



EDIȚIA A IV-A

2013  
*Marketingul și educația în muzee*

**Complexul Național Muzeal ASTRA**

Marketingul  
și  
educația în muzee





Consiliul Județean Sibiu  
Complexul Național Muzeal ASTRA

# Marketingul și educația în muzee

ediția a IV-a

Coordonatori volum: Raluca Ioana Andrei, Irina-Eliza Penciu  
Lucrările Sesiunii de comunicări *Marketingul și educația în muzee*  
Sibiu, 2 - 3 octombrie 2013  
Complexul Național Muzeal ASTRA



Editura „ASTRA Museum”  
Sibiu, 2013

Texte: Participanții la ediția a IV-a  
a Sesiunii de comunicări *Marketingul și educația în muzee*

Corectură: Mirela CREȚU  
Raluca Ioana ANDREI  
Irina-Eliza PENCIU  
Mircea BABĂ

Traducere: Felicia MITRAȘCA

DTP: Liliana OPRESCU

Fotografie copertă: Adela ALBU - *Noaptea Muzeelor. Morile de vânt*

Editura „ASTRA Museum” este acreditată la CNCS (Consiliul Național al Cercetării Științifice) din anul 2011, categoria B, în domeniile: *Mituri, ritualuri, reprezentări simbolice, teologie și studii religioase. Etnografie și Arte vizuale. Arte performante. Muzee și expoziții. Muzică și muzicologie, istoria muzicii.*

**Responsabilitatea pentru conținutul articolelor  
revine în întregime autorilor.**

© 2013, *Toate drepturile sunt rezervate autorilor*

© 2013, *Editura „ASTRA Museum”*

ISSN 224-9473

ISSN-L = 224-9473

50  
ANII  
1963-2013



A.S.E.R.

Muzeul în aer liber din Dumbrava Sibiului  
- 50 de ani. Amintiri. Realizări. Perspective  
STRATEGII ȘI POLITICI DE DEZVOLTARE A  
MUZEELOR DIN ROMÂNIA

1963



CONSILIUL  
JUDEȚEAN  
SIBIU



M

MUZEUL  
ASTRA

COMPLEXUL NAȚIONAL MUZEELOR ASTRA



2013

**Marketingul și  
educația în muzee**



## CUPRINS

- Raluca Ioana ANDREI, Anda IONAȘ | 9  
*Obiect și Poveste. Teatru de Umbre la Muzeul ASTRA*
- Ciprian CRIȘAN | 29  
*MMXXIII – Muzeul de Mineralogie Baia Mare*
- Gabriela CUZEPAN, Ana-Maria PĂPUREANU | 37  
*Expozițiile temporare - activități educaționale*
- Ovidiu DANEȘ | 47  
*Două biografii. Muzeul și satul*
- Dr. Angela DOBRESCU | 59  
*Franz Binder –  
de la personaj exotic la simbol comunitar*
- Cătălina DUMITRESCU | 67  
*Cercetare de marketing privind atitudini și opinii ale  
vizitatorilor Muzeului Județean de Istorie Brașov*
- Angelica IACOB | 85  
*Caravana Muzeelor – un amplu proiect de colaborare*
- Dr. Brândușa ILIE, Mircea Gabriel LĂLĂ | 95  
*Treburile vechi la vremuri noi!*
- Mihaela MURGOCI | 103  
*Textele de muzeu – între comunicare și educație*
- Maria Claudia NEACȘU | 109  
*Trecutul... cu pași mărunți*
- Elena Elisabeta PLENICEANU | 117  
*Comori din lada bunicii. Proiect educațional*

Rozalinda POSEA, Adriana MINCĂ | 147  
***Să împodobim bradul de Crăciun.***  
***Program educativ pentru preșcolari și școlari mici***

Cristina ROBU | 155  
***Muzeul și educația nonformală. Proiectul*** *O cetate asediată.*  
*Apărarea Sibiului în perioada medievală și modernă*

Dr. Valer RUS | 169  
***SM@RT-EXPO – Program de valorificare a***  
***patrimoniului cultural național în mediul virtual***

Lucica Olga SAVU | 185  
***Laboratoarele istoriei. Drumul obiectului arheologic de***  
***la descoperire la exponat***

Cristina Emanuela STANA | 197  
***Și eu pot!***

Magdalena TRĂISTARU | 205  
***Scoala de vară Joacă-te și învață!*** *ediția a IV-a*

Dr. Anamaria TUDORIE, Laura COLTOFEAN | 215  
***Muzeul în comunicarea on-line: site vs. Facebook***

Daniela VOITESCU | 223  
***„Tatting” - arta dantelei lucrate cu suveica.***  
***Workshop internațional la Castelul Peleş***

---

Raluca Ioana ANDREI | 229  
***Muzeul se prezintă. Programul de activități educaționale***  
***al Complexului Național Muzeal ASTRA. 2013 – 2014***

Irina-Eliza PENCIU | 239  
***Tabăra de creație***  
***Fii creativ cu Muzeul ASTRA!***



# Obiect și Poveste. Teatru de Umbre la Muzeul ASTRA

## Object and Story. Theatre of Shadows at the ASTRA Museum

Raluca Ioana ANDREI\*  
Anda IONAȘ\*\*

**Abstract:** *The project Object and Story. Theatre of Shadows at the ASTRA Museum followed the revaluation of the tangible and intangible heritage through an accessible and engaging program of museum education. The theatre of shadows was chosen as educational method because it is a beneficial educational agent and a factor of professional orientation for the future young people.*

*Through the mentioned project we aimed to raise awareness and develop the communication, the civic and social skills, the cultural expression and professional orientation for 37 pupils of secondary and high school.*

*In 2013, under the guidance of the representatives of the ASTRA Museum and the Department of Dramatic Art of the "Lucian Blaga" University from Sibiu, two groups of pupils from the "Onisifor Ghibu" Theoretical High school and from the Secondary School from Cristian, coordinated by teachers Laura Pitariu and Ion Chiș, have created within this project two performances of theatre of shadows: The Story of the Mill and Greuthung. The two representations took place on the 18<sup>th</sup> of May 2013, for the European Night of the Museums and on the 14<sup>th</sup> of June for the anniversary exhibition of 50 years of the open-air Museum.*

*Editing the publication and the DVD of the project represents a final stage of a process whose purpose was to reevaluate the heritage of the ASTRA Museum through a program of museum education meant to develop in the young generation the treasury of the traditional civilization and spirituality.*

**Keywords:** *Theatre of shadows, tangible heritage, intangible heritage, silhouettes, theatre techniques, scenario, modular panel*

**Cuvinte cheie:** *Teatru de umbre, patrimoniu material, patrimoniu imaterial, siluete, tehnici teatrale, scenariu, panou modular*

---

\* Coordonator proiect, pedagog muzeal, Complexul Național Muzeal ASTRA; raluca.andrei@muzeulastra.com; www.muzeulastra.ro

\*\* Muzeograf, responsabil PR; Complexul Național Muzeal ASTRA; pr@muzeulastra.com  
www.muzeulastra.com

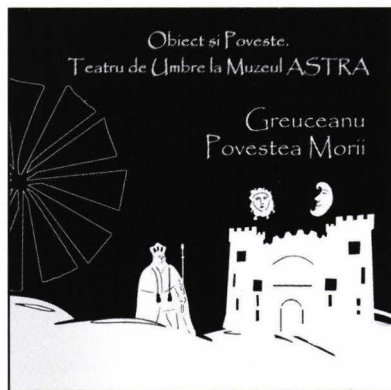


Proiectul *Obiect și Poveste. Teatru de Umbre la Muzeul ASTRA*, cofinanțat de Consiliul Local Sibiu prin Primăria și Casa de Cultură a Municipiului Sibiu, a urmărit valorificarea patrimoniului material și imaterial printr-un program de educație muzeală accesibil și antrenant. A fost ales ca metodă educațională teatrul de umbre, acesta fiind un agent educațional benefic și un factor de orientare profesională pentru viitorii tineri. Această nouă abordare asupra patrimoniului este puțin utilizată de către operatorii culturali din domeniul muzeal, iar la nivelul Municipiului Sibiu, Muzeul ASTRA este promotorul teatrului de umbre ca modalitate de educare nonformală și transmitere a cunoștințelor despre patrimoniul material și imaterial.

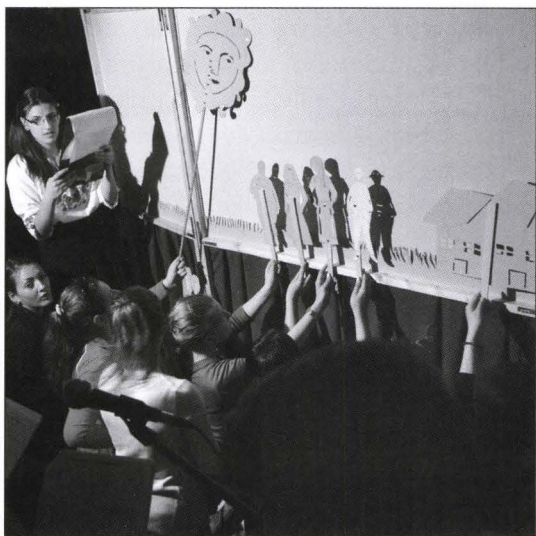
Teatrul de umbre se dovedește un facilitator educațional eficient, cu rezultate deosebite, în ciuda câtorva dezavantaje existente. Astfel, grupul de lucru propriu-zis este restrâns. Concomitent nu se poate lucra decât cu două sau trei echipe, iar derularea proiectului se face pe o perioadă lungă de timp. De asemenea, pot apărea blocaje ale creativității, indisponibilitate și incapacitatea participanților de adaptare la munca de echipă. Însă teatrul de umbre este o modalitate atractivă și inedită de transmitere a cunoștințelor legate de patrimoniu, oferă grupului țintă posibilități multiple de exprimare a imaginației, creativității, abilităților practice și a limbajului, dezvoltă spiritul de echipă, capacitățile empatică și implicarea directă prin joc de rol. Un alt element favorabil este atragerea unui public numeros și divers prin reprezentațiile propriu-zise de teatru, elevii implicați în proiect devenind adevărați mesageri ai patrimoniului cultural material și imaterial al muzeului.

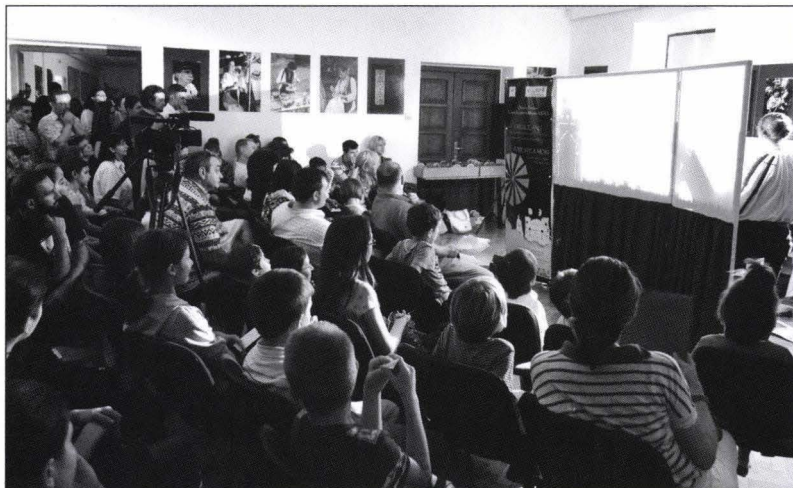
#### *Scopul proiectului:*

Prin proiectul *Obiect și Poveste. Teatru de Umbre la Muzeul ASTRA* s-a urmărit dezvoltarea, printr-un program educațional de teatru de umbre, competențele de comunicare, civice și sociale, sensibilizarea, exprimarea culturală și orientarea profesională la 37 de elevi ai claselor gimnaziale și liceale.



Au fost selectați 15 elevi ai Școlii Gimnaziale din Cristian, clasele V-VIII, coordonați de domnul profesor Ion Chiș și 22 elevi ai Liceului Teoretic „Onisifor Ghibu” din Sibiu, clasa a X-a, sub îndrumarea doamnei profesor Laura Pitariu. Cele două echipe constituite au beneficiat, pe parcursul a 10 sesiuni de lucru, de o pregătire intensă, atât din punct de vedere teoretic (asimilarea cunoștințelor despre patrimoniu, a modalităților de scriere a scenariilor și de realizare a siluetelor, a tehnicilor teatrale) cât și practic (interpretarea scenică, crearea și mânuirea siluetelor, realizarea jocului de lumini și umbre și a fundalului sonor etc.).





### *Obiectivele proiectului:*

Proiectul *Obiect și Poveste. Teatru de Umbre la Muzeul ASTRA* a urmărit valorificarea patrimoniului material al Muzeului în aer liber și a patrimoniului imaterial (literatura populară românească) prin realizarea a două piese de teatru de umbre - *Povestea Morii* și *Greuceanu*; dezvoltarea abilităților artistice, a muncii în echipă, a capacităților empatică prin joc de rol la cei 37 de elevi implicați în proiect; realizarea și susținerea spectacolelor de teatru, sprijiniți de reprezentanți ai Departamentului de Artă Teatrală Sibiu; valorificarea modelelor de bune practici în educație muzeală prin tehnica teatrului de umbre în urma editării broșurii *Obiect și Poveste. Teatru de Umbre la Muzeul ASTRA* și înregistrărilor video ale spectacolelor.

Principalul beneficiu al utilizării tehnicilor teatrului de umbre în cadrul unui muzeu îl reprezintă trecerea participanților de la rolul de simpli vizitatori, la rolul de comunicatori ai informațiilor culturale, parcurgând un întreg proces de modelare intelectuală, artistică, socială.

### *Descrierea activităților din cadrul proiectului:*

Utilizarea teatrului de umbre ca metodă de transmitere a cunoștințelor despre patrimoniu este, pe cât de dificilă, pe atât de interesantă și eficientă. Începând cu anul 2010 Muzeul ASTRA, prin



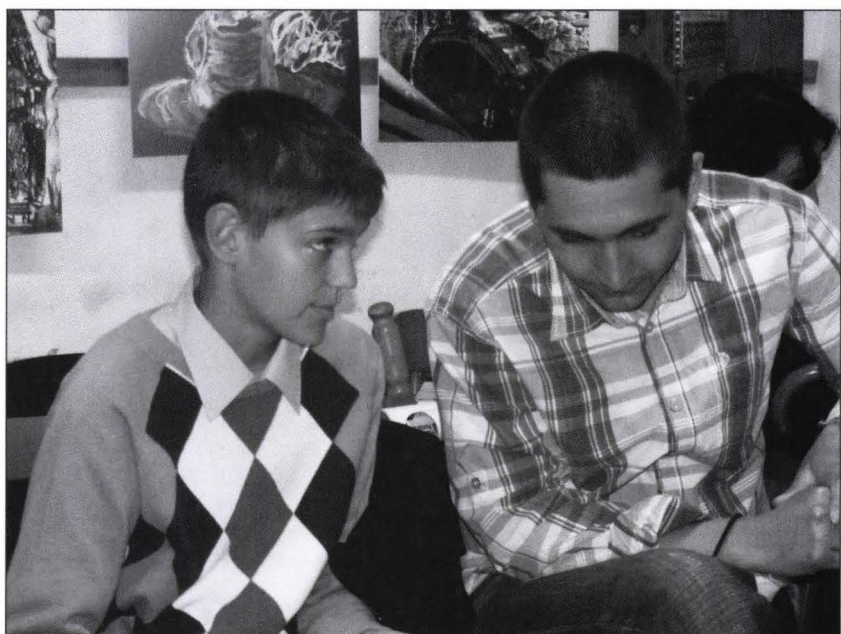
Departamentul de Marketing și Educație Muzeală, a demarat acest ingenios proces de educare a publicului școlar, copiii reușind să creeze scenarii inedite și deosebit de creative, având la bază obiectul muzeal. Atelierele s-au derulat fie în expoziția de bază a Muzeului de Etnografie Universală „Franz Binder” din cadrul Complexului Național Muzeal ASTRA – *Din cultura și arta popoarelor lumii* – aceasta fiindu-le gazdă și sursă de inspirație pe întreaga durată a proiectului, fie în Muzeul în aer liber, unde scenariile au fost inspirate de patrimoniul tehnic al acestui muzeu.

Proiectul derulat pe parcursul anului 2013 a avut în vedere punerea în scenă a două piese de teatru – *Greuceanu* și *Povestea Morii* – alegerea acestor teme fiind strâns legată de patrimoniul Muzeului ASTRA. Legendele, tradițiile și obiceiurile, gospodăria, biserica, moara satului, imaginea sătenilor, toate au fost surprinse de către elevii Școlii Gimnaziale din Cristian și cei ai Liceului Teoretic „Onisifor Ghibu”.

Fiecare echipă de lucru a desfășurat un număr de 10 ateliere, cu o durată de trei ore/atelier, fiind îndrumați de reprezentanții Muzeului ASTRA și cei ai Departamentului de Artă Teatrală ai Univeristății „Lucian Blaga” din Sibiu, precum și de profesorii lor coordonatori. Atelierele au avut loc în Cabinetul de Educație Muzeală al Muzeului ASTRA, la sediul școlilor participante cât și în Muzeul în aer liber din Dumbrava Sibiului.









*Greuceanu*, spectacolul pus în scenă de către elevii Școlii Gimnaziale Cristian, este un basm popular cules de Petre Ispirescu și publicat în 1882. Firul epic urmărește aventurile personajului cu același nume, în scopul restabilirii echilibrului unei lumi bulversate de intruziunea răului, întruchipat de zmeii ce au furat de pe cer soarele și luna. Puterea supranaturală a personajelor, capacitatea lor de a se metamorfoza, depășirea de către forțele binelui a tuturor obstacolelor ce se ivesc în cale, formulele tipice, cifrele magice, înscriu acest basm în rândul creațiilor reprezentative pentru o viziune asupra existenței specifică satului românesc.

Text reprezentativ pentru basmul popular românesc, rescrierea scenariului *Greuceanu* a presupus crearea de tablouri, scene și momente, care prin tehnica teatrului de umbre, să poată fi puse în scenă de micii actori. În prima etapă, aceea de pregătire și familiarizare cu textul, s-au desfășurat ateliere de lectură cu identificarea scenelor, surprinderea personajelor pozitive și negative, conturarea trăsăturilor de caracter ale acestora, împărțirea și interpretarea pe roluri a scenariului.

În cea de-a doua etapă, elevii, sprijiniți de conservatorul Marius Iuga, au realizat din carton personajele basmului *Greuceanu* și decorul necesar spectacolului de teatru de umbre: Împăratul Roșu, Greuceanu, Soarele și Luna, Faurul Pământului, Zmeii și Zmeoaicele etc. Au fost create un număr de 24 de siluete pentru cele șase scene ale piesei.

Din punct de vedere tehnic silueta se realizează prin trasarea pe carton a conturului personajului sau obiectului dorit, fie din profil – mai ales atunci când dorim să sugerăm mișcarea, fie frontal – atunci când personajele sunt în general statice. Urmează decuparea în siluetă a unor fante pentru pătrunderea luminii, astfel încât contrastul umbră – lumină să fie cât mai bine receptat de către public.

Următoarea etapă a fost realizată cu sprijinul Departamentului de Artă Teatrală Sibiu. Asistent univ. dr. Adriana Bârză, asistent univ. drd. Doriană Tăut, alături de studenții Oana Bârză, Anca Rodica Nicolae și Constantin Podu, au coordonat elevii atât din punct de vedere al interpretării scenice (mânuire siluete, realizare fundal sonor) cât și din punct de vedere al interpretării rolurilor. S-au constituit trei grupe de lucru – grupa celor care au mânuit siluetele, grupa celor care au realizat sunetul de fundal și au organizat siluetele în funcție de scenele piesei și grupa elevilor care au interpretat textul. Pentru susținerea reprezentației de teatru de umbre a fost construit un panou modular alcătuit din trei părți mobile acoperite cu pânză în părțile superioare și cu material opac în partea inferioară, astfel încât să poată fi vizualizate doar siluetele spectacolului. O latură a panoului a fost acoperită complet pentru o mișcare cât mai bună a elevilor care aveau de manipulat siluete înalte sau care trebuiau ridicate în partea de sus a celor două module transparente.

După numeroase repetiții cu însușirea textului și a tehnicilor specifice teatrului de umbre, a urmat premiera spectacolului *Greuceanu* în Muzeul în aer liber, la Etno Tehno Parc, în data de 18 mai 2013. Integrat în cadrul evenimentului *Noaptea Europeană a Muzeelor*, spectacolul a beneficiat de un public numeros care s-a arătat impresionat atât de ingeniozitatea reprezentației cât și de sincronizarea perfectă și de munca intensă depusă de elevi în spatele panoului teatrului de umbre, aceștia fiind foarte bine pregătiți.

Spațiul amenajat în zona Etno Tehno Parc a găzduit numeroși adulți și copii de diverse vârste, care au trăit emoția eliberării soarelui și a lunii de către viteazul Greuceanu, biruitor al zmeilor.







Spectacolul de teatru de umbre *Povestea Morii* a fost pus în scenă de elevii Liceului Teoretic „Onisifor Ghibu” din Sibiu, coordonați de profesor Laura Pitariu. Scenariul original aflat la baza acestui spectacol pune în relație aspecte etnografice privind viața în comunitatea rurală, cu imaginea satului modern, transformările înregistrate în decursul timpului la nivelul culturii materiale și spirituale a locuitorilor. Caracterul moralizator al întâmplărilor este orientat în direcția trezirii spiritului civic în rândul tinerilor, a toleranței, prieteniei și altruismului, dar și a valorificării și protejării patrimoniului material și imaterial al satului românesc tradițional. Lumea ficțională adusă în fața publicului în decursul celor aproximativ 30 de minute a îmbinat, precum în basmele populare, elemente reale cu cele fantastice, accentul căzând asupra evenimentelor cu puternic impact psihologic, menite să influențeze evoluția ulterioară a personajelor.

Pornind de la însușirea patrimoniului tehnic al Muzeului în aer liber, elevii au descoperit un întreg univers al instalațiilor și al tehnicilor de măcinat (mori rotative manuale, mori de apă cu roată orizontală, mori de apă cu roată verticală, mori plutitoare și, nu în ultimul rând, mori de vânt), iar gospodăria tradițională cu tinda, casa de locuit și casa bună, viața țaranului român de altă dată, ocupațiile, jocul copiilor au fost parte a incursiunii elevilor în muzeu.

Ca obiect central al spectacolului de teatru de umbre a fost aleasă Moara de vânt căciulată din Beștepe, județul Tulcea, datorită sistemului său deosebit de construcție și funcționare. Corpul morii este foarte înalt, având dispus în vârf o cupolă (care se rotește după direcția vântului) în cadrul căreia sunt amplasate angrenajele de captare și transformare a energiei vântului în energie mecanică ce pune în mișcare pietrele de moară.

Moara, locul unde oamenii satului se adunau depănând povești ori întâmplări din viața de zi cu zi, a reprezentat pentru echipa proiectului nostru un spațiu magic, însuflețit, unde duhul morii, prin rotirea paletelor, reușește să îndrepte suflețele celor care îi trec pragul.

Scenariul realizat de elevi cu sprijinul cadrelor didactice și al reprezentanților muzeului aduce în prim-plan întâmplările câtorva copii aflați în pragul adolescenței care învață, printr-un șir de întâmplări, adevăratele valori care ar trebui să ne coordoneze viața (prietenia, onestitatea, sprijinul dezinteresat), rolul continuității tradițiilor și valorilor care ne definesc.

Având la bază un scenariu original, textul a fost conceput cu numeroase dialoguri, dar și intervenții narative ale povestitorului pentru încadrarea tablourilor și scenelor piesei. Fiecare personaj a fost înzestrat cu anumite trăsături de caracter, iar decorul s-a realizat după specificul gospodăriilor, al peisajului și al altor monumente pe care elevii le-au vizitat în muzeu.

În construirea siluetelor au fost sprijiniți de conservatorul Muzeului ASTRA, utilizându-se aceeași tehnică ca și la spectacolul precedent. S-au realizat un număr de 22 de siluete ce reprezintă: moara, fântâna, cufărul, satul tradițional, biserica, tinerii țărani, animale domestice, pădurea. Pentru acest spectacol s-a creat și un personaj din umbra unuia dintre elevii participanți. Duhul Morii nu a

mai fost reprezentat printr-o siluetă din carton, ci printr-o siluetă umană, al cărui rol a constituit chiar punctul culminant al povestirii.

Punerea în scenă a spectacolului *Povestea Morii* a fost coordonată de către reprezentanții Departamentul de Artă Teatrală Sibiu care, pe parcursul a patru ședințe de lucru, au pregătit, din punct de vedere artistic, cei 22 de elevi implicați în proiect. Au fost constituite trei echipe de lucru ale căror sarcini au fost distribuite astfel: mânăuirea siluetei, crearea sunetelor de fundal și interpretarea rolurilor.

Plecând de la întâmplările ilustrate în text, fiecărei siluete i s-a atribuit un gen de mișcare, aceasta dobândind caracteristicile personajului interpretat. De asemenea, sincronizarea vocii personajului cu mișcarea siluetei și efectele sonore cu schimbarea decorului, a tabloului sau scenei spectacolului au fost realizate într-o armonie perfectă. Ceea ce părea la început o simplă joacă s-a dovedit, pe parcursul zecilor de ore de repetiții, o adevărată provocare, în care munca și dăruirea pentru fiecare rol au făcut diferența între un spectacol reușit și simpla mișcare a unei bucăți de carton.









Premiera spectacolului *Povestea Morii*, precum și cea de-a doua reprezentație a piesei *Greuceanu* au avut loc în data de 14 iunie 2013, în cadrul expoziției aniversare *A ctitori. A zidi... A deveni*, la Casa Artelor, sala de conferință.

Călătoria lui Greuceanu pe tărâmul zmeilor pentru a elibera soarele și luna sau emoția prilejuită personajelor-copii din satul de altădată de apariția Duhului Morii au fost trăite de întreaga audiență cu maximă intensitate. Într-un spațiu ce s-a dovedit aproape neîncăpător pentru toți cei care doreau să urmărească spectacolul, publicul a avut ocazia să pătrundă în universul basmului popular românesc, să descopere viața satului de altădată cu tradiții, obiceiuri, ocupații.

Întreaga strădanie a elevilor și a tuturor celor care au făcut posibilă realizarea spectacolelor a fost răsplătită cu *Macheta Teatrului de Umbre* care reprezintă sugestiv cele două spectacole susținute. Realizată din lemn, aceasta ilustrează în relief Moara cu pânze din localitatea Curcani, județul Tulcea, personajul Greuceanu cu Soarele și Luna și are gravat titlul proiectului. Acest trofeu a fost înmânat la sfârșitul reprezentației de teatru de umbre din data de 14 iunie 2013.









Vineri, 1 noiembrie 2013, în sala de expoziții a Casei Artelor, din Piața Mică, nr. 21, a avut loc lansarea publicației și a DVD-ului *Obiect și poveste. Teatru de Umbre la Muzeul ASTRA*, etapă finală a proiectului educațional cu același titlu inclus în Agenda Culturală 2013, Sibiu SMART, cofinanțat de către Consiliul Local Sibiu prin Primăria și Casa de Cultură a Municipiului Sibiu.

Publicația prezintă etapele desfășurării proiectului, impresiile cadrelor didactice universitare care au contribuit la realizarea artistică a acestuia (lect. univ. dr. Adriana Bârză, asist. univ. drd. Doriană Tăut) și cele două scenarii de teatru de umbre. DVD-ul cuprinde înregistrările video ale celor două spectacole.

În cadrul evenimentului de lansare, directorul general al Complexului Național Muzeal ASTRA, drd. Valeriu Ion Olaru a vorbit despre importanța promovării în rândul tinerilor a culturii tradiționale, a patrimoniului material și imaterial al satului românesc, prin intermediul programelor de pedagogie muzeală derulate de către Muzeul ASTRA.





Ion M. Tomuș, Directorul Departamentului de Artă Teatrală din cadrul Universității „Lucian Blaga” din Sibiu, a susținut disponibilitatea universității de a colabora și pe viitor în vederea realizării unor astfel de proiecte, care dezvoltă personalitatea artistică a tinerilor și pot să ofere o orientare profesională a acestora.

Lector universitar dr. Adriana Bârză a declarat: „Pentru mine a fost o experiență foarte plăcută, o provocare, mi-a făcut mare plăcere să văd cum elevii devin treptat o echipă, în care cei care mânuiau siluetele îi susțineau pe cei care interpretau vocea personajului și astfel imaginea era completă. Cred cu tărie că astfel de activități sunt foarte importante pentru formarea lor. M-aș bucura foarte tare dacă în urma acestui proiect am reușit să mai câștigăm câțiva spectatori de teatru”.

„Ceea ce am descoperit și sper că și voi, prin munca noastră, este că muzeele și teatrele au ca punct comun faptul că spun o poveste, însă a spune o poveste cu umbre este o performanță care le aparține în primul rând copiilor. Ei au avut disponibilitatea să se deschidă emoțional, să înțeleagă ce înseamnă această lume monocromă, care nu exprimă decât datorită mișcării și expresivității lor vocale. Faptul că aceste reprezentații au reușit să țină trează

atenția publicului de la început până la sfârșit este o mare performanță și asta spune mult despre puterea lor de muncă, despre puterea profesorilor care i-au coordonat” a precizat asist. univ. drd. Doriana Tăut.

