evreiască de câteva secole și o concentrație de populație efervescentă. Acesta a cunoscut de-a lungul timpului o frecvență și o dinamică a categoriilor de public interesate de componenta evreiască. Dacă la începutul anilor 2000 destinația era inclusă (datorită în mare măsură deschiderii Casei Memoriale Elie Wiesel) în circuitele unui turism de masă (în special adresat publicului israelian cu descendență românească), odată cu înaintarea în vârstă a generației de supraviețuitori ai Holocaustului sau a populației emigrate din România în timpul perioadei comuniste, a crescut frecvența grupurilor mai restrânse, interesul pentru meleagurile natale transferându-se celei de-a doua și de-a treia generații. Din aceeași categorie de public se conturează publicul interesat de refacerea genealogică a istoricului familiei care, mai puțin numeros, comportă alte solicitări și interese, de natură arhivistică și memorialistică.

Dincolo de tipul publicului educat și pregătit special pentru vizita acestui loc specific, publicul direct și personal interesat de acest tip de spațiu cultural, în noile condiții de mobilitate se conturează și alte tipologii și grupe de vizitatori: elevi, studenți care includ aceste vizite fie ca lecții aplicate, fie ca programe de infotainment / edutainment; apoi se conturează tipologia vizitatorului (român și străin) care dorește să-și umple timpul cu un nou muzeu ce trebuie astfel să îndeplinească atât componenta de învățare prin cunoaștere, cât și cea de divertisment, oricât de absurdă ar părea asocierea unui astfel de termen unui loc al durerii, al suferinței, al persecuției, al terorii și al morții. Studiile arată însă cum comportamentul vizitatorului care accesează acest specific „negru” al turismului / divertismentului va fi cel mai probabil același cu cel din alte locații mai puțin violente ca mesaj și componentă vizuală.³

3 Holtschneider (2007), p. 85

Spațiul

Un astfel de spațiu se conturează (dincolo de designul arhitectural și scenografic) ca un spațiu social, ca atare și cu o responsabilitate în ceea ce privește: **implicarea** – un spațiu interesat și implicat în evenimentele și fenomenele sociale ale contemporaneității, dar mai ales implicarea participativă a publicului; **deschiderea** – atât către un public larg, cât mai ales ca perspectivă care să poată să stimuleze și chiar să provoace publicul; **învățarea** – presupune construcția unui astfel de spațiu ca un loc al învățării în sensul înțelegerii unor fenomene și evenimente, însă nu unul care să pretindă că spune adevărul absolut, ci un loc al negocierii cunoașterii. Noua tendință în reprezentarea scenografică a acestor muzee / expoziții este nu doar să spună **ce**, cât mai ales **de ce**.

E(ste)tica

„Aveam multe lucruri de spus, nu aveam cuvintele să le spun. Dureros conștient de limitările mele, priveam neputincios cum limbajul devenea o problemă. Era clar că devenea necesară inventarea unei noi limbi...” –

Elie Wiesel

Pincipala provocare pe care o comportă reprezentarea tematicii Holocaustului, așa cum o descrie Giorgio Agamben⁴, precum și alți cercetători⁵, este incapacitatea și chiar imposibilitatea de a articula în mod adecvat, pentru o cât mai apropiată reprezentare, experiența Holocaustului.

Totodată, se ridică întrebarea care sunt modalitățile estetice care pot cel mai bine să evoce narațiunea Holocaustului, ca o scenă de reprezentare a memoriei care să corespundă cu realitățile istorice și să rezoneze cu dominantă publicului. Theodor Adorno a instalat memoria în procesul de mărturie ca observare în muzee; astfel, ea devine parte inclusivă din cultura identitară produsă de economia speculară a muzeului.⁶

Necesitatea de a depune mărturie este o obligativitate la care subscriu martorii care se văd prinși între aceste două contradicții: imposibilitate și necesitate. Cu toate acestea, dacă la centrul Holocaustului se găsește colapsul limbajului și cu el întreaga cunoaștere a ceea ce înseamnă să fii uman, mărturia Holocaustului, educația, muzeele etc. vor trebui să înțeleagă această realitate ca ireală pentru că ea nu poate fi mărturisită. Reprezentările Holocaustului vor trebui să aibă în vedere acest nereprezentabil și atunci când se vor concentra concret pe victime și agresori, pe absență, pe colapsul umanității, pe neutralitatea obiectelor, pe dualitatea mesajelor vizuale.

Holocaustul rămâne încă un subiect sensibil din punctul de vedere al reprezentării atât datorită componentei sale etice, cât și abordării estetice postmoderne în ceea ce privește utilizarea obiectelor, imaginilor, documentelor etc. Este semnalată o îngrijorare în ceea ce privește degradarea semnificației artefactelor și implicit a imaginilor / fotografiilor în noua muzeologie a Holocaustului. Așa cum observă Theodor Adorno⁷, ele se găsesc într-un proces de dislocare din contextul lor cultural cu atât mai mult cu cât o suprasaturare a reprezentării în acest domeniu tinde să erodeze însemnătatea lor și așa fragilă.

Pentru că cele mai multe dintre expozițiile cu tematica Holocaustului se construiesc pe imagine și text, menționăm în acest context că principala critică adusă expozițiilor legate de Holocaust este de a fi concepute sub forma unor „cărți panotate” care nu aduc prin ele însele nimic mai mult decât ar fi adus cititul unei cărți.

Odată cu creșterea interesului pentru expozițiile de profil, o nouă provocare se ridică din partea curatorilor de a nu cădea pradă reprezentării prin imagini clișeu, ultra-cunoscute, al căror mesaj este centrat pe agresiune, violență, dar mai ales pe o viziune singulară asupra evenimentelor (fie a agresorului, fie a victimei), fapt care duce la îngustarea perspectivei narative asupra momentului supus reprezentării.

4 Agamben (1999)

5 Frunză (2008)

6 Cronshaw (2000), p. 22

7 Adorno (1983), p. 175

O mare parte dintre muzeele Holocaustului (cu referiri exacte la Muzeul Holocaustului din Washington, Imperial War Museum Londra, Buchenwald Memorial, Muzeul evreiesc Berlin sau Auschwitz) au tendința de a-și construi narațiunea pe agresor versus victime folosind cronologia și ideologia lor pentru a structura compoziții care se bazează pe evidența atrocității produse de călăi: documente și artefacte ca liste cu deportați, vagoane de tren, stele galbene și uniforme din lagăre, toate fiind deja simboluri iconografice a ceea ce înseamnă Holocaustul.⁸

Una dintre cele mai utilizate metode de reprezentare care a născut și multe dezbateri legate de modalitatea de folosință este fotografia. Voci autorizate critică sau încearcă să atenționeze grija cu care aceste tipuri de reprezentări vizuale trebuie folosite insistând pe fotografia de familie, care poate pe de o parte să îmblânzească imaginile atrocității prin personalizarea poveștii, dar în același timp să sublinieze oroarea din fotografiile cu atrocități. Și pentru că toată lumea cunoaște însemnătatea fotografiilor de familie, utilizarea lor în expoziții legate de Holocaust

poate să reprezinte și un vizibil contrast, dar și o cale de scăpare în fața a ceva ce ne este prea greu de privit.⁹ Totodată, această intenție de empatizare cu personajele, care în urma experiențelor lor devin orfane sau pur și simplu sunt reinvestite cu identitatea celui alt, dincolo de a personaliza povestea, pot să îndepărteze vizitatorul mai degrabă decât să îl apropie de procesul identificării cu aceste victime și va confirma prin această reprezentare pe celălalt ca fiind altfel.¹⁰

Există pericolul ca interpretarea acestor fotografii să fie, în funcție de natura reprezentării lor, ca elemente de pornografie, sau ca imagini care prezintă victimele dintr-o perspectivă singulară, cea a agresorului lăsând necunoscută identitatea celui reprezentat creând doar niște imagini iconografice a ceea ce agresivitatea și violența pot produce. Gustul pentru acest tip de reprezentare format din violență și nuditate este fără doar și poate un fapt deja știut (a se vedea reprezentările creștine ale iadului și prezența umană în acest context) și dovedit chiar și azi prin interesul tinerilor asupra acestui tip de reprezentare atunci când se povestește despre Holocaust.¹¹

Memoria și cultura națională în muzee

Mesajul memorialistic pe care muzeele de profil îl construiesc este condiționat într-o oarecare măsură de hagiografia spațiului. Locurile mai îndepărtate geografic (SUA, de exemplu) sau ca participare pe scena evenimentelor celui de-Al Doilea Război Mondial se văd nevoite să realizeze această legătură prin mijloace intensificate credibile pentru a aduce realitatea îndepărtată ca timp și spațiu, contextul istoric și social mai aproape și a le construi cât mai relevant pentru public, spre deosebire de alte muzee / spații care au constituit scene de desfășurare a evenimentelor și reprezintă prin ele însele parte integrantă din scenografie (a se vedea Auschwitz, Buchenwald etc.).

În aceeași ordine de idei, discursul scenografic al muzeelor din Israel are la bază rolul sacru al memoriei în iudaism¹² căruia, odată cu nașterea statului Israel (1948), îi este atribuită și dimensiunea identitară, cea a renașterii, dar și a memoriei veșnice a celor care n-au ajuns să trăiască acest ideal național.

O altă direcție narativă clar conturată este cea a Germaniei, unde comemorarea Holocaustului face parte dintr-o încercare largă și susținută de a prezenta și reprezenta (și) în muzeu un stat post-război ca unul al diversității, multiculturalității și toleranței.

Astfel, spațiul de reprezentare, sau contextul geografic, contribuie esențial la construcția memoriei la nivel național (a se vedea fostele lagăre de exterminare și concentrare din Polonia, care nu păstrează aproape nimic din realitatea materială a trecutului, însă sunt

8 Holtschneider (2007), p. 89

9 Ibidem, p. 94

10 Ibidem, p. 95

11 Observații din cadrul întâlnirilor cu elevii de liceu din cadrul Casei Memoriale Elie Wiesel.

12 Bar (2008)

considerate prin simpla lor atribuire a unei experiențe comemorative spații sacre în care vizitatorul performează experiențe de natură comemorativă).

Aceste tipuri de construct, muzee, expoziții ale Holocaustului poartă responsabilitatea controlului asupra publicului și a ceea ce el poate să construiască. Ele controlează ce vizitatorii văd și pot să experimenteze (așa cum face orice formă de construct care este în sine o formă de control –mărturia, literatura, filmul, arta etc.). Dacă expozițiile despre Holocaust ar trebui să reprezinte Holocaustul pe deplin, publicul ar fi în pragul nebuniei sau al morții. Teza ireprezentabilității Holocaustului înseamnă totodată că nu putem tolera expunerea la ceea ce ar trebui să fie expus dacă ar trebui să reprezentăm Holocaustul.¹³

Reprezentarea vizuală a Holocaustului se construiește așadar între două provocări: cea a imposibilității de reprezentare și cea a necesității de reprezentare. Expozițiile de acest tip sunt concepute ca forme de combatere a negării Holocaustului, dar totodată și istoriografii concurente care modelează felul în care este reprezentată istoria, și mai ales acest segment de istorie la congruența dintre politic și comercial în ceea ce deja poate fi definit ca industria Holocaustului.

Experiența

Practicile noilor muzee și expoziții încearcă să răspundă așteptărilor schimbătoare ale vizitatorilor. Vizitatorii în număr larg par să caute experiențe empaticе, iluminări spontane, evenimente stelare și spectacole de succes mai degrabă decât o apropiere serioasă și meticuloasă asupra cunoașterii culturale. Fundamental dialectic, muzeul servește atât ca încăpere mortuară a trecutului, în termeni de degradare, eroziune, uitare, cât și ca loc al unei posibile învieri, oricât ar fi ea de mediată și contaminată în ochii privitorului. Muzeul se dezvăluie astfel ca un teren de probă pentru reflecții asupra temporalității și a subiectivității, a identității și a alterității.¹⁴

De-a lungul dezvoltării muzeelor memoriale ale Holocaustului s-au conturat mai multe tipuri de experiențe: experiența turistică, în care curatorii se lovesc de provocarea de a satisface apetitul vizitatorului pentru spectaculos în termeni de tehnologie, experiență, entertainment, rezultând uneori niște spații zgomotoase, supraaglomerate, cu tendințe hedoniste (ex. Auschwitz Memorial Museum, Dachau, Sachsenhausen etc.)¹⁵; experiența tip pelerinaj într-un spațiu sacru al memoriei; experiența ca păstrare și narare a istoriei; și nu în ultimul rând, experiența de conservare, cercetare și diseminare a istoriei Holocaustului.

Pentru publicul din România, subiectul culturii iudaice și al Holocaustului comportă încă o doză generoasă de confuzie, scepticism și exotic. Elementul evreiesc rămâne un element de curiozitate, încadrat și susținut de clișee active și stereotipuri culturale. Dincolo de studii documentate, cum este cel al lui Andrei Oișteanu, observațiile și discuțiile cu vizitatorii de-a lungul anilor în cadrul Casei Memoriale Elie Wiesel susțin existența încă activă a ideilor preconcepute și a atitudinii de susceptibilitate în ceea ce privește ... evreul.

În funcție de spațiul la care ne referim, fie că este SUA, Germania, Israel sau alte state, și în funcție de direcția pe care o dau aceste spații de reprezentare, completând o narațiune la nivel național, în România această direcție nu poate fi atribuită încă niciunui fel de cadru. Expozițiile legate de această tematică sunt încă la nivelul expunerii unor informații generale, ce se supun criticii celei mai cunoscute, la nivel de introducere, fără a lua în considerare elementul experienței muzeale sau conturarea unei definiții a memoriei decât cu foarte mici excepții (a se vedea mai jos cazul Muzeului Muzeon din Cluj).

13 Holtschneider (2007), p. 90

14 Huyssen (1995), p. 15

15 Deosebit de relevant pentru comportamentul vizitatorului în astfel de spații este filmul „Austerlitz” de Sergei Losznitsa.

Educația Holocaustului în muzeu

Supraviețuitoare a Holocaustului în lupta cu apatia într-o ultimă călătorie acasă.¹⁶

Așa suna titlul unui articol semnat de Ray Furlong, corespondent BBC, legat de ultima vizită a lui Hedi Fried¹⁷ la Sighet în 2009. Tot în acest reportaj, el subliniază: „La Casa Memorială Elie Wiesel, elevi dansează un dans folcloric pentru Hedi. Ea rostește un discurs, dar evenimentul este dezorganizat. În timp ce ea stă așezată în spatele unei mese, tinerii stau în picioare înghesuți în fața ei, vizibil stânjenți. Alții sunt afară, pe coridor. Nu aud niciun cuvânt chiar dacă ar fi interesați, ceea ce nu sunt. Întreb un tânăr de 17 ani de ce se găsește aici. Nu știu de ce, îmi răspunde, ne-au spus să venim”, și întrebările legate de însemnătatea participării la un astfel de eveniment și de tema evenimentului se lovesc de același răspuns dezacordat, dar sigur: nu știu.

Desigur, fără intenția de a generaliza și subliniind faptul că azi vizitele (educaționale) la muzee se bucură de o altă pregătire, putem afirma deopotrivă că astfel de atitudini sunt încă active.

Ultimele decenii au demonstrat o creștere semnificativă a interesului pentru dezvoltarea unor programe sau chiar departamente educaționale în cadrul muzeelor, fundamentate de numeroasele publicații apărute în domeniu și de oferta (e drept, limitată în spațiul românesc) de pregătire a unor astfel de specialiști.

La nivel academic, educația Holocaustului are la bază câteva direcții de cercetare și argumentare încă discutabile. Disputa academică legată de cauzele și unicitatea Holocaustului prezintă o deosebită importanță datorită dorinței de a utiliza Holocaustul în scopuri politice, fapt ce influențează reprezentarea lui în procesul

învățării ca fiind contaminat în termeni de conținut.

Indiferent care este teoria acceptată în ceea ce privește cauzele Holocaustului, că este trăsătură a fascismului european fiind un produs al capitalismului, așa cum propun academicii numiți marxiști, sau că își are fundamentul în regimurile totalitare ale lui Hitler și Stalin, ca o precondiție a genocidului, așa cum susține Hannah Arendt, că este o continuare a tradiției europene creștine a antisemitismului, că îl are pe Hitler ca nucleu generator, teorie ce aparține „intenționaliștilor”, sau că acceptă argumentația „funcționaliștilor”, care susțin un cumul de factori ce stau la baza Holocaustului, scopul principal al abordării acestui subiect este de a prelua din fiecare dintre aceste școli argumentative concepte care pot construi în termeni cheie întrebări care pot conduce la cristalizarea unor argumente, explicarea acestor fenomene sociale, istorice și culturale, conectate cu fapte, persoane și date care au generat aceste comportamente politice, civice și sociale.

Discursul lui Theodor Adorno denumit „Education after Auschwitz”, aliniat uneia dintre cele mai activ susținute teorii asupra educației, pentru care Adorno este considerat încă actual, începe astfel: „Obligația ca Auschwitz să nu se mai repete este elementul crucial al educației.”¹⁸ Deși acesta rămâne un deziderat general și major al educației Holocaustului, azi este folosit sub forme și modele care duc ușor înspre înstrăinare, chiar trivializare, fiind golit de însemnătatea originală, devenind uneori un mesaj fără consistență sau un mijloc de participare socială la campaniile memorialistice. Fără să ne lăsăm descurajați de aparenta ineficiență a acestor demersuri, deși are o abordare activă și constantă, lupta împotriva genocidului pare să nu aibă deocamdată efectele scontate și pentru că acestea sunt aproape imposibil de măsurat.

Că „nu trebuie să uităm niciodată” a devenit un slogan banal și în aceeași măsură un truism. Studenții / elevii ar trebui să fie mai puternici în urma studiului Holocaustului, nu înveninați și pesimiști.¹⁹

16 „Holocaust survivor fights apathy on final trip home” <http://news.bbc.co.uk/2/hi/europe/8588711.stm> (16 septembrie 2020)

17 Născută la Sighetu Marmației în 1924, deportată în primăvara anului 1944 la Auschwitz, mutată la Bergen Belsen și eliberată în 1945 de trupele britanice, recunoscută internațional ca una dintre pionierele educației Holocaustului în școli.

18 Adorno (1971), p. 1

19 Glanz (1999), p. 563

Componenta educațională din muzee cuprinde și dezvoltă programe din ce în ce mai elaborate. Se poate spune însă că anumite tipuri de muzee se concentrează pe dimensiunea lor comunicativă, cu referire aici la muzeele de istorie în general în cadrul cărora subiectul Holocaustului se încadrează la o reprezentare marginală, pe când altele, cum este cazul muzeelor Holocaustului, vor include acest tip de educație ca parte esențială a programelor dedicate publicului. Felul în care trebuie făcută educația Holocaustului ridică tot mai multe întrebări odată cu îndepărtarea temporală de eveniment.

Dincolo de obiectivul general, educația Holocaustului în muzeu vine ca un cadru complementar prin suportul vizual (obiecte, fotografii, documente, mărturii ale supraviețuitorilor), scenic (recrearea unui spațiu sau a unui timp) și personal al unui specialist în abordarea alternativă și interactivă a acestui subiect.

Data fiind natura subiectului, care se definește prin violență și agresivitate, această formă alternativă sau complementară de învățare nu trebuie însă să producă oroare, consternare, acestea nefiind considerate ca făcând parte din procesul de educație, ci mai degrabă din unul de manipulare și îndoctrinare.²⁰

Prin utilizarea principiului „dig where you are standing” (sapă unde stai), redarea noțiunilor legate de Holocaust folosind elemente personalizate din istoria locală, muzeele și expozițiile tematice pot pregăti și alimenta tematica la nivel de conștiință emoțională și experiență intrasubiectivă.