Prin intermediul proiectului *Obiect și poveste. Teatru de Umbre la Muzeul ASTRA*, 37 de elevi ai Școlii Gimnaziale Cristian și ai Liceului Teoretic „Onisifor Ghibu” au avut ocazia să-și însușească cunoștințe asupra patrimoniului material și imaterial, să-și dezvolte abilitățile practice, imaginația, creativitatea și să se transpună empatic, prin joc de rol, în spectacolul de teatru de umbre. De asemenea, și-au însușit tehnici și metode specifice artei spectacolului fiind sprijiniți de profesori și studenți ai Departamentului de Artă Teatrală Sibiu. Ei vor putea deveni mesageri culturali pentru elevii școlilor sibiene în urma parteneriatelor ce le vor încheia ulterior și care vor avea ca obiectiv prezentarea spectacolelor de teatru de umbre.

Din punct de vedere al impactului asupra comunității, proiectul derulat de Muzeul ASTRA a urmărit orientarea profesională a viitorilor studenți, dezvoltarea proiectelor culturale la nivelul instituțiilor de învățământ sibiene, colaborarea cu instituții universitare, o educație adecvată și orientată asupra elevilor.



## Bibliografie selectivă:

- \*\*\*. *Basme, legende, snoave și cântece populare românești*. București, Editura Minerva, 1989.
- \*\*\*. *Legendele cosmosului*. Ediție îngrijită de Tony Brill. București, Editura „Grai și Suflet – Cultura Națională”, 1994. (în *Legendele Românilor*, vol. I )
- ANDREI, Alexandru. *Valori etice în basmul fantastic românesc*. București, Editura Literară Relief Românesc, 1979.
- ANGELESCU, Silviu; PĂUN, Octav. *Basme, Cântece bătrânești și doine*. București, Editura Minerva, 1989.
- BĂRBOI, Constanța. *Dicționar de personaje literare pentru gimnaziu și liceu*. București, Editura Niculescu, 2009.
- BETTELHEIM, Bruno. *The Uses of Enchantment: The Meaning and Importance of Fairy Tales*. Knopf, New York, 1976.
- BUCUR, Corneliu Ioan. *Muzeul Civilizației Populare Tradiționale „ASTRA” (Dumbrava Sibiului)*. Catalog. Sibiu, Editura „ASTRA Museum”, 2007.
- CĂLINESCU, George. *Estetica basmului*. Bistrița, Editura Pergamon, 2006.
- DASLĂUL, Petrea. *Legea casei. Teatrul sătesc în 3 acte*. Sibiu. Editura Asociațiunii „Astra”, nr. 236, 1940.
- CERGHIT, Ioan. *Metodă de învățământ*. București, Editura Polirom, 2006.
- CERGHIT, Ioan. *Sisteme de instruire alternative și complementare. Structuri, stiluri și strategii*. București, Editura Polirom, 2008.
- JONES, Swann Steven. *The Fairy Tale: The Magic Mirror of Imagination*. Twayne, New York, 1995.
- NIJLOVEANU, Ion. *Basme populare românești*. București, Editura Minerva, 1982.
- PROPP, Vladimir. *Morfologia basmului (1928)*. București, Editura Univers, 1978 (trad. rom. de Radu Niculescu).
- VULCĂNESCU, Romulus. *Mitologie Română*. București, Editura Academiei Române, 1987.
- ZBUCHEA, Alexandra; Bem Neamu, Raluca; Iordan, Beatrice; Mastan, Bruno. *Teatrul de umbre la muzeu*. București, Editura Tritonic, 2010.
- ZBUCHEA, Alexandra; Ivan, Loredana; Bem Neamu, Raluca; Mastan, Bruno. *Teatrul muzeal: perspective și experiențe*. București, Editura Tritonic, 2009.
- <http://mihaelapavel.wikispaces.com/file/view/MOD.A+C3+STRATEGII+MODERNE+DE+PREDARE.pdf> (accesat aprilie 2013)
- <http://ro.scribd.com/doc/3925514/curs-METODE> (accesat aprilie 2013)

# MMXXIII - Muzeul de Mineralogie Baia Mare

MMXXIII - Baia Mare Museum of Mineralogy

Ciprian CRIȘAN\*

**Abstract:** *The present work questions the future potential of a digital virtual guide in the format of a digital table, as a helping tool of dynamic, interactive knowledge about the visited museum, the reference being the draft of a museum experiment project regarding the implementation with the help of volunteers for such a guide, conceived to say "everything" about 15 objects present in the permanent exhibition. The experiment aims to outline a unique experience for the visitor, the diversification of the system of presenting information, the loyalty of some categories of visitors and revaluation-communication of the heritage, of the programs and projects through some original and dedicated software applications.*

**Keywords:** *digital guide, experiment, mineralogy, education, virtualization, museum of the future*

**Cuvinte cheie:** *ghid digital, experiment, mineralogie, educație, virtualizare, muzeul viitorului*

---

Preocuparea pentru modernizarea muzeotehnicii existente, inserția elementelor de inovație și interactivitate în spațiul muzeal, rafinarea limbajului de comunicare, diversificarea temelor de dialog și a formelor de expresie vizibile în dialogul cu societatea reprezintă de câțiva ani buni priorități pe care Muzeul de Mineralogie Baia Mare le-a îmbrățișat în ideea de a se reinventa și de a atenua acea imagine și percepție difuză de „templu”, pe care o au *volens-nolens*, muzeele în dinamica actuală a globalizării, atunci când nu își asumă strategii și politici de dezvoltare în raport cu nevoile culturale, educaționale și de comunicare ale publicului vizitator<sup>1</sup>.

---

\* Șef Serviciu Marketing, Relații Publice, Educație Muzeală; Muzeul de Mineralogie Baia Mare; e-mail: muzeuminbm@gmail.com; www.muzeuminbm.ro

<sup>1</sup> Alexandra Zbucnea, *Marketing în slujba patrimoniului*, Editura Universitară, București, 2008, p. 9.

Locul și rolul unui „muzeu” în era comunicării globale, în care aproape orice informație poate fi obținută instant și în care interesul utilizatorului de informație electronică sau tipărită poate fi ușor dirijat prin campanii agresive de marketing<sup>1</sup> și comunicare către elemente și teme care nu sunt vitale condiției umane și mai ales dezvoltării personalității, este unul de maximă importanță, ca promotor al științei, culturii și educației. Pe de altă parte, adaptarea generației tinere la viteza fulminantă a inovației tehnologice, a conformității sociale și transferul tot mai intens al experiențelor personale de comunicare și trăire în zona realității virtuale, corespunde în plan genetic unei revoluții traduse printr-un IQ dobândit mult superior generațiilor anterioare<sup>2</sup>. Așa încât intuirea realității, a schemelor de funcționare, a relațiilor între obiecte și fenomene pare să fie mult mai la îndemâna tineretului, iar generațiile mai în vârstă depun un efort substanțial de adaptare la complexitatea matricei prezentului. Până și paradigmele culturale ce definesc relația muzeului cu societatea au o viteză mai mare de emergență și adaptare, dar un timp mai scurt de implementare și o volatilitate crescută<sup>3</sup>.

Uneori, pentru a-și asuma acel deziderat de a fi „în pas cu societatea”, muzeele pot urma sau nu trendurile prezentului, iar unul dintre acestea ar putea viza „tableta PC digitală” sau „telefonul smart” de ultimă generație, ca și instrument microelectronic personal cu funcții de office mobil, comunicare și entertainment, conformitatea muzeului fiind potențial legată de utilizarea sau facilitarea utilizării acestui gadget în zona de interpretare a spațiului muzeal, pentru a obține mai multă informație, un conținut îmbogățit grafic, dinamic, în mișcare – sau pentru accesarea unor punți de cunoaștere alternativă, respectiv utilizând ludicul sau alte metode specifice, direcționate spre anumite targeturi de public, în vederea înțelegerii obiective și coerente a mesajului muzeal. Depășind teritoriul experimentului muzeal și cultural, în genere, suportul

---

<sup>1</sup> D. Chandra Bosc, *Modern Marketing: Principles and Practice*, 2010, PHI Learning Private Limited, New Delhi, ISBN – 978-81-203-3945-3, p. 15.

<sup>2</sup> Kaufman, Alan S.; Lichtenberger, Elizabeth (2006). *Assessing Adolescent and Adult Intelligence* (3rd ed.). Hoboken (NJ): John Wiley & Sons, 2010.

<sup>3</sup> Marius Comper, *Cea mai importantă schimbare de mentalitate a secolului al XXI-lea*, în revista *Descoperă.ro*, rubrica cultură, publicat 5.04.2013, articol accesibil la adresa: <http://goo.gl/NtvCo2>.

informațional pentru aceste dispozitive complexe este tot mai larg în societate. Codurile QR, codurile de bare, răspândite peste tot – de la prima pagină a unor ziare și până la etichetele monumentelor istorice, aplicațiile pentru sistemele de operare Android, IOS și windows mobile acoperă o incredibil de mare diversitate de specii de activitate și funcții, iar cele care vizează *augmented reality* (realitatea îmbogățită) par să indice o aspectare impetuoasă a viitorului tehnologiei. Cu toate acestea, căutând, de pildă pe piața de aplicații Android, sunt extrem de puține aplicațiile oferite de muzee, aplicațiile de educație culturală, în genere. Iar această concluzie se referă nu doar la muzeele românești, ci și la muzee din alte țări ale Uniunii Europene<sup>1</sup>. Cartea tipărită devine tot mai mult un lux pe care generațiile tinere îl refuză nu doar din rațiuni financiare, ci și din rațiuni practice - preferând cartea electronică<sup>2</sup> ce îi asigură posibilitatea ca prin atenție distributivă, să fie modern ca imagine, multitasking din perspectiva economiei timpului, portabilitatea celor mai multe dintre activitățile personale fiind o realitate acută, ce trebuie considerată ca atare. Compact disk-ul, ca și disketa ca formule de stocare media sunt aproape dispărute odată cu inserția hard-disk-urilor mobile, a stick-urilor și cardurilor cu capacități de stocare de zeci și sute de ori mai mari. Audio-ghidurile – atât de dorite și de multe ori prezente în muzee frecventabile, sunt acum pe cale de dispariție – deși în România pot capacita încă turistul străin să înțeleagă ceea ce vede, într-o limbă de circulație internațională. Info-kiosk-urile tactile clasice, ce asigurau o oarecare interactivitate în spațiul muzeal și acces multilingv la informație – sunt perimate și datorită imobilității lor, a lipsei de accesibilitate pentru copii sau persoane cu handicap locomotor, a aplicațiilor de susținere neconforme cu așteptările sau/și din multe alte motive – sunt pe cale de dispariție. Asta și pentru că cei mai mulți dintre vizitatori au deja în buzunar un mini-computer portabil ce îi oferă via internet mai multe informații (recenzii, evaluări, imagini, comentarii) mai mult sau mai puțin obiective despre muzeu decât o poate face un site sau o prezentare

---

<sup>1</sup> Institute for Dynamic Educational Advancement (IDEA), *Museums still ignoring mobile, especially small museums*, publicat în 16 aprilie 2012, accesibil pe adresa: <http://goo.gl/frvbgg>

<sup>2</sup> Ciprian Mitoceanu, *Cartea electronică vs. versiunea pe hârtie. Război total sau, pur și simplu, evoluție*, în „Revista de Suspans”, nr.13, editorial – octombrie 2013, articol disponibil la adresa: <http://goo.gl/pml.GdZ>

statică pe un info-kiosk. Ne vom permite exprimarea unor rezerve serioase și în ce privește viitorul pliantului muzeal (sau expozițional) tipărit, având în vedere tendințele de transfer în zona digitală inclusiv a manualului școlar tipărit, fiind preconizată o generalizare a manualului digital interactiv, care este considerat potențial atractiv pentru viitorii utilizatori, elevii.

Un tur virtual al muzeului postat pe site-ul propriu poate oferi vizitatorului potențial indicii vizuale, poate multimedia, furnizate rapid și obiectiv, asupra specificului muzeului și asupra punctelor de interes, vizitatorul potențial realizând înainte de vizita propriu-zisă un tur prospectiv<sup>1</sup>. Dar pentru că vizăm un rol participativ pentru vizitator, propunem problematizarea unui proiect de „pliant digital” sau ghid care, desigur ar trebui numit altfel odată cu renunțarea la pliere-depliere. Și atunci, o denumire alternativă și complementară ar fi cea de „ghid digital” sau „ghid virtual”.

Voi încerca să teoretizez un experiment muzeal de agregare a unui target de public special și de prospectare a unui viitor posibil, un viitor în care – așa cum în școală manualele digitale vor deveni o realitate, așa și vizita la muzeu ar putea fi asistată de un pliant digital. De bună seamă, în actualitate un experiment muzeal care ar testa modul în care inovația muzeală prin dispozitive noi de interpretare este recepționată de către public ar putea avea în același timp o dimensiune strategică, permițând muzeului să-și proiecteze pentru viitor un serviciu permanent asociat acestui produs sau serviciu, una practică, EDUCAȚIONALĂ, de relaționare cu publicul într-un context dinamic, interactiv, nou și, cel puțin la nivel de intenție, plăcut, una de imagine pentru că orice inovație adusă expoziției permanente a muzeului este de manieră să atragă, cel puțin potențial, revizitarea acesteia și una științifică, sociologică – întrucât pune în dialog specialiștii muzeului și diverse categorii de public în scopul problematizării impactului inovației și experimentului în spațiul muzeal. Resursa de interes strategic pentru derularea unui asemenea experiment și implementarea unui proiect pentru viitorul muzeului, pe care l-am și botezat MMXXIII – în ideea că am călători în anul 2023, când o asemenea refuncționalizare ar fi un loc comun, provine dintr-un chestionar aplicat în 2012, cu ocazia implementării

---

<sup>1</sup> Barry Lord, Gail Dexter Lord, *The Manual of Museum Exhibitions*, Boston, 2001, p. 310.

proiectului „Constelații Românești Tradiționale - expoziție digitală”, o expoziție digitală multimedia cu peste 15.000 de vizitatori, chestionar care viza dincolo de particularitățile tematice ale proiectului, receptarea pozitivă sau nu a unei formule de implementare a tehnologiilor digitale în spațiul muzeal. Succesul proiectului nostru și al ideii de expunere virtuală dinamică pe panouri digitale ne-a sugerat ideea creionării unui experiment de ghid digital virtual într-un muzeu. Desigur, vom recunoaște și că necesarul personalului de specialitate, acoperit doar în proporție de 50% în muzeul nostru, poate fi considerat un argument forte al asumării unui asemenea proiect.

Proiectul MMXIII face posibil un spectru de interacțiune cu publicul, într-o paradigmă nouă, în care vizitatorul este invitat să afle TOTUL despre muzeu, să acceseze informația sub forma unui audio-video-ghid sau sub forma unor aplicații ludice, de tipul „Descoperă muzeul printr-un joc” și este chemat să sesizeze conexiuni temporale dintre mineralele expuse, fenomenele extreme care parțial au generat actuala situație geologică a zonei Baia Mare (vulcanismul) și habitatul preistoric al regiunii în care se poate presupune inclusiv existența dinozaurilor mici. MMXIII este un proiect experiment de proiecție al unui muzeu al viitorului pentru că oferă o secțiune de comunicare interactivă EULA (Eu la MUZEU), prin intermediul căreia vizitatorul își poate face publice impresiile LIVE, chiar din spațiul muzeului, pe o pagină a rețelei de socializare a Muzeului, ce va fi pusă la dispoziție. Un proiect pentru muzeul viitorului, un experiment socio-cultural cu intenție de inovare muzeală și maximă interactivitate.

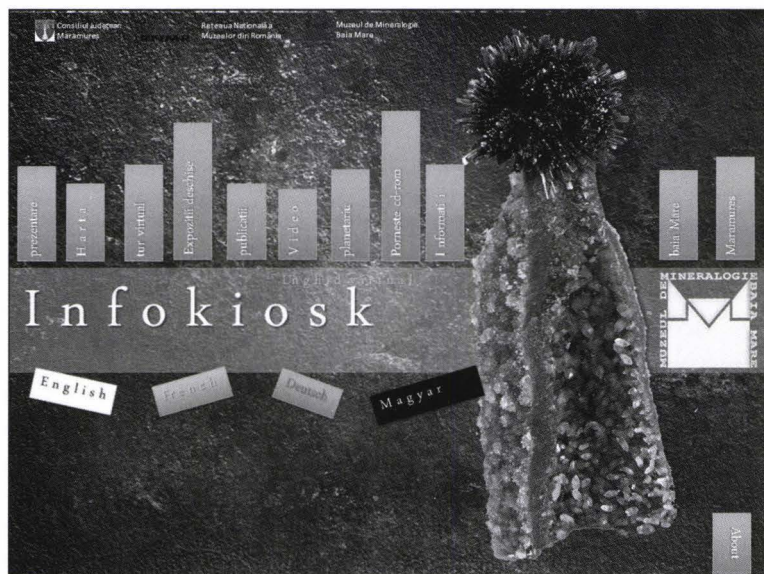
Muzeul în pas cu societatea este așadar mesajul transmis de acest proiect care: experimentează inovația tehnologică în spațiul muzeal; oferă un quantum sporit de informație specifică complexă tradusă în limbajul vizitatorului prin diverse expresii și proiecții audio-vizuale, cu un impact educațional mult mai puternic; redimensionează relația vizitator-muzeu: vizitatorul devine participant activ (actant) și chiar ghid-muzeograf (prin voluntarii instruiți) la vizitarea muzeului; generează experiențe noi, memorabile, altfel aproape imposibile: vizitatorul nevizitat descoperă direct și este atenționat asupra pieselor extrem de valoroase – pe care altfel le-ar trece cu vederea; experiența unică de contact – contactul cu 15 piese valoroase – considerate reprezentative și spectaculoase din mai multe



puncte de vedere: sunt puține muzee care să ofere cunoașterea globală a unor obiecte etalon din expoziție (totul despre acest obiect) – un obiect de colecție prismatic – văzut din mai multe perspective de cunoaștere și înțelegere (o asemenea prezentare poate conține o poveste, documentarea obiectivă a obiectului, chimia obiectului geologic, perspectiva artistică ce pune în valoare calitățile estetice ale obiectului, proiectarea ca valoare în ansamblul colecției și în plan internațional – dacă obiectul este unic sau foarte rar, asocierea vizuală cu alte lucruri sau ființe din natură – dacă aceasta există etc.); mediază transmiterea directă a impresiilor vizitatorului în spațiul public. Impresiile despre muzeu sunt directe și obiective – sunt înregistrate în format audio sau video (în funcție de dorința vizitatorului) și sunt stocate (arhivate) în memoria tabletei; generează un dialog – prin problematizare în forum – cu societatea privind viitorul muzeului în societate; oferă o experiență interactivă și inedită vizitatorilor săi; generează beneficii de imagine; atrage noi categorii de vizitatori; oferă un ghid interactiv spectaculos pentru vizitarea muzeului; oferă specialiștilor muzeului care studiază impactul muzeului asupra vizitatorilor surse de evaluare mai obiectivă a ceea ce dorește și așteaptă vizitatorul de la muzeu – implicând o responsabilitate mai mare în organizarea activităților culturale. Scopul proiectului este de a experimenta dintr-o perspectivă cu totul inedită o „vizită memorabilă la muzeu”, prin implementarea unei platforme informaționale pe unități mobile de comunicare digitală (tablete Internet, susținute de conexiuni internet stabile), care să ofere conținut informațional audio-vizual interactiv în întâmpinarea vizitatorului presupus a fi posesorul unui smartphone, deținătorul unei tablete sau Ipad, cunoscător minimal al navigării pe un dispozitiv dotat cu touchscreen, acest experiment constituind în sine o valoare adăugată.



*Muzeul de Mineralogie Baia Mare*



*Interfața grafică Info-kiosk în expoziția de bază*



Prezent și viitor MMXXIII - Design interfață pentru ghidul virtual pe tableta digitală

## Bibliografie:

- BARRY Lord, Gail Dexter Lord. *The Manual of Museum Exhibitions*. 2001.
- BOSE Chandra. *Modern Marketing: Principles and Practice*. New Delhi, PHI Learning Private Limited, 2010.
- COMPER, Marius. *Cea mai importantă schimbare de mentalitate a secolului al XXI-lea*. În revista *Descoperă.ro*, rubrica cultură, publicat 5.04.2013, articol accesibil la adresa: <http://goo.gl/NtvCo2>
- Institute for Dynamic Educational Advancement (IDEA), *Museums still ignoring mobile, especially small museums*, publicat în 16 aprilie 2012, accesibil pe adresa: <http://goo.gl/frvbgg>
- KAUFMAN, Alan S.; LICHTENBERGER, Elizabeth. *Assessing Adolescent and Adult Intelligence* (3rd ed.). Hoboken: John Wiley & Sons, 2010.
- MITOCEANU, Ciprian. *Cartea electronică vs. versiunea pe hârtie. Război total sau, pur și simplu, evoluție*. În „Revista de Suspans”, nr. 13, editorial – octombrie 2013, articol disponibil la adresa: <http://goo.gl/pmLGdZ>
- ZBUCHEA, Alexandra. *Marketing în slujba patrimoniului*. București, Editura Universitară, București, 2008.

# Expozițiile temporare - activități educaționale

## Temporary exhibitions - educational activities

Gabriela CUZEPAN\*  
Ana-Maria PĂPUREANU\*\*

**Abstract:** *The Museum of Natural History from Sibiu, department of the Brukenthal National Museum, through its collections, projects, and exhibitions contributes to the educational process of the community in the field of the environmental protection. Temporary exhibitions *Animals' Stories* (during June - November 2012, 78 exhibited items, 7.031 visitors) and *Legends of Nature* (during March - April 2013, 7.347 visitors) have integrated for the already existing curriculum - the knowledge about the animals from the fauna of our country and others - the multidisciplinary side of the museum heritage broadening and diversifying the visitor's experience, stimulating informal education.*

**Keywords:** *Museum of Natural History from Sibiu, museum pedagogy, temporary exhibition*

**Cuvinte cheie:** *Muzeul de Istorie Naturală din Sibiu, pedagogie muzeală, expoziție temporară*

---

### Introducere

Expozițiile temporare ale Muzeului de Istorie Naturală din Sibiu, departament al Muzeului Național Brukenthal, prin tematica aleasă, justifică caracterul cultural-educativ pentru/despre și în natură al instituției. Muzeul prin colecțiile, proiectele și expozițiile sale contribuie la procesul educativ al comunității în domeniul protecției mediului. Tematica expozițiilor temporare ale Muzeului de Istorie

---

\* Muzeograf, Muzeul Național Brukenthal, departamentul Muzeul de Istorie Naturală;  
e-mail: gabrielacuzepan@gmail.com;  
<http://www.brukenthalmuseum.ro/naturale/index.html>

\*\* Muzeograf, Muzeul Național Brukenthal, departamentul Muzeul de Istorie Naturală;  
e-mail: anamaria.papureanu@gmail.com;  
<http://www.brukenthalmuseum.ro/naturale/index.html>

Naturală se bazează pe cercetări prealabile ale patrimoniului muzeal existent, pe studiile științifice din domeniul educației muzeale și mai ales pe părerile, dorințele și necesitățile imediate ale publicului său, indiferent de categoria din care acesta face parte.

Pentru a asigura dezvoltarea durabilă a publicului vizitator, care manifestă interes clar, susținut pentru expozițiile temporare ale muzeului nostru, conținutul expozițiilor temporare viitoare a fost analizat din perspectiva a trei dimensiuni:

1. conținutul de educație socio-cultural: constând în educația timpului liber, educația pro-patrimoniu și pentru memorie națională, educația pentru valori fundamentale ale culturii și educația estetică;

2. conținutul de educație ambientală, pentru mediu: prin noțiuni legate de conservarea animalelor și a habitatelor acestora;

3. conținuturi de educație și formare științifică - profesională prin: gradul de conținut al cunoștințelor generale, al dezvoltării competențelor și nu în ultimul rând educația pentru lectură.

Succesul expozițiilor constă, de asemenea, în înțelegerea complementarității dintre învățarea formală, cea non-formală și cea informală. Vizitatorul, deținând un bagaj de cunoștințe dobândit prin învățarea formală, calcă pragul muzeului pentru a-și petrece timpul liber într-un mod agreabil, loisir-ul lui fiind resursa fără de care muzeul nu ar putea funcționa. Expoziția temporară pe care o va vizita este contextul care generează punți între învățarea formală, nonformală, dar și informală. Venind la muzeu, vizitatorul are ca scop clar, deliberat să învețe, să descopere noi cunoștințe sau să fixeze altele deja dobândite, astfel el își planifică și asumă învățarea, participând la propria formare conform principiului participativ care stă la baza educației nonformale. Curriculumul este impus de muzeu prin expozițiile sale temporare, vizitatorul nu poate negocia ceea ce urmează să vadă, să învețe sau nu? informațiile asimilate.

De la aceste premise s-a pornit în realizarea expozițiilor temporare *Animale de Poveste* (desfășurată în perioada iunie - noiembrie 2012) și *Legendele Naturii* (desfășurată în perioada martie - aprilie 2013). Nivelurile de integrare curriculară rezultate prin aceste expoziții temporare au fost multiple:

- pluridisciplinaritatea: tema expoziției aparținând unui domeniu a fost analizată din perspectiva mai multor discipline, care

își păstrează structura și independența conceptuală. Animalele, obiecte de patrimoniu aparținând Muzeului de Istorie Naturală, rezultate în urma cercetării și dezvoltării științelor biologice, apar într-o nouă lumină ca personajele unor fabule și legende populare, cunoscute sau mai puțin cunoscute de vizitator;

- interdisciplinaritatea: prin intermediul textelor din sală animalul expus poate fi studiat din prisma mai multor discipline fără să își piardă independența (literatură, geografie, biologie, filozofie, istorie naturală);

- monodisciplinaritatea: fie că dorește să citească fabulele sau legendele ce au însoțit animalele, fie că nu, fie citește doar textul științific – biologic, fie doar privește exponatul, vizitatorul este supus involuntar procesului de educație informală.

Ambele expoziții au fost incluse în circuitul Muzeului de Istorie Naturală, fără taxă suplimentară. Considerând numărul total de vizitatori ai Muzeului de Istorie Naturală în perioada de desfășurare a expozițiilor, putem spune că expoziția temporară *Animale de Poveste* a fost vizitată în 2012, timp de șapte luni, de 7.031 vizitatori, iar anul următor în doar două luni 7.347 vizitatori au frecventat expoziția temporară *Legendele Naturii*. Vizitarea s-a făcut dirijată, la cererea publicului, sau non-dirijată.

### *Contextul*

Conținutul de educație ambientală, pentru mediu derivă din misiunea generală a muzeului. Misiunea unui muzeu de istorie naturală este studiul patrimoniului natural al României și de pe glob prin intermediul colecțiilor, transmiterea și răspândirea rezultatelor acestui studiu cu scopul de educare și sensibilizare a publicului față de protecția mediului, a speciilor și a habitatelor, concomitent cu petrecerea agreabilă a timpului liber.

Din punctul de vedere al conținutului de educație socio-culturală problema vizată a fost aceea că vizitatorul de rând al unui muzeu de istorie naturală nu percepe exponatele ca obiecte de patrimoniu național, ca valori culturale – științifice rezultate ale dezvoltării biologice ca știință, ci ca rezultate ale taxidermiei. Această percepție este negativă muzeului, iar educarea publicului spre o atitudine pro-patrimoniu este anevoioasă. Astfel, este necesară o



abordare alternativă și anume transpunerea obiectului într-o altă ipostază, extragerea animalului din vitrina clasică a expoziției generale, din butaforia mediului său de viață și așezarea lui într-o nouă lumină, cea a personajului unei fabule sau legende.

Considerând conținuturile de educație și formare științifică – profesională textele au fost editate corespunzător educației în folosul științelor biologice și educației pentru lectură. Educația pentru lectură a constat în microetichete cuprinzând fabulelor lui Esop, Jean de la Fontaine, Alecu Donici, Grigore Alexandrescu, legendele folclorice tradiționale românești precum cele culese de către etnologul S. Fl. Marian (1847 – 1907), dar și legende din folclorul universal.

Din perspectiva conținutului de educație pentru mediu expozitele nu au fost alese întâmplător. Din nefericire, actual, animalele devin legende nu datorită imaginației și forței noastre creatoare, ci din pricina nepăsării și ignoranței noastre cum este cazul zăganului, care a fost unul dintre protagoniștii expoziției temporare *Legendele Naturii*. Astfel, prin expunerea acestor legende cu final trist, curatorul acestei expoziții a dorit să atragă atenția publicului și asupra necesității conservării biodiversității, punctând astfel unul dintre elementele de bază ale misiunii unui muzeu de istorie naturală.