Una dintre criticile aduse programelor de educație a Holocaustului este de a nu pregăti această temă cu informații legate de istoria și cultura comunității evreiești dinainte de război, omiterea referințelor la constanta antisemitismului și o foarte slabă reprezentare a noțiunilor legate de rezistența armată și spirituală a evreilor, precum și celor care au ales să fie salvatori în timpul ororilor celui de-Al Doilea Război Mondial.²¹

Una dintre abordările teoretice care ar trebui să stea la baza învățării în acest context

muzeal este cea a interpretării evenimentelor, a faptelor și a lucrurilor reprezentate de specialiști cu diverse opinii, legate de tematica Holocaustului și fundamentate pe date și noțiuni istorice, sociale și filozofice. La fel cum locuri ale memoriei (situri memoriale) reflectă cum generațiile anterioare au interpretat aceste locuri istorice²², la fel cum lagărele de concentrare sau memorialele nu sunt lagăre de concentrare, ci ele trebuie interpretate, tot așa și aceste expoziții / muzee tematice sunt încercări de a reconstrui trecutul și de a-i oferi o perspectivă mai largă supusă negocierii și interpretării.

Motivele pentru care o parte dintre cadrele didactice / educatori preferă acest tip de aplicații prin vizite la muzee sau situri memoriale sunt bazate pe faptul că experiența este mai directă, atenția este captată de acest mediu nou de învățare, de un complex informațional dinamic și de locul unde se pot valida informațiile teoretice prin elemente reale și palpabile.

Cu toate acestea, unii specialiști avertizează asupra pericolului că în acest tip de abordare există posibilitatea ca realitatea unui sit memorial, și prin extensie a unui muzeu de profil, să ducă la opinii goale fără o pregătire prealabilă fundamentată pe concepte, termeni și date.

Se conturează astfel câteva aspecte de natură pedagogică asupra cărora trebuie să ne îndreptăm atenția: grija pentru alegerea materialelor vizuale în funcție de sensibilitatea dată de vârstă, acuratețea materialului informațional și varietatea perspectivelor; contextualizarea identitară a evreilor în istoria universală cu extensie spre cea națională și locală acolo unde este posibil; conturarea termenilor cheie: evreu, iudaism, Holocaust, genocid, antisemitism etc.; contribuția antisemitismului la Holocaust; unicitatea Holocaustului comparativ cu alte genociduri sau tipuri de violențe, cu sugestia de a evita afirmația că Holocaustul este doar unul dintre multele evenimente inumane care marchează orice grup etnic²³;

22 A se vedea exemplul memorialului de la Buchenwald, care a cunoscut transformări de-a lungul anilor, odată din partea americanilor imediat după eliberare și mai apoi din partea guvernului RDG.

23 Lipstadt (1995), <http://www.learnertoquestion.org/resources/database/archives/000717.html> (4 octombrie 2020)

20 Rathenow (2000), p. 73

21 Davidowicz (1992)

individualizarea istoriei Holocaustului prin suprapunerea și completarea datelor statistice cu istorii personale; introducerea și accentuarea elementelor care înfățișează comunitatea evreilor ca o comunitate vie și dinamică.

Nu în ultimul rând și deosebit de importantă este componenta morală a educației Holocaustului. Aceasta este supusă unei critici / analize evaluative și comportă o mențiune specială: eforturile profesorilor / educatorilor de a poziționa educația Holocaustului în zona de avansare a valorilor morale stă sub semnul întrebării în ceea ce privește progresul făcut la acest nivel ca urmare a acestei abordări. Nu există studii publicate care să dovedească faptul că studierea Holocaustului îi face pe elevi mai toleranți față de diferențele religioase și etnice. Nu există nici dovezi care să ateste că aceste studii cresc nivelul de sensibilitate față de stereotipurile antisemitice care au cunoscut o notorietate în multe culturi și care sunt încă active în media până în prezent.²⁴ Cu toate acestea, componenta etico-morală conținută în educația Holocaustului rămâne una dintre cele mai avansate valori atribuite procesului educativ, purtând cu ea, tot ipotetic, întrebarea care ar fi fost stadiul atitudinii față de acest subiect dacă eforturile deja făcute nu existau sau erau mult mai restrânse.

În ceea ce privește locul și rolul facilitatorului / educatorului muzeal, acesta trebuie să se asigure că abordarea acestui subiect sensibil vine deja cu o pregătire prealabilă, la modul ideal, în urma unei colaborări cu profesorul, sau evaluează inițial nivelul informațional al publicului.

Spațiul destinat învățării alături de facilitator trebuie să ofere un cadru generos care să aibă la bază principiul dialogic. Rolul profesorului tradițional, care de cele mai multe ori tinde să domine conversația fie prin cunoștințe, fie prin vârstă, este completat de facilitator, care poate oferi un mediu mai relaxat prin care cealaltă parte a dialogului – studentul / elevul / participantul – se găsește pe o poziție simetrică de contribuție la conversație.

În aceeași ordine de idei, vizita la muzeu trebuie să fie urmată de o serie de discuții. În funcție de aceste aspecte, educatorul

adaptează discursul și programul educațional din muzeu, ținând cont de vârsta și de pregătirea publicului și evitând simularea²⁵ și / sau romantizarea subiectului²⁶, ca să punctăm doar două dintre condițiile mai puțin luate în considerare.

Utilizarea unor tehnici pedagogice responsabile care au la bază principiul învățării constructive, metoda K-W-L²⁷, utilizarea întrebărilor provocatoare și îndeplinirea unor sarcini pe parcursul învățării care să mențină atenția și interesul și să le provoace raționamentul critic individual elevilor sunt doar câteva dintre sugestiile de luat în considerare pentru procesul învățării.

Noile tendințe care guvernează activitatea muzeală sunt de a implementa cât mai coerent constructivismul în muzee ca teorie a învățării. Acest nume nou dat unor teorii mai vechi are o mare însemnătate în felul în care muzeele abordează învățarea. Constructivismul este în mod particular potrivit ca bază a educației în muzee dacă luăm în considerare marja largă de vârstă a vizitatorilor și poate răspunde la necesitatea de a găzdui un public variat și a-i facilita învățarea pornind de la obiecte în timpul unei scurte vizite.²⁸

Cu toate că o mare parte din experiența muzeală este construită din actul observării, noile direcții adoptate sunt cele ale expozițiilor interactive. Combinația integrată a învățării experiențiale și a scopului politic de dreptate socială este evidentă în aproape oricare dintre mișcările educative catalogate ca progresive. Muzeele, prin natura lor, îndeplinesc condițiile pentru o pedagogie progresistă: nu se bazează pe cărți sau cursuri pentru a-și îndeplini obiectivele educaționale,

25 Totten (2000), pe <http://www.socialstudies.org/sites/default/files/publications/se/6403/640308.html>, accesat pe 29.09.2020

26 Marile muzee ale Holocaustului din lume oferă pe site-urile lor programe generoase și sugestii verificate în ceea ce privește educația Holocaustului. A se vedea Yad Vashem sau USHMM, ca să enumerăm doar două dintre cele mai cunoscute.

27 Ogle (1986) The K-W-L: A teaching model that develops active reading of expository text presupune utilizarea unui tabel în care fiecare coloană notează: K=know=știi, W=want to learn=vreau să învăț, L=learned=ce am învățat, <https://www.csus.edu/indiv/g/gipej/jpgst2.htm> (14 octombrie 2020)

28 Hein (1995a), p. 1

24 Stotsky (1998), p. 13

ba mai mult, subliniază experiențele prin obiecte. Muzeele progresive, ca și școlile progresive, combină învățarea experiențială cu angajamentul socio-politic de promovare a practicilor democratice.²⁹

Comparativ cu alte teorii de învățare, constructivismul în muzeu presupune că teoria educației constructiviste subliniază că în procesul de predare și învățare, atenția trebuie să fie pe cel care învață, nu asupra a ceea ce urmează să fie învățat. Pentru muzee aceasta se traduce prin faptul că trebuie să ne concentrăm pe vizitator, nu pe conținutul muzeului. Muzeele pot răspunde dispoziției vizitatorilor și le pot maximiza potențialul de învățare. Muzeul constructivist admite că informația ca cunoaștere este creată în mintea celui care învață cu ajutorul metodelor personale de învățare.³⁰

Principala problematică ridicată la acest nivel pare să fie analiza legată de acțiunile celui care învață mai degrabă decât natura subiectului învățat, respectiv felul în care cel care învață construiește un înțeles în urma unei experiențe.³¹

Cu semnificația socială a construirii și facilitării unui mediu de învățare individuală, muzeele adoptă storytellingul în rutina lor zilnică de expunere pentru a comunica semnificațiile conținute de artefactele semnificative. Evoluția storytellingului în muzeu trece prin patru etape: orală, expozițională, spațială și a artefactului. Atunci când povestirea ca tehnică spațială este aplicată în muzeele publice, ea se transformă dintr-o narațiune liniară autoritară a amenajării spațiale a colecțiilor la o atenție crescândă asupra expoziției artefactelor.³²

În timp ce storytellingul face parte din instinctele fundamentale umane și a fost parte din realitatea umană încă de la începutul ei, noile metode progresive de învățare avansează cu încredere această tehnică, ce devine o metodă esențială și eficientă în învățarea despre Holocaust.

Jonathan Gottschall, care a scris *The Storytelling Animal. How stories make us human*³³, o teorie

unificată pătrunzătoare a povestirii, susține că poveștile ne ajută să navigăm prin problemele complexe ale vieții și că povestirea contribuie, de fapt, la bunăstarea noastră, asigurând supraviețuirea și schimbând lumea în bine, lucrând ca o punte între informație și emoție.

Uri Hasson, neurolog la Universitatea Princeton, a efectuat cercetări cu privire la impactul povestirii și ceea ce a descoperit a fost că, atunci când subiecții săi au ascultat o poveste captivantă, undele lor cerebrale au început să se sincronizeze. Nu numai că undele cerebrale ale elevilor s-au sincronizat între ele, dar s-au sincronizat și cu cele ale povestitorului. Ce înseamnă acest lucru este că atunci când creierul vede sau aude o poveste, neuronii săi fac aceleași modele ca neuronii creierului vorbitorului.³⁴

Această metodă primară și atât de accesibilă pare să ofere o soluție la una dintre problemele care se ridică atunci când gândim spațiul expozițional în contextul reprezentării Holocaustului. De cele mai multe ori una dintre marile provocări este de a înlocui artefacte, obiecte sau documente din ce în ce mai greu de găsit cu un conținut care să genereze cunoaștere prin experiență și emoție.

Un exemplu relevant în acest sens poate fi urmărit în mai noul spațiu muzeal organizat la Cluj-Napoca, Muzeon – un muzeu al „poveștii vecinului tău evreu”, ca să cităm din introducerea autoreferențială a muzeului. Organizat în subsolul unei clădiri dintr-o zonă centrală, în lipsa unei colecții muzeale generoase, scenografia muzeului se concentrează pe povestea a trei personaje reale din Cluj care redau din perspectivă personală evenimentele istorice și dimensiunea emoțională a experienței lor. Elementele iconice legate de reprezentarea acestui moment din istoria umanității sunt de regăsit și aici: valiza, vagonul, steaua galbenă, fragmente de documente și ziare, însă armonia acestor obiecte neînsuflite este redată de personificarea istoriilor personale. Mesajul creat în jurul unor obiecte care din punctul de vedere al valorii muzeale poate să fie considerat nesemnificativ este suplimentat

29 Hein (2013), p. 63

30 Hein (1995b), p. 7-8

31 Hein (1995b), p. 190

32 Lu (2017), p. 3-4

33 Gottschall (2013)

34 Hasson, (2018) <https://www.jneurosci.org/content/38/44/9468> (21 august 2021)

de valoarea emoțională dată de acest context al povestirii personale.

Andragogia

Definițiile date educației de-a lungul timpului, începând cu Platon și Aristotel și trecând apoi prin pleiada teoreticienilor, poziționează în general educația la începutul dezvoltării vieții unui om. Holocaustul, datorită elementelor de etică și morală, precum și complexității emoționale, sociale, istorice și politice care stă la baza reprezentării sale, face apel la revizuirea informațiilor și atitudinii față de această temă printr-o conștientizare ce are la bază noțiuni de educație atribuite și în faze mai avansate de vârstă, respectiv la maturitate.

În urma observațiilor și a unor exerciții educaționale din cadrul Muzeului Maramureșan, la Casa Memorială Elie Wiesel, s-a putut contura ideea că imaginea evreilor în spațiul românesc este încadrată lingvistic și totodată simbolic între Holocaust și bani, lăsând între ele un adânc vid de cunoaștere atât din partea tinerilor (a căror necunoaștere poate fi mai ușor înțeleasă), cât mai ales din partea adulților, ale căror ignoranță, inerție, precauție sau doar nedumerire le semnalăm prin acest fragment de studiu legat de educația adulților, sau andragogia.

Așa cum menționează Colette Dufrense-Tasse³⁵, există studii puține legate de acest tip de educație întrucât aceasta nu este stabilită și orientată conform unor standarde instituționalizate, ci se adaptează în funcție de nevoile publicului și de profilul lor socio-cultural.

Există două caracteristici ale muzeului ce par să aibă o influență în orientarea educației la acest nivel: însemnătatea deosebit de importantă a polisemiei obiectelor cărora societatea le acordă valoare și intervenția în spațiul de petrecere a timpului liber a cetățeanului.³⁶

Întrucât andragogia nu se supune unor norme instituționale de evaluare și de implementare a programelor sale, așa cum este cazul instituțiilor de învățământ, aceasta trebuie să ia în considerare în momentul elaborării obiective de lungă și de scurtă durată, iar componenta de învățare în cazul adulților să aibă în vedere:

estetica obiectelor și a expoziției, plăcerea de a se identifica cu ceea ce este frumos, valoros, rar, plăcerea de a-și folosi capacitatea intelectuală pentru a-și imagina, a-și aduce aminte, a dobândi cunoștințe, a-și lărgi cunoștințele, a reflecta, a-și schimba opinii, plăcerea de a depăși o anumită situație problematică personală, plăcerea de a avea acces la ceva nou, a le internaliza sau a contura idei noi.³⁷

Estetica, nivelul mesajului, narativitatea și prezentarea obiectelor în acest caz trebuie să fie deosebit de relevante pentru ca vizitatorul nu numai să interacționeze, dar să și înceapă un proces de conștientizare și internalizare a cunoștințelor. Procesul se declanșează în momentul în care adultul devine interesat de obiect, constituindu-se astfel un raport între educator, obiect și public.

Malcom Knowles, considerat unul dintre cei mai influenți teoreticieni ai educației pentru adulți și ai educației informale, susține că orice grup de adulți, de orice natură, trebuie să devină un laborator de democrație, un loc unde oamenii pot să aibă experiența învățării de a trăi în cooperare. Atitudinile și opiniile sunt formate în mod inițial în grupuri de studii, grupuri de lucru și grupuri de joacă la care adulții se afiliază în mod voluntar. Aceste grupuri reprezintă fundația democrației. Obiectivele lor determină în mod esențial obiectivele societății noastre. Învățarea adulților (și în cadrul muzeelor Holocaustului) ar trebui să producă cel puțin următoarele rezultate: publicul ar trebui să dobândească o înțelegere matură a sinelui, să dezvolte o atitudine de acceptare și respect față de ceilalți, să contureze o atitudine dinamică față de viață și să învețe să reacționeze la cauzele și nu la simptomele comportamentelor; ar trebui să dobândească aptitudinile necesare pentru a-și atinge potențialul personalității; ar trebui să înțeleagă valorile esențiale ale capitalului experienței umane; ar trebui să-și înțeleagă societatea și ar trebui să dezvolte abilități prin care să direcționeze schimbarea socială.³⁸

37 Ibidem, p. 255

38 Knowles (1950), p. 9-10, <https://infed.org/malcolm-knowles-informal-adult-education-self-direction-and-andragogy> (13 octombrie 2020)

35 Dufrense-Tasee (1995), p. 249

36 Ibidem, p. 258

Evaluarea

Atunci când o expoziție / un muzeu este creat(ă) cu un anumit scop didactic, este nevoie să se stabilească dacă această funcție a fost exercitată și în ce fel, care sunt rezultatele unei astfel de experiențe și în ce măsură pot fi ele evaluate.

Cele două abordări – a vedea muzeul ca un educator / profesor și a vedea muzeul ca un loc al învățării – nu sunt doar două aspecte ale rolului educațional al muzeului. Dacă acceptăm că teoria constructivistă este una dintre cele care pot fi aplicate, marea provocare a evaluării din această perspectivă este de a stabili atât modalitățile de instruire / educare, cât și rezultatele învățării.

Chiar dacă acest tip de evaluare se găsește încă la începutul ei în spațiul românesc, dar nu numai, considerăm ca absolut esențială stabilirea unor praguri de performanță care să permită organizarea spațiului și a informațiilor acestor procese de învățare și experiențe din cadrul muzeelor și care să demonstreze atingerea obiectivelor sau, în caz contrar, regândirea activității.

Se pot crea o serie de scheme metodologice cantitative, calitative sau interactive care, în urma răspunsurilor la întrebări specifice, pot oferi concluzii legate de natura experienței învățării vizitatorilor în muzeu, chiar dacă acestea sunt limitate. Printre datele analizate amintim numărul vizitatorilor, timpul petrecut în muzeu, obiectivele care trebuie evaluate și modalitățile: observații, interviuri cu vizitatori, chestionare pentru vizitatori, chestionare pentru profesori, chestionare pentru angajați, interviuri cu elevi și studenți. Acestea pot fi completate de evaluări mai tradiționale bazate pe psihologia comportamentală, experimentală.³⁹

La întrebarea despre potențialele realizări majore ale activităților educaționale din muzee și memoriale ale Holocaustului, ministerele din 21 de state membre UE responsabile cu educația și / sau conservarea siturilor memoriale au spus că „conștientizarea valorilor democratice” este cea mai importantă. „Cunoștințe despre Holocaust” a fost clasată

ca a doua cea mai importantă realizare, urmată îndeaproape de „conștientizarea importanței drepturilor omului”. Guvernele văd o legătură strânsă între învățarea „despre” Holocaust și învățarea „din” acea istorie pentru a promova valorile democratice și drepturile omului. Muzeele și siturile memoriale sunt văzute astăzi nu numai ca locuri de semnificație simbolică în termeni de politică și cultura amintirii, dar și ca instituții care pot transmite narațiuni istorice⁴⁰ ce pot să modeleze societatea civilă.

România se încadrează și se aliniază practicilor europene ale politicii publice în privința Holocaustului, cu rezerve însă în ceea ce privește aplicabilitatea lor. Este nevoie de un efort consistent cu privire la narațiunea istorică, estetica, etica și educația unui subiect atât de complex ca Holocaustul pentru a putea observa și mai apoi măsura efectele acestor explorări care uneori par și sunt greoaie prin tot ceea ce înseamnă ele. Cu toate acestea, merită avute în vedere cuvintele lui Elie Wiesel ori de câte ori se nasc dubii legate de însemnătatea demersurilor noastre ca muzeografi, curatori, conservatori sau educatori în muzeu: „V-am spus această poveste nu pentru a vă subrezii, dar pentru a vă întări. Acum depinde de voi. Instruiți, și instruiți bine” – Elie Wiesel

39 Hein (1995b), p. 195-199

40 Human rights education at Holocaust memorial sites across the European Union: An overview of practices

Bibliografie:

- Adorno, W. T. 1983. *Prism*. Cambridge, Massachusetts: The Mit Press
- Adorno, W. T. 1971. *Education after Auschwitz*. <https://josswinn.org/wp-content/uploads/2014/12/AdornoEducation.pdf> (1 octombrie 2020)
- Agamben, G. 1999. *Remnants of Auschwitz. The witness and the Archive*. New York: Zone Books
- Bar, G. (2008). *Reconstructing the Past: The Creation of Jewish Sacred Space in the State of Israel, 1948–1967*. *Israel Studies*, 13(3), 1-21. <http://www.jstor.org/stable/30245829> (14 octombrie 2020)
- Davidowics, L. 1992. *How they teach the Holocaust*. În L. Davidowics (Ed.) *What is the use of Jewish history* (pp.65-83). New York: Shocken Books
- Dufresne-Tasee, 1995. *Andragogy (adult education) in the museum: a critical analyses and a new formulation*. Museum, Media, Message. pp. 249-265. Londra și New York: Routledge.
- Dufresne-Tasse C. și Lefebvre A. (1994). *The Museum in Adult Education: A Psychological Study of Visitor Reactions*. *International Review of Education / Internationale Zeitschrift für Erziehungswissenschaft / Revue Internationale de l'Education* Vol. 40, Nr. 6, pp. 469-484
- Cronshaw, R. 2000. *Performing Memory in Holocaust Museum, Performance Research: A Journal of the Performing Arts*, 5:3, pp. 18-27
- Cronshaw, R. 2007. *Photography and memory in Holocaust museums, Mortality: Promoting the interdisciplinary study of death and dying*. 12:2, pp. 176-192
- Davies, I. (ed.) 2000. *Teaching the Holocaust*. Londra și New York: Continuum
- Echoes and reflections Teachers resource guide*. 2005. Anti-Defamation League, USC Shoah Foundation și Yad Vashem. SUA
- Frunză, S. 2008. *Inexprimabilul: cu Elie Wiesel despre filosofie și teologie*. *Journal for the study of Religions and Ideologies* vol 7, nr. 19
- Glanz, J. 1999. *Ten Suggestions for Teaching the Holocaust*. *The History Teacher*, vol. 32, nr. 4, pp. 547-565
- Goldhagen, D.J. 1996. *Hitler's willing executioners: Ordinary Germans and the Holocaust*. London: Little, Brown and Co.
- Gottschall, J. 2013. *The Storytelling Animal: How Stories Make Us Human*. Mariner Books
- Hansen-Glucklich, J. 2016. *Poetics of Memory: Aesthetics and Experience of Holocaust Remembrance in Museums*. *Dapim: Studies on the Holocaust*. 30:3. pp. 315-334
- Hasson, U. 2018. *Dialogues: The Science and Power of Storytelling* în DOI: <https://doi.org/10.1523/JNEUROSCI.1942-18.2018> (21 august 2021)
- Hein, G. E. 1995a, *The Constructivist Museum*
<https://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.461.3236&rep=rep1&type=pdf> (06 octombrie 2020)
- Hein, G. E. 2013. *Progressive Museum Education: Examples from the 1960*. *Journal of Progressive education* http://www.george-hein.com/information_new/museum_15.html (26 septembrie 2020)
- Heine, G. E. 1995b. *Evaluating Teaching and Learning in Museums*, în *Museum, Media, Message*, Londra, New York: Routledge
- Holtzschneider, K. H. 2007. *Victims, Perpetrators, Bystanders? Witnessing, Remembering and the Ethics of Representation in Museums of the Holocaust*. *Holocaust Studies*, 13:1, pp. 82-102
- Human rights education at Holocaust memorial sites across the European Union: An overview of practices*. 2011. Luxembourg: Publications Office of the European Union
- Huyssen, A. 1995. *Twilight Memories: Marking Time in a Culture of Amnesia*. New York și Londra: Routledge
- Klemperer, V. 1998. *I Will Bear Witness: The Diaries of Victor Klemperer*, New York: Random House
- Knowles, M. S. 1950, *Informal Adult Education*. Chicago: Association Press. <https://infed.org/malcolm-knowles-informal-adult-education-self-direction-and-andragogy/> (13 octombrie 2020)
- Lipstadt, D. E. 1995. *Not facing History: How Not to Teach the Holocaust. The New Republic*. <http://www.learntoquestion.org/resources/database/archives/000717.html> (2 octombrie 2020)
- Lipstadt, D. E. 2012. *Denying the Holocaust: The Growing Assault on Truth and Memory*. New York Toronto Londra Sidney New Delhi: The Free Press

- Lu, F. 2017. *Museum architecture as spatial storytelling of historical time: Manifesting a primary example of Jewish space in Yad Vashem Holocaust History Museum*. <http://dx.doi.org/10.1016/j.foar.2017.08.002>
- Ogle, D. 1986. *K-W-L: A Teaching Model That Develops Active Reading of Expository Text*. *The Reading Teacher*, 39(6), 564-570. <http://www.jstor.org/stable/20199156> (14 octombrie 2020)
- Rabinbach, A. 1997. *From Explosion to Erosion: Holocaust Memorialization in America since Bitburg*. *History and Memory*, 9(1/2), 226-255. <http://www.jstor.org/stable/25681006> (14 octombrie 2020)
- Totten, S. Feinberg S. 2001. *Teaching and studying the Holocaust*. Boston: Allyn and Bacon
- Totten, S. 2000. *Diminishing the Complexity and Horror of the Holocaust: Using Simulations in an Attempt to Convey Historical Experiences*. <http://www.socialstudies.org/sites/default/files/publications/se/6403/640308.html> (25 septembrie 2020)
- Rathenow, H. F. 2000. *Teaching the Holocaust în Germany, Teaching the Holocaust, Educational Dimensions, Principles and Practice*. Londra, New York: Continuum
- Stotsky, S. 1998. *Academic and Pedagogical Issues in Teaching the Holocaust*. <https://www.semanticscholar.org/paper/Academic-and-Pedagogical-Issues-in-Teaching-the-Stotsky> (2 octombrie 2020)
- Wollaston, I. 2005. *Negotiating the marketplace: The role(s) of Holocaust museums today*. *Journal of Modern Jewish Studies*, 4(1), pp. 63-80
- Young, E. J. 1993. *The Texture of Memory: Holocaust Memorials and Meaning*. Yale University Press
- Young, E.J. 1990. *Writing and Rewriting the Holocaust: Narrative and the Consequences of Interpretation*. Indiana: Indiana University Press

Alina MARINCEAN
Muzeograf,
Casa Memorială Elie Wiesel,
Drd., Școala Doctorală de Comunicarea,
Relații Publice și Publicitate a Universității Babeș Bolyai,
Cluj-Napoca
amarincean@gmail.com

RESTITUTION ISSUES: IMPACTING WORLD HERITAGE COLLECTIONS IN EUROPE AND ROMANIA

Aspecte ale retrocedării: impactul asupra colecțiilor de patrimoniu universal din Europa și România

Adriana AVRAM

ABSTRACT

Three years after the publication of the Restitution Report in France (2018), ethnographic museums across Europe are caught in an increasingly hot, ongoing debate on the possibility to return problematic heritage pieces to their communities of origin. Although in a lower key, the debate is also fuelled by the circumstantial ICOM initiative to change the museums' definition as entities. I start with a theoretical overview then move on to discuss what determines the course of action at the cultural policy level. I emphasize the impact on European ethnographic museums in order to contextualize the presentation of the Franz Binder Museum (part of ASTRA National Museum Complex, Sibiu), the only museum in Romania dedicated to extra-European heritage. The impact of the European debate on this museum does not translate directly in matters related to the restitution of cultural heritage, but in an unprecedented drive to reconsider the object biographies and the way the collection was constituted, especially during the 19th century. The purpose is to include these findings in the future re-interpretation of collections aiming to enhance the relevance and go mainstream in the European museum landscape while keeping its specificity.

Key-words: restitution report, decolonize, East European ethnography, contested herita

<https://doi.org/10.61789/rm.2021.08>

REZUMAT

La trei ani după publicarea „Restitution Report” în Franța (2018), muzeele etnografice din Europa sunt prinse în mijlocul unei dezbateri din ce în ce mai aprinse privind posibilitatea de a returna piese de patrimoniu problematice către comunitățile de origine. Deși într-o notă secundară, dezbaterea este animată și de inițiativa conjecturală a ICOM de a schimba definiția muzeelor ca entități. Încep cu o trecere în revistă teoretică și continuu cu o discuție despre factorii determinanți în traiectoria politicilor culturale. Subliniez impactul asupra muzeelor etnografice europene pentru a contextualiza prezentarea Muzeului Franz Binder (parte din

Complexul Muzeal Național ASTRA, Sibiu), singurul muzeu din România dedicat patrimoniului extra-european. Impactul dezbaterii europene asupra acestui muzeu nu se traduce direct în aspecte legate de retrocedări ale patrimoniului cultural, ci într-o inițiativă total nouă de a reevalua biografiile obiectelor de patrimoniu și modul în care aceste colecții au fost constituite, în special în secolul al XIX-lea. Scopul este de a include aceste descoperiri în viitoarea reinterpretare a colecțiilor, pentru a le îmbunătăți relevanța și a le include în peisajul general al muzeelor europene, păstrându-le în același timp specificitatea.

Cuvinte cheie: raportul retrocedărilor, decolonizare, etnografie est-europeană, patrimoniu contestate

Introduction

The ferment in postmodern anthropology led gradually to a change in the approach that museums of all types, but especially anthropologic or ethnographic museums, have to curate their collections. By these, I understand the way collections are formed, deaccessioned, preserved, interpreted in the display, and used for educational purposes. This is particularly relevant in terms of mainstream trends affecting the development of the museum world and the unfolding of curatorial practice, since, in our case, theoretical advances are validated in heuristic approaches. Once ideas are transferred from the academic world to the decision-making entities, it is a sign that these have taken one step further to influence day-to-day museum practice.

In theory, the shift was marked by the publication of „Writing Culture”¹ which for the first time explicitly shed light on issues of cultural (mis)representation and on how cultural anthropology implies nonsymmetric power relations, the next step being, naturally, that of questioning how ethnographic museums „mirror” these tendencies, in line with the „orientalism” of Edward Said and his take on culture and imperialism². Scholarly literature on the subject matter has since expanded exponentially, this including but not being limited to issues such as „the crisis of representation”:

Museums, like anthropology, have experienced a version of the so-called ‘crisis of representation’. Questions have been raised about the legitimacy of established styles and conventions of exhibition, about authority and authorisation, about silences and marginalisation, and about accountability and audience. A museum, I suggest, is well suited for providing such illumination, for not only is it part of a familiar Western cultural framework, it also offers parallels and overlaps with ethnography’s own institutional context, politics and practices. That is, it mirrors and collides with aspects of the ethnographic endeavour itself.³

1 Clifford and Marcus, eds. (1992); Troc (2006).

2 Said (1978), Said (1993).

3 Macdonald (2004), p. 161.

In addition to that, postcolonial theories have led to an unprecedented trend to „decolonize“ academia and museum practices related to collections constituted under „colonial situations“⁴.

Coming to close the gap between research and training, for example, the Smithsonian Summer Institute in Museum Anthropology even proposed to bridge the research and the praxis by proposing *A New Museum-Based Research Curriculum*, „for the ways in which objects embody connections to “other” histories and suggest decolonizing possibilities of collaborating with people for whom these objects are not just material culture but precious connections to history and ancestors.”⁵ This implies considering the museum itself as a field for anthropologic inquiry, to discern the complex entanglements that make up the “museum machine”.⁶

To sum up, ethnographic museums across Western Europe are under constant pressure to both decolonize, that is to acknowledge, own and integrate their colonial past, and to restitute – in an act seldomly interpreted as one of repair and redemption that surpasses museums world and could be better described as happening to a socio-politic, if not economic, level.

The new trend of critical heritage studies, in its turn, marks the acknowledgment that objects in museums not only have a “social life”⁷, but are also actors in complex networks that produce knowledge and

play a role in establishing and developing relations⁸.

Most ethnographic collections in Western museums have an indissoluble relation with the colonial context of their collecting, especially during the 18th to the first half of the 20th century. Little acknowledged so far, they stand for a disowned and unrecognized past of violence, exploitation, and unethical acquisition processes, to say the least. Momentum is being built for Western Museums to reconsider their role in colonial and post (or neo-)colonial patterns of learning and unlearning mechanisms at a societal level. But in the process, little importance is given to how ethnographic museums across Europe differentiate. On the one hand, in Central and Eastern Europe, for instance, ethnography is a discipline that started based on the incentive of self-definition during the ages of nation-state building; it is not as much as the representation of the “other”, as in Western ethnographic museums built mostly on colonial collections. On the other hand, these countries argue that they did not have a colonial past per se, therefore prefer to stand aside from the debate. As I am about to discuss further, even if extra-European collections in Eastern Europe Museums have not been directly related to colonial encounters, collectors themselves have been agents of “whiteness” and Eurocentric gaze in the very midst of colonial contexts. Therefore, proper attention should be given to reanalysing these collections, in order to discern to which extent issues of restitution apply or not.

Restitution Report and ICOM definition of museums

Recent years (2018 - 2020) have been particularly marked by accelerated changes which concern ethnographic museum activity. I will depict the ones that are relevant both for the connection to the above-mentioned theories and for their capacity to impact future activity in the *Franz Binder* Museum: the Sarr-Savoy Report on the restitution of cultural heritage, discussed from the perspective of

the hotspots of the new ICOM definition of the museums (still under debate).

At this point in the discussion, I introduce the first pillar that I consider relevant for the impact of theories in current practice: the *Restitution Report*. Although I am about to prove that it does not impact directly the *Franz Binder* Museum as such (due to

4 Stocking (1993); Starn (2015).

5 Green and Kisin (2010), p. 25.

6 Bjerregaard (2009).

7 Appadurai (1988).

8 Byrne et. al (2011); Harrison (2018).

museum size, location, history of collecting, lack of political relevance at a global scale, and so on), it is nonetheless what sets the trend in international curation of world cultures collections due to interconnectedness of the community of practice and relations with communities of origin at a global scale.

Also known as the *Sarr-Savoy Report*, it was commissioned by French President Emanuel Macron to the scholars Felwine Sarr and Benedicte Savoy in 2017 and released in November 2018. There is little doubt in both the academic and the mediatic field that commissioning this Report was a political or public relations move from the part of the French president, in line with previous statements, culminating with his speech as of 2017, at the University of Ouagadougou.

When asking two scholars whose area of expertise is the cultural postcolonial context, the result of the Report was pre-considered obvious, in line with both the president's line of politics and the academic line of the authors, that is pleading for *The Restitution of African Cultural Heritage. Toward a New Relational Ethics*, as it is entitled. In short, the authors acknowledge that, through this speech, „never before had France, as a country, explicitly called colonization by its true name” that is, „a crime against humanity”. (Sarr-Savoy 2018, 2).

Intended as an „emancipation of memory”, the core idea of the Report is not new. In 1978, UNESCO director Amadou-Mahtar M'Bow⁹ first made a point by raising the questions of looted heritage being hosted in European museums. Decades later, in 2007, finally, the United Nations Declaration on the Rights of Indigenous Peoples was issued, asking for visibility of the inventories of collections, access to objects, and even their restitution¹⁰. Yet, for the first time, this Report coagulates a scientific background to openly support the idea of restitution, and it doesn't conceal or spares terms such as „murder”, „spoils”, „thefts”.

The release and recommendations of this report are relevant for the ethnographic

museum's community of practice because, for the first time at this scale, it raises awareness for the large public, through mass media, on a critical issue: the provenance of objects, that is, the ways collections have entered Europe and now constitute an added value for European museums. This entails the euro-centric discourse embedded in curatorial approaches so far, and the dynamics of power that postmodern anthropology has been emphasizing in more remote and isolated academic circles for the last 40 years, but which have been little visible in museums.

Although unrelated to the Report, another big step was taken when the International Council of Museums (ICOM) made the proposition to change the current definition of the museums, to acknowledge and comprehend the changes taking place in perceptions from both inside and outside the museum referring to what a museum is and should be. Unprecedented debates aroused around this matter, in the turbulent year of reshaping museum definition led by ICOM as an all-encompassing authority voice in museological theory and practice. Against this background, deeper inquiries have been initiated to discern the societal role of a museum as a cultural platform, in what is essential, never-changing, and what is that is evolving.

Societal changes putting pressure on museums as a community of practice have driven ICOM to collect requirements, proposals, conduct open consultations and draft a new definition. Upon extensive worldwide open consultations, ICOM has proposed for the Kyoto General Assembly the definition below¹¹:

Museums are democratizing, inclusive and polyphonic spaces for critical dialogue about the pasts and the futures. Acknowledging and addressing the conflicts and challenges of the present, they hold artifacts and specimens in trust for society, safeguard diverse memories for future generations and guarantee equal rights and equal access to heritage for all people.

9 M'Bow (1978).

10 United Nations Declaration on the Rights of Indigenous Peoples. (2018).

11 Under debate museums definition by ICOM

Museums are not for profit. They are participatory and transparent, and work in active partnership with and for diverse communities to collect, preserve, research, interpret, exhibit, and enhance understandings of the world, aiming to contribute to human dignity and social justice, global equality, and planetary wellbeing.

Even if this definition has not been adopted as such yet¹², I consider it relevant for the proposed case study due to several reasons:

First of all, it emphasizes the role of community in the museumification process. Historically located in proximity, scattered community members can join forces in reaching a common goal if they constitute themselves as stakeholders with a common goal. Thus, through and around a museum, communities have the chance to reassemble, reconnect, co-create and share a future, even if only symbolically, and even though initial conditions of the community forming and developing are no longer in place, physically.

Second, unlike previous definitions, borders between public and private museums are blurred until disappearance. This is particularly relevant in the case of museums that are born as private initiatives. This raises the question of public initiatives being marketed as legitimate, valid, and representative for a large-scale population or community, as it could be generally perceived. Museums that *enhance understandings of the world, aiming to contribute to human dignity and social justice, global equality, and planetary wellbeing* can do so by constituting themselves as a good practice example in the societies¹³ where they activate.

This definition acknowledges the existence of multiple interpretations of the past(s) and the potential futures. Even if, in the academic world or the community of practice this idea is not new, this part of the definition emphasizes the fact that these notions should also be conveyed to the public, which is a giant leap from the autocratic, truth-making museum of the past centuries.

Part of the *challenges of the present* is also the fact that it is not common practice for museums to question, in their curatorial practice, the provenance of the objects. Trends such as applying the Actor-Network Theory mentioned before, the critical heritage studies or the movement that is gaining momentum and stamina, „decolonize“ the museum, is what pick up from interdisciplinary or societal challenges and embrace them in the museum, to becoming more relevant and truer to one's mission. For the museums of world cultures, it is my opinion that, to *enhance understandings of the world, aiming to contribute to human dignity and social justice, global equality, and planetary wellbeing, going back to the roots of the museological phenomenon could generate the necessary content to put on display that could really support understanding an interpretation of the objects, apart from their unique, atomized intrinsic value.*

In addition to that, and per the dialogical approach of the „new ethnography“, I would add that the „polyphony“ suggests the idea of authorship and curator's voice becoming obvious in the museum, among other voices.