### *Expoziția pilot – activitate educațională*

Pentru a asigura succesul expozițiilor temporare propuse *Animale de Poveste* și *Legendele Naturii* a fost realizată o expoziție de dimensiuni reduse, o expoziție pilot. Trei vitrine au fost amplasate în sala de activități educaționale a muzeului la sfârșitul lunii mai. Aceste vitrine au fost nucleul desfășurării activității educaționale *Ora de lectură - Animale de Poveste*, organizată de către Muzeul de Istorie Naturală cu ocazia Zilei Internaționale a Copilului (1 iunie 2012). Activitatea educațională a cuprins, timp de o oră, un program atractiv pentru copii: participanții au citit fabule. Protagonisții fabulelor (lupul, vulpea, vulturul, bufnița și mulți alții) s-au aflat lângă participanți, înlesnind transpunerea cititorilor în universul fabulos. Elevii au fost rugați să compună singuri morala fabulei și să formuleze o serie de întrebări și răspunsuri cu privire la caracteristicile biologice ale acestor animale. Toate datele au fost incluse pe o fișă individuală de lucru, întocmită de curatorii expoziției și completată de elevi (Fig. 1a, b).

Deoarece activitatea educațională s-a desfășurat sub îndrumarea muzeografului a fost necesară evaluarea accesibilității informației din vitrine, conectivitatea exponat – text de sală, fără nici un ajutor din partea acestuia. În vitrine au fost etalate animale care nu au fost prezentate pe durata activității educaționale. Expoziția pilot – activitate educațională a fost un succes atât din punctul de vedere al curatorilor cât și al participanților, înaintând demersurile vernisării expoziției temporare propuse *Animale de Poveste* (78 de exponate) în data de 6 iunie 2012 și includerea planului expoziției temporare *Legendele Naturii* (50 de exponate) pentru anul 2013.



Fig. 1. a: *Aspecte din timpul activității educaționale Ora de lectură – Animale de Poveste organizată de către Muzeul de Istorie Naturală cu ocazia Zilei Internaționale a Copilului (1 iunie 2012)*

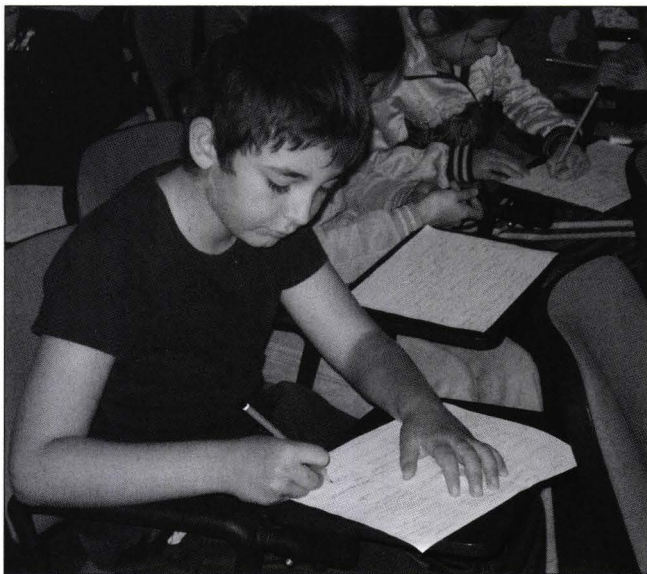


Fig. 1. b: *Aspecte din timpul activității educaționale Ora de lectură – Animale de Poveste organizată de către Muzeul de Istorie Naturală cu ocazia Zilei Internaționale a Copilului (1 iunie 2012)*

#### *Vernisaj – activitate educațională*

Expoziția temporară *Legendele Naturii* a fost organizată după modelul expoziției *Animale de Poveste*, dar a fost concepută pentru o perioadă scurtă de expunere. Timp de două luni, vizitatorul muzeului nu a descoperit protagoniștii unor fabule, ci animalele care au generat legende datorită aspectului, comportamentului și adaptărilor lor. Patrimoniul vast al Muzeului de Istorie Naturală din Sibiu, de peste un milion de piese, este, din acest punct de vedere, o adevărată culegere de legende. Un beneficiu secundar oferit vizitatorului acestei expoziții temporare este acela al redescoperirii legendelor folclorice tradiționale românești. Lângă legende au fost editate texte științifice biologice și geografice, cu scopul de a satisface toate clasele de vizitatori, de la cei specializați care doresc să descopere latura științifică a specimenului, până la vizitatorul de rând care poate beneficia de o gamă largă de informații, din care poate alege. Curriculumul impus de această expoziție s-a lărgit comparativ cu expoziția *Animale de Poveste*.

Sala multimedia a Muzeului de Istorie Naturală din Sibiu dispune de un spațiu special amenajat expozițiilor temporare cuprinzând 11 vitrine mobile de trei tipuri. Vitrinele au fost așezate în funcție de funcționalitatea spațiului expozițional, ca apoi piesele să fie aranjate ca expresie a esteticului urmărind conceptul expozițional.

Circuitul expozițional, în cazul ambelor expoziții temporare, a fost accesibil, vizitatorul a beneficiat la maxim de experiența educațională a expoziției. Obiectele expuse liber, indiferent de dimensiunea lor, în afara vitrinelor, au fost cele care au atras vizitatorul. Dacă în cadrul expoziției *Animale de Poveste* au existat două astfel de obiecte, expoziția *Legendele Naturii* a beneficiat de cinci expozate, care au fost punctele de atracție.

Element de noutate a fost și vernisajul expoziției din data de 22 martie 2013. Experiența vernisajului clasic nu este agreată de elevi, publicul majoritar al muzeului nostru. Vernisajul expoziției a fost o activitate educațională, clasele înscrise au asistat timp de treizeci de minute la ghidaj gratuit în noua expoziție temporară (Fig. 2 a, b) ca apoi următoarea jumătate de oră să asiste la o prezentare (gratuită) în sala multimedia a muzeului dedicată Orei Pământului 2013: *Schimbarea suntem noi! Fiecare eu, fiecare tu. Împreună*, eveniment susținut de Muzeul Național Brukenthal, prin intermediul Muzeului de Istorie Naturală (Fig. 3 a, b).



Fig. 2 a: Ghidajul desfășurat cu ocazia vernisajului expoziției temporare *Legendele Naturii*





Fig. 2 b: Ghidajul desfășurat cu ocazia vernisajului expoziției temporare *Legendele Naturii*



Fig. 3 a: Prezentarea susținută cu ocazia Orei Pământului 2013 în cadrul vernisajului expoziției temporare *Legendele Naturii*



Fig. 3 b: *Prezentarea susținută cu ocazia Orei Pământului 2013 în cadrul vernisajului expoziției temporare **Legendele Naturii***

La activitate au participat în ziua vernisajului 125 elevi, toate activitățile fiind susținute de curatorul expoziției. În zilele ce au urmat vernisajului cadrele didactice din Sibiu și-au manifestat interesul să participe la o activitate similară (Fig. 4 a, b).



Fig. 4 a: *Activitate educațională în expoziția temporară **Legendele Naturii** desfășurată ulterior vernisajului*



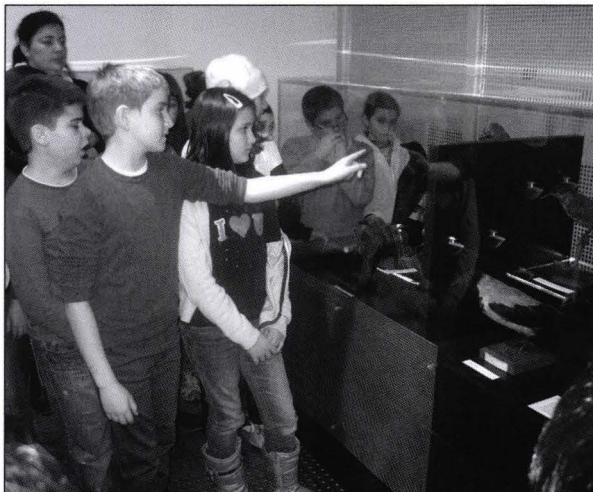


Fig. 4 b: *Activitate educațională în expoziția temporară **Legendele Naturii** desfășurată ulterior vernisajului*

Asocierea activităților legate de expoziția temporară cu sărbătorirea Orei Pământului a oferit un plus de importanță vernisajului. Elevii și-au canalizat toată atenția asupra explicațiilor legate de efectele nocive ale încălzirii globale și cum pot ei contribui la stoparea acestora.

Datorită feedbackului pozitiv din partea elevilor, cadrelor didactice și vizitatorilor și mulțumită numărului mare de participanți acest mod original de a vernisa o expoziție temporară va fi adoptat periodic la Muzeul de Istorie Naturală.

#### *Promovarea media*

Activitățile educaționale desfășurate cu ocazia expozițiilor temporare au fost promovate on-line. Promovarea a constat în: trimiterea unui mesaj individual către cadrele didactice, folosindu-se baza de date internă a muzeului și prin postarea unei invitații adresată cadrelor didactice și elevilor pe blog-ul și pagina de Facebook a Muzeului de Istorie Naturală. Tematica și specificul activității educaționale asociate expozițiilor *Animale de poveste* și *Legendele Naturii*, a beneficiat de o prezentare în rubrica *Expoziții temporare* pe site-ul oficial al Muzeului Național Brukenthal dar și pe blog-ul Muzeului de Istorie Naturală la rubrica *Expoziții*.

## Două biografii. Muzeul și satul

Two biographies. The museum and the village

Ovidiu DANEȘ\*

**Abstract:** *The landscape is strewn with objects and the object is the tool through which human inter-relations are read, which produces exchanges between individuals and structures societies, a dynamic entity that can incorporate simultaneously multiple functions. In the case of the ASTRA Museum, the site accommodates the landscape and the exhibited object following the recipes of the traditional. An architecture object is produced out of the raw material given by the natural environment in the vicinity and integrated accordingly. Practically this is the most general definition of the concept of sustainable development which we find in the Romanian traditional society.*

**Keywords:** *landscape, ethnographic item, environment, sustainable development, collective memory, The Dragu-Brad Grove, ASTRA Museum, CultTour project, VOLAM*

**Cuvinte cheie:** *peisaj, obiect etnografic, mediu, dezvoltare durabilă, memorie colectivă, Crângul din Dragu-Brad, Muzeul ASTRA, proiect CultTour, VOLAM*

---

Memoria este inevitabil legată de prezent, iar reactivarea ei este un proces care poate fi urmărit pe mai multe paliere. Ce anume este perceput ca „valoros și original”, în ce context se produce recuperarea memoriei colective, care este gradul de distorsiune al memoriei? În acest sens, Michael Schudson identifică patru modele ale alterării memoriei: distanțarea de obiect, instrumentalizarea, narativizarea și procesul de cunoaștere a memoriei. Distanțarea ar descrie o blurare a memoriei și o pierdere a intensității emoționale față de obiect. Instrumentalizarea este definită prin felul în care trecutul este adus în contemporaneitate, narativizarea este transpunerea memoriei în povestiri și procesul de cunoaștere ar presupune o scenografie, sau o reorganizare a evenimentelor cu

---

\* Fundația Dala, e-mail: ovidiudanes@yahoo.com

impact literalmente memorabil<sup>1</sup>. Toate cele patru moduri de distorsiune a memoriei angajează pe de o parte comunitatea locală în relație cu propriul său obiect, pe de altă parte ele reflectă o necesitate instituțională de a recupera o memorie colectivă care depășește limitele locale, dobândind o valoare mai „generală”.

Muzeul Civilizației Populare Tradiționale ASTRA prezintă toate cele patru modele de distorsiune ale memoriei. Distanțarea de obiect este exprimată prin calitatea de exponat în cadrul instituției și pierderea statutului de obiect funcțional în cadrul comunității sursă. Instrumentalizarea memoriei presupune reamplasarea obiectului și expunerea practicilor asociate comunității sursă. Narativizarea corespunde animațiilor culturale, iar „procesul de cunoaștere”, display-ului și strategiei de comunicare a evenimentelor.

Schema propusă de Michael Schudson aplicată Muzeului Civilizației Populare Tradiționale ASTRA comportă un grad de relativizare și o actualizare a categoriilor propuse de antropologul american în funcție de evoluția conceptuală a instituției. Prin urmare reutilizarea resurselor muzeului presupune o nouă accesare a memoriei colective rurale și o traducere a practicilor rurale într-o strategie instituțională care mizează pe refuncționalizare, producție, educație și formare profesională.

Obiectul etnografic expus în Muzeul Civilizației Populare Tradiționale ASTRA stabilește relații cu locul sursă, cu spațiul pe care îl ocupă în muzeu și cu peisajul pe care-l formează în urma procesului de relocare-reconstituire. Asigură un transfer de practici și cunoștințe prin care instituția muzeului devine parte a unui sistem formativ. Locul, definit de Certeau ca „ordine după care elementele sunt distribuite în raporturi de coexistență”, spațiul ca element dinamic, tensionat și edificator, „loc practicat”<sup>2</sup> și peisajul ca imagine culturală edificată în 50 de ani fac din Muzeul Civilizației Populare Tradiționale ASTRA un instrument de lucru cu profil educațional, prin care se construiesc trei identități diferite, locul de origine al obiectului transformat în exponat, spațiul muzeului în care obiectul relocat este expus și peisajul rămas/construit în urma procesului.

---

<sup>1</sup> Mukerji, Chandra; Schudson, Michael, 1991, *Rethinking Popular Culture: Contemporary Perspectives in Cultural Studies*. U of California P., p. 358-9.

<sup>2</sup> Michel de Certeau, *L'invention du quotidien. 1. Arts de faire*, Gallimard, Paris, 1990, p. 173.

Materia primă o constituie satul românesc care momentan se mișcă între două limite:

1. Satul ca extensie urbană.
2. Satul ca loc abandonat.

Ambele implică o dinamică a locului și spațiului în raport cu peisajul.

Dacă vom considera Muzeul Civilizației Populare Tradiționale ASTRA un obiect, sau o serie de obiecte, atunci abordarea lui impune câteva precizări. Etimologic, obiectul are două rute, prima potrivit Oxford English Dictionary fixează originea cuvântului obiect în latinescul *obicere* și desemnează un act de blocare a unei acțiuni, un act împotriva a ceva, a doua, comună filozofiei europene, se referă la un lucru care are materialitate, în acest sens un obiect este un mijloc prin care are loc o acțiune.

Analizând obiectul etnografic ca valoare comună dată de funcționalitatea și semnificația inițială a obiectului pentru grupul social care l-a produs, atunci, teoretic, un muzeu etnografic devine un sistem de colectare care poate transmite un sistem de practici. În cazul izolat al Muzeului Civilizației Populare Tradiționale ASTRA o parte a resursei umane specializate a fost formată în sisteme de practici și ocupații locale, fapt care ar explica evoluția și extinderea muzeului în ultimii ani. În acest sens nucleul profesional al muzeului devine o platformă educațională și formativă.

Pe de altă parte obiectul etnografic a fost considerat în anumite culturi ca instrument de negociere și ierarhizare a unei comunități și poate fi *citit* în contextul ideologic și social în care au fost identificate<sup>1</sup>. Astfel, reconstituirea cuplului obiect-funcție socială în cadrul Muzeului Civilizației Populare Tradiționale ASTRA poate aduce un discurs muzeografic nou, în sensul în care modalitățile de reutilizare a obiectului-exponat vizează recuperarea contextului, memoriei colective și ar permite transmiterea de cunoștințe despre comunitățile sursă.

Crângul din Apuseni este o locuire comunitară izolată, care ocupă suprafețe mari cu topografii, resurse, ocupații și practici specifice zonelor montane și submontane.

---

<sup>1</sup> Hodder, Jan, «Distribution of Material Culture Items in the Baringo District, Western Kenya», JSTOR, Volume: 12, Issue: 2, p. 239-269. La Hodder accentul cade pe natura simbolică a artefactelor care structurează discursul despre obiect.

Conceptul propus de Fundația Dala, integrat în strategia de dezvoltarea pe termen lung a Muzeului ASTRA Sibiu s-a construit pe trei niveluri: redefinirea instituției muzeului ca instrument de mediere între comunități locale și public, experimentarea grădinii-peisaj și muzeul ca expunere a memoriei colective. Astfel, în 2010, s-a conturat ideea unui sit pilot care și-a propus explorarea crângurilor din Apuseni.

Situația actuală a crângurilor apusene și reprezentarea lor semnificativă în cadrul Muzeului ASTRA, 28 de obiecte construite, locuințe, anexe, instalații și au determinat o abordare sensibil diferită față de practicile expunerii, muzeografiei etnografice, concentrate pe relocare și expunere de monument/obiect.

În acest sens cercetarea desfășurată în perioada 2010-2013 a vizat crângurile aflate la granița județelor Hunedoara și Alba: Dragu-Brad, Ticera, Reț, Groșuri, Poienile Vidrei, Lăzești, Boculești, Hoancă, Luminești, Valea Verde, Vulcan, Dumbrava de Sus, Obârșia, Hănășești, Pătruițești, Stănești, Roșești și Băi. O zonă relativ omogenă topografic, ocupațional, și arhitectural.

În linii mari proiectul a evoluat în următoarele secvențe:

- După o prealabilă cercetare a arhitecturii din aria menționată, în 2010 a urmat relocarea în Muzeul ASTRA a gospodăriei aparținând familiei Raț din crângul Dragu-Brad. Criteriile de selecție au combinat evoluția în timp a sistemului de locuire, gradul de abandon și degradarea obiectului din momentul părăsirii crângului, 2004, până în momentul relocării.
- Alegerea locului și restaurarea gospodăriei în cadrul Muzeului ASTRA, 2010-2013.
- Cercetarea practicilor și ocupațiilor din crângurile apusene, 2010-2013.
- Expunerea comunității.

Pornind de la premisa că orice obiect are o biografie care se construiește în mod asemănător celei umane<sup>1</sup>, produce sensuri, interacțiuni, sau medieri, gospodăria din Dragu-Brad a fost abordată

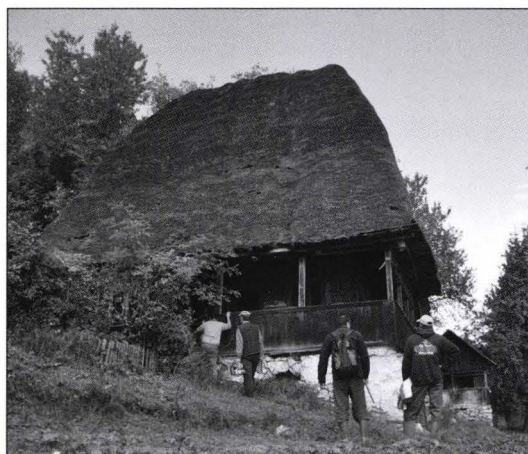
---

<sup>1</sup> Kopytoff, Igor, 1986, «The cultural biography of things: commoditization an process», in Appadurai, Arjun, *The social life of things, Commodities in cultural perspective*, Cambridge University Press, p. 65-94.

din perspectiva unei duble istorii. Prima încheiată în 2004, atunci când ultima familie, Raț, proprietara gospodăriei relocate în muzeu a părăsit crângul. Pe această linie demersul nostru a constat într-un efort de recuperare a memoriei colective asupra locului prin intermediul foștilor proprietari<sup>1</sup> și ai locuitorilor satelor învecinate. A doua a început prin procesul de demontare și reconstrucție a gospodăriei din Dragu-Brad în Muzeul ASTRA, continuată prin expunerea pe termen lung a comunității locale în cadrul celor două obiecte construite, casă, șură. Display-ul interior s-a construit pe trei paliere: expunerea ocupațiilor și practicilor locale, expunerea istoriei foștilor proprietari și un spațiu de documentare.

Informațiile au fost obținute prin instrumente și în medii diferite, filmări aeriene și de la sol, culegere de informație orală, cartări, relevee, documentație fotografică care a presupus constituirea unei echipe mixte: 2 etnografi, 3 arhitecți, 1 istoric de artă, 1 artist vizual, 2 fotografi, 2 operatori video, grupe de voluntari și localnici.

Crângul din Dragu-Brad, complet abandonat din 2004 a fost propus ca sit pilot în aprilie 2013 în cadrul proiectului CultTour (Cultural heritage as a focal point for sustainable tourism), continuat prin platforma de voluntariat și practici universitare, VOLAM (Volunteering in ASTRA Museum) în septembrie 2013.



*Demontare*

---

<sup>1</sup> Raț Dorica (Porodica) proprietara gospodăriei din Dragu-Brad a decedat în 2012.





*Demontare*



*Reconstrucție în muzeu*

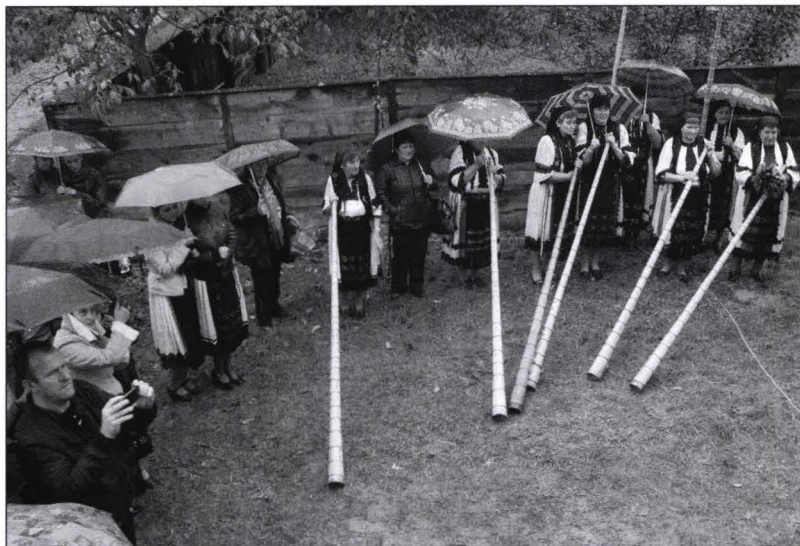


*Reconstrucție în muzeu*



*Vernisarea gospodăriei din Draġu-Brad (Purcariu), județul Hunedoara,  
în cadrul Sesiunii aniversare 50 de ani - Muzeul în aer liber din Dumbrava Sibiului.  
Amintiri. Realizări. Perspective*

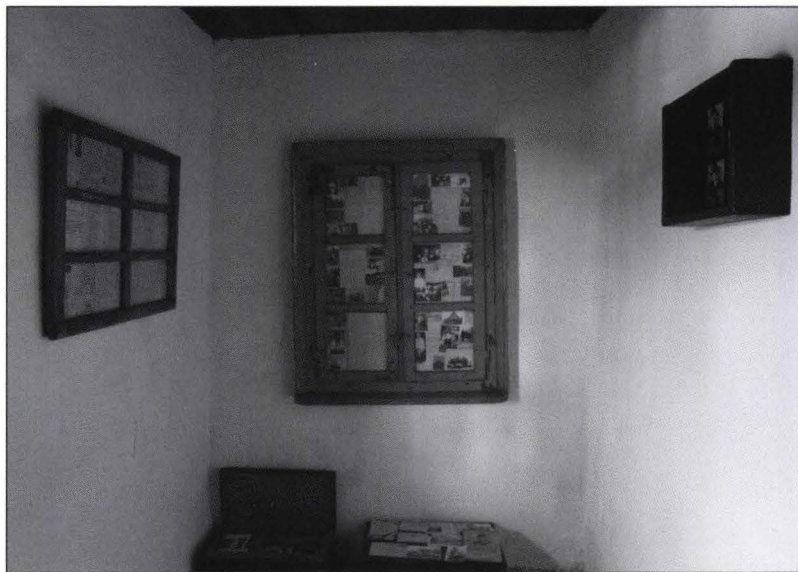




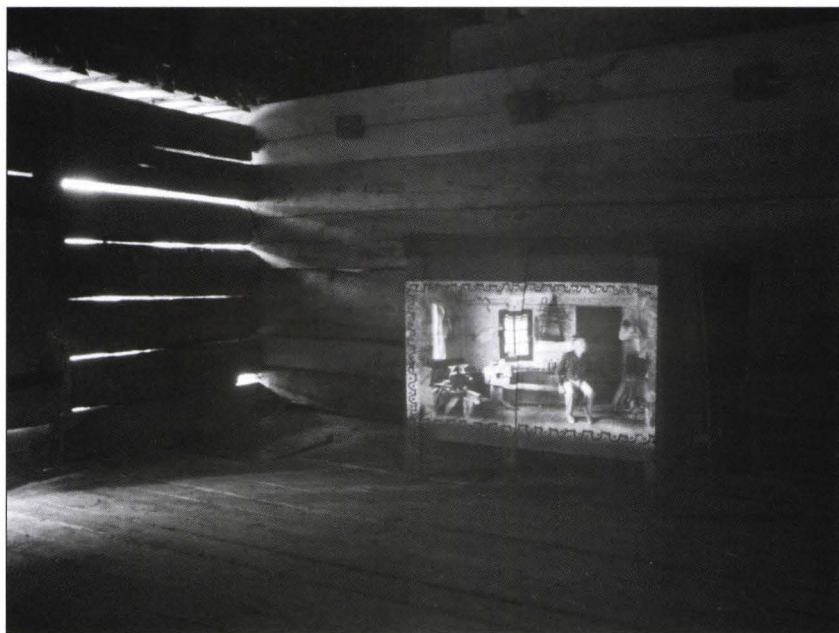
*Vernisaj*



*Expoziție Crânguri din Apuseni*



*Expoziție Crânguri din Apuseni*



*Expoziție Crânguri din Apuseni*



## **Bibliografie:**

- MUKERJI, Chandra; SCHUDSON, Michael. *Rethinking Popular Culture: Contemporary Perspectives in Cultural Studies*. U of California P., 1991.
- CERTEAU, Michel de. *L'invention du quotidien. 1. Arts de faire*. Gallimard, Paris, 1990.
- HODDER, Jan. *Distribution of Material Culture Items in the Baringo District, Western Kenya*. JSTOR, Volume: 12, Issue: 2. La Hodder accentul cade pe natura simbolică a artefactelor care structurează discursul despre obiect.
- KOPYTOFF, Igor. *The cultural biography of things: commoditization an process*. In Appadurai, Arjun, *The social life of things, Commodities in cultural perspective*, Cambridge University Press, 1986.

## Franz Binder

### - de la personaje exotice la simbol comunitar

Franz Binder: From an exotic character to a community symbol

dr. Angela DOBRESCU\*

**Abstract:** *By means of a case study, the contribution discusses about some of the challenges raised by the design and implementation of a museum promotion concept. The project described by the author (who has also been its manager) was established as a non-governmental initiative meant to increase the public visibility of two museum exhibitions evocative for the memory of the 19th century Transylvanian-Saxon explorer Franz Binder.*

*The core objective of the project was the creation of a customized narrative combining a historical and a sociological approach, which was eventually distributed and debated by means of interactive educational methods. Due to these actions the audience of the two mentioned museums, located in Sibiu and Sebeș, increased in only one week with more than 500 secondary school pupils.*

*The feedback received by the project provides significant insights for a renewal of the museum's identity as an institution that values the cultural difference and intercultural communication.*

**Keywords:** *museum marketing, museum education, interactive methods, inclusive museum, cultural difference, intercultural communication*

**Cuvinte cheie:** *marketing muzeal, educație muzeală, metode interactive, muzeu incluziv, diferențe culturale, comunicare interculturală*

---

Demersul muzeologic prezentat aici explorează o tensiune conceptuală și propune unele soluții. Perspectiva strategiilor de marketing valorizează în general pozitiv ineditul unei oferte, recomandând explicit sau implicit, ca formulă de succes, întâmpinarea și satisfacerea preferințelor publicului pentru „exotism”

---

\* Sociolog, manager de proiecte; Grupul pentru Inițiativă Locală (GIL) CORON-1, Brașov; angeladobrescu@yahoo.com

(Loewenstein, 2007). Pe de altă parte, nevoia de promovare a comunicării între culturi, ca obiectiv al educației publice contemporane, impune o delimitare de mentalități perimate moral și conceptual care îl clasează pe celălalt ca „exotic”, dacă nu ca „primitiv”, doar pentru că este diferit (MacClancy, 2002), în contextul unei cunoașteri exterioare, adeseori sumare sau cvasi-nule, a acestuia. Conceptul de interpretare muzeală adaptat pentru elevi pe care l-am propus în anul 2013, ca ilustrare a unei viziuni mai ample de remodelare strategică a identității Muzeului *Franz Binder* din Sibiu, respectă principiile unei „economii a semnificației”, înțeleasă ca extensie socială și temporală a sinelui (Karlsson et alii, 2007). Simultan, am căutat o mediere cognitivă între spiritul contemporan al corectitudinii politice și curriculumul nostru școlar, care familiarizează într-o măsură insuficientă elevii cu valorile interculturalității.

Ne referim aici la acțiuni organizate de Grupul pentru Inițiativă Locală (GIL) *CORONA*, organizație neguvernamentală care, înființată la Brașov în anul 2000, și-a asumat încă de la început misiunea de a atrage atenția generațiilor actuale cu privire la importanța patrimoniului cultural local. Ce și-a propus, de-a lungul anilor, GIL *CORONA*? Promovarea unui mod prietenos, inovativ și interactiv de prezentare a muzeelor, creșterea atractivității acestora în rândul comunității lor imediate, dar și promovarea acestor instituții creatoare de identitate pentru atragerea de vizitatori din afara localităților. În acest cadru, în anul 2013 am urmărit o remodelare a identității expoziției muzeale sibiene *Din cultura și arta popoarelor lumii* printr-un concept de promovare pe care l-am propus elevilor din ciclul gimnazial.