These two desiderates from the above are only possible if the museum starts researching, acknowledging, accepting, and displaying relevant information not only about the provenance of the objects but also about the way these are put to work in museums.

Further on, when it comes to engaging communities as the definition suggests, the

12 Due to extended criticism from the community of practice, this definition was rejected, submitted for reconsideration, and its acceptance is now pending until the new assembly of the steering committee of the ICOM, now postponed within a timeframe yet to be determined according to the evolution of the Covid-19 pandemic.

13 I try to avoid the term community to refrain from creating confusion in terms: in this paper, a museum may be owned by a neighboring community, or may

represent a community of origin. The community in which a museum activates is, generally, referred to as the surrounding area population, (even if no scale is defined for this). In this paper, I prefer the term society.

first thing to mention is that, in the case of world cultures collections, there are two kinds of communities in question: on the one hand, there are the obvious communities where the museum is physically located, at the local or regional level, depending on the types of actions that the museum is willing to get engaged into. On the other hand, there are the communities of origin, many of them oblivious of the fact that part of their cultural heritage is now resident in one museum or another across Europe. This raises the question of ownership of heritage goods, provenance, and relevance in terms of discussing heritage that museum professionals are not familiar with and can only partially apprehend.

Supporting the goals of ICOM, NEMO is the Network of European Museums Organizations. In the proceedings on NEMO conference on *Museums out of the box*: the cultural spill-over effect on Museums are described as being at the forefront of cultural institutions that create „spill-over effects” that have „the potential to help overcome the current challenges of Europe”. I bring it into the discussion to emphasize the manifold impact that changing the current perspective in the role of local museums can have, as they transition from safeguards of cultural goods to active agents of transformation in the society on many levels, educational and economical being just some of them.

Not that the need for transitioning and taking over a higher role in the society is stated and emphasized by ICOM and NEMO, two of the tutelary organizations of most European museums, the practical question remains how these transformations should be addressed. In the case of the *Franz Binder* Museum, the discussion is gaining new nuances but, the bottom line is that no museum is outside of the global museum network nor can it continue to exist without awareness of the transformations that are shaking its foundations.

In its publication „Value for Museums, Museums four Values”¹⁴, NEMO chairman David Vuillaume emphasized in the foreword

that „One of the central concerns of European museums regarding collections is the accessibility of objects, whether through visits to physical collections or via digital resources. The benefits of accessing material collections seem to be perfectly compatible with the benefits of establishing globalized digital networks.” But, to change the narrative and reach a level where a museum can bring „spill-over effects”, as suggested by NEMO or ICOM, the message should draw on information that is beyond atomized objects, presented each in its nutshell and further recreate the classificatory illusion of objects-to-boxes, which is far from real in curatorial practice. These effects may occur more when implied information becomes explicit: collecting processes and museum becoming, provenance and contexts, how objects travelled and were considered of worth (or not) at a specific time in their museumification, for what reasons, and to what ends.

I consider it important that the two trends described above are read also concerning the social movements culminating in 2020, such as Black Lives Matter or that of tearing down or detouring the meaning of statues that represent important figures of colonialism, highly praised not only all across Europe but also in former colonies around the globe¹⁵.

The above-mentioned pillars that represent the most recent challenges in museums` life today – the implications of the Restitution Report and redefining of what a museum is and what it should do and - these both create shock waves in practice that is only getting bigger instead of fading away.

15 Such as “Rhodes must fall” movement at the University of Cape Town, South Africa, in 2017, or the fall of the statues of King Leopold in Belgium, to name some of the most notorious.

14 Vuillaume (2015)

The impact at the international level

Although referring only to French museums, the Report made headlines in important newspapers on both sides of the Atlantic, and marks a milestone that cannot be ignored by both museums and the public; from now on, visitors are more aware to question how museums, as institutions, came into being, how heritage is subject to interpretation and how this mirrors power relations at all levels in a post-colonial society. And since there is no turning back, museums will have to deliver content beyond the collections, that is meta-data meant to support a more objective approach, or at least more complete, than in their entire history.

For a quick overview, I should mention some of the many actions that museums or governments take in order to confront or comply with the suggestions of the Report. “Berlin Museum Won’t Show Benin Bronzes”; the Humboldt Forum begins to investigate provenance of objects and pursue return of artifacts¹⁶. Musée du Quai Branly is at the heart of heated debates around provenance and restitution¹⁷. “The government of the Netherlands has agreed to put in place guidelines that could make it a global leader in restituting colonial-era objects”¹⁸.

In 2020, Dan Hicks released the book that puts the debate at the forefront of the museums in the United Kingdom. The “Brutish Museum” is an investigation in the collections of Benin Bronzes (not only) at the British Museum. “Britain has reached a crucial juncture in how it understands its imperial past at just the moment when international pressure around African restitution is at a tipping point. The objects looted under colonialism’s cultural destructions are becoming new zones of intense action.”¹⁹

I should note Hicks’s tendency, notable as well as in other’s author’s work, to consider mostly the “European Ethnographic Museum” as being the Western, extra-European oriented museum

that was formed exclusively through the colonial knowledge production mechanisms and was aimed to support the “explore/exploit” ideology. Pleading for investigation of these mechanisms, he asserts that

“... each museum, like any object or assemblage—and like the disciplines of anthropology and art history themselves—is an unfinished event. We don’t know how this ends. We’ve never needed something like a world culture museum more than we do today—a space in which to encounter and to celebrate art beyond a Eurocentric lens. But can we imagine anthropological museums fit for the twenty-first century—museums where nothing is stolen? Can we hope that a decade of unravelling these necrographies of silence and loss, a decade of returns, may lie ahead?”. (Hicks 2021)

Yet, in reaction to this book and academic underpinnings accompanying it, Nicholas Thomas, former director of the Museum of Archaeology and Anthropology, Cambridge, who writes in his own capacity, notes that discourse around world cultures museums should be tempered, since

*“In any event, the argument that the museum is a site of “extreme violence” rests on a pretty simple error. The identity, value and effect of a place is not a historical microchip. Institutions may have been founded with philanthropic ambitions but later do harm and vice versa. Most religions have at times engaged in persecution, abuse or intolerance, but a mosque or church can be a space of solidarity, faith, contemplation or hope.”*²⁰

He pleads for these museums to continue the process of the last 50 years in becoming more inclusive, open to participation and co-creation, and for exposing or re-interpreting the conditions of their production in the first place.

16 Azimi (2021), Greenberger (2021), Hickley (2021).

17 Caramel (2020). Le Monde avec AFP (2021).

18 Cascone (2021).

19 Hicks (2020), p. 240

20 Thomas (2021) (online resource)

Also, according to Voogt, Adriana Muñoz, who is a curator of Latin American collections in Gothenburg Museum of World Culture, argues for a new approach of contested heritage: “I believe that museums cannot keep their collections ... hidden in storages that in many cases are closer to mausoleums than museum archives. Museums need to have some kind of policy where the re-interpretation of collections can be adapted to current situations around the world.”²¹

This discussion I think should be read in relationship with the overview I gave prior, on the concept of community and that of value added by museums. Heritage pieces that arrived in Europe should be contextualized from a broader perspective. For instance, Thomas also underlines that

“Historians of Africa, Asia and the Pacific, including academics from those regions, may be dismayed that decades of research documenting the resistance, creativity and agency of locals within empire is overlooked. Violent appropriation

indeed did take place, and should be acknowledged and redressed, but there is plenty of evidence that much across collections of world cultures was made for collectors, or deliberately sold by people who sought to participate in colonial commerce.”²²

To sum up, world cultures museums built on the principles of the Western mindset and *modus operandi* are facing the challenges to acknowledge, own their often violent past, the role they played in cultural imperialism supporting a colonial world order, and potential returns of looted heritage pieces that (arguably) come as a natural consequence. Yet, there is a fine line that is still insufficiently articulated between what should make the object of returns and what should be recontextualized and re-interpreted as such, in an effort to endorse all consequences of historic museum-making processes. Given the above, I now move on to discuss the particularities that these debates could take in Eastern Europe, more precisely in Romania.

Status of the collections in the Franz Binder Museum of Universal Ethnography

The Franz Binder Museum in Sibiu, Romania, is the only museum in the country that focuses exclusively on extra-European ethnography²³. Born as such in 1993, it holds today 19th century old and contemporary collections from across the world.²⁴ For the Franz Binder Museum²⁵, the discussion above is ever more timely

and relevant²⁶. Currently being under reorganization, it closed its main exhibition in 2015 and is preparing for a new thematic project in line with nowadays tendencies and societal challenges.

Its old collections have been donated by Saxons travellers to the Transylvanian Society for Natural Sciences (Siebenbürgischen Vereins für Naturwissenschaften zu Hermannstadt); the collection started with that of Franz Binder who travelled to the Middle East and Africa (Egypt and South Sudan) between 1850 – 1864, bringing home an impressive collection of around 400 artifacts, mostly Nilotic objects collected in Khartoum and up the White Nile. Other collectors such as Arthur Soterius von Sachsenheim, Hermann von Hannenheim, Andreas Brekner, to name just a few, travelled on different occasions around

21 Voogt (2008), p. 9.

22 Thomas (2021).

23 Although “ethnographic” is problematic as term due also to reasons that have been exposed previously, I keep this nomination for the purpose of this paper. I also do not discuss the nuances between the Benin Bronzes being considered, alternatively and exclusively, either artworks or ethnographic material.

24 Bozan (2007-1), (2007-2); Bozan (1993).

25 This paper does not discuss nor take into consideration the fact that, also from a legal framework point of view, restitution of non-European Heritage is not an alternative for Romanian Museums.

26 See also Avram (2020).



Fig. 1. Franz Binder and his servant, Druis Abdalah. The photograph was taken between 1862 – 1875.

In copy at Astra National Museum Scientific Archive, B-IV-2.



Fig. 2. Franz Binder. The photograph was taken between 1862 – 1875.

In copy at Astra National Museum Scientific Archive, B-IV-2.

the globe and kept the tradition of bringing back and donate to the Sibiu Society cultural heritage goods in order to reflect the cultural landscape of exotic places. At the moment of the „museumification” process, Transylvania was part of the Austro-Hungarian Empire, scientific best practices being taken over as relevant from the centre to the periphery. After the museum was organized under the current form in 1993, it kept collecting and more than doubled its initial inventory. Being considered an ethnographic museum due to the 19th-century tradition of fieldwork when anthropology was being born as a science, it hosts today collections whose common denominator is their geographic provenance and arguable capability to „represent” cultural groups around the world.

From this standpoint, at a first look, the Franz Binder Museum seems to be outside the discussion above regarding colonial imperatives on colonized spaces; the extreme examples of the Benin Bronzes or restitution of human remains seem to take the discussion to the matters of physical violence, warfare

situations, and looting, which was never the case when it came to the acquisition of objects in the Franz Binder Museum collections²⁷.

But at a closer look, I argue that it was a similar mindset that drove the Transylvanian collectors to collect and exhibit; it may not have been a colonial mindset *per se*, but analyses of alternative sources²⁸ on objects provenance reveal issues of *whiteness* and *eurocentrism* being involved in the process. Therefore, it is not only opportune but also necessary to dive into the investigation of objects’ biographies and provenance, in order to exhibit these details, make them explicit, and define a strong standpoint in the context of the *Restitution* debate ever touching on the Franz Binder Museum collections.

As an example, I bring into discussion the collection of Franz Binder himself. Consisting of what would today constitute a body of *curiosa*,

27 Franz Binder Museum only takes the name from Franz Binder, his collection being just one of the many that the museum hosts today.

28 Binder, K. (1930). Binder, F. (1862).

Fig. 3. Wooden smoking pipe. South Sudan, Nilotic Tribes, 19th century. Donation of Franz Binder. Inventory no. 015E. Classified under Thesaurus Category, 2006. Franz Binder Museum Collection, ASTRA National Museum Complex, Sibiu.



Fig. 4. Wooden stool. South Sudan, Nilotic Tribes, 19th century. Donation of Franz Binder. Inventory no. 34E. Classified under Thesaurus Category, 2014. Franz Binder Museum Collection, ASTRA National Museum Complex, Sibiu.

Fig. 5. Necklace made of serpent's vertebrae. South Sudan, Nilotic Tribes, 19th century. Donation of Franz Binder. Inventory no. 87E. Franz Binder Museum Collection, ASTRA National Museum Complex, Sibiu.



Fig. 6. Leather sandals. South Sudan, Nilotic Tribes, 19th century. Donation of Franz Binder. Inventory no. 166E. Franz Binder Museum Collection, ASTRA National Museum Complex, Sibiu.



Fig. 7. Stone Scarab. Modern forgery, Egypt, 19th century. Donation of Franz Binder. Inventory no. 434E. Franz Binder Museum Collection, ASTRA National Museum Complex, Sibiu.

it reflects his interest in responding to the interest back home in African artifacts, which had also generally led to the development of a flourishing ethnographic market in Khartoum, for instance. Besides the indisputable value of artifacts that bear the marks of Nilotic tribal usage (he travelled and collected up the White Nile), he also bought from Egypt both authentic and modern forgeries of antiquities (fig. 1 - 7) that reflect the European fascination with the Egyptian antique civilization²⁹. The self-built image of the restless, romantic explorer was used to partially conceal the

commercial interest he had in the region, his trade in ivory and other exotic commodities that made him, upon his leaving Africa, one of the richest Europeans in the Northern side of the continent³⁰. Thus, the former Austrian Consul in Khartoum, even for a short while, was one of the central, representative pieces in a colonial-type mechanism³¹, functioning based on „stations” far inland on tribal territories, meant to exploit local resources for large profit margins based on ivory and Arabic gum trade³².

Conclusions

The *Restitution Report* and the *Museum Definition* have a worldwide impact on ethnographic museum collections not only directly, as a basis for direct return requests, which are rather limited in number so far, but as a ripple effect to investigate and exhibit the process of heritage-making and its relations with the origin and hosting communities. The accent is placed on museums as sites of unlearning and increased relevance for navigating the societal issues of the nowadays world.

To conclude on the impact of theories in practice, in Romania, I consider the above to be particularly timely and relevant for the *Franz Binder* Museum, on the brink of its reorganization. The objects donated by Saxon travellers were not obtained in violent contexts or against the will of communities of origin. This way, once the transfer of property was concluded and these were donated and constituted as museum collections in Sibiu / Hermannstadt, they became goods belonging to the local community, at the moment of expansion of knowledge over little known or fascinating extra-European territories, and displayed so far according to the spirit of the time. The mechanism of symbolic added-value production functions based on goods transferred under various

circumstances, none of them directly violent or unjust.

On the other hand, the „re-invention” of a „universal ethnography museum” procedure could not elude the mainstream of transformation that swipes across this type of museum around the world – decolonize, reinterpret. Redesigning the main exhibition and rethinking development strategies for the future should be in line with the international trends that shape visitors` and community of practice`s expectations relative to what it should stand for, that is, we should dig deeper and expose conditions of contextualized heritage-making. It is both an opportunity and a challenge that should be taken, that is to step back and analyse the dominant narrative of the past century that encompassed these collections in order to transfer into practice research-based results.

29 Egyptomania was also a subject approached within the exhibition of Franz Binder Museum: *Egyptian mummies: a European story*, open between October 2018 – June 2019. Curator: Adriana Avram.

30 Stiansen (1992).

31 The Austro-Hungarian Empire was not the colonial power, nevertheless it acted for commercial interests and political influence in the area.

32 The *Franz Binder* collection, together with the results of recent research, take centre stage in the exhibition „Franz Binder’s Africa”, to open on July 11th, 2021, in Sibiu (Multicultural Museum Pavilion, S2 Hall, ASTRA Museum).

Bibliography

- Appadurai, Arjun (ed.). 1988. *The Social Life of Things. Commodities in Cultural Perspective*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Avram, Adriana. 2020. "Heritage Reinterpretation: Shifting Perspective in Franz Binder Museum of Universal Ethnography in Sibiu, Romania". *Revista de etnografie și folclor / Journal of Ethnography and Folklore*, Nr. 1 – 2/2020, Serie Nouă, București: Editura Academiei Române, pp. 226 – 242.
- Binder, E. Kurt. 1930. *Reisen und Erlebnisse eines Siebenbürger Sachsen um die Mitte des vorigen Jahrhunderts im Orient und in Afrika: Das Lebenswerk Karl Franz Binders*, ehemaligen k. u. k. österreichischen Vize-Konsul in Chartum. Sibiu / Hermannstadt: Krafft & Drotleff.
- Binder, Franz. 1862. "Mittheilungen der Herrn Franz Binder über Seine Reise im Oriente und Sein Leben in Africa". In *Transilvania – Beiblatt der Sieberburger Boten, Neue Folge / Zeitschrift für Siebenbürgische Landeskunde, Literatur und Landeskultur*, issues 17(2), pp. 217-222; 18(2) pp. 225 – 230; 19(2) pp. 244 – 245; 20(2) pp. 250-252; 21(2) pp. 265 – 271; 22(2) pp. 273 – 282; Hermannstadt: Druck und Verlag von Theodor Steinhausen.
- Bjerregaard, Peter. 2009. *Inside the museum machine: mind and agency in contemporary ethnographic exhibitions*. Ph.D. thesis. Dept. of Anthropology and Ethnography, University of Aarhus. Unpublished.
- Bozan, Maria. "Patrimoniul etnografic extraeuropean de la exotic la cultura contemporană. Expoziții la Muzeul de Etnografie Universală „Franz Binder” din Sibiu in anul 2007", in 2007. *Revista Muzeelor*, XLII, 2007, nr. 3. Bucuresti: Ministerul Culturii. pp. 47-51
- Bozan, Maria. "Călătoria ca experiență a multiculturalității. Consecințe etnomuzeologice in Transilvania (I)", in 2007. *Studii si comunicari de etnologie*, XXI, Sibiu: Institutul de Stiinte Socio-Umane. pp. 151-156.
- Bozan, Maria. "Muzeul de Etnografie Universală „Franz Binder” din Sibiu", in 1993. *Revista Muzeelor*, XXX, nr. 3, Bucuresti: Ministerul Culturii. pp. 3-14.
- Byrne, Sarah; Anne Clarke, Rodney Harrison, Robin Torrence (auth.), Sarah Byrne, Anne Clarke, Rodney Harrison, Robin Torrence (eds.) 2011. *Unpacking the Collection. Networks of material and social agency in the museum*. New York: Springer.
- Clifford, James; George E. Marcus (eds.). 1992. *Writing Culture. The Poetics and Politics of Ethnography*. Berkeley: University of California Press.
- Edwards, Elizabeth; Chris Gosden, Ruth Phillips. (eds.) 2006. *Sensible Objects. Colonialism, Museums and Material Culture*. Oxford: Berg Publishers.
- Harrison, Rodney. "On Heritage Ontologies: Rethinking the Material Worlds of Heritage". In 2018. *Anthropological Quarterly*, Vol. 91, No. 4, Washington: Institute for Ethnographic Research (IFER), p. 1365–1384.
- Macdonald, Sharon. "The Museum as mirror. Ethnographic reflections". In James, Allison; Jenny Hockey and Andrew Dawson (eds.) 2004. *After Writing Culture. Epistemology and Praxis in Contemporary Anthropology*. Oxfordshire: Taylor & Francis e-Library.
- Modest, Wayne; Robin Lelijveld. 2018. *Words Matter. An unfinished guide to word choices in the cultural sector*. Amsterdam: Tropenmuseum.
- Said, Edward W. 1978. *Orientalism*. London & New York: Routledge.
- Said, Edward. 1993. *Culture and Imperialism*. London: Random House.
- Starn, Orin (ed). 2015. *Writing Culture and the Life of Anthropology*. Durham and London: Duke University Press.
- Stiansen, Endre. "Franz Binder, A European Arab in the Sudan, 1852 - 1863". In 2000. Spaulding, Jay and Beswick, Stephanie (eds), *White Nile, Black Blood: War, Leadership, and Ethnicity from Khartoum to Kampala*. Michigan: Red Sea Press, pp. 3 – 17.
- Stocking, George W. Jr. 1993. *Colonial Situations. Essays on the Contextualization of Ethnographic Knowledge*. Madison: University of Wisconsin Press.
- Troc, Gabriel. 2006. *Postmodernismul în antropologia culturală*. Iași: Polirom.
- Voogt, Paul (ed). 2008. *The future of ethnographic collecting: to what end should or could we still collect and preserve items of other peoples' material culture? Proceedings of the Expert Meeting "Museums, Society and Development", held 15-17 May 2008 at the Tropenmuseum Bulletin 387*. Amsterdam: KIT Publishers, S.18-28.

- Hicks, Dan. 2020. *The Brutish Museum. Benin Bronzes, Colonial Violence, and cultural restitution*. London: Pluto Press.
- Willink, Robert Joost. 2011. *The Fateful Journey: The Expedition of Alexine Tinne and Theodor Von Heuglin in Sudan (1863 - 1864). A study of their travel accounts and ethnographic collections*. Amsterdam: Amsterdam University Press.

Online resources

- Azimi, Roxana. 2021. Comment chercheurs et musées enquêtent sur l'origine des objets pillés en Afrique. Paris: Le Monde. https://www.lemonde.fr/afrique/article/2021/04/29/comment-chercheurs-et-musees-enquetent-sur-l-origine-des-objets-pilles-en-afrique_6078543_3212.html?fbclid=IwAR2LkPgZBiRgtUneb5DCqdvF5Jb7HckREM6fDpRn-Xz3IG4VsOCGMcDY8gs Accessed May, 29th, 2021.
- *** Le Monde avec AFP. 2021. Restitutions d'œuvres d'art : un nid à polémiques et un dossier qui s'enlise. Paris: Le Monde https://www.lemonde.fr/afrique/article/2020/09/30/restitutions-d-uvres-d-art-un-nid-a-polemiques-et-un-dossier-qui-s-enlise_6054194_3212.html . Accessed May, 29th, 2021.
- *** 2021. 'Colonial history is international history': Rijksmuseum reflects on slavery's legacy in new show. The Art Newspaper online. Appeared in The Art Newspaper, 334, May 2021. https://www.theartnewspaper.com/preview/rijksmuseum-reflects-on-slavery-s-legacy?fbclid=IwAR2tcpkLkItYMN56_Evt1V6YwK_QqAylxKmZtXGFGW8tKsAmNs4-qYSfY Accessed May, 29th, 2021.
- Brown, Kate. 2021. In a Historic Move, Germany Has Entered Into Talks to Return the Contested Benin Bronzes in Its National Museums to Nigeria. <https://news.artnet.com/art-world/restitution-benin-bronzes-humboldt-forum-1953883?fbclid=IwAR1QEfkB6aFQ2EF0NpfCWRYbXzelUciguqSMZtEMsYVlVz4gWdm5PgwfZI4> Accessed May, 29th, 2021.
- Caramel, Laurence. 2020. Patrimoine africain : «Les musées occidentaux sont entrés dans l'âge de l'intranquillité». Paris: Le Monde https://www.lemonde.fr/afrique/article/2020/10/13/patrimoine-africain-les-musees-occidentaux-sont-entres-dans-l-age-de-l-intranquillite_6055885_3212.html . Accessed May, 29th, 2021.
- Cascone, Sarah. 2021. The Dutch Government Just Promised to Return Any Stolen Colonial-Era Objects in Its Collections Back to Their Countries of Origin. <https://news.artnet.com/art-world/netherlands-restitution-guidelines-1941734?fbclid=IwAR1cXtwnddiywOzj7-te9FgVnaVRbj8LNM1nuTeRDjTcnNsKBJKm5xEX9tw> Accessed May, 29th, 2021.
- De L'Estoile, Benoit. 2008. „The past as it lives now: an anthropology of colonial legacies”. *Social Anthropology/Anthropologie Sociale* (2008) 16, 3 267–279. C_ 2008 European Association of Social Anthropologists. doi:10.1111/j.1469-8676.2008.00050.
- Greenberger, Alex. 2021. Berlin Museum Won't Show Benin Bronzes, Begins to Pursue Return of Artifacts. https://www.artnews.com/art-news/news/humboldt-forum-benin-bronzes-return-process-1234587480/?fbclid=IwAR0jRSJ-jkziESWb1MpKOw7BcZcwjW_-EHaVQANmo8ObgCvlgS7SeZafgo Accessed May, 29th, 2021.
- Hickley, Catherine. 2021. Humboldt Forum to show Britain's 1897 violence and plunder in Benin exhibition next year. https://www.theartnewspaper.com/interview/humboldt-forum-to-show-britain-s-1897-violence-and-plunder-in-benin-exhibition?fbclid=IwAR2nb9gzkEFypAOE0f2GSuKI8oJlSqB9-nw_MxT9SkzwLYAivfPHOKj9Pal Accessed May, 29th, 2021.
- Hicks, Dan. 2021. “Necrography: Death-Writing in the Colonial Museum”, *British Art Studies*, Issue 19, <https://doi.org/10.17658/issn.2058-5462/issue-19/conversation>
- ICOM - Proposed Museum Definition. 2018. <https://icom.museum/en/activities/standards-guidelines/museum-definition/> Accessed May, 29th, 2021.
- Landkammer, N. „The Museum as a Site of Unlearning? Coloniality and education in ethnographic museums, a study focusing on Germany, Austria, and Switzerland.” In 2018 Stephanie Endter, Nora Landkammer, and Karin Schneider (eds.). *The Museum as a Site of Unlearning: Materials and Reflections on Museum Education at the Weltkulturen Museum*. <http://www.traces.polimi.it/2018/10/08/issue-06-the-museum-as-a-site-of-unlearning/>
- Manji, Fatima. 2021. UK university's return of looted Benin Bronze puts pressure on other institutions. <https://www.channel4.com/news/uk-universitys-return-of-looted-benin-bronze-puts-pressure->

- on-other-institutions?fbclid=IwAR1MigA4OsyWdKBQR1BsM2JcHvf8goml3fMT99ZsTFIMrf4klYxs56t4wnM Retrieved May 31st, 2021.
- M'Bow, Amadou-Mahtar. 1978. A Plea for the restitution of an irreplaceable cultural heritage to those who created it; an appeal by Director-General of UNESCO. Available on the UNESCO website: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000034683?posInSet=38&queryId=N-EXPLORE-09af0445-ad3c-4d81-a3f0-b3ff64d55b72>. Retrieved May 31st, 2021.
- Vuillaume, David. 2015. Value for Museums, Museums four Values. NEMO – The Network of European Museum Organisations. https://www.ne-mo.org/fileadmin/Dateien/public/NEMO_documents/NEMO_four_values_2015.pdf. Retrieved May 31st, 2021.
- Pellow, Jill and Lawrence Goldman (eds). 2018. Dethroning historical reputations: universities, museums and the commemoration of benefactors. London: the University of London, School of Advanced Study Institute of Historical Research. Retrieved from <http://humanities-digital-library.org/index.php/hdl/catalog/book/pellowgoldman>. DOI: 10.14296/718.9781909646834 Retrieved May 31st, 2021.
- Sarr, Felwine; Savoy, Bénédicte. 2018. Rapport sur la restitution du patrimoine culturel africain. Vers une nouvelle éthique relationnelle. <http://restitutionreport2018.com/>
- Thomas, Nicholas. 2021. Don't trash talk museums at this perilous time: we must adapt—not throw away—our cultural heritage. https://www.theartnewspaper.com/comment/nicholas-thomas-the-trashing-of-cultural-institutions-comes-at-a-perilous-time?fbclid=IwAR2neRmnEtyUSXkVRm5G3nzPuXgp8lbVe4Ze6asmMiHlFabaog_f0lK8psE Retrieved June 10th, 2021.
- United Nations Declaration on the Rights of Indigenous Peoples. Updated in 2018: https://www.un.org/development/desa/indigenouspeoples/wp-content/uploads/sites/19/2018/11/UNDRIP_E_web.pdf. Retrieved May 31st, 2021.

List of illustrations

- Fig. 1. Franz Binder and his servant, Druis Abdalah. The photograph was taken between 1862 – 1875. In copy at Astra National Museum Scientific Archive, B-IV-2.
- Fig. 2. Franz Binder. The photograph was taken between 1862 – 1875. In copy at Astra National Museum Scientific Archive, B-IV-2.
- Fig. 3. Wooden smoking pipe. South Sudan, Nilotic Tribes, 19th century. Donation of Franz Binder. Inventory no. 015E. Classified under Thesaurus Category, 2006. *Franz Binder* Museum Collection, ASTRA National Museum Complex, Sibiu.
- Fig. 4. Wooden stool. South Sudan, Nilotic Tribes, 19th century. Donation of Franz Binder. Inventory no. 34E. Classified under Thesaurus Category, 2014. *Franz Binder* Museum Collection, ASTRA National Museum Complex, Sibiu.
- Fig. 5. Necklace made of serpent's vertebrae. South Sudan, Nilotic Tribes, 19th century. Donation of Franz Binder. Inventory no. 87E. *Franz Binder* Museum Collection, ASTRA National Museum Complex, Sibiu.
- Fig. 6. Leather sandals. South Sudan, Nilotic Tribes, 19th century. Donation of Franz Binder. Inventory no. 166E. *Franz Binder* Museum Collection, ASTRA National Museum Complex, Sibiu.
- Fig. 7. Stone Scarab. Modern forgery, Egypt, 19th century. Donation of Franz Binder. Inventory no. 434E. *Franz Binder* Museum Collection, ASTRA National Museum Complex, Sibiu.

Adriana AVRAM,
Muzeograf 1A / Senior Curator,
ASTRA National Museum Complex
adriana.avram@muzeulastra.com

RETROCEDAREA MEMORIEI BUNURILOR CULTURALE – SPRE O NOUĂ POLITICĂ MUZEALĂ?

Restituting the Memory of Cultural Goods – Towards a New Museum Policy?

Delia BRAN

ABSTRACT

The intention of this paper is to talk about the importance of knowing the history of each cultural object that museums have. Due to our historical and political development, today many museums have objects without history or memory. The article explains how those objects became so short in terms of history by appealing to the cultural politics practiced during the communist regime in Romania. The mile stones in the cultural change are obviously the political decisions that were put in juridical papers and made to become law. So, the enquiry follows the process of memory restitution all the way back from law to action in the museums field. The two main examples came from two art collections that were spread through new born museums, so that their interwar history and owners would be forgotten. Finally, the aim is to decrypt the road back to the history and memory of each piece so that we can regain a part of the bigger picture in our cultural history and take responsibility on our communist history.

Key-words: Museums, cultural policies, communism, art collections, memory, Ioan Movilă art collection, Siligeanu art collection

<https://doi.org/10.61789/rm.2021.09>

REZUMAT

Intenția acestei lucrări este de a discuta importanța cunoașterii istoricului fiecărui obiect cultural din patrimoniul muzeelor. Drept consecință a dezvoltării istorice și politice, astăzi multe muzee au obiecte fără un istoric sau fără memorie. Articolul explică modul în care aceste obiecte sunt reduse din punct de vedere istoric apelând la o politică culturală creată în perioada regimului comunist din România.

Punctele de reper în schimbarea culturii sunt evident deciziile politice care au fost puse în acte juridice și apoi au devenit legi. În acest fel, demersul prezent urmărește procesul de retrocedare a memoriei bunurilor culturale de la lege până la acțiune în domeniul muzeal. Cele două exemple principale sunt reprezentate de două colecții răspândite prin muzee nou apărute așa încât istoria lor interbelică și proprietarii lor din această perioadă să fie dați uitării. Nu în ultimul rând, scopul este de a decodifica drumul înapoi către istoricul și memoria fiecărei piese astfel încât să recâștigăm o parte a imaginii de ansamblu a istoriei noastre culturale și să ne asumăm responsabilitatea trecutului nostru comunist.

Cuvinte cheie: Muzee, politici culturale, comunism, colecții de artă, memorie, colecția de artă Ioan Movilă, colecția de artă Siligeanu.

Când vorbim despre retrocedări, de cele mai multe ori ne gândim la trecerea unor bunuri imobile sau mobile din proprietatea publică a statului în proprietate privată. Dorința și scopul acestui articol sunt acelea de a privi retrocedarea și ca un exercițiu de readucere a istoriei unui bun cultural mobil sau imobil în memoria actuală. Mai exact, aduce în discuție problematica pierderii memoriei unor piese de artă prin peregrinările lor succesive prin diferite colecții astfel încât pedigreeul acelui obiect este uitat, în mod firesc, prin succesiunea naturală a generațiilor. Asistăm astfel la un proces de pierdere a memoriei piesei respective, iar odată cu aceasta și a identității individuale, dar și colective. Așadar, perspectiva pe care dorește să o deschidă acest articol este una ce lărgeste înțelegerea strictă a termenului de retrocedare, care se referă la un proces material și juridic, cu o perspectivă ce se referă mai mult la aspecte imateriale, ce țin de istorie, memorie, procesul cercetării unei piese și succesiunea acestui proces între generații într-o societate, atingând astfel concepte foarte complexe, spre exemplu identitatea sau memoria.

În problematicile atinse până acum, atât în articole generale de popularizare¹ sau broșuri de specialitate², s-a discutat cel mai adesea despre retrocedarea faptică, adică a obiectului sau a proprietății în sine, denumită și „în natură”, de la statul român la un proprietar privat. Dintre cele mai importante exemple amintim aici retrocedări cum ar fi colecția de artă Dona, colecția de artă Nicolae Stoica, colecția de artă Manu, piese individuale de artă plastică, religioasă sau decorativă care au suferit acest proces, poate cel mai celebru caz fiind cel al sculpturii lui Constantin Brâncuși *Cumințenia pământului*. Ne gândim și la imobile ce găzduiau sedii ale muzeelor, spațiul ce adăpostea colecția Nottara, spațiul colecției de sculptură Cornel Medrea, acestea două fiind închise și trimise în depozite. Au existat și cazuri în care clădirea a fost retrocedată, dar colecția a continuat să funcționeze într-o formă sau altă, în aceeași incintă, cum este exemplul Muzeului de artă Frederic și Cecilia Cuțescu Storck, sau spațiul din zona cartierului Cotroceni unde pe vremuri se putea vedea colecția de artă comparată Slătineanu (până să fie relocalat în 1978 la Muzeul Colecțiilor)

1 Articole mass media despre comerțul cu bunuri culturale, <https://www.digi24.ro/special/campanii-digi24/romania-furata/cum-se-fac-milioane-din-comertul-cu-arta-din-muzeele-romaniei-si-cine-sunt-colectionarii-care-cumpara-937227>; Retrocedările amenință să scoată muzeele clujene în drum, *Gazeta de Cluj*. 2015 - <https://gazetadecluj.ro/retrocedarile-ameninta-sa-scoata-muzeele-clujene-drum/>; Mircea Radu Iacoban, *Retrocedări?*, 2016, <https://www.monitorulsv.ro/Coltul-condeierului/> <https://www.dilemaveche.ro/sectiune/tema-saptamanii/articol/muzeu-inchis-pentru-retrocedare>, consultate la 19.08.2021

2 Alexandra Zbucnea, *Patrimoniul risipit. Studiu realizat de Rețeaua Națională a Muzeelor privind retrocedarea patrimoniului muzeal (2001-2014)*, <https://vdocumente.com/reader/full/patrimoniul-proprietatea-muzeului-manipularea-lor-mutarea-i-depozitarea-ulterioarf>; Alexandra Zbucnea, *In dialogue with cultural heritage*. In *Tendințe curente în protecția patrimoniului arheologic în România și Republica Moldova*, Chișinău: Arc (2016): 181-190. https://www.researchgate.net/profile/Alexandra-Zbucnea/publication/309384178_In_dialogue_with_cultural_heritage/links/580cb2eb08ae74852b5d7dda/In-dialogue-with-cultural-heritage.pdf, consultat la data 19.08.2021

din str. Obedenaru. Un exemplu aparte avem de la diferite muzee din spațiul transilvănean care au funcționat ani și ani în foste case ale diferitelor culte religioase și acum au fost evacuate și retrocedate. Discuția cu aceste relocări și retrocedări, mai ales cea care privește imobilele, este una foarte, foarte spinoasă. Însă pentru a păstra o notă cât se poate de optimistă asupra acestei situații, se poate spune că este vorba despre o retrocedare a unui spațiu, cu multă istorie, iar acest lucru poate atrage negocieri și crearea de parteneriate publice-private pentru a încerca să se depășească un impas.

Însă credința autoarei acestui articol este că, pentru a înțelege mai bine de ce se fac aceste procese de retrocedare, trebuie să coborâm în istorie pentru a înțelege cum s-a

ajuns aici. Pentru a întări punctul de vedere expus, primele argumente vor fi de natură juridică și vor face apel la cele două acte pe care le considerăm documentele de înființare și dezvoltare a politicilor culturale în spațiul românesc în ultimii 80 de ani, respectiv discuțiile comisiei pentru înființarea muzeelor în România din 1948, păstrate în stenograme la Arhivele Naționale³, și legea patrimoniului național din 1974⁴. Ultima partea a acestui articol urmează să dezvolte povestea a două colecții de artă pentru a vedea în mod concret impactul realizat de actele juridice amintite. Este important de înțeles că în acest câmp al politicilor culturale muzeale în spațiul românesc actele juridice au impus tendințe, iar mai apoi implementarea lor a devenit literă de lege.