O primă provocare a fost cea stilistică. În evaluarea noastră realizată încă din anul 2011, pliantele muzeale asigurau o comunicare prea formală cu elevii; de aceea, am găsit utilă înlocuirea lor cu o poveste adaptată vârstei celor cărora ne adresam. În 2012 am elaborat și editat povestea în formatul specific unei colecții de carte pentru copii, format care avea să faciliteze substanțial transmiterea mesajului. În conceperea volumului s-a dovedit de mare ajutor experiența pe care o câștigasem în editarea altor zece astfel de cărți de povești, centrate pe personaje și obiective patrimoniale din orașe ca Brașov,

Ghimbav (județul Brașov), Sighișoara (județul Mureș). Din echipa interdisciplinară pe care o formăm în cazul fiecărui proiect de acest tip, au fost de această dată invitați să facă parte: scriitorul sibian Radu Vancu, Andreea Bell, care a asigurat traducerea în limba engleză, Silvestru Munteanu, care a conceput ilustrațiile.

Conducerea muzeului sibian a crezut din primul moment în ideea proiectului, Departamentul de Marketing și Educație Muzeală asigurându-ne un sprijin oportun și eficient pe tot parcursul derulării acestuia. Inclusiv în perioadele când numărul elevilor care, în urma familiarizării cu volumul distribuit gratuit tuturor beneficiarilor proiectului nostru, au solicitat programări pentru vizitarea muzeului a depășit așteptările inițiale, partenerii noștri au procedat proactiv, gășind întotdeauna soluții de adaptare logistică.

Calitatea documentării a fost validată tot de Muzeul *Franz Binder*, doamna Maria Bozan, o cercetătoare reputată pentru explorarea pasionată și profesionistă a universului personal și patrimonial al celui care a fost Franz Binder, a garantat corectitudinea datelor istorice pe care Radu Vancu le-a folosit în conceperea textului literar. Pedagogul muzeal Raluca Andrei a asigurat din partea muzeului ghidajul grupurilor, într-o manieră caldă și cu disponibilitate intelectuală foarte apreciată de copii. Informațiile obținute odată cu vizita la muzeu au venit în completarea celor pe care echipele interdisciplinare de cadre didactice din mai multe instituții de învățământ, coordonate metodologic de consultanții *GIL CORONA*, le-au transmis elevilor înainte de vizitarea muzeului și după lectura la clasă a poveștii.

După așezarea conceptului de promovare muzeală în noul registru stilistic – cel narativ – strategia de comunicare cu tinerii vizitatori ai expoziției a subliniat calitatea de „călător”/„descoperitor”, prin evocarea figurii germanului transilvănean ca spirit aflat în căutarea cunoașterii lumii și cunoașterii de sine, ca mediator între propria sa cultură și spațiile africane pe care le-a explorat, spații evocate prin unele obiecte „transferate” din colecția muzeului în universul virtual al poveștii, dar și prin personajul *Druis Abdullah*, personaj inspirat de angajatul african adus cu sine, la Sebeș, de Franz Binder, care aparține grupului etnic *shilluk*.

Relația simbolică între personajele narațiunii și vizitatorul african al plaiurilor transilvane aduce în prim-plan, într-o manieră subtilă, post-modernă, problemele corectitudinii politice în raportarea față de grupuri etnice sistematic discriminate, așa cum este și cazul poporului shilluk în epoca colonială în care Franz Binder l-a cunoscut. Relația dintre personajul central al poveștii, un copil alb din Sebeșul secolului al XIX-lea, și personajul shilluk evoluează de la o percepție negativă, datorată unei interpretări greșite a unui act cu semnificație ritualică în cultura shilluk, înspre o veritabilă comuniune liminală, sugerând irelevanța, la nivelele profunde ale conștiinței, a barierelor „rasiale”, care țin de fapt de limitele capacității noastre de empatie, de comunicare inter- și trans-culturală.

O miză distinctă a strategiei de promovare a muzeului prin inițiativa prezentată aici a vizat promovarea lui Franz Binder ca personalitate exemplară și din perspectiva capacității sale vizionare de a trece peste diviziunile etnice și culturale din propria lui patrie multiculturală. Prin faptul că și-a încredințat colecțiile personale instituțiilor vremii, el a facilitat un acces larg al comunității locale la bunuri culturale devenite astfel publice. O ofertă deschisă cu generozitate tuturor membrilor comunității sibiene, indiferent de etnie sau confesiune religioasă. Confruntându-i pe sibienii de ieri și de azi cu mărturiile fascinante ale unor culturi nilotice situate la o foarte mare distanță de ei, Franz Binder îi invita – și îi invită, iată, în continuare – să reflecteze la și, totodată, să își asume condiția generală de ființe umane și valorile universale ce se asociază cu aceasta.

Miza inovației metodologiei pedagogice a fost centrală în demersul nostru. Cele câteva zeci de cadre didactice care ne-au venit alături s-au familiarizat pe parcursul acestui proiect nu doar cu expoziția în dimensiunea ei fizică, ci și cu materiale digitale referitoare la Franz Binder și la spațiul african explorat de acesta, materiale care au fost prezentate în cadrul întâlnirilor și expunerilor din instituțiile de învățământ. De asemenea, formatorii participanți la proiect au fost invitați să reflecteze asupra semnificațiilor materialului expozițional și documentar și să exerseze sisteme de interpretare menite să le ofere opțiuni multiple. Scopul acestor exerciții a fost acela de a sesiza temele largi și problematicile de mare rezonanță etică și culturală ce pot fi corelate cu patrimoniul Muzeului de Etnografie Universală



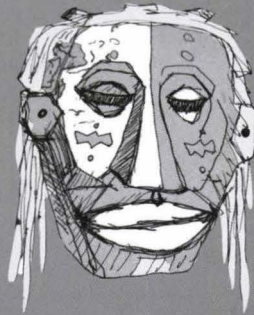
„Franz Binder”. De asemenea, ne-am propus să tematizăm legătura profundă, reciproc profitabilă, dintre o filozofie pedagogică bazată pe transdisciplinaritate și abordări interactive, pe de o parte, și imperativul transmiterii patrimoniului cultural local și al unei identități locale odată cu el, către tinerele generații care trăiesc în lumea globalizată de astăzi.

Ceea ce am întreprins noi poate fi definit ca etapa conceptuală a unui asemenea proiect de politică patrimonială creativă, orientată spre viitor. Etapă conceptuală despre care trebuie să spunem că a fost finalizată cu succes datorită sprijinului pe care ni l-a acordat Departamentul pentru Relații Interetnice al Guvernului României. De asemenea, pentru asigurarea cofinanțării, proiectul a beneficiat de sponsorizarea unei companii multinaționale, implicarea acesteia permițând extinderea inițiativei în școli și licee din Sebeș, orașul natal al exploratorului.

Un ultim test pe care demersul pe care l-am inițiat îl mai are de trecut este acela de a nu se risipi odată cu încheierea acestei etapei conceptuale. Având în vedere buna funcționare a colaborării pe care am avut-o cu Muzeul *Franz Binder* din Sibiu, faptul că acesta s-a dovedit o instituție orientată spre dezvoltare, estimăm că viziunea propusă prin actualul proiect are toate șansele să treacă din faza experimentului în aceea a practicilor internalizate și a emergenței unei noi culturi organizaționale, la intersecția marketingului cultural și a noilor metodologii din științele educației cu mai multe discipline din domeniul științelor umaniste și sociale. Considerăm că beneficiul moral cel mai important ce poate decurge din proiectul nostru este conștientizarea faptului că efortul de remodelare a imaginii de sine și a imaginii comunității și societății prin muzeele noastre este direct legat de imperativul de a transmite generațiilor viitoare, împreună cu tradițiile și identitățile noastre locale, regionale, naționale și europene, și un simț al responsabilității față de valorile umane generale și universale.

Radu Vancu

# SHILLUK

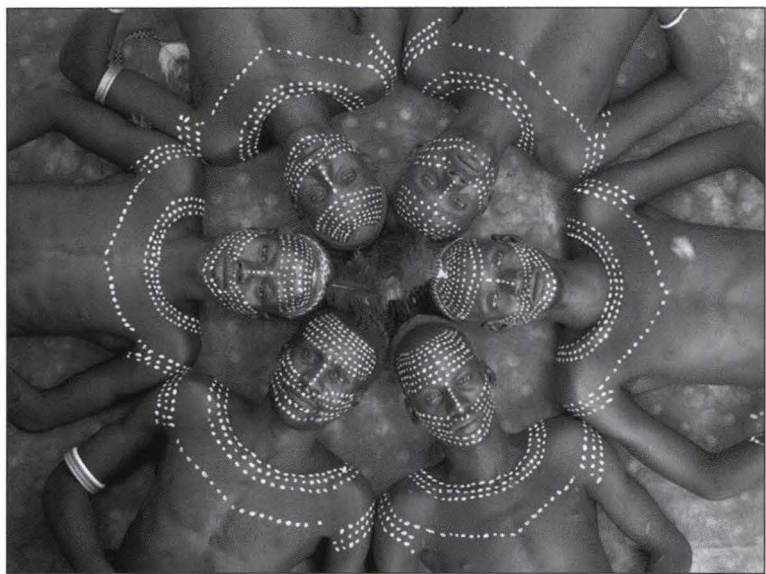


SCRISOARE DESPRE  
FRANZ BINDER

LETTER ABOUT  
FRANZ BINDER

Braşov, 2013







### **Bibliografie:**

- JENKINS, Richard, *Imagined but Not Imaginary: Ethnicity and Nationalism in the Modern World*. În Jeremy MacClancy, ed, *Exotic No More: Anthropology on the Front Lines*, University of Chicago Press, Chicago, London, 2002.
- LOEWENSTEIN, George. *Exotic preferences: Behavioral Economics and Human Motivation*. Oxford University Press, Oxford, New York, 2007.
- MacCLANCY, Jeremy. *Exotic No More: Anthropology on the Front Lines*. University of Chicago Press, Chicago, London, 2002.
- NIKLAS, Karlsson; LOEWENSTEIN, George; McCAFFERTY, Jane. *The Economics of Meaning*. In Loewenstein, George. *Exotic preferences: Behavioral Economics and Human Motivation*. Oxford University Press, Oxford, New York, 2007.

**Cercetare de marketing  
privind atitudini și opinii ale vizitatorilor  
Muzeului Județean de Istorie Brașov  
Marketing research on attitudes and opinions  
of the visitors of the County History Museum Brașov**

Cătălina DUMITRESCU \*

**Abstract:** *The mission of any museum should consider multiple aspects, especially the educational and cultural, but also the scientific research in its specific field. In order to efficiently achieve such a mission, it is necessary to attract a large number of visitors and even to obtain their collaboration. The museum has to offer to the audience, in totality or on precisely delimited categories, specific products/services. The main museum product is the modality to materialize and communicate the message coming from the respective cultural institution. If it answers at the same time the requirements and taste of the aimed public, the museum reaches in an optimum way its mission and its fixed objectives. During the last years, the number of the visitors has gone down, this is why the History Museum from Brașov has initiated a survey among the visitors in order to partly identify the causes of this state of fact, but also to find out how the audience would like for the museum to look like, what they wish to have in addition to what it currently offers. The working tool was a questionnaire with a number of 28 questions administered to 102 people randomly chosen during the 1<sup>st</sup> of August 2012 - 31<sup>st</sup> of January 2013. The survey is a working tool in the relations with the public, as it has the function of self-regulating the provided services. The gathered data is very important for the strategy of organization and for the priorities of the institution. The questionnaire offers the possibility to assure a response reaction at the level of the communication which would create a system of self-control to check the perception that the visitor, the consumer of culture, has about the museum institution. The aimed objectives for drafting the questionnaire were: estimating the demographic features of the visitors; establishing the motivation of the visitors of the museum in relation to the actions it organizes; estimating the satisfaction level of the visitors; identifying the desires, expectations; detecting the demand related to certain types of services; stimulating the offer of services for the museum institution. The results of the questionnaire have lead to conclusions useful to the responsible factors in the museum. The results of the questionnaire have*

---

\* Conservator, Muzeul Județean de Istorie Brașov; e-mail: catalina\_cd@yahoo.com



*showed both positive aspects and negative ones, as well as suggestions from the visitors. The suggestions and the observations made by the ones that have filled in the questionnaires represent the starting point in completing and modernizing the exhibition for the visitors. The centralized results of the questionnaire generally offer principle solutions. The applied strategies must take into consideration raising visitor awareness as well as attracting new visitors. The expected results on the long term will be seen at the level of one generation.*

**Keywords:** *questionnaire, communication, suggestions, strategies*

**Cuvinte cheie:** *chestionar, comunicare, sugestii, strategii*

---

### *Cuvânt înainte*

Misiunea oricărui muzeu ar trebui să aibă în vedere aspecte multiple, în special de ordin educativ și cultural, dar și de cercetare științifică în domeniul său specific. Pentru a se putea realiza în mod eficient o astfel de misiune este necesară atragerea unui număr mare de vizitatori și chiar obținerea colaborării acestora. Muzeul trebuie să ofere publicului, în totalitate sau pe categorii precis delimitate, produse/servicii specifice. Produsul muzeal principal este modalitatea de materializare și de comunicare a mesajului instituției culturale respective. Dacă aceasta răspunde în același timp exigențelor și gusturilor publicului vizat, muzeul își va atinge în mod optim misiunea și obiectivele fixate.

În general, oamenii nu sunt suficient de atenți în timpul vizitării unui muzeu și nu participă la activitățile propuse de acesta, deci muzeul nu își poate atinge misiunea specifică dacă nu consideră că acel muzeu le răspunde nevoilor, dorințelor și motivațiilor complexe pe care le au. Dacă un vizitator are o experiență plăcută într-un muzeu, el va fi mai interesat în ceea ce vede, va înțelege și va reține mai multe informații.

De asemenea, el va împărtăși această experiență prietenilor și va reveni la muzeu. Pentru a se realiza acest lucru este obligatoriu ca fiecare muzeu să cunoască îndeaproape comportamentul audienței sale, precum și factorii de influență. La evaluarea experienței avute, vizitatorul are în vedere mai multe aspecte, gama acestora putând fi foarte variată, depinzând de fiecare vizitator în parte.

Cele mai întâlnite criterii de evaluare sunt: așteptările publicului, imaginea despre muzeu și programul la care participă, spațiul fizic, exponatele, instrumentele de interpretare folosite (cum ar fi etichete, imagini, filme prezentate), serviciile auxiliare.

De asemenea, este important pentru muzeu să cunoască modul de a învăța al vizitatorilor săi. Unii sunt interesați de subiect sau doresc să își îmbogățească cunoștințele, alții vor numai să-și satisfacă anumite curiozități sau vor să se distreze, iar pe parcursul acestui proces rețin și informațiile emise de către muzeu.

Cercetarea de marketing realizată de muzeu trebuie să fie o activitate formală, sistematică și continuă, care să se bazeze pe concepte, metode și tehnici precise de investigare cu ajutorul cărora să se realizeze specificarea, măsurarea, culegerea, stocarea, analiza și interpretarea informațiilor de marketing, în scopul cunoașterii mediului extern și intern al muzeului, comportamentului vizitatorilor și non-vizitatorilor, evaluării performanțelor instituției și ale personalului, pentru realizarea unor prognoze, identificarea oportunităților, a direcționării politicilor de marketing, precum și evaluarea alternativelor acțiunilor de marketing și a efectelor acestora. Pentru a se obține informații reale și utile, orice cercetare trebuie atent planificată și controlat procesul de realizare a acesteia. De asemenea, este importantă analiza datelor și înțelegerea corectă a situației, deoarece pe baza concluziilor se vor lua anumite decizii.

### *1. Studiu de caz la Muzeul Județean de Istorie*

În ultimii ani, numărul vizitatorilor a scăzut, de aceea Muzeul de Istorie Brașov a inițiat realizarea unui sondaj de opinie în rândurile publicului vizitator, pentru a identifica o parte din cauzele acestei stări de lucruri, dar și pentru a afla cum și-ar dori publicul vizitator să arate muzeul, ce și-ar dori în plus, față de ceea ce li se oferă în prezent.

Instrumentul de lucru a fost un chestionar<sup>1</sup> aplicat unui eșantion de 102 persoane alese aleator, în perioada 1 august 2012 - 31 ianuarie 2013.

---

<sup>1</sup> F. Iusco, *Muzeul în conștiința vizitatorilor. Rezultatele unei anchete realizate în 26 de muzee din România*, în *Revista muzeelor*, 3-4, 2003, p. 58-64.

Prin intermediul unui număr de 28 întrebări (vezi anexa) s-a urmărit obținerea unor date ce vizează motivațiile, opțiunile, observațiile, opiniile și interesele publicului vizitator față de oferta muzeului ca instituție de cultură.

Chestionarul este destinat cunoașterii opiniilor publicului vizitator, este un instrument de lucru în relația cu publicul, având funcția de autoreglare a serviciilor oferite. Datele culese sunt foarte importante pentru strategia de organizare și pentru prioritățile instituției. Chestionarul oferă posibilitatea de a asigura o reacție de răspuns la nivelul comunicării, care să creeze un sistem de autocontrol în verificarea percepției pe care o are vizitatorul, consumatorul cultural, despre instituția muzeală.

Obiectivele urmărite în formularea chestionarului au fost:

- estimarea caracteristicilor demografice ale vizitatorilor (sex, vârstă, nivel de școlarizare, ocupație);
- stabilirea motivației vizitatorilor muzeului în raport cu acțiunile organizate de acesta;
- estimarea nivelului de satisfacție a vizitatorilor;
- identificarea de dorințe, așteptări;
- detectarea cererii în legătură cu anumite tipuri de servicii;
- provocarea ofertei serviciilor instituției muzeale.

### *1.1. Corelații statistice*

Corelația este o metodă statistică descriptivă ce descrie ce se petrece într-un grup de rezultate, „cine cu cine merge împreună”, dar nu arată o relație cauzală.

Coeфициenții de corelație pot avea valori cuprinse între -1 (care arată existența unei legături perfecte și invers proporțională între variabile), 0 (care arată independența totală a variabilelor luate în analiză) și +1 (care arată existența unei legături perfecte, direct proporțională). Pragul de semnificație a unei corelații statistice arată probabilitatea de a greși atunci când se afirmă că între variabile ar fi o legătură. În acest sens, pragul de semnificație trebuie să fie cât mai mic pentru a putea afirma existența unei legături. Dacă pragul de semnificație este mai mic de 0,05, atunci putem considera că există o legătură. Conform pragurilor de semnificație mai mici decât 0,01 (1% posibilitate de eroare) obținute, avem următoarele tendințe puternice:

- *dacă satisfacția față de modul de expunere crește, atunci există tendința să crească și satisfacția față de informațiile oferite;*
- *dacă satisfacția față de etalarea pieselor crește, atunci există tendința să crească și satisfacția față de informațiile oferite;*
- *dacă satisfacția față de atitudinea personalului crește, atunci există tendința să crească și satisfacția față de informațiile oferite;*
- *dacă satisfacția față de etalarea pieselor crește, atunci există tendința să crească și satisfacția față de modul de expunere;*
- *dacă satisfacția față de informațiile electronice crește, atunci există tendința să crească și satisfacția față de modul de expunere;*
- *dacă satisfacția față de atitudinea personalului crește, atunci există tendința să crească și satisfacția față de modul de expunere;*
- *dacă satisfacția față de etalarea pieselor crește, atunci există tendința să crească și satisfacția față de afișajul electronic;*
- *dacă satisfacția față de etalarea pieselor crește, atunci există tendința să crească și satisfacția față de atitudinea personalului;*
- *dacă satisfacția față de informațiile electronice crește, atunci există tendința să crească și satisfacția față de atitudinea personalului;*
- *dacă satisfacția față de informațiile electronice crește, atunci există tendința să crească și satisfacția față de ghidajul oferit;*
- *dacă satisfacția față de atitudinea personalului crește, atunci există tendința să crească și satisfacția față de ghidajul oferit.*

S-au mai obținut următoarele praguri de semnificație sub 0,05 (5% posibilitate de eroare), care au condus la următoarele tendințe:

- *dacă satisfacția față de ghidajul oferit crește, atunci există tendința să crească și satisfacția față de modul de expunere;*
- *dacă satisfacția față de informațiile oferite crește, atunci există tendința să crească și satisfacția față de afișajul electronic.*

Un fapt interesant este că, deși peste 97,1% răspund cu „Da” la întrebarea „Credeti că muzeele ar trebui mai mult promovate?”, nu există nici o corelație semnificativă din punct de vedere statistic cu întrebările privind satisfacția față de informațiile primite, modul de expunere, etalarea pieselor, informațiile electronice, atitudinea personalului și ghidajul. Aceasta înseamnă că, fie tipul de formulare al întrebării induce un răspuns afirmativ, fie în momentul răspunsului subiecții nu se gândesc la Muzeul Județean de Istorie.

Un alt prag de semnificație mai mic decât 0,01, conduce la o corelație puternică între întrebările: „*Credeți că ar fi bine ca muzeul să dispună de un sistem de ghidaj multimedia, care să fie extins eventual și pentru celelalte obiective ale Muzeului de Istorie Brașov (bastioane)?*”, și, respectiv, „*Considerați că ar fi utilă digitizarea volumelor din expoziție, pentru a putea fi consultate de către vizitatori?*”, oferind următoarea tendință:

- *Cu cât **starea de bine** crește, cu atât există tendința să crească și **gradul de utilitate**.*

## *2. Concluzii și dezvoltări ulterioare*

Pentru a se putea realiza în mod eficient misiunea muzeului, în special de ordin educativ și cultural, dar și de cercetare științifică în domeniul său specific, este necesară atragerea unui număr mare de vizitatori și chiar obținerea colaborării acestora. Calitatea experienței fiecărui vizitator trebuie să fie o preocupare centrală a fiecărui muzeu. Aceasta nu este întotdeauna direct proporțională cu cantitatea și calitatea informațiilor transmise, iar pentru a putea asigura o experiență satisfăcătoare, atât din perspectiva organizatorului programelor și serviciilor muzeale, cât și a vizitatorilor, este imperativ necesar să se cunoască ce îi interesează pe vizitatori, modul în care aceștia asimilează informațiile. Cercetarea de marketing realizată de muzeu, trebuie să fie o activitate formală, sistematică și continuă, foarte importantă fiind analiza datelor și înțelegerea corectă a situației, deoarece pe baza concluziilor se vor lua anumite decizii, se vor adopta și implementa politici și programe viitoare de acțiune. Chestionarul pe care l-am oferit publicului vizitator a fost destinat pentru a cunoaște opiniile acestuia, având funcția de autoreglare a serviciilor oferite. Obiectivele urmărite în formularea chestionarului au fost: estimarea caracteristicilor demografice ale vizitatorilor (sex, vârstă, nivel de școlarizare, ocupație); stabilirea motivației vizitatorilor muzeului în raport cu acțiunile organizate de acesta; estimarea nivelului de satisfacție a vizitatorilor; identificarea de dorințe, așteptări; detectarea cererii în legătură cu anumite tipuri de servicii; provocarea ofertei serviciilor instituției muzeale. Rezultatele chestionarului (vezi anexa) au condus la concluzii utile factorilor responsabili din muzeu.



Rezultatele chestionarului relevă următoarele aspecte pozitive:

- majoritatea publicului se află pentru prima oară (72,5%) în acest muzeu și numai o mică parte dintre aceștia (15,75%) au vizitat și alte obiective ale muzeului; și mai puțini sunt cei care vin frecvent la muzeu, aceștia reprezentând publicul stabil și a cărui fidelitate ar trebui răsplătită în diferite forme: reducere la achiziționarea publicațiilor, legitimații de prieten al muzeului etc.;
- faptul că 32% dintre vizitatori sunt elevi și studenți relevă importanța educației în cadrul instituționalizat al școlii, cu care muzeul ar trebui să îmbunătățească și să intensifice colaborarea;
- în proporție de 88%, vizitatorii doresc să viziteze muzeul în întregime; odată intrat în muzeu, vizitatorul, indiferent de profilul său, parcurge toate sălile;
- din totalitatea vizitatorilor intervievați, 65% consideră acceptabil prețul biletului;
- în medie, 83% dintre repondenți au fost satisfăcuți sau foarte satisfăcuți de modul de prezentare, de aspectul general al muzeului, de calitatea expoziției, de informațiile primite, de modul de expunere, de etalarea pieselor, dar și de atitudinea personalului, doar 15% spun că ar dori informații în plus;
- publicul apreciază, în proporție de 83%, că muzeul este important (el fiind un instrument de comunicare și formare a unei identități culturale, un mediu de cunoaștere mai permisiv, neîncorsetat de reguli stricte ce permite publicului școlar să pună întrebări, să se manifeste cu curaj, să-și verifice și să-și aprofundeze cunoștințele dobândite la școală) și că ar trebui mai mult promovat;
- este de apreciat faptul că, deși există posibilitatea de a vizita un muzeu virtual, 85% dintre respondenți și-au manifestat interesul de a-l vizita și în realitate, conștientizând probabil emoția care ți-o dă aceasta;
- de asemenea, 97% dintre respondenți, consideră că pentru un tânăr este important să aibă cunoștințe despre cultură și civilizație;

Există însă și aspecte negative, cum ar fi:

- informațiile electronice: majoritatea celor care alcătuiesc publicul vizitator de până la 35 de ani sunt nemulțumiți de informațiile electronice pe care le oferă muzeul, ținând cont de amploarea pe care au luat-o acestea în ultimul timp, informații ce ar putea fi mult mai ușor de obținut și ce ar putea fi înnoite permanent.

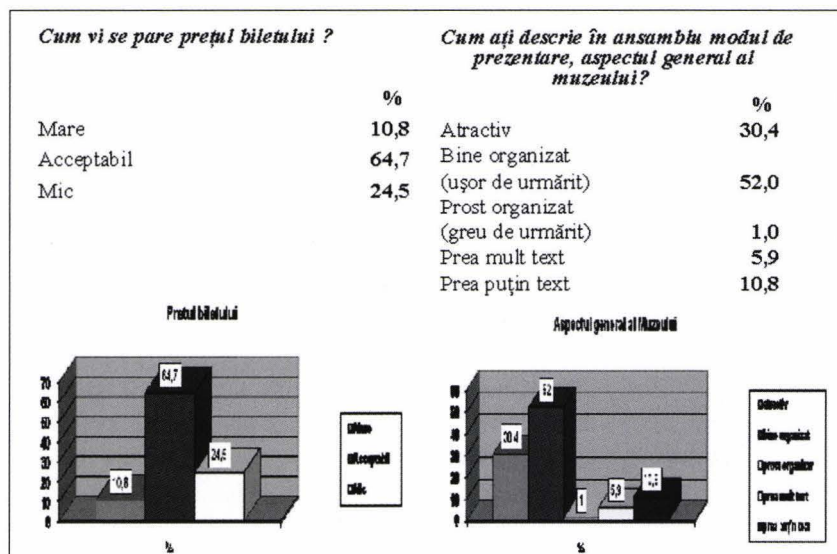
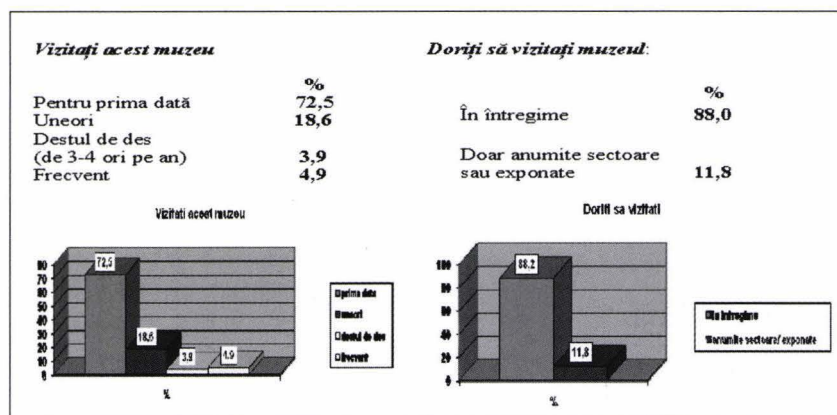
Sugestii din partea publicului vizitator:

- 79,5% dintre cei chestionați au fost de părere că ar fi bine ca muzeul să dispună de un sistem de ghidaj multimedia.
- 63,7% dintre vizitatorii chestionați și-ar dori să poată consulta volumele din expunere, de aceea consideră că ar fi utilă digitizarea acestora.

Sugestiile și observațiile făcute de cei care au completat chestionarele constituie punctul de plecare în completarea și modernizarea expoziției, care să vină în întâmpinarea publicului vizitator. Iată câteva posibile căi de acțiune care se desprind în urma analizei de față:

- alcătuirea unei expoziții permanente mai dinamice, în care să se prezinte și filme documentare;
- actualizarea exponatelor și a manierei de prezentare;
- pagină de Internet cu acces într-un spațiu virtual;
- achiziționarea unui sistem de ghidaj multimedia;
- oferirea formei electronice a cărților.