Patrimoniul cultural, spre o politică a uitării

În 1948, proaspăta înființată Republică decide reformarea totală, iar sistemul cultural nu face excepție de la această schimbare. Se alcătuiește o comisie din specialiști cu experiență în gestionarea colecțiilor și a muzeelor din perioada interbelică ce avea atribuții foarte clare. Aceasta trebuia să ajute la organizarea marelui muzeu de artă al Republicii în sălile fostului Palat Regal, mai apoi, să organizeze restul muzeelor din Capitală și, în fine, trebuia să stabilească principiile generale după care să se înființeze muzee în întreaga țară. Comisia avea următorii membri: activistul Teodor Vlad și secretara Magdalena Iacob, istoricii de artă George Oprescu, Radu Bogdan, Teodora Voinescu, pictorii Jean Al. Steriadi, Iosif Iser, Jules Perahim, colecționarul Krikor H. Zambaccian și arhitectul Leon Haber.⁵ Discuțiile acestei comisii se întind pe mai multe pagini și sunt foarte relevante pentru problematica politicilor culturale realizate în spațiul românesc până la noua

viziune adoptată după 1971 de Nicolae Ceaușescu. Însă, pentru discuția actuală, doar câteva pasaje ne sunt de folos. În cadrul dezbaterii de la momentul 1948, colecționarul Zambaccian este îndemnat de către Teodor Vlad cu următoarele: „*Operele de artă sunt în proprietate privată. Noi trebuie să ne punem pe poziția de a pune aceste bunuri individuale la dispoziția publicului, prin asigurarea accesului maselor largi înspre aceste valori artistice, prin împrumutarea lor muzeelor Statului. În lumina celor expuse mai sus, eu sunt convins că munca depusă de dl. K.H. Zambaccian timp de 40 de ani, va avea un rezultat mai bun dacă operele adăpostite astăzi în căsuța cu numele «Muzeul Zambaccian» vor fi expuse la Muzeul Național dela Șosea [actualul Muzeu Național al Țăranului Român], dând posibilitatea, alături de altele, artiștilor noștri să urmărească evoluția picturii consacrate române, sau în muzeul din Palatul Republicii Populare Române întregind școlile străine.*”⁶

Ceea ce ne preocupă pe noi în cadrul acestei argumentații din spusele tovarășului Teodor Vlad sunt ideile prin care el face referire la relocarea colecției lui Zambaccian din casa special construită pentru a o găzdui, pe de o parte, iar pe de altă parte, ideea de a

3 ANIC, fond Ministerul Artelor și Informațiilor, dosar 142/1948

4 Legea 63 din 1974 privind ocrotirea patrimoniului cultural național al Republicii Socialiste România în Buletinul oficial nr. 137 din 02.11.1974

5 ANIC, fond Ministerul Artelor și Informațiilor, dosar 142/1948, fila 1

6 ANIC, loc.cit., fila 3

expune proprietatea privată spre vizionarea și educarea „maselor”. Cele două idei vor fi muguri pentru acțiunile de mai târziu. În mod evident, prin ideologia noii Republici, proprietatea privată va fi repugnată, iar, în cazul specific al colecționarilor de artă, proprietatea lor va fi vizată de regim pe toată durata lui de dezvoltare. Așa încât, dacă în primii ani ai regimului comunist au existat aceste idei potrivit cărora statul trebuie să intervină pentru a facilita o relație între colecționar, mai cu seamă între colecția sa, și public pentru a dezvolta, prin vizualizarea operelor, un proces de educarea a maselor, cu timpul se mai adaugă și alte argumente pentru a justifica desființarea proprietății private. Astfel, dacă primul argument va fi cel legat de expunerea artei pentru marele public, odată cu trecerea timpului, acestuia i se va adăuga și argumentul unei bune conservări. În legea patrimoniului național din 1974 acest aspect este clar stipulat, la capitolul sancțiuni: „Art. 25. - *În afara sancțiunilor prevăzute de legea penală, bunurile din patrimoniul cultural național aparținând organizațiilor obștești, cultelor religioase sau persoanelor fizice se confiscă în următoarele cazuri: [...] b) împiedicarea organelor de stat competente de a asigura conservarea, restaurarea și securitatea acestor bunuri.*”⁷ Vedem așadar cum mugurii credinței „partidul e în tot și toate” se conturează din ce în ce mai clar odată cu trecerea timpului, în cazul problematicei proprietății private a bunurilor culturale și a muzeelor.

La început s-a pus doar problema unor împrumuturi⁸ pentru realizarea muzeelor, apoi s-a ridicat problematica relocărilor, pentru ca în final, prin episodul oferit de cutremurul din 1977, dar și pentru că exista o bază legală, s-a organizat Muzeul Colecțiilor de Artă. A nu se înțelege că acesta este un muzeu realizat prin confiscări, ci mai curând că este un muzeu corolar al unei politici culturale realizate timp de 30 de ani împotriva ideii de proprietate privată în domeniul colecțiilor de artă. Din această perspectivă ne preocupă această idee de relocare a colecțiilor pentru a deschide noi muzee, dar și punerea unei umbre asupra colecționarului pentru că aceste două idei

împletite au construit o nouă paradigmă de expunere a artei în România.

Dorința autorităților în 1950 era aceea de a deschide cât se poate de multe muzee în care ideologia, partidul și anumite personalități special selecționate să fie cât mai bine expuse pentru a comunica un mesaj intern, dar și pe plan extern. Au existat, pentru a putea susține aceste noi expuneri publice, locuri special alese pentru a întări mesajul expus, dar și pentru a oferi un capital simbolic de putere. Un prim exemplu ce susține foarte clar aceste dorințe va fi fost deschiderea Muzeului de Artă al Republicii. Aici, după realizarea unei expuneri de artă atent selecționate⁹, a fost deschis în fostul Palat Regal în 1950 cel mai mare și important muzeu de artă al României. Deși nu este scopul primordial al acestui articol o analiză a nașterii acestui muzeu, merită o scurtă menționare a istoriei lui din două motive: în 2020 s-au împlinit 70 de ani de la înființarea lui reală, iar povestea ce a stat în spatele organizării lui ne clarifică într-o oarecare măsură asupra modalității de preluare a bunurilor culturale din diverse colecții pentru a împlini acest scop. Pornit inițial doar de la ideea de a fi o galerie de artă decorativă în care să fie expuse diversele stiluri decorative¹⁰, aceasta s-a transformat în galerie universală de pictură (cu lucrări ce evidențiau stiluri artistice ale marilor școli europene) și, mai apoi, i s-a adăugat și o Galerie Națională. Astfel, aici au fost aduse toate piesele de artă decorativă și artistică ce se considera, la acel moment, că merită expuse, dar și multe în plus pentru a vedea dacă pot susține expunerea, ce mai târziu vor fi la rândul lor relocate în alte muzee. Aflăm tot din documente oficiale păstrate la Arhivele Naționale cum arăta selecția realizată asupra colecției Simu spre a

9 Arhivele naționale păstrează în documentele sale și informații prin care aflăm că după organizarea propusă de George Oprescu împreună cu Teodora Voinescu, discutată și aprobată în comisia mai sus amintită, se amână deschiderea muzeului cu câteva luni pentru că expunerea nu conținea în cadrul galeriei de artă europeană și o secție de artă dedicate artei ruse și sovietice – ANIC, fond Ministerul Artelor și Informațiilor, dosar 226/1949, fila 1 și fond CC al PCR, secția Propagandă și Agitație, dosar 93/1950, filele 1-4

10 ANIC, loc.cit., fila 9

7 Legea 63/1974, art. 25, aliniatul b

8 ANIC, loc.cit., fila 29

fi expusă la Muzeul de Artă al Republicii¹¹, dar nu numai. Acestea i-au fost adăugate lucrări din toate colecțiile mari publice de la acel moment, adică de la Muzeul Toma Stelian, din colecțiile Alex. Cantacuzino sau Nae Ionescu¹² depozitate acolo, cât și din ceea ce se mai salvase de la Muzeul Kalinderu, spre a da doar câteva exemple. Au mai fost adăugate bunuri culturale provenite din colecții private, donate special pentru această ocazie de proprietarii lor – George Oprescu donează câteva piese de artă orientală pentru a întregi această expunere –, dar și din cele confiscate de la cei ce se numeau în epocă „criminalii de război” sau provenite de la conacele și casele naționalizate¹³ din țară.

Odată ce deschiderea Muzeului de artă al Republicii a fost celebrată și sarcina comisiei dusă la îndeplinire, s-a luat decizia ca surplusul de obiecte, mai ales dintre cele de pictură, să nu rămână în depozitele fostului palat regal. Acestea au fost împrumutate sau transferate (definitiv sau temporar, după caz) în alte muzee de artă din țară ce erau proaspăt înființate.¹⁴ Muzeul de artă din Constanța este un exemplu în acest sens. Vedem astfel cum piesele de artă au început să circule intrând în contexte expoziționale noi, dar, din păcate, păstrând rareori istoria colecției din care au provenit, cu atât mai puțin numele colecționarului. Aceste istorii au fost potențate și de momentul istoric în care se afla România. Amintim că suntem în epoca ce succede celui de-Al Doilea Război Mondial, moment în care multe colecții se destramă și sunt vândute și revândute destul de repede. Colecția de artă Lasersson este un astfel de exemplu, o colecție vândută, a cărei memorie a fost pierdută pentru posteritate. Mai mult, și consignațiile sau simplele târguri de mahala erau locurile ideale pentru a cumpăra vechi colecții de artă plastică sau decorativă la prețuri modice.¹⁵

Toate aceste permutări, relocări și schimbări de posesori au făcut ca istoria artefactului să fie pierdută parțial sau chiar total. Această pierdere este esența acestei demonstrații, ea fiind de fapt ceea ce noi ar trebui să „retrocedăm” obiectelor noastre din muzee sau din colecțiile private de astăzi.

Prin procesul de transmitere a unui obiect de la un proprietar la altul, anumite informații se păstrează pentru că, după cum bine am învățat din comerțul cu artă, pedigreeul unui artefact îi crește valoarea. Fostul proprietar, locul unde a fost expus, momentul special în care a fost realizat, dar și parcursul inedit pe care l-a străbătut un bun cultural sunt momente din viața lui și merită consemnate drept istorii individuale ale piesei respective. În definitiv, este vorba despre obiectul în sine, ce de cele mai multe ori călătorește mai mult decât un om, traversând multiple colecții, proprietari, chiar diverse regimuri politice și ideologice. Multe dintre aceste contexte și istorii, în mod evident, se vor pierde, timpul este cel ce le ajută, dar le și sfarmă trecutul.

Sunt multe bunuri culturale mobile al căror parcurs istoric nu îl vom mai afla din simplul motiv că nu s-au păstrat destule informații despre ele. Sunt piese ce au făcut parte din diverse colecții, iar la relocarea masivă din jurul anului 1950 au intrat în patrimoniul muzeelor cu proveniențe de tipul „de la criminali de război” sau „de la întreprinderea socialistă X”, motiv pentru care este aproape imposibil să mai reușești astăzi să refaci traseele lor. Pentru a fi mai clar acest traseu parcurs de bunurile provenite din confiscări o să facem apel la o altă decizie administrativ-juridică luată de Consiliul de Stat în anul 1951, respectiv Decretul 111 din 14 iulie 1951¹⁶. Decretul stipulează care sunt bunurile asupra cărora se interesează, definindu-le încă din primul articolul al său:

11 ANIC, fond Ministerul Artelor și Informațiilor, dosar 139/1948, fila 95

12 ANIC, fond Ministerul Artelor și Informațiilor, dosar 142/1948, fila 29

13 ANIC, fond Ministerul Artelor și Informațiilor, dosar 226/1949, filele 59-60

14 ANIC, fond Ministerul Artelor și Informațiilor, dosar 226/1949, fila 250

15 Aceste imagini insolite cu „boieri scăpătați” ce își vând tot avutul sunt surprinse și de cinematografia

românească. Filmul *Bietul Ioanide* din 1979 în regia lui Dan Pița este un exemplu în acest sens.

16 Decretul 111 din 14 iulie 1951 privind reglementarea situației bunurilor de orice fel supuse confiscării, fără moștenitori sau fără stăpîn, precum și a unor bunuri care nu mai folosesc instituțiilor bugetare, publicat în Buletinul Oficial nr.81 din 27 iulie 1951, <http://legislatie.just.ro/Public/DetailDocumentAfis/68>

„a) Cele devenite proprietatea Statului prin confiscare, în virtutea oricăror legi, decrete, hotărâri judecătorești sau prin deciziuni ale organelor împuternicite pe bază de lege a face confiscări; b) Cele provenite din infracțiuni la diferite legi sau decrete, care prevăd confiscări în total sau în parte a bunurilor infractorului și pentru care nu a intervenit nici o hotărâre definitivă de confiscare; c) Cele care provin din succesiunile fără moștenitori legali sau testamentari; d) Bunurile fără stăpîn, precum și cele considerate abandonate prin efectul unor legi sau decrete. Sînt considerate bunuri fără stăpîn, bunurile de orice fel părăsite timp de un an de zile de către titularii lor – necunoscuți sau absenți – precum și bunurile găsite și predate unităților de Miliție, care nu au fost reclamate de cei în drept în decurs de trei luni de la predare; e) Bunurile mobile de orice fel, aparținînd instituțiilor bugetare care nu mai corespund sarcinilor sau scopului instituției, s-au învechit, ori au devenit inutile, dacă nu se transmit potrivit dispozițiilor Decretului Nr. 326 din 1949; f) Bunurile aflate la întreprinderile și organizațiile economice de transport pe C.F.R., fluviale și maritime, precum și la Administrația Poștelor și Telecomunicațiilor, care nu au fost reclamate de destinatari

în termen sau care nu au fost restituite expeditorilor din cauza negăsirii lor, ori din cauza neprezentării în termenele stabilite pentru ridicare; g) Bunurile părăsite în vămii, potrivit legii vămilor, precum și cele căzute în rebut, care devin proprietatea Statului dacă nu s-au ridicat în termen de 45 zile de la înscrierea lor în registrul de magazie al vămii.” Practic, Statul aduna în administrația Ministerului de Finanțe toate bunurile provenite din adresele menționate mai sus. Acesta putea să le vîndă sau să le relocheze în funcție de nevoie sau de interes. Se înțelege parcurgînd întregul decret un interes mai mare al statului asupra valorii pecuniare a pieselor, nu atât de mare însă asupra valorii patrimoniale sau memoriale. În scripte, aceste memorii vor fi definitiv abandonate pentru că în momentul relocării într-o instituție muzeală, la rubrica proveniență, va fi trecută instituția statului de unde a fost transferat, adică Ministerul de Finanțe sau Gospodăria Agricolă de Partid sau Întreprinderea Steagul Roșu și așa mai departe. În mod real, și onest legislativ, toate urmele societății anterioare trebuiau șterse și orizontul, pe care reforma începută din 1950 trebuia să îl deschidă, era unul nou.

Istoriile speciale ale colecțiilor de artă Ioan Movilă și Aurel Siligeanu

În cele ce urmează pentru a înțelege mai bine cum această retrocedare a memoriei poate fi pierdută sau regăsită, se vor prezenta două cazuri diferite: cazul colecției Movilă și cazul colecției Siligeanu. Cele două exemple nu sunt alese la întâmplare. Acestea au fost selectate pentru că sunt două colecții interesante, mai puțin cunoscute, cu particularități aparte fiecare dintre ele și formate în perioade diferite ale istoriei colecționismului românesc.

Colecția Movilă face partea dintre primele colecții de artă pe care spațiul românesc le-a cunoscut. Nu a fost o colecție de artă atât de mult popularizată, deși în perioada interbelică era destul de celebră, nu pentru că ar fi fost o colecție lipsită de valoare estetică, sau chiar financiară, ci pentru că persoana care a colecționat-o,

respectiv Ioan Movilă, nu a beneficiat de atât de multă notorietate precum Mihail Kogălniceanu, să spunem. Nici această comparație nu este întâmplătoare, pentru că cele două colecții sunt realizate cam în aceeași perioadă, adică odată cu nașterea României moderne. Așadar, acești doi colecționari fac parte din prima etapă a colecționismului în spațiul românesc. Dacă gustul lui Mihail Kogălniceanu a fost considerat de contemporanii săi unul impecabil, dar greu de refăcut astăzi pentru că această colecție s-a risipit¹⁷, nu aceeași istorie o are colecția adunată de Ioan Movilă. Păstrată în timpul vieții în casa pe care o aveau în București soții Movilă,

17 Vezi Gabriel Badea Păun, În căutarea unei colecții pierdute – colecția lui Mihail Kogălniceanu, http://www.istoria-artei.ro/resources/files/SCIAAP_2014_Art_05.pdf

aceasta va fi donată în 1939 Primăriei Capitalei.¹⁸ La momentul acestei donații, Ioan Movilă nu mai era de mult în viață, iar familia se zbătea pentru a-i duce dezideratele mai departe. În treacăt fie spus, Ioan Movilă, pe lângă funcția de magistrat pe care a slujit-o cu multă pasiune în fostul județ Vlașca în Regatul României, este și descoperitorul miraculosului nămol de Techirghiol. Acesta a fost motivul pentru care a abandonat meseria de jurist, pentru a investi într-o stațiune balneo-climaterică în proximitatea lacului. Însă o tuberculoză i-a curmat elanul și viața, iar intențiile sale au fost duse mai departe de familie așa cum s-a putut. Este de lăudat faptul că atunci această dorință de a păstra vie, atât memoria unui membru al familiei, cât și a unui cetățean ctitor de comunitate, era mult mai mare. În baza acestei dorințe, familia a donat bunurile din colecția de artă, cu rugămintea ca ele să fie grupate într-o sală specială ce purta numele lui Ioan Movilă, spre a păstra memoria. Sala ce va reuni colecția Movilă se va regăsi la începutul anilor 1940 în actuala clădire a Observatorului Astronomic din București, acolo unde se regăsea expusă Pinacoteca Municipiului București. După cum deja, probabil, este cunoscut, Pinacoteca Municipiului București ia ființă ca instituție a Primăriei Municipiului București în 1933, la zece ani după ce în cadrul aceleiași instituții locale se înființase și Muzeul de Istorie al Capitalei. La momentul înființării Pinacotecii, directorul ambelor instituții era un alt colecționar, dr. George Severeanu, iar selecția pieselor ce fuseseră expuse în clădirea Observatorului Astronomic nu fusese realizată de altcineva decât de pictorul Petre Iorgulescu-Yor, care a ocupat vremelnic funcția de custode al Pinacotecii. Așadar, aceasta cuprindea, la acel moment, o secțiune de artă plastică dedicată orașului București, o secțiune dedicată donației Ioan Movilă, una dedicată sculptorului donator Filip Marin și o secțiune de glicptică. Am amintit toate aceste amănunte pentru a reuși să facem diferența între Pinacoteca Municipiului București și Pinacoteca Statului, bunăoară, cele două fiind confundate adesea, dar având istorii

și parcursuri total diferite.¹⁹ În acest cadru se va găsi colecția Ioan Movilă până la schimbarea de paradigmă cultural-ideologică din 1947. Odată cu deschiderea muzeului Republicii în 1950, piesele considerate la acel moment cele mai reprezentative vor fi relocate în Palatul Regal pentru a întregi marea expunere ce se va desfășura în acele spații. Așadar, pentru a reîntregi astăzi această colecție este nevoie ca un cercetător să caute piesele în trei colecții din Capitală. O parte dintre piese sunt în colecția Pinacotecii Municipale, iar o altă parte dintre acestea, ce aveau un accentuat profil istoric, sunt în colecția de artă plastică a secției de istorie a Muzeului Municipiului București.²⁰ Acestea au parvenit Muzeului de istorie al Capitalei încă de la donația Elenei Movilă din 1938.²¹ În fine, o altă parte este în expunerea sau depozitele Muzeului Național de Artă al României de astăzi.²² O frumoasă perspectivă de viitor ar fi reunificarea lor temporară sub umbrela unei expoziții pentru a reface ceva din aerul și parfumul de altădată al unei colecții de la începuturile modernității României.

Colecția Siligeanu este încă și mai puțin cunoscută față de colecția Movilă. Dacă

19 Subiectul a fost abordat în detaliu și poate fi citit în articolul meu (Delia Marinescu, la acea vreme) „*Războiul între mit și artă – note despre o expoziție în anul Centenarului de înșăși autoarea ei*” în volumul apărut în urma lucrărilor colocviului național de istorie de la Muzeul Național Cotroceni și coord. de Ioana Drăgulin, *Stat și Societate în Vremea Marelui Război*, București, ed. Pro Universitaria, 2018

20 Menționăm această distincție pentru că deși astăzi cele două aripi aparțin aceluiași muzeu, adică secția de artă, unde găsim și Pinacoteca Municipală, și secția de istorie, cele două au funcționat ca entități separate de sine stătătoare în perioada 1921, respectiv 1933 până în 1984.