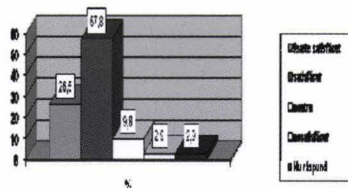
Rezultatele centralizate ale chestionarului oferă, în linii mari, soluții de principiu. Grupul țintă spre care muzeul ar trebui să-și îndrepte atenția cu prioritate îl reprezintă elevii, tinerii. Trebuie valorificat rolul educativ al muzeului printr-un parteneriat activ cu școala. De asemenea, trebuie ținut cont de sugestiile primite de la publicul vizitator, indiferent de vârstă, și căutat pe cât posibil a le satisface. Strategiile aplicate trebuie să aibă în vedere sensibilizarea vizitatorilor precum și atragerea de noi vizitatori. Rezultatele așteptate pe termen lung se vor vedea la nivelul unei generații, pentru că acțiunile ar trebui să vizeze dezvoltarea personalității libere, perfecționarea profesională și spirituală a omului contemporan.



**Cât de satisfăcut sunteți de informațiile primite?**

	%
Foarte satisfăcut	26,5
Satisfăcut	57,8
Neutru	9,8
Nesatisfăcut	2,9
Nu răspund	2,9

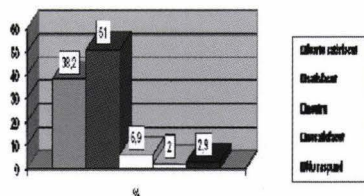
Satisfacția de informațiile primite



**Cât de satisfăcut sunteți de modul de expunere?**

	%
Foarte satisfăcut	38,2
Satisfăcut	51,0
Neutru	5,9
Nesatisfăcut	2,0
Nu răspund	2,9

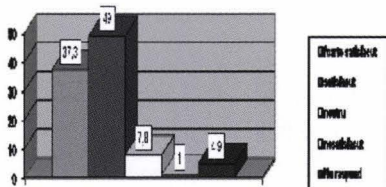
Satisfacția față de modul de expunere



**Cât de satisfăcut sunteți de etalarea pteșelor?**

	%
Foarte satisfăcut	37,3
Satisfăcut	49,0
Neutru	7,8
Nesatisfăcut	1,0
Nu răspund	4,9

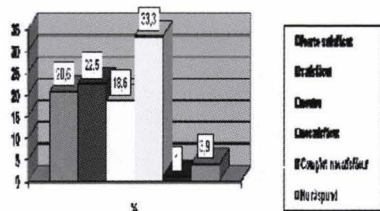
Satisfacția de etalarea pteșelor



**Cât de satisfăcut sunteți de informațiile electronice?**

	%
Foarte satisfăcut	20,6
Satisfăcut	22,5
Neutru	18,6
Nesatisfăcut	33,3
Complet nesatisfăcut	1,0
Nu răspund	3,9

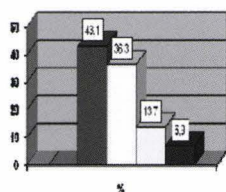
Satisfacția față de informațiile electronice



**Cât de satisfăcut sunteți de atitudinea personalului**

	%
Foarte satisfăcut	43,1
Satisfăcut	36,3
Neutru	13,7
Nu răspund	6,9

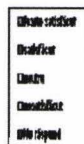
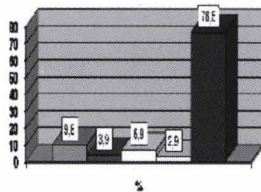
Satisfacut de atitudinea personalului



**Cât de satisfăcut sunteți de ghidaj (acolo unde este cazul)?**

	%
Foarte satisfăcut	9,8
Satisfăcut	3,9
Neutru	6,9
Nesatisfăcut	2,9
Nu răspund	76,5

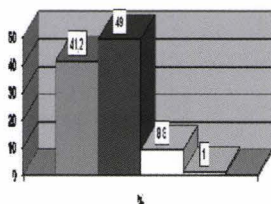
Satisfacut de ghidaj



**Cum apreciați calitatea expoziției?**

	%
Foarte bună	41,2
Bună	49,0
Medie	8,8
Nu răspund	1,0

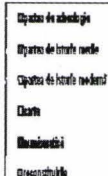
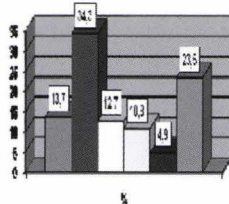
Aprecieria calitatii expoziției



**Ce v-a plăcut cel mai mult în acest muzeu?**

	%
Partea de arheologie	13,7
Partea de istorie medie (parter)	34,3
Partea de istorie modernă (etaj)	12,7
Carte	10,8
Numismatică	4,9
Reconstituirile (fierarie, tortură, farmacie, redacție)	23,5

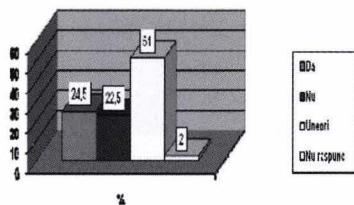
Ce v-a plăcut cel mai mult în acest muzeu?



**După ce vizitați, cumpărați plante sau publicații ale muzeului?**

	%
Da	24,5
Nu	22,5
Uneori	51,0
Nu răspund	2,0

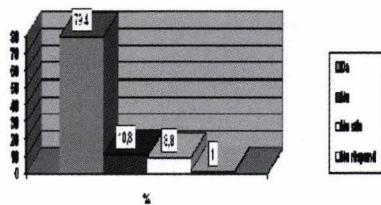
Cumpărați plante sau publicații



**Credeți că ar fi bine ca muzeul să dispună de un sistem de ghidaj multimedia care să fie extins eventual și pt. celelalte obiective ale M.J.I. Brașov (bastioane)?**

	%
Da	79,4
Nu	10,8
Nu știu	8,8
Nu răspund	1,0

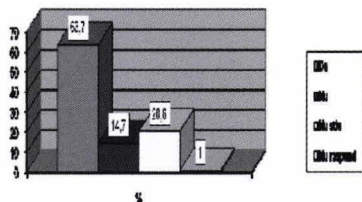
Ar fi bine ca muzeul să dispună de un sistem de ghidaj multimedia



**Considerați că ar fi utilă digitizarea volumelor din expoziție, pentru a putea fi consultate de către vizitatori?**

	%
Da	63,7
Nu	14,7
Nu știu	20,6
Nu răspund	1,0

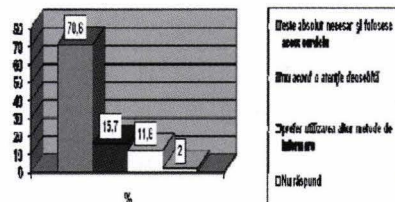
Ar fi utilă digitizarea volumelor



**Care este opinia dvs. în ceea ce privește accesul la Internet?**

	%
Este absolut necesar și folosesc acest serviciu	70,6
Nu acord o atenție deosebită	15,7
Prefer utilizarea altor metode de informare	11,8
Nu răspund	2,0

Opinia privind accesul la Internet

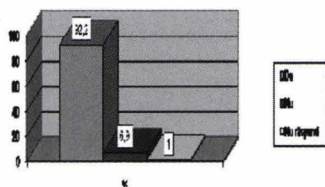




**Considerați că muzeul ar trebui să aibă un site de promovare?**

	%
Da	92,2
Nu	6,9
Nu răspund	1,0

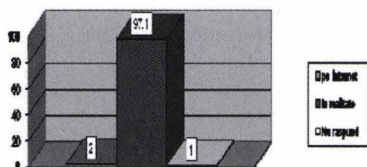
Muzeul ar trebui să aibă un site de promovare



**Cum considerați că ar fi mai bine să se poată vizita un muzeu?**

	%
Pe internet	2,0
În realitate	97,1
Nu răspund	1,0

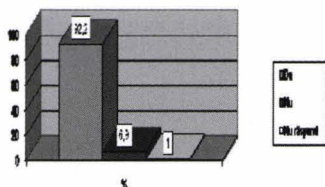
Cum ar fi bine să se poată vizita un muzeu



**Considerați că muzeul ar trebui să aibă un site de promovare?**

	%
Da	92,2
Nu	6,9
Nu răspund	1,0

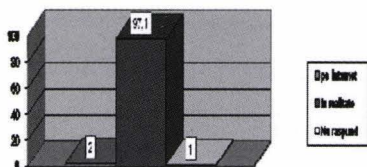
Muzeul ar trebui să aibă un site de promovare



**Cum considerați că ar fi mai bine să se poată vizita un muzeu?**

	%
Pe internet	2,0
În realitate	97,1
Nu răspund	1,0

Cum ar fi bine să se poată vizita un muzeu



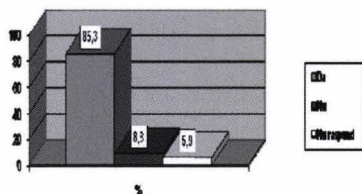
**Dacă ați avea posibilitatea să vizitați muzeul virtual, de acasă, ați veni să îl vizitați și în realitate?**

	%
Da	85,3
Nu	8,8
Nu răspund	5,9

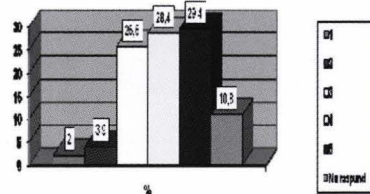
**Apreciați pe o scară de la 1 la 5 importanța pe care considerați că o au muzeele pentru dvs.**

	%
1	2,0
2	3,9
3	25,5
4	28,4
5	29,4
Nu răspund	10,8

**Dacă ai avea la dispoziție un muzeu virtual, l-ai mai vizita?**



**Apreciați importanța muzeelor**



**Credeți că muzeele ar trebui mai mult promovate?**

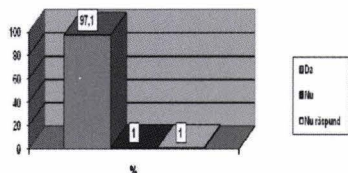
	%
Da	97,1
Nu	1,0
Nu răspund	1,0

**Cât de important credeți că este pentru un tânăr în prezent să aibă cunoștințe despre cultura și civilizație?**

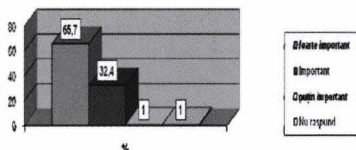
( 1 - f. puțin important ..... 5 - f. important) %

Foarte important	65,7
Important	32,4
Puțin important	1,0
Nu răspund	1,0

**Muzeele ar trebui mai mult promovate**



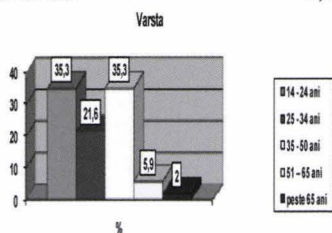
**Cât de important credeți că este pentru un tânăr în prezent să aibă cunoștințe despre cultura și civilizație?**



## Caracteristicile socio-demografice și profesionale ale eșantionului

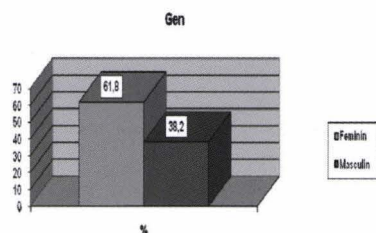
### Vârsta

Vârsta	%
14 - 24 ani	35,3
25 - 34 ani	21,6
35 - 50 ani	35,3
51 - 65 ani	5,9
Peste 65 ani	2,0



### Gen

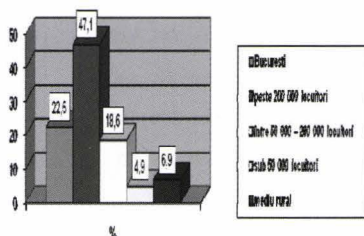
Gen	%
Feminin	61,8
Masculin	38,2



### Domiciliul în

Domiciliul în	%
București	22,5
Mediu urban cu: peste 200 000 locuitori	47,1
între 50 000 - 200 000 locuitori	18,6
sub 50 000 locuitori	4,9
Mediu rural	6,9

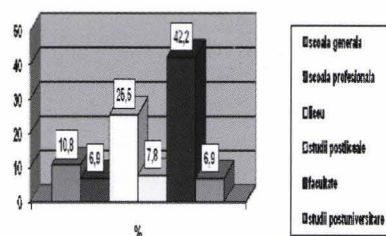
### Domiciliu



### Studii

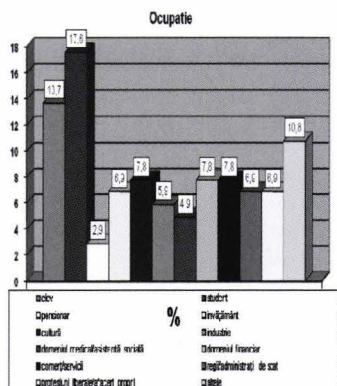
Studii	%
Școala generală	10,8
Școala profesională	6,9
Liceu	25,5
Studii postliceale	7,8
Facultate	42,2
Studii postuniversitare	6,9

### Studii



### Ocupație:

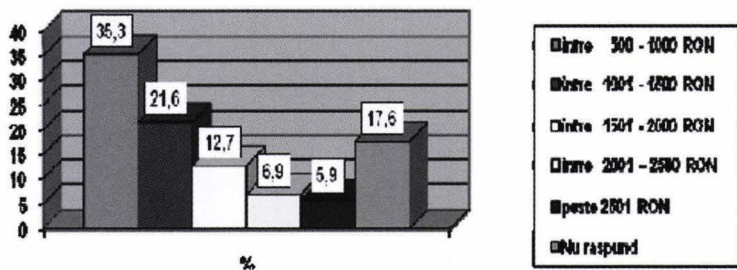
	%
Elev	13,7
Student	17,6
Pensionar	2,9
Invățământ	6,9
Cultură	7,8
Industrie	5,9
Domeniul medical/asistență socială	4,9
Domeniul financiar	7,8
Comert/servicii	7,8
Regii/administrații de stat	6,9
Profesii liberale/afaceri proprii	6,9
Altele	10,8



### Venit:

	%
Între 500 - 1000 RON	35,3
Între 1001 - 1500 RON	21,6
Între 1501 - 2000 RON	12,7
Între 2001 - 2500 RON	6,9
Peste 2501 RON	5,9
Nu răspund	17,6

### Venit



## Bibliografie:

- BĂBAN, Adriana. *Metodologia cercetării calitative*. Cluj-Napoca, Editura Presa Universitară Clujeană, 2002. 183 p. ISBN 973-610-089-8
- BOIER, Rodica. *Marketing: comportamentul consumatorului*. Iași, Editura Graphix, 1994. 164 p. (ISBN 973-9163-03-3)
- CHELCEA, Septimiu. *Metodologia cercetării sociologice*. București, Editura Economică, 2007. 752 p. (ISBN 978-973-709-323-3)
- CIORAN, Dorana. *Mass-media – Reper al parcursului muzeu-conștiință public. Muzeul și mass-media de la înțelegere la convingere*. În: *Revista Muzeelor*, 3-4/2003. (ISSN 0035-0206)
- IUSCO, Florentina. *Muzeul în conștiința vizitatorilor. Rezultatele unei anchete realizate în 26 de muzee din România*. În: *Revista Muzeelor*, 3-4/2003. (ISSN 0035-0206)
- KASCO, S.; ZBUCHEA, A. *Cercetări de marketing*. București, Editura Universitară, 2005, 203 p. (ISBN 973-7787-87-0)
- POPA, L.A. *Muzeul și publicul – tendințe actuale*. În: *Revista Muzeelor*, 3-4/2003. (ISSN 0035-0206)
- ROTARIU, T.; ILUȚ, P. *Ancheta și sondajul de opinie. Teorie și practică*. Iași, Editura Polirom, 2001, 216 p. (ISBN 973-683-640-3)
- ZBUCHEA, Alexandra. *O viziune de marketing privind expozițiile muzeale*. În: *Revista Muzeelor*, 1/2005. (ISSN 1220-1723)
- ZBUCHEA, Alexandra. *Rolul cercetării de marketing în cunoașterea comportamentului vizitatorilor unui muzeu*. În: *Revista Muzeelor*, 2/2005. (ISSN 1220-1723)





## Caravana Muzeelor – un amplu proiect de colaborare Museum Caravan – a large project of collaboration

Angelica IACOB\*

**Abstract:** *The museum education project called Museum Caravan, initiated by Global Mindscape and supported by Australians Studying Abroad, is made in partnership with museums and other organizations with similar profile from Bucharest and other cities. The project was launched as an experiment in the summer of 2012 and the children who could join were 6 to 10 years old. Due to its positive impact, the project has been adapted and proposed for the length of a school year for organized groups from primary schools and kindergartens. The project aims to familiarize children with museums' heritage through an approach based on explanations, dialogue, direct observation, and practical applications. Over the summer holiday 2013, the museum workshops entitled Museum Caravan, dedicated to children aged between 6 and 10, were held in nine museums and cultural organizations from Bucharest, from the 17<sup>th</sup> of July to the 13<sup>th</sup> of September 2013. The Museum Caravan has restarted today for organized groups (kindergarten and primary school).*

**Keywords:** *Museum Caravan, workshops for children, museum workshops, extracurricular activities*

**Cuvinte cheie:** *Caravana Muzeelor, ateliere copii, ateliere muzeu, activități extrașcolare*

---

În perioada contemporană, muzeele acordă o importanță din ce în ce mai mare publicului: se realizează studii privind profilul vizitatorilor, se analizează sugestiile acestora, se concep expoziții sau diverse activități pentru categorii de public bine definite, iar uneori se organizează chiar și expoziții prin contribuția unor reprezentanți ai audienței – care pot participa la selecția obiectelor din depozite sau la

---

\* Coordonator proiect *Caravana Muzeelor*, istoric de artă, specialist în educație culturală și manager cultural. Din anul 2010 este manager de proiect în cadrul Global Mindscape, o companie româno-australiană cu profil cultural; angelica@globalmindscape.ro, angelica.iacob@gmail.com; 0727.083.932; www.globalmindscape.ro  
<https://caravanamuzeelor.wordpress.com>

definirea conținutului informativ de pe etichete, texte de sală ș.a., în așa fel încât să răspundă cât mai bine nevoilor vizitatorilor.

Obiectele expuse în muzee sunt valoroase, reprezintă documente ale unor realități trecute, însă de multe ori semnificațiile acestora nu sunt ușor de descifrat de către vizitatori. Din acest motiv, este nevoie să le interpretăm din cât mai multe puncte de vedere, să le prezentăm cât mai atractiv și să ținem cont de profilul publicului țintă și de experiența acestuia. Iar atunci când ne adresăm copiilor este nevoie să fim cât mai aproape de lumea lor, să găsim soluții cât mai incitante și creative, care să-i implice cât mai mult și să-i apropie de obiectele din muzee într-un mod cât mai prietenos.

Pornind de la aceste idei, *Caravana Muzeelor*, care a fost lansată experimental în 2012, în timpul vacanței de vară și a fost continuată în anul 2013, a permis participanților cu vârste cuprinse între 4 și 10 ani să se apropie de muzee cu domenii diferite parcurgând un mic circuit și relaționând cu obiectele într-un mod foarte personal și creativ. Astfel, așa cum a punctat una dintre mămici, copiii au așezat pe propria hartă a Bucureștiului muzeele nou descoperite în cadrul Caravanei: fie că a fost vorba de muzee mai noi, despre a căror existență încă nu avuseseră ocazia să afle (cum ar fi Muzeul de Artă Vasile Grigore – pictor și colecționar sau Muzeul Național al Hărților și Cărții Vechi, care sunt instituții înființate în anul 2003), fie că a fost vorba despre depășirea unor stereotipuri (cum ar fi cel potrivit căruia domeniile tehnice se adresează în special băieților – și exemple potrivite sunt temele abordate la Muzeul Național Tehnic Prof. Inginer Dimitrie Leonida sau la Muzeul Militar Național Regele Ferdinand I), fie că a fost vorba de abordări inovative care i-a impresionat (așa cum a fost aurirea jucăriilor proprii sau realizarea de bijuterii inspirate de arta contemporană în cadrul galeriei de artă contemporană Anaid Art Gallery) sau de punerea în valoare a unor locații apreciate de public, dar mai puțin din perspectivă muzeografică (cum este cazul Foișorului de Foc, care este un punct de reper pentru bucureșteni, cărora însă le este încă dificil să facă legătura între clădire și colecția adăpostită de Muzeul Național al Pompierilor).

Proiectul de educație muzeală *Caravana Muzeelor*, inițiat de Global Mindscape și realizat cu sprijinul Australians Studying Abroad, este realizat în parteneriat cu muzee și alte organizații cu

profil similar din București și nu numai. Proiectul a fost lansat, experimental, în vara anului 2012, pentru copii cu înscriere individuală, cu vârsta cuprinsă între 6 și 10 ani. Datorită impactului pozitiv, aprecierilor părinților și copiilor care, prin intermediul proiectului, au pășit pentru prima dată în unele muzee (uneori întâmplându-se chiar să afle de existența acestora prin intermediul Caravanei Muzeelor), precum și datorită unor solicitări venite din partea cadrelor didactice, proiectul a fost adaptat și propus, pe durata anului școlar, pentru grupuri organizate de ciclu primar și grădiniță. Proiectul își propune familiarizarea copiilor cu patrimoniul muzeelor printr-o abordare bazată pe explicații, dialog, observație directă și aplicații practice.

Din punctul de vedere al publicului țintă este apreciat faptul că este vorba despre o ofertă educativă coerentă la nivelul Bucureștiului, care valorifică un număr relativ ridicat de organizații de tip muzeal, cu structuri și tipuri de patrimoniu diferite. Astfel, considerăm că proiectul reprezintă una dintre cele mai ample inițiative de colaborare în domeniul educației muzeale.

Numărul aproximativ de participanți la atelierelor de vară, din anul 2012, a fost de 230 de copii (care uneori au fost însoțiți de adulți – aproximativ 50 de persoane). Remarcabil este faptul că mai mult de jumătate dintre copii au dorit să revină, participând la activitățile desfășurate în două, trei sau chiar patru muzee incluse în program, având astfel ocazia să-și cunoască mai bine orașul și să pășească în muzee pe care nu le mai vizitaseră înainte. Mai mult decât atât, temele discutate în cadrul atelierelor au avut darul de a valorifica, într-un mod durabil, creativitatea participanților mai mici sau mai mari: organizatorii au avut plăcuta surpriză de a descoperi că o parte dintre copii, din proprie inițiativă, au continuat să lucreze și acasă pornind de la temele abordate la *Caravana Muzeelor*.

Muzeele partenere în anul 2012 au fost următoarele: Muzeul de Artă *Vasile Grigore – pictor și colecționar*, Muzeul Național al Satului *Dimitrie Gusti*, Muzeul Național Tehnic *Prof. Inginer Dimitrie Leonida*, Muzeul Național al Pompierilor – Inspectoratul General pentru Situații de Urgență și Muzeul Național al Hărților și Cărții Vechi. Acestora li s-a alăturat și Muzeul Militar Național *Regele Ferdinand I*, unde s-au organizat activități în *week-end* pentru copii, cu înscriere

individuală și în zilele lucrătoare pentru grupuri organizate.

Pe parcursul vacanței de vară 2013 atelierele intitulate *Caravana Muzeelor*, dedicate copiilor cu vârste cuprinse între 6 și 10 ani, s-au desfășurat în nouă muzee și organizații culturale bucureștene, în perioada 17 iulie - 13 septembrie 2013, de miercuri până vineri, începând cu ora 10<sup>00</sup> (aproximativ două ore).

Fiecărui muzeu i-a fost dedicată o anumită săptămână din intervalul propus. Muzeul a fost prezentat copiilor prin intermediul a trei teme de discuție (câte una pentru fiecare zi din program), care au pornit de la o selecție de obiecte din expunere, reprezentative pentru temă și, în același timp, prietenoase și interesante pentru copii. Tematica atelierelor a pus în valoare patrimoniul muzeelor partenere și a fost stabilită de către Global Mindscape în colaborare cu specialiștii acestora, avându-se în vedere estimarea nivelului de cunoștințe al copiilor și potențialul impact pe care o temă putea să o aibă asupra acestora. Pentru a se familiariza mai ușor cu muzeul și pentru a-și dezvolta creativitatea, participanții s-au implicat, în partea a doua a fiecărei zile, în activități practice. O parte a temelor care au avut succes la ediția din 2012 a Caravanei Muzeelor au fost reluate, dar au fost introduse și elemente de noutate. În plus, în 2013, *Caravana Muzeelor* a avut mai multe opriri și un program mai diversificat. De exemplu, a fost pentru prima dată când Muzeul Național al Țăranului Român s-a alăturat proiectului. De asemenea, și la această ediție a existat un Muzeu surpriză, ca și în anul 2012, respectiv Opera Națională București, care deține un muzeu relevant pentru înțelegerea artelor spectacolului, precum și a istoriei instituției.

Organizațiile partenere în vara anului 2013 au fost:

- Muzeul de Artă *Vasile Grigore* – pictor și colecționar
- Muzeul Militar Național *Regele Ferdinand I*
- Muzeul Național al Hârtiilor și Cărții Vechi
- Muzeul Național al Pompierilor – Inspectoratul General pentru Situații de Urgență
- Muzeul Național al Țăranului Român
- Muzeul Național Tehnic *Prof. Inginer Dimitrie Leonida*
- Anaid Art Gallery
- Fundația Löwedal
- Opera Națională București

Tematica specifică fiecărui muzeu a fost discutată într-o manieră accesibilă micilor vizitatori:

- *Călătorie imaginară în Muzeul Hărților* (17 – 19 iulie)
- *Vasile Grigore și secretele unei colecții* (24 – 26 iulie)
- *Foișorul de Foc și destinul pompierilor* (31 iulie – 2 august)
- *Despre istorie la Muzeul Militar* (7 – 9 august)
- *Muzeul Țăranului Român: mereu actual* (14 – 16 august)
- *Descoperim știința prin artă la Muzeul Tehnic* (21 – 23 august)
- *Arta contemporană pentru copii la Anaid Art Gallery* (28 – 30 august)
- *Despre teatru, artă și arhitectură la Fundația Löwendal* (4 – 6 septembrie)
- *Un muzeu-surpriză în peisajul Bucureștiului* (11 – 12 septembrie)

Numărul aproximativ de participanți la atelierelor de vară din anul 2013 a fost de 400 copii.

În afara activităților deja menționate organizate în București, Global Mindscape a desfășurat, în ziua de vineri, 9 august, primul atelier experimental din afara Bucureștiului din cadrul *Caravanei Muzeelor*, respectiv la Muzeul Pelișor, în colaborare cu Muzeul Național Peleş. Atelierul a fost parte componentă a Școlii de vară Kidsart (5 – 9 august) - proiect educativ inițiat de Asociația Kidsart din București, dedicat elevilor din clasele I-IV ai Școlii Gimnaziale „Constantin Brâncoveanu” din Breaza. Proiectul și-a propus familiarizarea copiilor cu artele și meseriile spectacolului printr-un demers educațional multi-disciplinar. Astfel, în cadrul activității practice desfășurate într-o poieniță din vecinătatea Muzeului Pelișor, tema *Realizarea unui afiș în stilul Artei 1900* le-a permis participanților să înțeleagă mai bine patrimoniul găzduit de muzeu, să-și exprime creativitatea și să stabilească o legătură strânsă între artele vizuale și artele spectacolului. Copiii au desenat afișe pentru spectacole cu prinți curajoși și prințese delicate, cu castele impresionante și frumos colorate. O lucrare ne-a atras atenția în mod deosebit: un afiș cu *Prințesa balerină*, care transmite mesajul *Veniți la Peleş! între orele 12<sup>00</sup>-13<sup>00</sup>*. Pentru că un astfel de afiș arată faptul că Școala de vară Kidsart, în ansamblul ei, și-a atins scopul: copiii s-au familiarizat cu artele spectacolului (*Prințesa balerină*, despre care deja discutaseră), le-a plăcut la Muzeul Pelișor și îndeamnă privitorii să-l viziteze cu

încredere; nu în ultimul rând, au apreciat și aplicația practică – intervalul orar menționat reprezentând, de fapt, perioada de timp în care am desenat împreună în poieniță. Școala de vară Kidsart a fost coordonată de Asociația Kidsart și realizată în parteneriat cu Școala Gimnazială „Constantin Brâncoveanu” din Breaza, Global Mindscape și Muzeul Național Peleş, cu sprijinul Primăriei Orașului Breaza.

O experiență inedită a fost reprezentată de participarea la un atelier experimental în cadrul Muzeului de Etnografie Universală „Franz Binder”, în colaborare cu Complexul Național Muzeal ASTRA, desfășurat în perioada Sesiunii aniversare *Muzeul în aer liber din Dumbrava Sibiului - 50 de ani. Amintiri. Realizări. Perspective*, Sibiu, 1 - 4 octombrie 2013. Atelierul a fost organizat cu susținerea consistentă a reprezentanților muzeului și cu participarea Ralucăi Andrei, împreună cu care am coordonat grupul de elevi curioși și entuziaști de clasa a II-a.

Datorită impactului pozitiv pe care l-a avut asupra copiilor la cele două ediții, *Caravana Muzeelor* este reluată în prezent pentru grupuri organizate (grădiniță sau ciclu primar).

Pentru mai multe detalii puteți vizita site-ul [www.globalmindscape.ro](http://www.globalmindscape.ro), blog-ul special dedicat proiectului, <https://caravanamuzeelor.wordpress.com> sau site-urile muzeelor partenere.

Global Mindscape mulțumește muzeelor și organizațiilor implicate în proiect, reprezentanților mass-media care au ilustrat cu promptitudine și interes *Caravana Muzeelor*, părinților, cadrelor didactice și copiilor care au răspuns cu entuziasm invitației de participare și ale căror opinii au ajutat la îmbogățirea conținutului atelierelor și, nu în ultimul rând, voluntarilor care au sprijinit consistent buna desfășurare a activităților.

*Urcați copiii în Caravana Muzeelor!*





*Muzeul de Artă Vasile Grigore - pictor și colecționar*



*Muzeul Militar Național Regele Ferdinand I*



*Muzeul Național al Hărților și Cărții Vecchi*



*Muzeul Național al Pompierilor – Inspectoratul General pentru Situații de Urgență*





*Muzeul Național al Țăranului Român*



*Muzeul Național Tehnic Prof. Inginer Dimitrie Leonida*



*Anaid Art Gallery*



*Fundația Löwedal*



*Opera Națională București*

# Treburi vechi la vremuri noi!

The Old Business at New Times!

dr. Brîndușa ILIE\*  
Mircea Gabriel LĂLĂ\*\*

**Abstract:** *The Old Business at New Times!* project aimed the development of rural entrepreneurship and the increase of the involvement in the life of the community for a total of 18 young people from the village of Viziru, Braila County. The project has given the young the opportunity to harness the talents and creativity of their work. The project responds to the objectives of the Youth in Action program: it promotes active citizenship of young people in general and their European citizenship in particular, creating the framework needed to target the group's interactions with the local community. At the same time, it develops solidarity and promotes tolerance among young people in particular in order to reinforce social cohesion in the European Union. The importance of carrying out the project answered the need for the young people from Braila County to get actively involved, outside the compulsory school, in the life of the local community. Rural entrepreneurship is not quite developed at the level of the Braila County, many young people from the countryside being in the situation where they don't find jobs or are working together with their parents in their household, failing to follow a path of their own. That is precisely why we wanted to increase the participation of young people at the civic and social life, raising their creativity, unity in thinking, and exercise. They have also begun to develop a greater care for the environment, a quality which plays a decisive role in the rural area.

**Keywords:** *entrepreneurship, local community, teamwork, study, youth, Viziru*

**Cuvinte cheie:** *antreprenoriat, comunitate locală, lucru în echipă, studiu, tineri, Viziru*

---

Proiectul *Treburi vechi la vremuri noi!* s-a desfășurat în perioada februarie-iulie 2013 și a avut ca scop dezvoltarea spiritului antreprenorial rural și creșterea implicării în viața comunității locale pentru un număr de 18 tineri din comuna Viziru, județul Brăila,

---

\* Muzeograf, Muzeul Brăilei; email: [brindusa.ilie@yahoo.co.uk](mailto:brindusa.ilie@yahoo.co.uk)

\*\* Președintele Asociației Clubul de Turism Proilavia, email: [proilaviabraila@yahoo.com](mailto:proilaviabraila@yahoo.com)

oferind astfel posibilitatea tinerilor de a-și valorifica singuri munca, talentele și creativitatea. Beneficiar al proiectului a fost Asociația *Clubul de Turism Proilavia Brăila*, având ca parteneri Secția Etnografie și Artă Populară a Muzeului Brăilei și comunitatea locală din comuna Viziru, finanțator fiind Comisia Europeană prin Agenția Națională pentru Programe Comunitare în Domeniul Educației și Formării Profesionale, Programul Tineret în Acțiune/Acțiunea 1.2-Inițiative ale Tinerilor.

Printre obiectivele și rezultatele obținute, proiectul răspunde astfel la scopul programului *Tineret în acțiune*: promovează cetățenia activă a tinerilor, în general, și cetățenia europeană a acestora, în special, prin faptul că, în afara obiectivelor care se referă la creșterea competențelor tinerilor din grupul țintă direct implicat în proiect, acesta creează cadrul necesar unei interacțiuni a grupului țintă cu comunitatea, în scopul conștientizării cetățenilor și a comunității despre importanța ca tinerii să dezvolte abilități de angajare și de antreprenariat; dezvoltă solidaritatea și promovează toleranța între tineri, în special în vederea consolidării coeziunii sociale în Uniunea Europeană.

Necesitatea derulării proiectului a răspuns nevoii tinerilor din județul Brăila de a se implica activ, în afara programelor obligatorii școlare, în viața comunității locale. Antreprenoriatul rural nu este destul de dezvoltat la nivelul județului Brăila, mulți tineri din zona rurală negăsindu-și locuri de muncă sau lucrând împreună cu părinții în gospodărie, nereușind să își urmeze un drum al lor propriu. Tocmai de aceea am dorit să activăm creșterea participării tinerilor la viața civică-socială a comunității, stimulându-le creativitatea, unitatea în gândire, aplicare și exercițiu. De asemenea, aceștia au început să dezvolte o atenție sporită față de mediul înconjurător, care joacă un rol decisiv în spațiul rural.

În cadrul modulelor de training *Lucru în echipă* și *Educație antreprenorială*, tinerii au avut dezbateri în stil nonformal și interactiv, folosind metode precum discuții libere, joc de rol, lucru în echipă, animație prin jocuri, activități outdoor, întocmire planuri de afaceri. Partea practică a constat în organizarea de ateliere de artizanat, broderii-cusături și legumicultură-grădinarit, unde au fost puse în aplicare cunoștințele acumulate la modulele de training.



În afară de activitățile desfășurate în cadrul comunei, au avut loc și vizite de documentare și informare în municipiul și județul Brăila, la diverse instituții cu caracter economic sau istoric: Muzeul Brăilei, Muzeul Orășenesc Ianca, Mănăstirea Măxineni, Colegiul Economic „Ion Ghica”, Rezervația Pădurea Vișoara.

În cadrul proiectului a fost realizat un studiu privind viața la țară în comuna Viziru, pentru a se identifica în mod real situația nevoilor tinerilor și percepția acestora cu privire la șansele de viitor, la șansele de angajare, dezvoltare personală și profesională și strângerea de informații privind valorile populare legate de artă/artizanat. Metodele de studiu și documentare au fost analizate și împărțite în două părți: *Treburile Vechi* și *Treburile Noi*.

### Prima parte - TREBURI VECHI

- Cum se distrau părinții / bunicii voștri?
  - Bărbații se jucau fotbal la poartă, fetele se duceau pe stradă, dădeau petreceri. Nu aveau televizor.
  - Principalele prilejuri de distracție erau clăcile, șezătorile, nunțile, botezurile, balurile; în sat la o bere.
  - Organizau clăci, hore, ieșeau în sat alături de familii și prieteni.
  - Tinerii jucau fotbal, se duceau la căminul cultural să vizioneze filme, iar în week-end la discotecă.
- Ce idei de afaceri/antreprenoriale aveau?
  - Agricultură, tâmplăria, grădinărit, comerțul cu cereale, cumpărau un produs și vindeau la alții, vindeau drojdia și o mâncau cu mămăligă.
  - Voiau ca din producția lor să vândă aproximativ  $\frac{3}{4}$ , iar restul să păstreze pentru ei.
  - Principala ocupație era agricultura, cultivarea pământului și creșterea animalelor.
  - Ideea lor de afaceri cea mai răspândită era aceea de a dezvolta cât mai mult agricultura.
- Cum câștigau ei banii?
  - Munceau la C.A.P., S.M.T., la asociație.
  - Din munca la câmp, din munca mâinilor, din vânzarea produselor agricole, vindeau oi, vaci, porci la târguri.

- Mulți erau angajați la stat, iar tinerii puteau să muncească cu ziua, ceea ce se face și în ziua de azi.
- Vindeau produsele obținute după urma pământului și a animalelor și făceau schimb de produse. Aceștia câștigau bani numai prin muncă, munceau la pădure, vindeau animale.
- Făcând speculă.
- În ce localități mergeau să vândă/cumpere marfa/produse?
  - La Buzău, erau târguri ca la Viziru, vindeau oi, vaci, porci.
  - La Brăila în marile piețe, la Ianca, la Însurăței.
  - În comuna Viziru vindeau produse proprii.
  - Oamenii din Viziru plecau cu autobuzul la Brăila pentru provizii și alte produse.
  - Mergeau la Brăila, de obicei. Dat fiind că drumul e prea lung, se duceau la târguri prin apropiere pentru a vinde produsele.
- Ce pasiuni aveau și ce făceau în timpul liber?
  - Stăteau pe șanț și povesteau, vorbeau între ei. Se mai duceau la un film, la primărie, serveau vinul și țuica preparată în spatele curții, doamnele dădeau tradiția mai departe.
  - Femeile țeseau preșuri, cuverturi, prosoape, abale. Bărbații reparau hamurile și se întâlneau la băcănie.
  - Bătrânii în timpul liber stăteau de vorbă unul cu altul la poartă, la șezători.
  - În timp ce torceau lâna mai vorbeau de una de alta, dar cel mai important lucru este că mergeau în fiecare duminică la biserică.
- Ce articole/produse de broderie-cusături, artizanat făceau?
  - Țesături de gherghef, împletituri din lemn, coșuri, coseau la muscă, în urma acului, la igliță țeseau, costume populare, șorțuri, ștergare.
  - Făceau mileuri, covoare la război etc.
  - Prosoape, carpete, cămăși, fețe de masă, preșuri. Ei înșiși își țeseau prosoape, ii, marama, preșuri în război, carpete și tablouri din lână.
- Legat de munca la câmp, grădinărit și legumicultură – ce cultivau și care era motivația lor?

- Motivația lor – o iarnă cât mai scurtă și ușoară.
- Plantau cereale pe câmp, în grădini puneau legume.
- Cultivau bumbac, porumb, grâu, sfeclă de zahăr, pepeni, orz, ovăz, cartofi, ceapă, tutun, in, floarea-soarelui. Cultivau toate legumele necesare pentru consum. Motivul pentru care cultivau aceste plante este că le asigurau hrana animalelor, dar și pentru a vinde ceva din recoltă.
- Bărbații creșteau animale pentru a face comerț / Motivația era comerțul prielnic obținerii unui câștig însemnat.
- Pământul pentru țărani era foarte valoros, deoarece le dădea un statut mai bun în societate, iar recolta lor era foarte bogată și o puteau vinde.
- Cel mai important lucru pentru ei era munca la câmp.
- Ce ați învățat/aflat de la bunicii/străbunicii voștri legat de cum era viața lor la tinerețe?
  - Am învățat că viața era simplă și în același timp distractivă, fără plictiseală.
  - Tinerii se întâlneau în centrul localității, mergeau la film, la nunți.
  - Viața lor înainte nu era atât de ușoară cum este acum, deoarece aceștia munceau numai pe câmp, iar acum au apărut noi tehnologii care ne ajută să aflăm informații mult mai ușor.

#### partea a doua - VREMURI NOI

- Ce lipsește tinerilor din comuna Viziru?
  - Voința, cultura, înțelegerea, interesul.
  - Dorința de a se întâlni, de a petrece timpul împreună.
  - Nouă, tinerilor, ne lipsește un parc unde am putea să ne întâlnim și să mai povestim, vorbim, un loc unde am putea să ne strângem să jucăm diverse jocuri și multe altele.
- Care credeți că sunt avantajele în a locui în mediul rural?
  - Sănătate livrată de acest mediu rural.
  - Avantaje sunt pentru că oamenii de la sat prin ceea ce cultivă, mănâncă.
  - Multe activități în aer liber.
  - Mult spațiu de desfășurare.
  - Multe beneficii din punct de vedere social și cultural.

- Aerul proaspăt, mâncarea naturală ne face imunitatea mai puternică și nu ne îmbolnăvim la fel de repede cum se îmbolnăvesc cei din mediul urban.
- Oamenii interacționează mai ușor între ei, au un stil de viață mai sănătos.
- Beneficiem de hrană naturală și nu trebuie s-o luăm din magazin.
- Care credeți că sunt dezavantajele că locuiți în mediul rural?
  - Lipsa unor instituții și spații de a-și dezvolta aptitudinile, înclinațiile etc.
  - Până în anul 2011 a fost problema apei, pentru că nu aveam apă și ne descurcam foarte greu.
- Cât de motivați sunteți să rămâneți după terminarea studiilor în mediul rural?
  - Mi-ar plăcea să rămân după terminarea studiilor.
  - Foarte motivați.
  - Nu aș rămâne, deoarece nu aș avea un loc de muncă stabil și nu aș avea cu ce să mă descurc, poate pe viitor aș alege să locuiesc în mediul rural.
- Ce doriți să faceți în viitor?
  - Să deschid o firmă, întreprindere.
  - Aș vrea să am un loc de muncă și să-mi pot întreține viitoarea familie.
  - Încă nu m-am gândit, nu știu.
  - Să ne întemeiem o familie și să ne implicăm în viața comunitară a Bisericii.
- Ce sfaturi vă dau/v-au dat părinții/bunicii voștri legat de viață și mod de trai?
  - Nu da vrabia din mână pe cea de pe gard.
  - Cine are carte are parte!
  - Să fim uniți mereu!
  - Viața este scurtă și trebuie să o trăiești.
  - Oamenii s-au schimbat foarte mult, și vorbind la modul cel mai serios, ei s-au schimbat în rău.
  - Înainte de a face o alegere să ne gândim de mai multe ori înainte de a lua acea decizie.



*Tineri implicați în atelierele de croitorie și artișanat*



*Tineri în vizită de studiu la Muzeul Brăilei*



*Frumusețea spațiului Bărăganului*



*Expoziție de artizanat în comuna Viziru*



*Final de proiect*



# Textele de muzeu – între comunicare și educație

Museum texts - between communication and education

Mihaela MURGOCI\*

**Abstract:** *The project "EXPO-EDU-Text. Museum Texts - between communication and education" has suggested the development of a professional training program addressed to curators and specialists in museum education. Two training sessions have been organised, one in the Casa Muresenilor Museum in Brasov and the other in the Art Museum from Timisoara. The training program had a strong practical component. The group of participants, together with the curators from the host museum, have conceived texts for a permanent exhibition at the Art Museum in Timisoara and a temporary exhibition at Casa Muresenilor Museum in Brasov. The texts have been tested within a quality experiment research with three focus groups. The public research will continue with a quantity research, by applying a number of minimum 100 questionnaires. The research will emphasize on the exhibition texts, aiming to identify the needs of the public in this direction. The results of the public research, together with the course support made for the training sessions, will be gathered in a volume which will be put at the disposal of the museums on a paper format for the closing event of the project and on electronic format, upon request.*

**Keywords:** *museum texts, target group, public research*

**Cuvinte cheie:** *texte de muzeu, grup țintă, cercetare de public*

---

Modul în care sunt concepute și redactate textele unei expoziții influențează în mod decisiv vizita într-un muzeu. Textele sunt componenta centrală a agendei de comunicare a muzeului. O expoziție tematică și cu scop educativ și care țintește o gamă largă de vizitatori are nevoie de texte care să contextualizeze obiectele și să decripteze interpretarea lor<sup>1</sup>.

---

\* Manager de proiect, Asociația pentru Formare Profesională a Adulților;  
telefon 0723.833.591, mihaela.murgoci@gmail.com;

<sup>1</sup> Louise J. Ravelli, *Museum Texts. Communication Frameworks*, Routledge, 2006, p. 3.

Foarte multe din textele explicative din muzee sunt fie prea simple, oferind vizitorului o informație minimă, fie prea complicate. Ele sunt scrise de specialiștii care știu multe despre obiecte și care, deseori, uită că vizitorul știe mai puțin<sup>1</sup>. Și care ar fi soluția?

În primul rând, muzeele trebuie să își cunoască publicul. Interpretarea - explicarea unui obiect și a semnificației sale – se face în funcție de grupul țintă vizat. Nu îi poți mulțimi pe toți, însă trebuie să îți cunoști publicul.

În sprijinul acestor idei, am creat proiectul *EXPO-EDU-TEXT. Textele de muzeu – între comunicare și educație*. Proiectul a urmărit dezvoltarea unui program de formare profesională care s-a adresat muzeografilor și specialiștilor în educație muzeală. Programul a avut o durată de patru zile. Au fost organizate două sesiuni de formare, una la Muzeul de Artă din Timișoara și una la Muzeul „Casa Mureșenilor” Brașov. Programul de formare a avut o puternică componentă practică. Grupul de participanți la sesiunile de formare, în colaborare cu muzeograful din muzeul gazdă, au creat textele unei expoziții, a unei expoziții permanente la Muzeul de Artă din Timișoara și a unei expoziții temporare la Muzeul „Casa Mureșenilor” Brașov.

Textele au fost testate în cadrul unor cercetări experiment, mai precis în cadrul a trei focus grupuri. Este pentru prima dată în spațiul muzeografic românesc când textele realizate de specialiști sunt oferite aprecierii publicului.

În cazul Muzeului de Artă din Timișoara, publicul țintă ales a fost format din adulții cu studii medii sau studii superioare, din Timișoara. În cadrul celor două focus grupuri au fost testate textele create pentru Galeria de Artă Europeană, atât textele pentru întreaga expoziție, cât și câteva dintre etichetele extinse. În cazul textelor pentru întreaga expoziție, au fost propuse trei variante. Toți participanții la focus grup au apreciat textul care era mai scurt dar care punea în evidență lucrările cele mai importante din expoziție. Observațiile lor au fost: texte scurte dar într-un limbaj ușor de înțeles, simplu nu simplist, care să conțină informații relevante pentru public.

---

<sup>1</sup> Timothy Ambrose și Crispin Paine, *Museum basics*, Routledge, 2006, p. 101.

În ceea ce privește etichetele extinse, toate observațiile participanților au fost luate în considerare pentru varianta finală a acestora și aici mă refer atât la informații care lipseau pentru că specialiștii au apreciat că nu sunt poate necesare, cât și la ordinea în care să apară informațiile.

A fost creat un număr de șase etichete extinse, grupate în final într-o broșură-ghid, *Să descoperim povești în Galeria de Artă Europeană*. Astfel, la Muzeul de Artă din Timișoara a fost creat, în premieră în România, un traseu educativ, care să atragă atenția publicului asupra poveștilor din spatele unui tablou. O cercetare documentară anterioară proiectului a demonstrat faptul că o expoziție de artă este, în principal, apreciată de iubitorii de artă. Publicul neavizat ajunge prima oară într-un muzeu de artă fie din curiozitate, nerevenind ulterior, fie nu vizitează deloc un astfel de spațiu muzeal, căci nu se simte confortabil, sau nu înțelege nimic din mesajul artistic.

Selecția obiectelor de muzeu care fac parte din traseu a fost făcută în funcție de mai multe criterii. Primul criteriu a fost importanța obiectului în cadrul Galeriei. Un altul a fost „ineditul” poveștii din spatele operei de artă. Și nu în ultimul rând poziția obiectului în cadrul expunerii. Au fost selectate obiecte care să aparțină tuturor școlilor de pictură prezente în Galeria de Artă Europeană. Munca de cercetare din spatele poveștilor obiectelor din cadrul expoziției aparține lui Marius Cornea, muzeograful acestei expoziții. Vă prezint în continuare două dintre textele aflate în broșura-ghid:

### ***Sacrificarea Ifigeniei*** ***Sfânta Magdalena în pustiu***

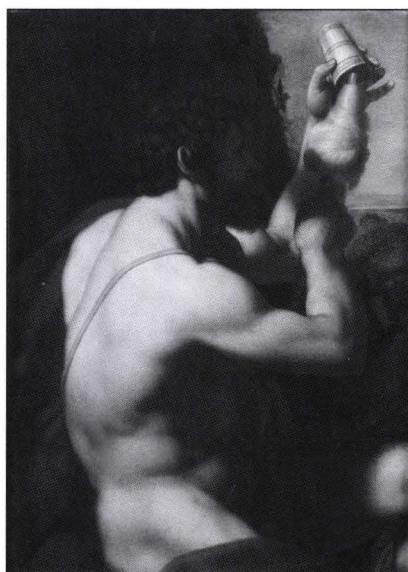
*Cele două lucrări făceau parte din decorația a două lăzi de zestre (cassoni). Picturile ilustrau un cod de comportament al viitoarei soții – sacrificiul (Ifigenia) și pocăința (Maria Magdalena).*

*Ifigenia, simbol al sacrificiului, era fiica regelui Agamemnon, conducătorul armatei grecești împotriva Troiei. Ea acceptă să se sacrifice pe altar pentru a potoli mânia zeiței Artemis, care stârnise o furtună ce împiedica flota grecească să își continue drumul.*

*Magdalena era femeia discipol a lui Iisus, venerată ca sfântă în creștinism.*



*Sacrificarea Ifigeniei. Sfânta Magdalena în pustiu. Leonardo Boldrini, activ în Veneția, în perioada 1452-1497, Muzeul de Artă Timișoara, Galeria de Artă Europeană*



*Hercule torcând lâna de aur,  
Michele Desubleo  
(Maubege, 1602 - Parma, 1676)  
Muzeul de Artă Timișoara,  
Galeria de Artă Europeană*

## ***Hercule torcând lâna de aur***

*Lucrarea îl reprezintă pe Hercule în captivitatea reginei Omphale, ca pedeapsă pentru omorârea, într-un acces de nebunie, a lui Iphitos, fiul unui rege grec. Toarcerea lânii simbolizează răbdare și dexteritate, calități care caracterizează un erou. Familia italiană care a comandat lucrarea a ales această temă din mitologia greacă pentru că pretindea că este urmașa marelui erou. Era un fapt comun în Italia acelor timpuri ca marile familii aristocrate să își revendice originile din personaje mitologice.*

În cazul Muzeului „Casa Mureșenilor” Brașov, expoziția studiu a fost *Serviciile poștale în trecut*, muzeograf fiind Marinela Loredana Barna. Expoziția cuprinde și panouri de text pentru secțiunile sale, grupul țintă ales fiind adolescenții. Astfel, în prima parte a cercetării de public, au fost invitați la focus grup un număr de opt adolescenți. Au fost testate textele propuse de participanții la cursul din Brașov, precum și textele finale care au intrat în expunere. Diferența dintre textele create în cadrul cursului și cele create de muzeograf este lungimea. Participanții la focus grup au apreciat pozitiv calitatea informației oferite însă, asemenea celor din Timișoara, observațiile lor au fost în favoarea unor texte mai scurte, considerate a fi mai ușor de urmărit într-o expoziție.

Următoarea fază a proiectului va cuprinde o cercetare de public în fiecare dintre cele două expoziții, o cercetare cantitativă, prin aplicarea unui număr de minim 100 de chestionare. Cercetarea va pune accentul pe textele din expoziții, urmărind să identifice nevoile publicului în această direcție, dar și impactul înregistrat de textele receptate.

Rezultatele cercetării de public, împreună cu suportul de curs realizat pentru sesiunile de formare, vor fi adunate într-un volum care va fi pus la dispoziția muzeelor, atât în format hârtie în cadrul evenimentului de încheiere a proiectului (15 noiembrie 2013), cât și în format electronic, la cerere. Volumul va apărea la editura Colias în cadrul colecției MUSEION.

La sesiunile de formare au participat 32 de specialiști, cu 10 mai mulți decât estimarea inițială. Vă prezint în continuare două dintre textele create de ei pentru examenul de absolvire.

## **CAMIL RESSU (1880-1962), *Terasa Oteteleşanu* (1912)**

*ulei pe carton*

*Terasa Oteteleşanu a fost o cafenea din Bucureşti, un loc de adunare a personajelor din viaţa culturală de la începutul secolului XX.*

*Lucrarea este un portret colectiv în care artistul ne prezintă grupul de prieteni cu care frecventa cafenea: pictorii Iosif Iser, J. Al. Steriadi şi Alexandru Szathmari, poezii Ion Minulescu şi Tudor Arghezi, scriitorul Corneliu Moldovan şi compozitorul Alfonso Castaldi.*

*Fiind locul de întâlnire a multor intelectuali, cafenea a primit denumirea simbolică „Academia Terasa”.*

(muzeograf Ramona Orban, Muzeul de Artă Timişoara)

## **Pistol cu cremene şi roţiţă, atelier occidental, secolul al XVI-lea**

Realizat din oţel.

Dimensiuni: L totală=50 cm, L țeavă=23 cm, calibru=11,5 cm.

*Este considerat cel mai vechi pistol din colecțiile muzeelor din țară.*

*Cremenea și roțița au înlocuit vechea pârgbie cu fitil. Roțița se declanșează prin detensionarea unui resort, iar în contact cu cremenea produce scânteia necesară inițierii încărcăturii de azvârlire.*

*Astfel de arme reprezentau un semn al nobleței, fiind bogat ornamentate. Erau folosite la vânatoare și mai ales de către cavalerie.*

(Rozalinda Posea, Muzeul Județean de Istorie Brașov)

Proiectul a fost implementat de Asociația pentru Formare Profesională a Adulților, în parteneriat cu Muzeul de Artă Timişoara, Muzeul „Casa Mureşenilor”, Colias International, Global Mindscape și Asociația pentru Protecția Patrimoniului, proiect cultural finanțat de Administrația Fondului Cultural Național, în sesiunea proiecte culturale I/2013.

## **Bibliografie:**

AMBROSE, Timothy; PAINE, Crispin. *Museum basics*. Routledge, 2006.

RAVELLI, Louise J. *Museum Texts. Communication Frameworks*. Routledge, 2006.



## Trecutul... cu pași mărunți

The past... with small steps

Maria Claudia NEACȘU\*

**Abstract:** *The activity unfolded by the “Curtea Domnească” National Museum Complex from Târgoviște, addressing children between 9 and 11 years old, took place in the exhibition halls of the museum with an artistic profile, where we started on an interactive and theme-based journey in town to the main places illustrated by artists in the exhibited works. The open air visit was the opportunity to find out new information about the local history and the transformations having lead to the image of the town as it is today. The children took photographs which documented the finding of these places and thus completing the image of the town by knowing and recognizing the places they often go to, without knowing their story.*

*The open-air activity has suggested a research moment for the local history from a visual point of view - changes suffered in time - through photographs, a technique which, together with the apparition of the mobile phones that have incorporated photo cameras, became accessible to almost all school-children.*

**Keywords:** *local history, travel, discovery, story, image, historic monuments, transformation*

**Cuvinte cheie:** *istorie locală, călătorie, descoperire, poveste, imagine, monumente istorice, transformare*

---

Activitatea realizată de Complexul Național Muzeal „Curtea Domnească” Târgoviște, adresată copiilor între 9 – 11 ani, s-a desfășurat în sălile de expunere ale muzeelor cu specific artistic, de unde s-a pornit într-o *călătorie* interactivă și tematică *prin oraș* în principalele locuri ilustrate de artiști în lucrările expuse. Vizita în aer liber a constituit prilejul de a afla informații noi despre istoria locală și transformările care au adus imaginea orașului la forma din zilele

---

\* Muzeograf artă IA, Complexul Național Muzeal „Curtea Domnească” Târgoviște, județul Dâmbovița; e-mail: marianeacsu83@yahoo.com

noastre. Copiii au realizat fotografiile care să documenteze găsierea acestor locuri întregind astfel imaginea asupra orașului, cunoscând și recunoscând locurile prin care trec, adesea, fără a le ști povestea.

Activitatea în aer liber a propus un moment de cercetare a istoriei locale din punct de vedere vizual – schimbări suferite în timp – prin intermediul fotografiei, o tehnică care, odată cu apariția telefoanelor mobile cu cameră fotografică încorporată, a devenit accesibilă aproape tuturor școlărilor.

\*\*\*

Printre activitățile educaționale realizate în acest an la Complexul Național Muzeal „Curtea Domnească” Târgoviște se numără și proiectul „*Pas cu pas prin oraș. Locuri de demult*”. Acesta a fost ales din mai multe motive dintre care amintim pe cele mai importante: cererea tot mai mare a copiilor și a cadrelor didactice pentru ilustrarea istoriei locale, ușor de aflat încă în diferite zone ale orașului; descoperirea unei părți firești în dezvoltarea unei așezări care se transformă în funcție de cerințele lumii contemporane și, nu în ultimul rând, redescoperirea importanței artei în păstrarea memoriei vii a locurilor de odinioară.

Scopul proiectului l-a reprezentat completarea expozițiilor din care provin lucrările cu imagini și informații referitoare la vechiul oraș, evidențiind schimbările care au dat o nouă înfățișare Târgoviștei, cu ajutorul vizitatorilor mai mici. Iar familiarizarea copiilor cu o mică parte din istoria orașului a constituit obiectivul principal al acestei activități.

Îmbinând cunoștințe din mai multe domenii – istorie, artă și cultură locală – am încercat, și prin intermediul mișcării, să facem în așa fel încât cei mici să aibă parte de o mini-excursie prin orașul Târgoviște, urmărind totodată și alte obiective.

Printre acestea amintesc: stârnirea curiozității asupra transformării unor locuri frecventate de aceștia, care poartă denumiri mai mult sau mai puțin cunoscute lor; stimularea memoriei vizuale prin folosirea fotografiilor realizate chiar de ei; apropierea acestora de obiectul muzeal (lucrările de artă) prin aflarea poveștii/istoriei din spatele acestuia; folosirea - ca metodă de immortalizare a informațiilor vizuale primite - a telefonului cu cameră de fotografiat încorporată.

Activitatea a fost promovată de colegii de la departamentul de relații publice prin intermediul mass-media locală (presă scrisă și on-line, televiziune, radio) și la școli.