21 Teodor Burcă, „Donația Ioan I. Movilă”, în *Calendar Universul 1938*, București, imprimeria Universul, 1938, p. 57-58

22 Cercetarea ce aduce împreună o colecție risipită este una laborioasă; cum acest articol nu este despre mecanismele cercetării unui istoric de artă sau muzeograf de artă, o să mă rezum în a face un scurt rezumat aici în această notă. Plecând de la documentul de donație unde găsim lista completă a colecției, am căutat piesă cu piesă actuala adresă a fiecăreia. Munca de investigație a constatat în consultarea bibliografiei de specialitate, mai cu seamă repertoriilor ale colecțiilor muzeale, alături de șansa de a lucra în depozitele muzeelor. Abia în urma acestui travaliu, care a durat ani de zile, am putut ajunge la concluzia de mai sus, prin care am localizat cu precizie adresa fiecărei piese din colecția Movilă.

18 Arhiva MMB, secției de Artă, Pinacoteca București, arhiva netriată, nenumărată. Documentul conține 6 pagini din care aflăm actul de donație cu clauzele aferente, alături de actul primăriei de acceptare a donației și o listă a colecției.

în colecția Movilă am fi putut vedea artă europeană și artă românească de sfârșit de secol XIX, colecția doctorului Siligean avea un profil conturat după gustul perioadei interbelice. Știm că la acel moment preferații publicului, și implicit ai colecționarilor, erau Theodor Pallady, Nicolae Tonitza și Gheorghe Petrașcu. Aceștia erau urmați îndeaproape, în funcție de preferințe, de Iosif Iser și de mai tânărul Alexandru Ciucurencu, pentru ca mai apoi să urmeze restul marilor pictori ce alcătuiesc simezele de astăzi din fiecare muzeu de artă din țară. Pentru că era încă în primenire o expunere permanentă care să reunească artiști în viață la finele perioadei interbelice, aceste ierarhii și achiziții se făceau adesea în galeriile de artă. Un exemplu îl avem în galeria *Căminul artei*, care înainte de începutul celui de-Al Doilea Război Mondial era una dintre cele mai importante galerii bucureștene unde se expuneau și achiziționau cei menționați mai sus, dar și alții.²³

Doctorul Aurel Siligeanu își formează gustul artistic în această perioadă și preferă să achiziționeze, în limita posibilităților sale financiare, bineînțeles, numele mari ale perioadei interbelice în timpul perioadei postbelice. Colecția sa a fost prezentată publicului prima dată în anul 1968, când a fost expusă la Muzeul de artă al Municipiului București „Anastasie Simu”. Înțelegem deci că până la acel moment colecția avusese timp să crească și să se înmulțească, într-atât încât de la finele anilor 1960 devenise importantă pentru statul român. Din catalogul expoziției aflăm următoarele despre componența colecției: „*Impresionantă ca număr, cifrându-se la un total de aproape una sută opere, colecția a fost constituită mai ales din operele a trei pictori români: Th. Pallady cu 29 uleiuri și 11 acuarele, G. Petrașcu cu 11 uleiuri și 2 acuarele și N. Tonitza cu 8 uleiuri și 4 acuarele, și din 22 uleiuri, acuarele și desene ale unor renumiți pictori francezi ca Maurice Utrillo, Suzanne*

Valadon, Jules Pascin, Maurice Vlaminck, o schiță de Puvis de Chavannes, o natură moartă cu pește de o calitate remarcabilă, atribuită lui J.B. Chardin, sangvine de Ch. Despiau, etc.”²⁴

La zece ani după expoziția de la muzeul din București, Aurel Siligeanu se hotărăște să doneze colecția sa statului român. Cum la acel moment deja era în vigoare noua lege a patrimoniului național, adică legea 63 din 1974, donația trebuia să se supună noilor reglementări și rigori legislative. Așa încât, înainte de a fi donată, colecția a fost evaluată de specialiștii statului care erau reuniți sub umbrela unei noi create instituții, respectiv Oficiul pentru Patrimoniu Național.²⁵ La momentul inventarierii, colecția Siligeanu se prezenta astfel:

„Comisia a constatat:

Din declarația curprinzând 141 lucrări (pictură, sculptură, grafică străină și românească, icoane și artă decorativă și extrem-orientală) nu au fost prezentate comisiei următoarele lucrări:

1. Gheorghe Petrașcu „Intrarea la arhondieria mănăstirii Vîforîta” – ulei pe pânză – 50 x 61 cm – semnat și datat stg.jos.cu negru: G. Petrașcu (1)928- (nr.crt. 37, p.8)
Tabloul a fost vîndut în 1975 Muzeului A. Simu din București
2. Gheorghe Petrașcu „Colț de atelier – Târgoviște” – ulei pe pânză – 60 x 72,5 cm – semnat și datat dr. jos. cu alb gris: G. Petrașcu (1)931 (nr.crt. 38, p.8)
Tabloul a fost vîndut în 1975 Muzeului Porților de Fier din Turnu-Severin
3. Gheorghe Petrașcu „Peisaj marin” – ulei pe carton – 48 x 34, nesemnat (nr.crt. 41, p.8)
Tabloul a fost vîndut în 1975 Muzeului de artă din Constanța
4. Nicolae Tonitza „Cap de adolescentă cu bluză galbenă” – 51 x 41 – semnat dr.

23 Ionel Jianu era inițiatorul și proprietarul galeriei ce avea sediul în blocul Krețulescu de pe Calea Victoriei. El povestește despre experiența din acele vremuri în volumul *Un om. O viață. Un destin. Ionel Jianu și opera lui*, București, ed. Roza Vânturilor, 1991. De asemenea, în domeniul colecțiilor din această perioadă și de după conflagrația mondială, un nume important al acestor cercetări rămâne Petre Oprea.

24 Catalog *Expoziția de A.I. Siligean*, București, Muzeul Simu, 1968, p. 4

25 Atribuțiile și scopul acestei instituții se pot găsi în *Decretul nr. 13 din 17 ianuarie 1975 privind Comisia Centrală de Stat a Patrimoniului Cultural Național, Direcția patrimoniului cultural național, oficiile pentru patrimoniul cultural național – județene și al municipiului București – precum și laboratoarele de restaurare a bunurilor din patrimoniul cultural național*, cap. III, art. 12

mijloc cu negru: N. Tonitza (nr.crt. 45, p.8) Tabloul a fost vîndut în 1975 Muzeului Porțile de Fier din Turnu-Severin

Comisia a selecționat, a fișat, a fotografiat și a făcut propuneri de valori nominale pentru un număr de 42 de obiecte dintre care 26 lucrări de artă românească, 15 lucrări de artă străină și una icoană care prin valoarea artistică și importanța pe plan național și internațional, a artiștilor respectivi pot constitui valori de patrimoniu cultural național. Cea mai mare parte dintre acestea au figurat în diverse expoziții din țară și din străinătate. Lista operelor pentru care s-au făcut fișe analitice și de evidență (D.P.C.N, simbol – 20-02-53) în dublu exemplar și propuneri de valori nominale (în raport cu valorile de patrimoniu muzeale și pe baza consultării unor cataloage de vânzări de obiecte pe piața internațională).²⁶

Remarcăm următoarele aspecte în cazul donației doctorului Siligeanu: deși statul era interesat de donația colecției de artă, specialiștii săi au hotărât ca doar o selecție aparte va intra în patrimoniul național prin donație. Cum doctorul deja vânduse câteva piese la muzeele de artă din țară, acestea au fost și ele consemnate, iar restul colecției se înțelege că rămâne în patrimoniu privat al doctorului. Nu se cunoaște cu exactitate care este povestea de viața a doctorului sau ce s-a întâmplat cu restul colecției rămase în proprietatea acestuia. O mărturie despre acest colecționar ne-a rămas de la istoricul de artă Florica Cruceru prin interviul luat de Cosmin Năsui.²⁷ Aflăm din această poveste despre parcursul tragic al colecționarului, care a fost forțat de împrejurări să vândă din colecția sa pentru a putea plăti și traversa diversele încercări la care l-a supus viața. Mai mult, că o parte mare din colecția acestuia este la Muzeul de Artă din Constanța. Trebuie insistat aici pe un aspect deosebit de important pe care i-l datorăm acribiei Floricăi Cruceru, respectiv faptul că a ținut caiete paralele cu proveniențele pieselor care intrau în muzeu pentru a ști istoria acestora. Altminteri,

la momentul intrării scriptice a unui bun cultural în inventare, secțiune de proveniență acoperă foarte vag trecutul ei, adică se limitează la următoarele etichetări: achiziție, donație sau transfer. Uneori aflăm și cine era persoana din spatele acestor achiziții, donații sau transferuri, alteleori nu, pentru că nu sunt date consemnate. Așa încât, încă o dată, istoricul piesei este trecut cu vederea, fiind pur și simplu neimportant.

Este necesar de înțeles că, din punct de vedere procedural, pentru ca o piesă să intre în patrimoniul statului, mai ales în perioada de după 1974, ea trebuia să treacă de mai multe filtre. Dacă era vorba despre o piesă de artă modernă provenită cu precădere din achiziții sau donații, atunci ea trecea prin filtrul Oficiului pentru patrimoniu național, așa cum am văzut în cazul colecției Siligeanu, apoi prin acceptul autorităților centrale Consiliul Culturii și Educației Socialiste, pentru a ajunge și la aprobări ale autorităților județene sau locale, dacă era cazul. În principal, o colecție donată sau achiziționată de stat și apoi transferată la muzeele de artă din țară primea eticheta de proveniență „transfer CCES”. Tot ceea ce se petrecea în spatele acestei etichete era un proces foarte bine pus la punct birocratic și foarte organizat, finalul fiind același pe care l-am menționat și la începutului acestui articol prin spusele tovarășului Teodor Vlad: „*Noi trebuie să ne punem pe poziția de a pune aceste bunuri individuale la dispoziția publicului, prin asigurarea accesului masei largi înspre aceste valori artistice.*”²⁸ Deși a durat aproape 30 de ani pentru a perfecționa procesul, au reușit. Pentru a închide această secțiune a îmbogățirii muzeelor cu artă modernă românească, mai este de menționat un aspect foarte important ce ține de Oficiul pentru Patrimoniu Național. Această instituție păstra munca de fișare pe care o realiza într-o arhivă organizată pe trei criterii: alfabetic, tematic, dar și pe colecționari.²⁹ Din păcate, această arhivă nu se mai păstrează astăzi sau se păstrează într-un loc încă indisponibil cercetătorilor.

26 MMB, secția Bibliotecă-Arhivă, Arhiva MMB, fond Evidența Generală, dosar referate-informări, nr.2/1976, p. 26 verso

27 Interviul cu istoricul de artă Florica Cruceru, https://www.youtube.com/watch?v=E1BLyg06_Kc&ab_channel=modernismro, minutul 1:29:06 până la 1:33:11.

28 ANIC, fond Ministerul Artelor și Informațiilor, dosar 142/1948, fila 6

29 Muzeul Municipiului București, secția bibliotecă-archivă, arhiva MMB, fond resurse umane, dosar Plan de muncă și rapoarte de activitate – OCPN al Mun. Buc., aprilie 1975-august 1976, filele 84-85

Precum aceste două colecții date ca exemplu în acest articol sunt mult mai multe ce au primit același tratament și au fost răspândite prin muzeele de artă din România. Este un foarte mare avantaj că noi, publicul avizat sau neavizat, avem acces la ele și putem să le înțelegem istoria și parcursul. Am ajuns însă în punctul în care este nevoie ca această istorie a fiecărei piese să fie „retrocedată” atât

publicului, cât și ei înșiși. Procesul este unul foarte greu și anevoios, se bazează numai pe cercetare și multă acuritate în muncă, dar este unul pe parcursul căruia vom regăsi bucăți din identitatea noastră istorică și socială. Diversele contexte în care bunurile culturale au trăit sau trăiesc ne definesc modalitatea prin care înțelegem să facem muzeografie, muzeologie și, în final, politici culturale muzeale.

Bibliografie

Arhivele Naționale Istorice Centrale, fond ministerul artelor și informațiilor

Arhivele Naționale Istorice Centrale, fond CC al PCR, secția Propagandă și Agitație

Muzeul Municipiului București, secția bibliotecă, arhiva muzeului de istorie

Muzeul Municipiului București, secția artă, arhiva Pinacotecii și caselor memoriale

Legea 63 din 1974 privind ocrotirea patrimoniului cultural național al Republicii Socialiste România în Buletinul oficial nr 137 din 02.11.1974

Decret nr. 13 din 17 ianuarie 1975 privind Comisia Centrală de Stat a Patrimoniului Cultural Național, Direcția patrimoniului cultural național, oficiile pentru patrimoniul cultural național - județene și al municipiului București - precum și laboratoarele de restaurare a bunurilor din patrimoniul cultural național

Decretul 111 din 14 iulie 1951 privind reglementarea situației bunurilor de orice fel supuse confiscării, fără moștenitori sau fără stăpîn, precum și a unor bunuri care nu mai folosesc instituțiilor bugetare, publicat în Buletinul Oficial nr.81 din 27 iulie 1951, <http://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocumentAfis/68>

Badea Păun Gabriel, În căutarea unei colecții pierdute – colecția lui Mihail Kogălniceanu, http://www.istoria-artei.ro/resources/files/SCIAAP_2014_Art_05.pdf

Burcă Teodor, „Donația Ioan I Movilă”, în *Calendar Universal 1938*, București, imprimeria Universul, 1938, p.57-58

Catalog *Expoziția de. A.I. Siligean*, București, Muzeul Simu, 1968, p.4

Iacoban Mircea Radu, Retrocedări?, 2016, <https://www.monitorulsv.ro/Coltul-condeierului/2016-05-19/Retrocedari>,

Marinescu Delia, „Războiul între mit și artă – note despre o expoziție în anul Centenarului de înșăși autoarea ei” în volumul coord. de Ioana Drăgulin *Stat și Societate în Vremea Marelui Război*, București, ed. Pro Universitaria, 2018

Neamu Dragoș, Muzeu închis pentru retrocedare, Dilema Veche, 2015 -<https://www.dilemaveche.ro/sectiune/tema-saptamanii/articol/muzeu-inchis-pentru-retrocedare>,

Retrocedările amenință să scoată muzeele clujene în drum, Gazeta de Cluj. 2015 - <https://gazetadecluj.ro/retrocedarile-ameninta-sa-scoata-muzeele-clujene-drum/>;

Un om. O viață. Un destin. Ionel Jianu și opera lui, București, ed. Roza Vânturilor, 1991.

- Zbucnea Alexandra, In dialogue with cultural heritage. In Tendințe curente în protecția patrimoniului arheologic în România și Republica Moldova, Chisinau: Arc (2016): 181-190. https://www.researchgate.net/profile/Alexandra-Zbucnea/publication/309384178_In_dialogue_with_cultural_heritage/links/580cb2eb08ae74852b5d7dda/In-dialogue-with-cultural-heritage.pdf;
- Zbuchia Alexandra, *Patrimoniul risipit*. Studiu realizat de Rețeaua Națională a Muzeelor privind retrocedarea patrimoniului muzeal (2001-2014), <https://vdocumente.com/reader/full/patrimoniul-proprietatea-muzeului-manipularea-lor-mutarea-i-depozitarea-ulterioarf>;
- Articol online despre comerțul cu artă, <https://www.digi24.ro/special/campanii-digi24/romania-furata/cum-se-fac-milioane-din-comertul-cu-arta-din-muzeele-romaniei-si-cine-sunt-colectionarii-care-cumpara-937227>;
- Interviu cu istoricul de artă Florica Cruceru, https://www.youtube.com/watch?v=E1BLyg06_Kc&ab_channel=modernismro

Delia BRAN,
Muzeograf
Muzeul Municipiului București
delia.marinescu29@gmail.com

CONSERVAREA-RESTAURAREA PATRIMONIULUI LA MUZEUL NAȚIONAL DE ISTORIE A TRANSILVANIEI DIN CLUJ – ISTORIC ȘI PERSPECTIVE

Heritage Conservation-Restoration at the National Museum of Transylvanian History in Cluj – Historic and Perspectives

Márta-Júlia GUTTMANN

ABSTRACT

In 2020 the Romanian museums celebrated 45 years since the establishment of the Regional Conservation Laboratories. The present article offers a historic perspective on the conservation-restoration activity at the National Museum of Transylvanian History (MNIT) in Cluj. Heritage conservation activities started here, respectively in the predecessor institution, the Transylvanian Museum Society, founded in 1859, long before the establishment in Romania, in 1975, of the regional conservation laboratories. The article presents a brief history of the early conservation activities, offers details on the conservation-restoration activity in the Regional Conservation Laboratory founded at MNIT in 1975 and on the current situation in the lab, followed by brief considerations on future possibilities.

Key-words: National Museum of Transylvanian History in Cluj, Transylvanian Museum Society, Regional Conservation Laboratory, conservation-restoration, personalities in the field, history, perspectives.

<https://doi.org/10.61789/rm.2021.10>

REZUMAT

În 2020, în instituțiile muzeale din România s-au aniversat 45 de ani de la înființarea laboratoarelor zonale de conservare-restaurare. Prezentul material își propune o incursiune istorică în evoluția activității de conservare-restaurare la Muzeul Național de Istorie a Transilvaniei (MNIT) din Cluj. Activitatea de protecție a patrimoniului a început în această instituție, respectiv în organizația premergătoare, Societatea Muzeului Ardelean, constituită în 1859, cu mult înainte de înființarea în 1975 a laboratoarelor zonale de conservare-restaurare. Articolul prezintă aspecte din istoricul conservării-restaurării patrimoniului instituției, din activitatea laboratorului zonal de conservare-restaurare al MNIT fondat în 1975 și din activitatea curentă în cadrul Secției de Restaurare-Investigații, respectiv schițează posibile perspective.

Cuvinte cheie: Muzeul Național de Istorie a Transilvaniei din Cluj, Societatea Muzeului Ardelean, Laboratorul Zonal de Conservare-Restaurare, conservare-restaurare, personalități din domeniu, istoric, perspective.

Momentul înființării laboratoarelor zonale¹ în anul 1975 a însemnat, de fapt, la Muzeul Național de Istorie a Transilvaniei (MNIT) din Cluj un nou început. Grijă pentru colecții, conservarea-restaurarea patrimoniului avea la acel moment în această instituție un istoric de mai bine de un secol. Instituția predecesoare muzeului, Societatea Muzeului Ardelean, fondată în 1859, a fost ca vechime cea de a doua colecție publică din Transilvania, după Muzeul Brukenthal. Încă din momentul înființării Muzeului Ardelean de către Societatea Muzeului Ardelean, în statutul acestuia găsim indicații clare și pertinente referitor la ocrotirea și conservarea colecțiilor.² Colecțiile inițiale ale Muzeului Ardelean au fost biblioteca, colecția de numismatică și antichități, colecția zoologică, colecția mineralogică și colecția botanică, pentru fiecare dintre acestea numindu-se un custode răspunzător și de conservarea colecției.

În capitolul din statut intitulat „Indicații pentru custodele societății” găsim următoarele:

„7.§. La gestionarea colecției (custodele) se va folosi de toate modalitățile și materialele uzuale pentru păstrarea obiectelor colectate și prevenirea oricărei stricăciuni.”³

Tot aici sunt și „indicații pentru custodele colecției de numismatică și antichități”:

„8.§. Sarcina primordială și cea mai importantă a custodelui este păstrarea integrității obiectelor incluse în colecție, ferirea acestora de orice stricăciune și trunchiere; el se va îngriji de curățenia corespunzătoare, va feri obiectele metalice de rugină, cele textile de molii, părțile din lemn de cari și elementele fragile de orice agresiune; se va îngriji nu doar ca fiecare piesă să fie curățată, în modul cuvenit, cel puțin o dată pe an, ci la sesizarea vreunui din inamicii mai sus menționați, îl va înlătura utilizând metodele care s-au dovedit cele mai oportune.”