Colaborator principal la acest proiect a fost Școala „Vasile Cârlova”, clasele a III-a ale doamnelor învățătoare Luminița Banu și Georgeta Marcu- de altfel colaboratori mai vechi ai instituției noastre.

Proiectul inițial s-a adresat copiilor din clasele a III-a și a IV-a dar, datorită întârzierii răspunsului cadrelor didactice, acesta s-a desfășurat doar cu cele două clase a III-a de la Școala „Vasile Cârlova”, urmând a fi reluat în primăvara anului următor și cu celelalte școli care păreau interesate.

Activitatea *Pas cu pas prin oraș. Locuri de demult* s-a desfășurat, pe parcursul a 3 ore, atât în spațiul muzeal, cât și în aer liber prin oraș. A avut ca punct de pornire o vizită a Muzeului de Artă, a Muzeului „Vasile Blendea” și a Casei-atelier „Gheorghe Petrașcu”, în ordinea amintită, astfel încât traseul urmat să fie o spirală. Scopul vizitelor era acela de a afla locurile înfățișate de artiști de la sfârșitul secolului al XIX-lea și până după cel de-al Doilea Război Mondial. Cea mai veche lucrare („Biserica Vârzaru”) prezentată copiilor a fost realizată la 1889 de Ștefan Vasilescu, pictor buzoian stabilit la Târgoviște, iar cea mai recentă a fost pictura „Poarta Vânătorilor” (1956) a artistului târgoviștean Aurel Vasilescu. Însă majoritatea lucrărilor erau încadrate în perioada interbelică. Pictorii care au lucrat la Târgoviște și ale căror lucrări au făcut parte din acest periplu sunt: Ștefan Vasilescu (1855-1922), Gheorghe Petrașcu (1872-1949), Vasile Blendea (1895-1987) și Aurel Vasilescu (1906-1986). O parte dintre locurile immortalizate de artiști în lucrările văzute de copii au urmat apoi să fie identificate străbătând orașul la pas, după traseul prestabilit, iar în cazul celorlalte opere, aceștia au fost îndrumați primind informații despre perioada când s-a transformat, zona pierzându-și astfel vechea înfățișare.

Activitatea în aer liber și-a propus un moment de cercetare a istoriei locale din punct de vedere vizual – schimbări suferite în timp – prin intermediul fotografiei, o tehnică care, odată cu apariția telefoanelor mobile cu cameră fotografică încorporată, a devenit accesibilă aproape tuturor școlărilor. Din acest motiv, copiii au fost îndemnați să vină cu telefonul mobil și să îl utilizeze, lucru interzis

într-o zi normală de școală. Acest fapt i-a entuziasmat destul de mult pe unii dintre ei, în timp ce pe alții nu i-a motivat atât de tare încât să vină cu telefonul la ei.

Traseul în sine a fost unul destul de stufos și aglomerat, permițând îndrumarea copiilor în zonele care păreau să prezinte un interes special pentru aceștia. Zonele de interes erau grupate în apropierea centrului vechi al orașului, mult schimbat față de perioada interbelică, de când datau majoritatea lucrărilor prezentate în expozițiile celor trei muzee incluse în proiect. Traseul s-a desfășurat în spirală pentru a nu trece de două ori prin același loc și pentru a da posibilitatea copiilor să vadă cât mai multe monumente și să afle numeroase legende din partea istorică a orașului.

Chiar cele trei sedii ale muzeelor vizitate: Muzeul de Artă, Muzeul „Vasile Blendea” și Casa-atelier „Gheorghe Petrașcu”, aveau să le dezvăluie o parte de istorie, aducând în viața cotidiană vremuri de mult încheiate. Astfel, actualul Muzeu de Artă a fost, la începuturile sale, sediu al Prefecturii Județului Dâmbovița, apoi sediu al Bibliotecii Județene „Ion Heliade Rădulescu”. Casa-atelier „Gheorghe Petrașcu” a fost construită de artist conform dorințelor și necesităților sale, la începutul celui de-al doilea deceniu al secolului al XX-lea, cu un atelier generos pe partea nordică a locuinței, pe o străduță liniștită unde ieșea la peisaj. Muzeul „Vasile Blendea” este găzduit de o clădire cu o bogată istorie legată de una din numeroasele biserici ale orașului din perioada lui Matei Basarab, Biserica Sfântul Nicolae, Andronești, a cărei pictură a fost restaurată de pictorul Vasile Blendea. Casa de tip culă datată în secolul al XVIII-lea fusese refăcută pe beciuri mai vechi, dateate, de arhitectul Corneliu Ionescu, în secolul al XVII-lea. În ceea ce privește arta lui Vasile Blendea, aceasta este bine ilustrată de publicistul Tudor Samuilă într-un articol apărut în revista *Tribuna*<sup>1</sup>, unde artistul își exprima sentimentul de iubire pentru lucrurile care îl înconjoară: „Am iubit primăverile, verile, toamnele, iernile, casele și ulițele fostului târgușor care era Târgovișteea; i-am iubit pe sârmanii căruțași care cărau păcura, am iubit caii lor rebegeți de frig și osteniți de povară (...) am iubit apoi tot ce poate iubi lumina și culoarea”. Chiar din cuvintele adresate de

---

<sup>1</sup> Tudor, Samuilă, *Interviu cu maestrul Vasile Blendea*, în *Revista Tribuna*, 3 noiembrie 1977, p. 9.

către artist lui Tudor Samuilă se înțelege faptul că a pictat și a desenat cu plăcere atmosfera și străduțele orașului, o mărturie în acest sens fiind și numărul mare de lucrări care oglindesc monumentele („Case la marginea cetății”, „Biserica Sf. Ionică”, numeroase reprezentări ale Curții Domnești, „Târgoviște sub zăpadă”, diverse peisaje cu Mănăstirea Stelea, „Strada Dr. Marcovici”, „Strada Eternității”, „La Moara Curelea” ș.a) și oamenii din vechea cetate a Târgoviștei.

Locurile unde se aflau case ori monumente care nu se mai păstrează astăzi au fost subiectul principal al cutreierării orașului. Aici am văzut locurile unde se găseau cândva: casa Babei Mărina - pictată în 1917 de Gh. Petrașcu, Biserica Vărzaru (realizată de Ștefan Vasilescu la 1889), Poarta Seimenilor, Moara lui Curelea, Atelierul mecanic al lui Rădulescu - picturi ale lui Vasile Blendea, casa natală a lui Ion Heliade Rădulescu, zona Palatului Prefecturii.

De asemenea, au fost vizate și locurile care au suferit transformări în timp, dar care au putut fi încă recunoscute. Dintre acestea amintim: Poarta Vânătorilor, Turnul și Curtea Domnească, zona din spatele Palatului Copiilor, Strada Vasile Cârlova, Biserica Sf. Ionică, Intrarea la Mănăstirea Stelea.

Pe toată durata activității, copiii au primit informații legate de momentul și împrejurările în care au survenit transformările, astfel încât să își creeze o imagine cât mai completă asupra vieții și atmosferei vechiului oraș observând ce s-a mai păstrat din acesta.

Proiectul s-a încheiat prezentând vizitatorilor, în expozițiile permanente ale muzeelor amintite, cele mai reușite fotografii realizate de copii.

Acest proiect va fi reluat și în perioada săptămânii de la începutul lunii aprilie în cadrul programului național pentru școli, dar cu ușoare simplificări, atât ca volum de informație, cât și din punctul de vedere al duratei activității.



*Fotografie din „călătoria” prin oraș în aflarea Turnului Cbindiei,  
monument pictat și de Ștefan Vasilescu*



*Fotografii realizate în timpul activității în expozițiile: Muzeului de Artă,  
a Muzeului „Vasile Blendea” și respectiv a Casei-atelier „Gheorghe Petrașcu”*





*Fotografii realizate în timpul activității în expozițiile: Muzeului de Artă, a Muzeului „Vasile Blenda” și respectiv a Case-atelier „Gheorghe Petrașcu”*



*Fotografie realizată de unul dintre participanții la activitate, la intrarea pe strada Vasile Cârlova, loc redat de Vasile Blendea într-una din lucrările sale*

# Comori din lada bunicii. Proiect educațional

## Treasures from Grandma's Chest. Education Project

Elena Elisabeta PLENICEANU\*

**Abstract:** *Treasures from Grandma's Chest Educational Project had as main objective the recovery of cultural heritage elements we hoped were still kept in the homes of individuals or in the communities from the rural and urban areas.*

*The target groups were students between 6-14 years old, wishing to participate effectively in collecting traditional objects. Their journey through the stages of recording, photographing, preservation and restoration, but also the organization of the exhibition, was for the participants a real experience, both for the mind and soul, an adventure not very far from their own family history.*

*Specific objectives were proposed and implemented:*

- to engage young people in identifying and preserving some remains of the past and local identity ;*
- to create a data base by recording, photographing, describing the objects and cataloging them;*
- to create an exhibition in the local community.*

*We have scheduled visits for students who have passed all the restoration and conservation workshops on this occasion by visiting the museum and base stations.*

*All items collected from students were recorded, photographed, and then cleaned and treated for biological attacks. An electronic catalogue for the objects was created.*

*They started to organize the exhibition in late November.*

*On December 6 there was the exhibition opening and crowded people filled the two exhibition halls. Students from the countryside came dressed in authentic traditional costumes and roamed the exhibition opening. Certificates of participation have been awarded for the teachers involved and gifts from Santa offered to students. In the end everybody sang carols and filled in some feedback questionnaires.*

*The final results of this action were:*

- the involvement in the project of a total of 97 children and 14 teachers;*
- making an exhibition with 321 antique items (257 objects and 64 family photos) that did not require the use of any object of cultural heritage from our institution;*
- 52 feedback sheets filled, with impressions from those involved in the project;*
- the entire work represented a database of 24 folders with 1099 files and 178 pages of documentation.*

---

\* Muzeograf, manager de proiect, Complexul Muzeal Bistrița-Năsăud;  
complexmuzealbn@yahoo.com; elenaelisabeta@gmail.com

*The conclusion was that through these small assemblies of parts from so many different sources, we were able to transform human relationships, to find some connections between adults and children. Most important relationships involved were those between grandchildren and grandparents, but also among children, parents, teachers, and specialists of the institution. The project will continue.*

**Keywords:** *treasures, Grandma's Chest, dowry, tradition, photographs, family*

**Cuvinte cheie:** *comori, lada bunicii, zestre, tradiție, fotografii, familie*

---

Proiectul face parte din planul de activități depus la finele anului 2011 în cadrul Complexului Muzeal Bistrița-Năsăud, ca activitate pe anul 2012, cu un buget aprobat de 3.000 de lei.

### *Motivația proiectului*

Gândindu-mă că, răscolind dulapurile și lăzile de zestre ale bunicii, acestea ne mai pot oferi bucuria de a descoperi încă adevărate comori, am început demersul acestui proiect educațional și expozițional numit simbolic *Comori din lada bunicii*, având ca obiectiv principal recuperarea unor elemente ale patrimoniului cultural, ce presupunem și speram că mai există încă în casele locurilor, ale indivizilor și a comunității din mediul rural și urban.

Fiorul căutării, emoția urmăririi, bucuria de a găsi ceva, poate fi cu adevărat senzațional. Aceste emoții ne-am dorit să le simtă micii căutători de „comori” în această călătorie în timp, numită istorie familială și locală.

Grupul țintă spre care ne-am îndreptat în primul rând a fost cel al elevilor între 6-14 ani, doritori să participe efectiv la colectarea obiectelor, a parcursului acestora prin toate stadiile, de la înregistrare, fotografiere, conservare și restaurare dar și la organizarea expoziției și, în al doilea rând, cadrelor didactice, părinților, bunicii și străbunicii dispuși să-i ajute în acest demers.

Protagonistii, așa cum ne-am propus la începutul proiectului, au putut cunoaște astfel, cu mintea și cu sufletul, aspecte ce țin de istoria, nu foarte îndepărtată, a familiei, a locului.

Obiective specifice propuse și realizate au fost:

- implicarea tinerilor și familiilor acestora în identificarea și păstrarea unor vestigii ale trecutului și identității locale;
- crearea unei arhive de date prin înregistrarea, fotografierea pieselor descoperite și fișarea acestora;

- valorificarea pieselor identificate printr-o expoziție în cadrul comunității locale;

### *Promovarea proiectului*

Proiectul a început în luna mai cu promovarea printr-o campanie publicitară în ziarele locale, dar și o alta, directă, la câteva școli gimnaziale din Bistrița și din cadrul unor comunități rurale de pe Valea Ilișuei: Căianul Mic, Spermezeu, Dumbrăvița, Târlișua, Agrieș, lăsând timp copiilor, pe perioada vacanței de vară, pentru a putea „cerceta” și „răscoli” prin cuferele bunicilor.



*Spermezeu*





*Căianul Mic - campania de promovare în afara orașului*



La începerea noului an școlar s-a luat legătura cu școlile unde au fost depuse proiectele. Într-una din ele, copiii deja adunaseră o serie de obiecte, iar într-o alta, ne-a fost solicitată explicarea proiectului și a ceea ce ne dorim de fapt chiar în fața elevilor adunați special pentru acest lucru. A fost nevoie și de specificarea clară a faptului că obiectele se vor întoarce aparținătorilor și nu vor fi păstrate (confiscate) de către muzeu.

Li s-a explicat și că, la colectare, ne vom rezerva dreptul de a selecta piesele care considerăm că sunt de valoare pentru a face parte din expoziție. În condițiile date am fost nevoiți a prelungi termenul de colectare cu încă o lună. Spre bucuria noastră, au început să apară tot mai mulți copii doritori să aducă obiecte.

### *Colectarea și conservarea obiectelor*

Colectarea a început în luna octombrie de la două școli gimnaziale din Bistrița, care ne-au anunțat că au adunat obiecte: Școala gimnazială nr. 1 și Școala gimnazială „Avram Iancu”, iar din mediul rural școli precum cele de la Căianul Mic, Spermezeu, Dumbrăvița, dar și câțiva copii venind separat, cu bunicii de mână, după ce au aflat din ziarele locale despre proiect.

Ne-am deplasat la școli pentru o selectare a obiectelor, înregistrarea și transportul lor la muzeu. Spre bucuria noastră copiii au înțeles ceea ce dorim de la ei și au adus obiecte vechi, cu valoare, ce au putut fi expuse.

Elevii de pe Valea Ilișuei (Căianul Mic, Dumbrăvița, Spermezeu) au adus ei piesele la muzeu venind cu microbuzul școlii, însoțiți de cadrele didactice, ocazie folosită pentru a vizita muzeul, dar și să asiste la câteva demonstrații realizate la atelierelor de restaurare-conservare.

S-au programat vizite ale elevilor, ce au adus piese, din cele două școli din oraș, care au trecut pe rând prin ateliere spre a vedea și a li se explica cum sunt restaurate și conservate piesele pe care ei le-au adus, cu exemplificări de restaurare a altor obiecte ce aparțin Complexului Muzeal Bistrița-Năsăud, vizitând, cu această ocazie și secțiile de bază ale muzeului. În timpul vizitei li s-a vorbit, în mare, despre misiunea unui muzeu, de felul în care acesta își poate mări patrimoniul - unde și ei pot avea o contribuție proprie – de cum se păstrează și se poate valorifica.



*Aspecte din timpul colectării obiectelor*



*Aspecte din timpul colectării obiectelor*



*Aspecte din timpul curățării și conservării pieselor*



*Aspecte din timpul curățirii și conservării pieselor*





*Vizite la atelierele de restaurare și în secțiile permanente ale muzeului*



*Vizite la atelierelor de restaurare și în secțiile permanente ale muzeului*





*Vizițe la atelierelor de restaurare și în secțiile permanente ale muzeului*

Toate obiectele colectate de la elevi au fost înregistrate, fotografiate, apoi curățate și tratate de carii. S-au făcut fișe de obiect cu imaginea, denumirea, descrierea obiectului, materialul din care este făcut, starea de conservare, elevul care l-a adus, școala.

Obiectele strânse au fost vechi și foarte vechi, începând cu 1890 până în jur de 1950, cu mici excepții. Predominante au fost cele din mediul rural, dar au existat și câteva piese din mediul urban. Printre obiectele colectate s-au putut găsi: o ladă de zestre, costume populare din zonă, ceramică (farfurii, oale, căncee), obiecte de uz casnic din lemn și metal (vase, coveți pentru făcut pâine, fiare de călcat, mojar, lămpi, sfeșnice, râșnițe, ploscă, compas, șa din lemn, radio), ustensile (sucale, spete, hecele, fusuri, suveici, piepteni pentru cânepă), mașini de tors, obiecte de decor (ștergare, vase, mărgele, trăistuțe, ceasuri, pudriere, poșete), icoane pe sticlă, tăbliță de scris din lemn, pendul de perete, jurnale, instrumente muzicale, fotografii.

Expoziția a avut parte și de obiecte cu o frumoasă poveste în spate. Unul dintre ele este un jurnal de călătorie ce i-a aparținut lui Florea Nechita, un localnic din Pintic, ce în 1910 pleacă spre America din dorința unui câștig pentru un trai mai bun. Se întoarce în țară în 1917 și toată călătoria, anii petrecuți acolo sunt descriși în acest album cu un scris caligrafic, în versuri. Aduce pentru familie un ceas cu pendul, care pe lângă ore și minute arată și zilele unei luni. Strănepoții acestuia: Toma Alexandru, Toma Maria, Duda Cristian, pe lângă piesele de mai sus, au mai adus o vioară cu goarnă și piese ale unui vechi costum popular.

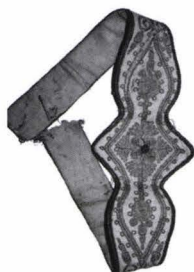
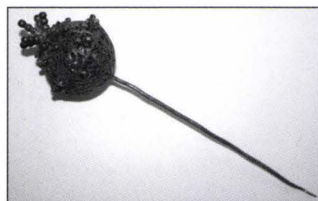
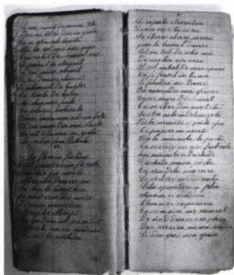
Alte piese de port popular alcătuiau rochia de mireasă a bunicii elevei Oprea Maria de la Dumbrăvița; în ferestrele păstrate ale unei case vechi au fost expuse imagini ale familiei care a locuit în casă, respectiv străbunicii elevei Iana Scridon.

Sonia Orban din Bistrița aduce de la străbunica ei un vechi vas de Murano, trăistuță și cordon decorate cu fir metalic și turcoaze. Micol David Coșoiu aduce un lornion, joc de domino, pudrieră, mărgele din ceramică pictată.









### Organizarea expoziției

La sfârșitul lunii noiembrie, după ce piesele care necesitau acest lucru au fost restaurate și conservate de către specialiștii instituției, s-a trecut la organizarea expoziției. Ținând cont de conglomeratul de piese ce trebuiau expuse, am decis ca aceasta să fie una mai mult estetică decât de specialitate. Pe lângă etalarea obiectelor, s-au improvisat un număr de cinci manechine pe care s-au expus piesele de port.

Frumoasa ladă de zestre de la Spermezeu, umplută cu țesături, a fost dominantă în expoziție. Fotografii de familie au fost scanate și tipărite în format mai mare, puse în panouri spre a fi vizibile. S-au folosit vitrine închise pentru piesele mici sau de valoare.

*Aspecte din timpul organizării expoziției*







S-a stabilit ca data deschiderii expoziției să fie de Sfântul Nicolae, zi pentru care, cu amabilitatea unor sponsori (S.A. Raal, S.A. Agro-Ardeal, domnul Traian Boancă din Bistrița și Cofetăria Friandise, Cluj), am reușit să facem pachete cu dulciuri pentru toți copiii implicați (100 pachete).

Afișele și invitațiile s-au realizat în cadrul muzeului; s-au expus 25 de afișe în oraș și în comunele din proiect și cele 350 de invitații s-au împărțit atât profesorilor, cât și copiilor implicați pentru a avea propriii lor invitați la vernisaj. Evenimentul a fost promovat și în presa scrisă printr-un comunicat de presă, s-au pregătit fișe feed-back disponibile participanților.

*Expoziția înainte de vernisare*

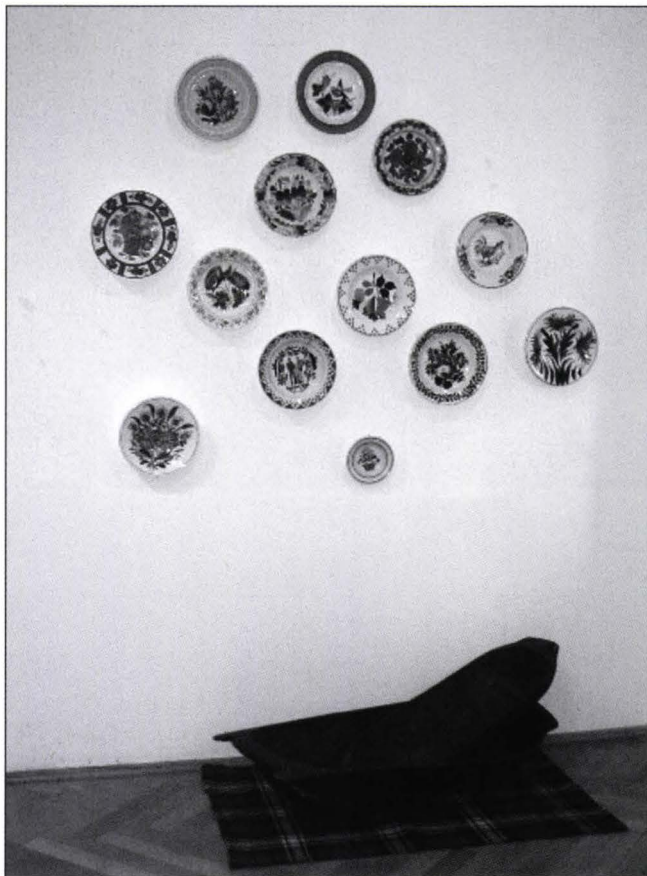












Ziua vernisării, în data de 6 decembrie, a umplut cele două săli generoase pentru expozițiile permanente. Elevii de la școlile din Dumbrăvița, Căianu Mic, Spermezeu, aproape toți, au venit îmbrăcați în costume populare autentice. O surpriză plăcută ne-a făcut-o un grup de elevi de la Dumbrăvița care au colindat la vernisajul expoziției. După deschiderea oficială s-au înmânat diplome de participare pentru cadrele didactice implicate, apoi pachetele cadou pentru elevi. În încheiere s-au cântat colinde, s-au completat fișele de feed-back, s-au servit sucuri și dulciuri.

Promovarea evenimentului și a expoziției s-a făcut și după deschiderea expoziției pe lângă presa locală, pe postul de Radio România Actualități și Realitatea TV.









*Vernisajul expoziției*

## *Rezultatele proiectului*

Rezultatele finale ale acestei acțiuni au fost:

- implicarea în proiect a unui număr de 97 de copii și 14 cadre didactice;
- realizarea unei expoziții cu 321 de obiecte vechi, mai corect 257 piese și 64 fotografii de familie, ce nu a necesitat folosirea niciunui obiect de patrimoniu cultural al instituției;
- 52 de fișe feed-back completate din care s-au putut afla impresii ale celor implicați în proiect, dar și a unora prezenți la deschidere;
- toată activitatea cuprinde o bază de date de 24 foldere cu 1.099 fișiere, iar dosarul acțiunii cuprinde o documentație de 178 pagini.

## *Concluzii*

Sperăm că, prin aceste mici ansambluri de piese cu atât de multe și diferite surse de proveniență, am reușit să transformăm relații umane, să găsim și alte intersecții între oameni mari și mici deopotrivă. Relațiile cele mai importante pentru cei implicați cred că au fost cele între nepoți și bunici, dar și între copii, părinți, profesori și specialiști ai instituției.

Ne dorim ca acest proiect să fi reprezentat pentru micii participanți, dar și pentru cei care i-au încurajat, profesori, învățători, părinți și bunici, dobândirea unor noi cunoștințe, și al unui nou mod a-și aprecia viața familială și culturală de care pot fi mândri. Știm că unii dintre ei vor prețui cu siguranță toate acele lucruri legate de trecutul propriu, de tradiție, de conștientizare a valorilor proprii, ilustrare a propriei identități etnoculturale.

Sperăm ca această expoziție, prin valoarea ei estetică și documentară, să fi contribuit la educarea gustului pentru frumos și să aprindă dragostea pentru istoria ultimului secol și tot ce ține de acesta.

Niciun proiect de asemenea amploare nu se poate face fără o echipă bine organizată în spate. Aceste tipuri de proiecte duc, în cadrul unei instituții culturale, la închegarea colectivului, la formarea unei echipe de lucru unite, pentru care eu nu pot decât să mulțumesc tuturor celor care au sprijinit realizarea acestui demers.

## **Echipa formată cu ocazia acestui proiect:**

Elena Pleniceanu,	manager de proiect
Mihaela Bolog,	muzeograf etnografie
Teofil Petrean,	restaurator lemn
Mirela Roș,	restaurator textile
Veronica Vlaic-Timoce,	conservator
Elena Agneta Boancă,	custode
Rodica Moldovan,	supraveghetor

## **Învățători și profesori:**

Alina Luca,	profesor, Școala gimnazială „Avram Iancu”, Bistrița
Nicoleta Toma,	profesor, Școala gimnazială Nr. 1, Bistrița
Olimpia Cheța,	profesor, Școala gimnazială Nr. 1, Bistrița
Elena Vatmanu,	profesor, Școala gimnazială Nr. 1, Bistrița
Monica Orban,	profesor, Școala gimnazială Nr. 1, Bistrița
Doina Vlașin,	învățător, Școala gimnazială Nr. 1, Bistrița
Daniela Sălăntă,	învățător, Școala gimnazială Nr. 1, Bistrița
Valeria Buta	învățător, Școala gimnazială Nr. 1, Bistrița
Vasile Mizgan,	profesor, Liceul Tehnologic Căianul Mic
Mariana Hiticaș,	profesor, Liceul Tehnologic Căianul Mic
Ioan Poenar,	profesor, Liceul Tehnologic Spermezeu
Elisabeta Nistor,	profesor, Liceul Tehnologic Spermezeu
Alexandru Deneș,	profesor, Liceul Tehnologic Spermezeu
Simion Buta,	profesor preot, Spermezeu

## **Copiii implicați în proiect:**

### ***Școala Gimnazială „Avram Iancu”, Bistrița***

1. Ilișuan Ana
2. Roșu Alexandru
3. Țermure Claudia
4. Furdui Cristiana
5. Sângeorzan Maria
6. Gotea Raluca
7. Luca Daria
8. Zimveliu Andrei
9. Ivan Dora

10. Trișcă Florentina
11. Savu Carmina
12. Bodnariu Iulia
13. Bălan Simina
14. Șerban Adriana
15. Câmpan Giulia
16. Buta Robert
17. Bora Carla
18. Murgu Răzvan
19. Ana Alexandra Deak

## **Școala Gimnazială Nr. 1,**

### **Bistrița**

1. Ignat Adriana
2. Pintican Andreea
3. Sabo Sebastian
4. Chitul Sebastian
5. Iuga Denisa
6. Cifor Camelia
7. Chișbora Miruna
8. Bucșa Eduard
9. Poenaru Bogdan
10. Voievod Cristina
11. Spânu Bogdan
12. Suciu Daria
13. Morariu Lorena
14. Moldovan Adriana
15. Pop Mihai Răzvan
16. Brici Andrei
17. Bor Bianca
18. Pal Andreea
19. Chira Pellas
20. Boca Raluca
21. Vlasa Karina
22. Stavăr Monica
23. Hărăguș Andrei
24. Vlad Nicolae
25. Vlașin Manuela
26. Hartig Robert
27. Bârte Denisa
28. David Ureche
29. Nemeti Alex
30. Adela Suciu
31. Budăcan Darius
32. Florea Cristina
33. Andreieș Liana
34. Cosma Melisa
35. Guzu Cristiana

36. Dragotă Melinda
37. Milășan Eduard
38. Boria Rareș
39. Todoran Lavinia
40. Lăcătuș Emiliana

### **Liceul Tehnologic Căian și Școala Dumbrăvița:**

1. Retegan Alexandra
2. Dunca Dalia
3. Boca Ionela
4. Hiticaș Georgel
5. Pop Ancuța
6. Pugna Carmen
7. Iuga Alexandru
8. Retegan Mihai
9. Oprea Maria

### **Liceul Tehnologic Spermezeu:**

1. Bata Ionuț
2. Bata Maria
3. Bidian Cristina
4. Buta Simona
5. Bulea Simina
6. Cozma Marinela
7. Cozma Loredana
8. Deneș Alexandru
9. Cristurean Daniel
10. Hales Alina
11. Lucăcean Vasile
12. Fechete Ana-Maria
13. Fechete Denisa



## **Alți copii:**

- |                            |                         |
|----------------------------|-------------------------|
| 1. Duda Cristian           | 9. Bolog Ciprian        |
| 2. Coșoiu David            | 10. Petreanu Horia      |
| 3. Scridon Iana            | 11. Roș Raul            |
| 4. Toma Alexandru          | 12. Roș Raluca          |
| 5. Toma Paula Maria        | 13. Vlaic Timoce Iulia  |
| 6. Orban Sonia             | 14. Vlaic Timoce Miruna |
| 7. Vlad Boancă             | 15. Moldovan Rafael     |
| 8. Pandea-Antonescu Șerban | 16. Arcălean Roberta    |

Expoziția a fost deschisă până în data de 7 martie 2013, perioadă în care a fost vizitată de elevi și părinți, dar și de alte școli ce au dorit să vadă rezultatele unui proiect în care, poate, le-a fost teamă să se implice.