Începând cu anul 1861, custodele și conservatorul colecției de numismatică și antichități a fost Henrik Finály (1825-1898), arhitect, filolog, istoric și arheolog, fiind în același timp și secretar al Societății Muzeului Ardelean și profesor universitar. Acesta realiza uneori curățarea și asamblarea fragmentelor ceramice provenite din săpături. În salvarea vestigiilor arheologice a fost ajutat și de dr. Iuliu (Gyula) Orient, medic și farmacist, și de dr. Gyula Pfeiffer. Neexistând încăperi destinate conservării-restaurării la sediul unde se păstrau colecțiile, această activitate a fost realizată, în parte, la domiciliul celor implicați.

Legat de activitatea de restaurare, în raportul pe anul 1886 Finály scria următoarele:

1 Capitolul 2, Art. 21 din Legea nr. 63 din 1974 privind ocrotirea patrimoniului cultural național al Republicii Socialiste România prevedea înființarea și la Cluj, în cadrul Muzeului de Istorie a Transilvaniei, a unui Laborator zonal de restaurare

2 Morgós (2003), 12.

3 Toate citatele din text sunt traduceri din limba maghiară realizate de autor.

„... Sunt doar singur pentru gestionarea întregii colecții, eu trebuie să fac toată munca, până la scrierea ultimei etichete, fixarea pe panou a vestigiilor mărunte; trebuie să fac toată munca intelectuală și fizică de unul singur, cu mâinile mele. ... Avem fragmente ceramice care țin de același vas, și trebuie lipite 10-12 fragmente laolaltă pentru a avea un vas întreg; avem obiecte metalice fragmentate care trebuie asamblate în același mod; astfel, armele preluate de la orașul Cluj sunt atât de dezmembrate încât la acest moment nu se poate stabili nici numărul exact al armelor de care pot aparține. ... Din partea mea nu voi neglija nimic pentru ca această muncă să progreseze și să se termine cât mai repede cu putință.”⁴

Uneori s-a apelat la externalizarea intervențiilor de restaurare, cum ar fi cazul vestigiilor textile de la Cetatea de Baltă, care au fost restaurate la Muzeul de Artă Decorativă din Budapesta, la sfârșitul secolului al XIX-lea, contra sumei de 300 frt.⁵

După moartea lui Henrik Finály, custodia colecției de numismatică și antichități a fost preluată de arheologul și juristul Béla Pósta (1962-1919), care a activat o perioadă și în colecția similară a Muzeului Național Maghiar din Budapesta, aducând această experiență la colecția din Cluj. A petrecut mult timp cu evaluarea stării de conservare a obiectelor din colecție, stare care a devenit destul de precară datorită umidității ridicate din spațiile de depozitare. Conform descrierii sale, monezile au fost corodate, unele devenind chiar neinterpretabile. Și colecția de arme s-a degradat, pierzându-se, uneori, informația înscrisă pe obiect. Obiectele organice au fost compromise de biodegradare. Obiectele romane și medievale din piatră erau stivuite în locuri necorespunzătoare.

În primii ani ai secolului XX se consemnează întemeierea unui laborator de restaurare în cadrul muzeului, care funcționa la acel moment deja în clădirea actuală a MNIT

și adăpostea și o parte din colecția de numismatică și antichități. Pósta a făcut numeroase demersuri pentru finanțarea realizării unui atelier fotografic, a unui laborator de conservare-restaurare și a unui atelier pentru realizarea unor copii din ipsos.⁶ Laboratorul a fost dotat, printre altele, cu o masă de lucru placată cu metal, cu lungimea de 3,5 m, o vană smălțuită de 1,2 x 0,2 m pentru tratarea obiectelor metalice, vase din sticlă pentru imersarea monezilor și o cuvă pentru spălarea ceramicii.⁷ Pósta a instruit studenți pentru realizarea unora dintre operațiile de conservare-restaurare. Volumul intervențiilor a crescut considerabil:

„... Am continuat prepararea obiectelor metalice și am preparat 512 bucăți. Dintre vasele dezmembrate am reușit să reîntregim 7 bucăți.”⁸

La începutul secolului XX se menționează și numele lui András Lehoczky, laborant al colecției de numismatică și antichități, fără pregătire de specialitate, care se ocupa de conservarea-restaurarea, fotografierea și desenarea colecției.⁹

În 1912, colecția de numismatică și arheologie ajunge integral în clădirea actuală a MNIT de pe strada Constantin Daicoviciu. Rapoartele menționează următoarele: „Am amenajat un atelier de sculptură în care pentru restaurarea și întreținerea sculpturilor arhitectonice și a statuilor am reușit să îl atragem pe sculptorul Ferenc Szeszák din Cluj, care va sta din mai până în septembrie gratuit la dispoziția acestei valoroase colecții, la fel cum a făcut-o și domnul pictor Gyula Merész în cazul galeriei de pictură pe care am deschis-o acum un an.”¹⁰

6 Documentele scrise ale acestor demersuri sunt păstrate în patrimoniul Muzeului Național de Istorie a Transilvaniei (MNIT) cu următoarele numere de inventar: C1 42/1899, C1 44/1899, C1 47/1899, C1 113/b/1900, C1 113/c/1900, C1 145/1900, C1 67/1900. Aceste documente, precum celelalte documente citate din inventarul MNIT, au fost studiate și prelucrate de dr. András Morgós și Levente Domokos.

7 MNIT, nr. inv. C1 113/c/1900

8 Morgós (2003), 12.

9 MNIT, nr. inv. C1 1683/1911, C1 2395/1915

10 Morgós (2003), 13.

4 Morgós (2003), 10.

5 Morgós (2003), 12.



Foto 1. Restauratorul Péter Duka intervenind pe amvonul medieval al Bisericii Romano-Catolice Sf. Mihail din Cluj (fotografie primită de la arh. István András)

În acest atelier de sculptură a activat apoi, până la începutul anilor '60, restauratorul Péter Duka, care se ocupa primordial de obiectele din piatră, dar vedea și de celelalte obiecte, locuind în muzeu împreună cu familia. A lucrat împreună cu mai mulți istorici, cu Lajos Kelemen, László Debreczeni, Géza Entz și Constantin Daicoviciu.¹¹

Din anul 1961 ajunge ca restaurator în laboratorul MNIT (pe baza unui anunț din ziar) József Koródi (1914-2000), inițial profesor de istorie și geografie. Fiind fiul unui fierar, a însușit și a practicat cu măiestrie această îndeletnicire. El este considerat întemeietorul restaurării științifice, exigente în România. A beneficiat de stagii de pregătire profesională în Ungaria, Cehia și Franța. A constituit în cadrul

MNIT un laborator modern de restaurare ceramică și metal¹², unde a introdus utilizarea unor tehnici și materiale de restaurare folosite în străinătate¹³, care s-au răspândit apoi în alte laboratoare din țară. A realizat numeroase intervenții cu un grad ridicat de dificultate pe obiecte de valoare deosebită, atât din patrimoniul MNIT, cât și din cel al altor instituții. S-au format în preajma lui mulți restauratori valoroși, care și-au continuat apoi activitatea în muzeu sau în alte instituții de cultură din țară. El a pus în 1975 bazele Laboratorului zonal de restaurare, conceput să deservească șapte județe din regiune cu intervenții de restaurare științifică pe numeroase tipuri de suport. A condus laboratorul până la pensionarea sa din 1977. Drept recunoaștere a meritelor sale

¹¹ Comunicare scrisă a arhitectului István András, o rudă a restauratorului Péter Duka, în 18 mai 2015.

¹² Koródi (1966).

¹³ Morgós (2003), 18.; Koródi (1969a); Koródi (1969b); Koródi (1972).



Foto 2. István Koródi lucrând (Morgós, 2003, p. 17)



Foto 3. Mormântul lui István Koródi (József) și al fiicei sale, Popovici Koródi Zenő Estera (alături de alți doi membri ai familiei), în Cimitirul Central din Cluj. Gravarea profesiei de restaurator pe piatra funerară este un semn al pasiunii și respectului lor față de profesie (fotografia autorului).

profesionale, Ministerul Culturii a instituit premiul István Koródi, acordat pentru excelență în restaurare.

Laboratorul zonal întemeiat în 1975 avea următoarele sectoare: investigații (biologice, fizice și chimice), conservare-restaurare ceramică, metale, textile, pictură, lemn, hârtie, piatră și un sector de conservare. Numărul preconizat de specialiști a fost de 24, dar nu s-a atins niciodată acest număr. Au fost însă perioade când își desfășurau activitatea în laborator peste 20 de specialiști. Activitatea lor viza primordial colecțiile valoroase ale muzeului, dar au realizat și multe intervenții semnificative în teritoriu, cum ar fi intervențiile pe armele și obiectele de piele ale Castelului Peleş sau restaurarea și realizarea unor replici după grupurile statuare de pe acoperișul Operei Române din Cluj. Au fost organizate periodic expoziții de restaurare cu intervențiile

mai importante realizate în laborator, prima fiind în 1983, desfășurată în cinci săli, urmată de alte ediții¹⁴, cea mai recentă organizându-se în 2017¹⁵.

Spațiul a fost mereu o problemă a instituției. MNIT funcționează într-o clădire din centrul medieval al Clujului, unde țesutul istoric limitează strict extinderea planimetrică și cea volumetrică. Colecțiile creșteau încontinuu, depășind azi 400.000 de obiecte inventariate, ceea ce impunea, implicit, creșterea necesarului de spațiu și creșterea nevoii de personal care se ocupa de colecții. Laboratorul zonal a funcționat mai întâi în clădirea muzeului (în subsol, la parter și la etaj), apoi, în 1984, a fost mutat într-o clădire din

14 Alicu (2005).

15 Cea mai recentă expoziție de restaurare de la MNIT, <https://www.mnit.ro/tag/restaurare/> (15 oct. 2020)



Foto 4. Fotografie a colectivului laboratorului la începutul anilor '90, în clădirea de pe str. Toplița (fotografie primită de la Aurelia Igna). În rândul de sus, de la stânga la dreapta: Augustin Petrușan (metale), Doina Boroș (investigații chimice, metale, șef laborator), Gil Turculeț (ceramică, metale), Daniela Toader (metale), Zenő Popovici Korodi (textile), Dora Sima (ceramică, șef laborator), Dora Pop Dumitrescu (pictură), Cornel Marian (fizician), Cornelia Rotariu (ceramică), Emil Căpâlna (lemn), Lelia Matei (textile). În rândul de jos, de la stânga la dreapta: Eugenia Urs (curățenie), Elena Bojan (carte), Aurelia Igna (investigații biologice, piele, șef laborator), Ovidiu Bianu (metale), Maria Lukács (ceramică), Doina Mandrea (pictură), Katalin Vajda (textile).

apropiere, pe str. Toplița nr. 2. Când această clădire a fost retrocedată după 1989, a urmat o împrăștiere a sectoarelor laboratorului în trei clădiri (MNIT, Muzeul de Etnografie și imobilul de pe Calea Turzii 111). În 2003, toată secția de Conservare-Restaurare-Investații a fost relocată în clădirea MNIT de pe strada Constantin Daicoviciu, unde până în 2006 s-au amenajat câteva spații dedicate conservării-restaurării în mansarda clădirii. În 2009 s-a decis din nou mutarea majorității sectoarelor (ceramică, metal, textile, hârtie, investigații) în imobilul de pe Calea Turzii 111, într-o casă de locuit cu o clădire anexă, adaptată treptat, cu soluții improvizate, la cerințele activităților care se desfășurau în ele; sectorul lemn și cel de conservare (împreună cu depozitele) au rămas în clădirea centrală de pe strada C. Daicoviciu. Din 2017, sectorul conservare

preventivă funcționează în cadrul secției Patrimoniu, celelalte activități desfășurându-se în cadrul secției Restaurare-Investigații.

În perioada celor 45 de ani ai Laboratorului zonal de restaurare, depozitele din clădirea centrală a MNIT, situate la etaj și în subsol, au fost mutate în cadrul clădirii (o parte dintre obiecte au ajuns și în noua mansardă). S-au făcut reamenajări, asanări în depozitele din subsol, realizate fără posibilitatea de a muta obiectele pe timpul lucrărilor. În 2008, odată cu închiderea expozițiilor permanente în scopul reorganizării și renovării spațiilor de expunere, un număr mare de obiecte valoroase aveau nevoie de un loc de depozitare.¹⁶ În anul 2018

16 Informațiile referitoare la sediile diferitelor sectoare ale laboratorului și la locația depozitelor și intervențiile din depozite provin din comunicări verbale ale actualilor membri ai colectivului MNIT și al laboratorului, respectiv

s-au impus și mutarea și depozitarea obiectelor din colecția de istorie a farmaciei, clădirea istorică ce adăpostea obiectele intrând în restaurare. Influențele acestor mutări și intervenții nu au fost întotdeauna benefice asupra stării de conservare a patrimoniului depozitat. Paralel, finanțarea instituțiilor de cultură a devenit tot mai anevoioasă, ceea ce a dus la reducerea treptată a personalului și a sumelor disponibile pentru activitatea curentă și la limitarea dotărilor.

În acest moment lucrează în cadrul secției Restaurare-Investigații a MNIT șapte experți restauratori în cinci specialități: Cornelia Rotariu, Tudor Tomescu (ceramică), Radu Cordoș (metale), Adriana Bulbuc (corp carte veche), Sabin Grapini (lemn, pictură), Mihaela Chetrari (textile), Ioana Cova (textile, conservare preventivă). În cadrul secției Patrimoniu își desfășoară activitatea doi experți conservatori, Diana Bindea și Luminița Săsăran, și un tânăr conservator, Ana Maria Gologan. Această mână de oameni încearcă să aibă grijă, cât se poate de bine, de starea vastei colecții a instituției. Rezultatele sunt lăudabile, în depozitele muzeale sunt condiții stabile de microclimat, obiectele sunt așezate optim în spațiile disponibile, se restaurează multe obiecte aparținând colecțiilor sau provenind din diverse săpături arheologice. Totuși, raportat la volumul și valoarea colecțiilor, respectiv activitatea dinamică a instituției, ar fi nevoie de mult mai mult.

În acest context, laboratorul practic și-a pierdut caracterul zonal, rar mai există capacitate pentru intervenții pentru terți. Există totuși excepții meritorii, cum ar fi finalizarea recentă pentru Eparhia Greco-Catolică a restaurării vestigiilor cardinalului Iuliu Hossu, Fericit Episcop martir, realizată de expert restaurator textile Mihaela Chetrari. În unele cazuri s-a impus externalizarea intervențiilor de restaurare, din lipsă de specialiști angajați din domeniu în cadrul MNIT sau din lipsă de capacitate. De exemplu, ancadramentele renaștentiste din piatră aparținând colecției medievale sunt restaurate treptat cu implicarea unei echipe de restauratori piatră coordonați

de Zoltán Kiss, specialist atestat pe restaurare piatră, iar pentru finalizarea intervențiilor pe obiectele textile expuse în recenta expoziție „Cornul abundenței. Luxul în lumea nobiliară transilvăneană” a fost necesară implicarea Laurei Troșan, expert restaurator textile de la Muzeul de Etnografie din Cluj.

Personal, consider că laboratorul MNIT a ajuns în pragul unui nou început. Având în vedere numărul și valoarea obiectelor din colecțiile gestionate de instituție și activitatea curentă intensă, se impune dezvoltarea masivă a sectorului Conservare-Restaurare-Investigații. Actuala conducere a MNIT a început deja demersuri pentru reperarea unor terenuri pe care s-ar putea construi noi depozite și laboratoare de restaurare, într-o zonă accesibilă, cât mai puțin poluată, unde cel mai important criteriu în proiectarea noii clădiri ar putea fi să corespundă întocmai cerințelor actuale de conservare preventivă a colecțiilor și cerințelor de protecție a sănătății celor care își vor desfășura activitatea acolo. Revenirea la un laborator zonal real, dotat corespunzător, în care își desfășoară activitatea suficienți restauratori pe fiecare tip de suport pentru a putea deservi și alți beneficiari (muzee mici, biserici, colecții particulare etc.) ar aduce beneficii semnificative atât patrimoniului MNIT, cât și patrimoniului cultural din regiune. Activitatea comună, în același spațiu, a mai multor restauratori specializați pe același suport pe de o parte ar reduce investițiile necesare pentru dotare, iar pe de altă parte ar avea un efect sinergic care ar influența pozitiv calitatea și volumul intervențiilor. Înființarea unui laborator de investigații zonal, dotat corespunzător, în care să conlucreze mai mulți oameni de știință cu experiență în diferite domenii ale științelor naturii, ar avea ca beneficiu nu doar realizarea unor investigații pertinente pentru obiectele care intră în restaurare, ci și constituirea unor baze de date care ar putea contribui semnificativ și obiectiv la cunoașterea patrimoniului național.

Să sperăm că vom vedea aceste lucruri realizate cât de curând!

de la specialiști care și-au desfășurat activitatea în laborator în cei 45 de ani.

Bibliografie

- Morgós, A.; Domokos, L. „A magyar múzeumi restaurálás kialakulása Erdélyben: Neves erdélyi magyar restaurátorok” (Începuturile activității de restaurare muzeală în Transilvania: Figuri ilustre ale restaurării ardelenene), *ISIS* 3 (2003), p. 8-27.
- Koródi, I. „Restaurarea și conservarea obiectelor de metal la Muzeul de Istorie Cluj”, *Revista Muzeelor*, 1/3 (1966), p. 50-59.
- Koródi, I. „Principiile și problemele fundamentale ale restaurării obiectelor de muzeu”, *Revista Muzeelor* 5/ 6 (1969), p. 424-427.
- Koródi, I. „Conservarea obiectelor de muzeu cu ajutorul tehnicii vidului”, *Acta Musei Napocensis* VI. (1969), p. 641-646.
- Koródi, I. „Materiale plastice în serviciul restaurării obiectelor de muzeu – Noi rezultate ale utilizării materialelor plastice în restaurarea unor piese metalice”, *Acta Musei Napocensis*, IX. (1972), p. 669-675.
- Alicu, D.; Mihaiu, L. (2009) „Restaurarea știință și artă. Al IV-lea Salon de Restaurare-Conservare. Ianuarie-martie 2009”, Catalog de expoziție, Ed. Mega, Cluj.

Lista ilustrațiilor

- Foto 1. Restauratorul Péter Duka intervenind pe amvonul medieval al Bisericii Romano-Catolice Sf. Mihail din Cluj (fotografie primită de la arh. István András)
- Foto 2. Iosif Koródi lucrând (Morgós, 2003, p. 17)
- Foto 3. Mormântul lui Iosif Koródi (József) și al fiicei sale, Popovici Koródi Zenő Estera (alături de alți doi membri ai familiei), în Cimitirul Central din Cluj. Gravarea profesiei de restaurator pe piatra funerară este un semn al pasiunii și respectului lor față de profesie (fotografia autorului).
- Foto 4. Fotografie a colectivului laboratorului la începutul anilor '90, în clădirea de pe str. Toplița (fotografie primită de la Aurelia Igna).

Márta-Júlia GUTTMANN, PhD
Expert investigații fizico-chimice și conservare preventivă
Lector universitar, Universitatea „Lucian Blaga” Sibiu,
Facultatea de Științe Socio-Umane
marta.guttman@ulbsibiu.ro



ISSN 1220-1723
ISSN-L 1220-1723