Suntem siguri că proiectul poate fi continuat și cu alte școli, alți elevi din alte părți ale județului, într-o altă ediție.

### **Câteva impresii și sugestii din fișele de feed-back:**

*Excelent, îmi place absolut tot.*

(Andrei Zinveliu, elev)

*Am învățat să apreciez obiectele vechi... următoarea ediție tot în această locație.*

(Florentina Trișcă, elevă)

*Foarte frumos, istoric și educațional.*

(Yasmin Ababei, elevă)

*Sunt bucuroasă că mi-am reamintit trecutul bunicilor mei.*

(Carmina Savu, elevă)

*Sunt foarte mulțumită și fericită că am participat la această expoziție.*

(Dora Ivan, elevă)

*Am așteptat prea mult, personalul nu este destul de pregătit (unii).*

*O inițiativă frumoasă. Era bine cu scaune, mâncare, coca-cola,  
organizare mai bună, spațiu mai generos.*

(Maria Sângeorzan, elevă)

*E un proiect care ar trebui să se organizeze mai des pentru a putea  
realiza ce avem acasă.*

(Simina Bălan-Cioca, elevă)

*Îmi place acest eveniment deoarece aflăm noi informații despre  
lucrurile din trecutul nostru străvechi.*

(Ancuța Georgeta Pop, elevă)

*Eveniment bine organizat, a ținut cont de toate aspectele care concură la reușita  
unui asemenea demers, s-au pus în valoare obiecte ce poate, altfel, nu erau  
cunoscute. Spațiul prea restrâns în raport cu număr mare de participanți  
și cu bogăția de „comori” expuse.*

(Orban Monica, profesor istorie)

*Expunerea de farfurii foarte frumos aranjată, momentele de colinzi foarte  
frumoase... pe viitor să fie la fel de frumos și cât mai des organizate.*

(Ioan Boca, subofițer Jandarmi)

*Orice manifestare care ne amintește de trecut, ne arată rădăcinile, este binevenită.*

(Lacrima Ivan, profesor)

*Piese de colecție foarte valoroase, o inițiativă demnă de laudă.*

(Florin Marica, magistrat)

## Să împodobim bradul de Crăciun. Program educativ pentru preșcolari și școlari mici

Let's decorate the Christmas tree. Educational Program for  
pre-school children and young school-children

Rozalinda POSEA\*  
Adriana MINCĂ\*\*

**Abstract:** *Educational programs based on partnerships between museums and schools became increasingly important for the actual strategy of the County History Museum Brașov.*

*Our institution organized a program of museum pedagogy, between 19 November 2012 and 21 December 2012. Within the agenda of this project several workshops were taking place inside the museum. Children have developed their creativity and imagination and practiced elementary skills by making specific ornaments for the Christmas holiday. The direct beneficiaries of this program were approximately 120 children from education units in Brașov County: "Iacob Mureșianu" Secondary School No. 6 with two classes; Kindergarten No. 2; and Kindergarten No. 12 from Brașov. The educational program proposed to the children has been adapted to their specific ages. Its main purpose was to familiarize children with the museum and its specific space and objects.*

*In the workshops, the children made: little angels, painted globes, traditional Christmas tree decorations (from wooden discs with representative images of Brașov) and socks for receiving presents. The County History Museum of Brașov had as partners: the Brașov Ethnographic Museum, A.N.P.C.P.S. Romania (National Association for the Consumer Protection and Promotion of the Programs and Strategies in Romania) and the "Transilvania" University in Brașov, Faculty of Wood Engineering.*

**Keywords:** *Christmas, fir-tree, ornaments, pre-school children, young school-children, Wood Engineering University, wood disks*

**Cuvinte cheie:** *Crăciun, brad, ornamente, preșcolari, școlari mici, Universitatea de Ingineria Lemnului, rondel de lemn*

---

\* Muzeograf, Muzeul Județean de Istorie Brașov; rozalindaposea@yahoo.com

\*\* Conservator, Muzeul Județean de Istorie Brașov;

Funcția educativă a muzeului a devenit fundamentală alături de celelalte funcții de bază: colecționarea, conservarea și cercetarea. Pentru ca funcția educativă să ocupe acest loc a fost nevoie de parcurgerea unui drum de consolidare a relațiilor muzeului cu publicul său<sup>1</sup>. Îndeplinindu-și rolul său în societate, muzeul se integrează tot mai mult în ansamblul manifestărilor societății, respectiv al celor de ordin cultural, transformându-se în instituție de educație permanentă. Misiunea didactică și educativă se împletește în mod repetat cu cea științifică<sup>2</sup>. Astfel, problema educației este asigurată și prin colaborarea cu instituțiile de învățământ. De-a lungul timpului s-au realizat numeroase colaborări între Muzeul Județean de Istorie Brașov și instituții de învățământ din județul și municipiul Brașov, de la cele preșcolare până la licee, în cadrul cărora s-au desfășurat ateliere educative și programe pedagogice care să vină în întâmpinarea profesorilor și elevilor. Având în vedere faptul că de la an la an numărul vizitatorilor a înregistrat o scădere la nivel național, Muzeul Județean de Istorie Brașov a considerat că acest impas poate fi depășit prin accentul tot mai mare pus pe programele educative. Acest lucru s-a realizat în scopul cultivării obișnuinței de a veni la muzeu<sup>3</sup>, dar și deschiderii instituției spre un segment de public care necesită programe specifice pentru diferite grupe de vârstă ale copiilor. Pornind de la ideea că deprinderile și gusturile se formează la o vârstă foarte fragedă, încercările noastre vizează ca aceste deprinderi să includă și obișnuința de a veni la muzeu<sup>4</sup>.

Muzeul Județean de Istorie Brașov are un valoros patrimoniu arheologic și istoric. Pentru a adapta informațiile culturale nivelului de înțelegere al receptorului, dar mai cu seamă pentru a satisface nevoile educaționale pentru un segment de vizitatori cât mai variat<sup>5</sup> s-a impus împărțirea publicului pe categorii de vârstă. Programul destinat copiilor de vârstă preșcolară a fost inițiat în scopul prevăzut, iar pentru a-l face cât mai atractiv cerințelor acestora s-a ales implementarea lui în apropierea sărbătorilor de iarnă. Alături de

---

<sup>1</sup> Corina Stoian, *Vârsta copilăriei - perioada de maximă receptivitate pentru construirea unei relații muzeu - public*, în „Revista muzeelor” Nr. 1-2, Editura INPRESS, București, 2003, p. 82.

<sup>2</sup> Corina Nicolescu, *Muzeologie generală*, Editura didactică și pedagogică, București, 1979, p. 9.

<sup>3</sup> Corina Stoian, *op. cit.*, p. 21.

<sup>4</sup> *Ibidem.*

<sup>5</sup> *Ibidem.*

preșcolari la program au participat și două clase de școală generală, de la o instituție educativă cu care muzeul a colaborat în mod constant la diferitele programe educative devenite permanente.

Promovarea atelierelor s-a realizat prin intermediul Inspectoratului Școlar Brașov, iar la acțiune au răspuns două grădinițe dintre care una a participat cu un efectiv de aproximativ 40 de copii, grupele: mică, mijlocie și mare. De la Școala Gimnazială Nr. 6 „Iacob Mureșianu” au participat două clase.

Proiectul s-a desfășurat în perioada 19 noiembrie-21 decembrie 2012 și a avut drept scop familiarizarea preșcolarilor și școlarii cu istoria acestor sărbători. De asemenea, în cadrul atelierelor, copiii și-au dezvoltat creativitatea și imaginația confecționând ornamente specifice Crăciunului.

La program au participat în calitate de parteneri Muzeul de Etnografie Brașov, A.N.P.C.P.P.S. România (Asociația Națională pentru Protecția Consumatorilor și Promovarea Programelor și Strategiilor din România) și Universitatea Transilvania din Brașov, Facultatea de Ingineria Lemnului.

Aceste ateliere au fost organizate respectând tradiția brașoveană potrivit căreia Crăciunul era sărbătorit în oraș în modalități asemănătoare cu ceea ce se întâmplă astăzi. Sextil Pușcariu, în *Brașovul de altădată*, ne descrie atmosfera: „în ajunul Crăciunului, așteptam înfrigurați sunetul clopoțelului care anunța că sosise Moș Crăciun. Mai totdeauna se întâmpla că intrând mai zăream ceva din barba lui albă care semăna aidoma cu a tatii. Sub bradul pe care ardeau luminuțe colorate și care era împodobit cu lanțuri multicolore de hârtie, erau etalate haine, cărți, păpuși, soldați de plumb sau vase de bucătărie minuscule, după cum copiii erau fete sau băieți”.

Atelierele s-au desfășurat într-o sală a muzeului, din expoziția permanentă de la Casa Sfatului, în care sunt expuse obiecte ale meșterilor cositorari brașoveni. Cele mai reprezentative dintre acestea sunt obiectele de cult realizate de breasla cositorarilor. Elocvente sunt și reprezentările ilustrate din imediata apropiere a vitrinelor unde sunt expuse obiectele menționate. În spiritul multiculturalității specifice marilor orașe transilvănene, imaginile din această sală ilustrează monumentele de cult ridicate în Brașov în concordanță cu orientările religioase specifice etniilor locale.

Atelierul educativ propus copiilor a avut ca principal scop familiarizarea acestor grupe de vârstă cu spațiul muzeal și implicit cu obiectele, acest lucru realizându-se prin intermediul unui moment pe care copiii îl așteaptă cu bucurie.

Beneficiari direcți ai acestui program au fost cca. 120 de copii de la unități de învățământ din județul Brașov: Școala Gimnazială Nr. 6 „Iacob Mureșianu”, cu un efectiv de două clase, Grădinița cu program prelungit Nr. 2 și Grădinița cu program prelungit Nr. 12 din Brașov.

### *Descrierea programului*

Programul s-a desfășurat pe două planuri, în două etape diferite.

Fiecare clasă a fost împărțită în câte două grupe. Concomitent cu desfășurarea atelierelor, cealaltă grupă de copii a vizitat expoziția permanentă a Muzeului Județean de Istorie Brașov și Muzeul Civilizației Urbane, secția Muzeului de Etnografie Brașov.

La atelierelor propriu-zise au participat grupe de câte 15 copii. În cadrul acestora ei au confecționat ornamente pentru brad, respectiv au asamblat și pictat îngeri, au realizat ornamente tradiționale din rondele de lemn pe care au lipit imagini reprezentative din Brașov, au realizat decorațiuni sub formă de fundițe din panglici colorate, au învățat să coase cizmuluțe pentru cadouri.

O parte din ornamentele realizate au fost așezate de către copii în bradul amplasat în holul Casei Sfatului, la intrarea în expoziția permanentă. Bradul a rămas împodobit până în 10 ianuarie 2013.

Rondelele din lemn au fost furnizate de către unul dintre partenerii la acest program, este vorba de Facultatea de Ingineria Lemnului Brașov, care a oferit aceste materiale și a participat efectiv la program printr-un reprezentant, inginer dr. Alin Olărescu care i-a învățat pe copii cum să perforeze rondelele după lipirea imaginilor, apoi să lege șnurul de cânepă cu care ornamentele au fost atârinate în brad. De asemenea, din partea aceleiași instituții au participat la program un număr de cinci voluntari, din rândul studenților acestei facultăți.



Celălalt partener, A.N.P.C.P.P.S., a oferit copiilor, la finalul atelierelor, un pliant (cu informații despre siguranța pe internet a copiilor), o carte (pentru preșcolari cu multă ilustrație, pentru elevi, un alt tip de lucrare cuprinzând ilustrație completată de informații scrise) și un CD cu povești.

#### *Scopul programului:*

- a. cunoașterea și valorificarea elementelor de istorie locală;
- b. familiarizarea acestor grupe de vârstă cu spațiul muzeal și, implicit, cu obiectele.

#### *Obiective:*

- valorificarea potențialului psihic și fizic al fiecărui copil;
- îmbogățirea capacității copilului de a intra în relație cu ceilalți copii și cu adulții;
- sprijinirea copilului de a interacționa cu mediul, de a-l cunoaște și de a-l stăpâni prin explorări, încercări, alegeri și experimente;
- descoperirea de către fiecare copil a propriei identități și formarea unei imagini de sine pozitive;
- exersarea de comunicare și de colaborare;
- valorificarea valențelor creative ale elevilor.

#### *Modalități de realizare:*

realizarea unor ateliere de creație la care copiii să execute obiecte specifice sărbătorilor de iarnă;

#### *Metode de lucru:*

Prelegerea  
Conversația  
Demonstrația  
Experimentul

Urmărindu-se funcția de recreere a muzeului, programul realizat s-a pliat pe această necesitate păstrând, în egală măsură, cerințele educaționale. Muzeul decide cărui nivel școlar i se adresează un program educativ, programele fiind realizate într-o formă cât mai atractivă. Multe programe sunt orientate spre transferul de informații, dar nu neapărat<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> \*\*\*, *Manual de management muzeal și educație muzeală*, Asociația muzeelor din Olanda, Amsterdam, 2010, p. 21.

Potrivit rolului pedagogiei, prin procesul de învățământ derulat în și prin muzeu se urmărește dezvoltarea, organizarea și orientarea percepțiilor, ajutând la dezvoltarea și orientarea acestora, finalitatea constând în dezvoltarea spiritului de observație, a limbajului, a memoriei voluntare și a celei involuntare, a memorării logice, la dezvoltarea imaginației. Rolul social al pedagogiei muzeale are în vedere integrarea optimă a copiilor în societate prin conștientizarea valorilor umane și cultivarea respectului față de semenii<sup>1</sup>.

Robert Bourgat, profesor la Universitatea din Perpignan - Franța, afirmă într-un competent studiu că muzeele nu trebuie să fie considerate drept *instituții* pedagogice ci, mai degrabă *instrumente* pedagogice, „întrucât ele pun la dispoziția publicului de toate vârstele și de toate categoriile sociale obiecte devenite decodate”. Acest lucru oferă vizitatorilor *ocazia de a descoperi sau a redescoperi, de a se emoționa sau de a-și satisface curiozitatea, de a-și răspunde la propriile lor întrebări și de a căpăta răspunsuri, de a înțelege în mod nemijlocit spiritul materiei care se concretizează în opera de artă.*



*Atelier preșcolari*

---

<sup>1</sup> Raluca Andrei, *Pedagogia muzeală - programe și strategii*, în „Revista muzeelor” Nr. 3, Editura INPRESS, București, 2005, p. 110.



*Perforat rondel, clasa I, Școala Generală nr. 6, Brașov*



*Rondel folosite în atelier*



*Împodobirea bradului cu decorațiunile realizate*

## **Bibliografie:**

- \*\*\*, *Manual de management muzeal și educație muzeală*. Asociația muzeelor din Olanda, Amsterdam, 2010.
- ANDREI, Raluca. *Pedagogia muzeală - programe și strategii*. În „Revista muzeelor”, nr. 3, Editura INPRESS, București, 2005.
- NICOLESCU, Corina. *Muzeologie generală*. Editura didactică și pedagogică, București, 1979.
- PUȘCARIU, Sextil. *Brașovul de altădată*. Editura Șchei, Brașov, 2001, p. 111.
- STOIAN, Corina. *Vârsta copilăriei - perioada de maximă receptivitate pentru construirea unei relații muzeu-public*. În „Revista muzeelor” Nr. 1-2, Editura INPRESS, București, 2003.

**Muzeul și educația nonformală.**  
**Proiectul *O cetate asediată.***  
***Apărarea Sibiului în perioada medievală și modernă***  
Museum and the non-formal education.  
Project *A city under siege.*  
*Defending Sibiu in the Middle Ages and modern times*

Cristina ROBU\*

**Abstract:** *The text present in the volume represents the synthesis of the educational project conducted by the National Museum Brukenthal in collaboration with "Andrei Șaguna" National Pedagogical College, Sibiu County Culture Directorate, and the Association for the Beautification of the City of Sibiu ( A.I.O.S.).*

*Through photography, the exhibition presents the perceptions of the pupils about the medieval history of the city. At the same time, the project coordinators, curator Dr. Anca Nițoi in collaboration with two of the teachers from the "Andrei Șaguna" National Pedagogical College, Cristina Robu and Marinela Secu, want to raise the awareness on the cultural values of Sibiu for an important social segment: teenagers.*

*The educational approach falls under the initiatives of the cultural intervention, aimed at changing mentalities, educating and developing the public for the museum values.*

**Keywords:** *Sibiu, medieval, siege, educational project, museum, cultural values*

**Cuvinte cheie:** *Sibiu, medieval, asediu, proiect educațional, muzeu, valori culturale*

---

De-a lungul timpului, muzeul a fost abordat din multiple puncte de vedere. În Codul Etic al Muzeelor din 2002 al „The Museums Association”, muzeul este definit drept „instituția ce oferă publicului posibilitatea de a descoperi colecțiile spre inspirație, învățare și distracție. Muzeele sunt instituții care adună, adăpostesc și

---

\* Profesor, Colegiul Național Pedagogic „Andrei Șaguna” Sibiu;  
e-mail: ioncristina21@yahoo.com

fac accesibile artefactele și unicatle, pe care le păstrează în folosul societății”<sup>1</sup>.

Conform aceluiași cod, așteptările sociale față de muzee sunt:

- să păstreze în siguranță colecțiile, în beneficiul societății;
- să se concentreze pe relația cu publicul;
- să încurajeze publicul spre descoperirea colecțiilor, spre inspirație, învățare și distracție;
- să consulte și să implice comunitățile;
- să demonstreze transparență și responsabilitate;
- să asigure interesul constant în timp al publicului pentru colecții;
- să recunoască interesele publicului care creează, folosește, deține, colectează sau donează colecții;
- să sprijine protejarea mediului natural și social;
- să sprijine inovația și creativitatea<sup>2</sup>.

O privire critică asupra celor de mai sus relevă evidenta orientare a activităților muzeale către public, care devine principalul beneficiar, acesta fiind atras și implicat în descoperirea și cunoașterea multiplelor aspecte de viață materială și spirituală. De asemenea, muzeul capătă un rol tot mai evident în cadrul *educației nonformale*.

Educația nonformală reprezintă orice activitate organizată în mod sistematic, creată în afara sistemului formal și care oferă tipuri selectate de învățare subgrupelor specifice populației, atât adulți, cât și copii<sup>3</sup>. Termenul își are originea în latinescul *nonformalis*, preluat cu sensul „în afara unor forme oficial organizate pentru un anumit gen de activitate”<sup>4</sup>.

Termenul nonformal desemnează o realitate educațională mai puțin formalizată sau neformalizată, dar totdeauna cu efecte formative. Educația nonformală se realizează prin intermediul unor activități opționale sau facultative.

---

<sup>1</sup> *Apud* Popa, Aniela Lavinia, *Muzeul și publicul. Tendințe actuale*, în „Buletinul Cercurilor Științifice Studentești Arheologie-Istorie-Muzeologie” al Universității „1 Decembrie” Alba-Iulia, nr. 9, 2003, p. 177.

<sup>2</sup> *Ibidem*.

<sup>3</sup> Jinga, Ioan; Istrate, Elena, *Manual de pedagogie*, Editura All Educational, București, 2001, p. 152.

<sup>4</sup> *Ibidem*, p. 154.



Acest tip de educație, care servește unei mari varietăți de cerințe de învățare la tineri și adulți are în vedere:

- educația „complementară” (paralelă cu școala și adresându-se elevilor);
- educația „suplimentară” (pentru cei care și-au întrerupt prematur studiile);
- educația de substituție (pentru cei analfabeți)<sup>1</sup>.

Influențele educației nonformale se exercită fie prin mijloace și instituții tradiționale (familia, organizații de tineret, muzee, teatre, cinematografe, biblioteci, excursii, expoziții etc.), fie prin intermediul mass-media.

Acțiunile incluse în perimetrul educației nonformale la vârsta școlară prezintă unele trăsături specifice:

a. *Caracterul opțional al activităților extrașcolare*, în sensul că ele oferă elevilor posibilitatea să opteze pentru activități la alegere. Autodeterminarea activității, a preocupărilor în timpul liber implică o opțiune pentru o anumită activitate, o decizie care reprezintă debutul unei activități pe care individul o va desfășura. Activitățile opționale, pe lângă aportul lor la formarea personalității, contribuie și la recreere, destindere și reconfortare, la menținerea capacității de efort prin asigurarea odihnei active.

Activitățile extrașcolare ale elevilor răspund funcțiilor importante ale timpului liber:

- *informare*: să contribuie la îmbogățirea orizontului de cunoștințe și informații din domeniile științei, tehnicii, culturii, artei, literaturii etc.;

- *formare – dezvoltare*: să stimuleze dezvoltarea intelectuală, gândirea creatoare, inteligența, spiritul novator, să cultive talente, valori morale, spiritul de colaborare și sociabilitate etc.;

- *destindere – recreere*;

- *divertisment – distracție*.

O atenție deosebită trebuie acordată educației pentru timpul liber. Așa cum se precizează în *Programa activității educative în învățământul preuniversitar*, aprobată de Ministerul Învățământului în anul 1994, principalele obiective ale acestei educații sunt:

---

<sup>1</sup> *Ibidem*, p.155.

- cunoașterea și însușirea modalităților diverse de organizare și petrecere a timpului liber;
  - identificarea și cultivarea corespondențelor optime dintre interese, aptitudini, talente și posibilități de exersare și dezvoltare a lor;
  - formarea unui stil de viață civilizat;
  - cunoașterea specificului național privind petrecerea timpului liber, în vederea valorizării tradițiilor și obiceiurilor naționale;
  - cultivarea unei atitudini optimiste față de viață.
- b. *Sunt activități care corespund intereselor, aptitudinilor, înclinațiilor elevilor.*
- c. *Antrenarea nemijlocită a elevilor la acțiuni în strânsă legătură cu îndrumarea competentă din partea adulților,* sunt, de regulă, sau în bună măsură, acțiuni concepute de elevi, care le dau prilejul să-și îmbogățească experiența socială, să participe la realizarea propriei instruirii și educații.
- d. *Conținuturile sunt expresia căutărilor, opțiunilor și invenției elevilor.* Activitățile extrașcolare nu trebuie să repete manualul și programa școlară.
- e. *Solicitarea diferențiată și diversă a elevilor* în activitățile extrașcolare în funcție de aptitudini, interese, dorințe etc., ceea ce favorizează individualizarea proceselor educaționale.
- f. *Marea majoritate a activităților educative extrașcolare nu sunt grevate de evaluări,* de măsurări și aprecieri care să se exprime în note sau calificative.
- g. *Educatorii joacă rolurile mai discret,* asumându-și adesea misiunea de moderatori. Activitățile sunt îndrumate și coordonate de un personal specializat, în strânsă legătură cu părinții, elevii, organizațiile culturale etc.<sup>1</sup>.

Raportul educației nonformale cu educația formală este unul de comementaritate, atât sub aspectul conținutului, cât și al formelor și modalităților de realizare.

Unul dintre proiectele pe care l-am derulat în colaborare cu muzeul, pe linia activităților nonformale, este proiectul „O cetate asediată. Apărarea Sibiului în perioada medievală și modernă”.

---

<sup>1</sup> *Ibidem*, p. 156 – 157.

Acesta s-a desfășurat în perioada aprilie-iunie 2013. Instituțiile implicate în proiect au fost: Muzeul Național Brukenthal, reprezentat prin director prof. univ. dr. Sabin Adrian Luca (manager proiect) și muzeograf dr. Anca Nițoi (coordonator proiect), Colegiul Național Pedagogic „Andrei Șaguna” Sibiu, reprezentat prin director prof. Rodica Țălnariu, Direcția Județeană pentru Cultură Sibiu, reprezentată prin director Răzvan Pop, Asociația pentru Înfrumusețarea Orașului Sibiu, reprezentată de către Tudor Popa, arhitect. Tinerii implicați în proiect sunt elevii claselor a X-a B și a X-a C de la Colegiul Național Pedagogic „Andrei Șaguna” din Sibiu, coordonați de către profesor Cristina Robu și profesor Marinela Secu. O parte a proiectului a fost derulată și în anul școlar precedent, 2011 – 2012, însă, de data aceasta, ineditul a constat în faptul că, proiectul a beneficiat de finanțarea Administrației Fondului Cultural Național.

*Scopul* proiectului a fost acela de a conștientiza publicul tânăr cu privire la valoarea patrimoniului Muzeului Național Brukenthal – Muzeul de Istorie „Casa Altemberger”, prin organizarea de activități de pedagogie muzeală, ce au vizat atragerea și fidelizarea unor categorii specifice de public.

*Obiectivul general* al proiectului l-a reprezentat formarea și educarea tinerilor, respectiv elevii ciclului liceal, prin diferitele metode de analiză și valorificare a obiectului istoric.

Dintre *obiectivele specifice*, amintim:

1. Promovarea patrimoniul cultural imobil al orașului Sibiu (fortificații și sisteme de apărare) prin prelegeri și prezentări istorice (acest obiectiv a fost îndeplinit prin activitatea 1);

2. Dezvoltarea capitalului cultural al tinerilor prin organizarea atelierelor de lucru și creație și a expoziției care cuprinde lucrările și materialele realizate de către participanți (acest obiectiv a fost îndeplinit prin activitățile 2 și 3);

3. Promovarea patrimoniului cultural mobil al Muzeului de Istorie „Casa Altemberger”, prin editarea și tipărirea catalogului de promovare a colecției de arme și armuri din Arsenalul și Camera de Arme a orașului Sibiu (obiectivul a fost îndeplinit prin activitatea 4);

4. Asigurarea continuității și sustenabilității proiectelor de pedagogie muzeală organizate pe viitor de Muzeul de Istorie „Casa

Altemberger” – Muzeul Național Brukenthal din Sibiu, prin realizarea unei baze logistice și de networking (obiectiv ce a fost realizat prin activitatea nr. 5);

5. Diseminarea proiectului, a activităților desfășurate în cadrul acestuia, alături de rezultatele obținute în urma fiecărei activități în parte (activitatea nr. 6);

*Activitățile* desfășurate au fost următoarele:

1. *Activitatea 1:* a constat într-o serie de prelegeri pentru grupul țintă (beneficiarii direcții - elevi de liceu), ținute în cadrul Muzeului de Istorie Casa Altemberger și al Colegiului Național Pedagogic „Andrei Șaguna”, fiind finalizată printr-o vizită în centrul istoric al Sibiului. În cadrul prelegerilor au fost prezentate elevilor, cu ajutorul power point-urilor, cele mai importante noțiuni referitoare la evoluția sistemului de fortificații din Sibiu medieval și modern, cine, cum și cu ce s-a realizat.

2. *Activitatea 2:* constituirea unui atelier (cu fiecare dintre cele două clase, împărțit pe mai multe module), în care s-a realizat câte o machetă cu sistemul de apărare a Sibiului medieval și modern. Aceste machete au fost realizate pe baza documentelor existente, dar și a vizitelor la aceste obiective.

3. *Activitatea 3:* a fost sub forma unui concurs de fotografie realizat de către elevii din grupul țintă, ce au ilustrat aspecte ale modalității de apărare a cetății Sibiului (fortificații, piese de armament și echipament militar, turnuri și bastioane etc.) așa cum sunt ele percepute de către tineri. În cadrul acestei activități, au fost jurizate fotografiile și machetele realizate în cadrul atelierelor de lucru (activitatea 2). Fotografiile jurizate, alături de machete, au constituit o expoziție realizată cu ajutorul elevilor, în cadrul acesteia fiind ilustrate și diferite faze ale desfășurării proiectului. La vernisarea expoziției s-au acordat premii celor mai reușite lucrări. Menționăm faptul că, expoziția a fost amplasată în holul principal al Primăriei Sibiu, unde a putut fi vizualizată între 26 iunie – 8 iulie 2013.

4. *Activitatea 4:* conceptul, editarea și publicarea unui catalog de colecție, care și-a propus prezentarea celor mai importante piese care au existat în Arsenalul și, mai apoi, în Camera de Arme a orașului Sibiu din perioada medievală și modernă. Arsenalul și Camera de Arme a orașului au luat ființă din necesitatea păstrării unei

evidențe clare a numărului de arme existent în sistemul de fortificare a orașului: turnuri, bastioane sau în arsenalul orașului.

5. *Activitatea 5*: masă rotundă cu toți cei implicați în proiect – parteneri și grup țintă. Această activitate s-a centrat pe evaluarea rezultatelor, concluzii și sustenabilitatea proiectului. Tot aici s-a realizat un CD de prezentare cu rezultatelor obținute în urma implementării activităților anterioare. Pe acest CD, au fost înregistrate și referatele realizate de către elevi în timpul proiectului, în baza unei tematici și a unei bibliografii comunicate în prealabil. Redăm, mai jos, câteva titluri sugestive ale referatelor care au constituit baza ideatică a activităților practice ale proiectului: *Arme și armuri în colecția Muzeului de Istorie; Bresle și arme în Transilvania, în secolele al XV- lea și al XVI-lea, Sistemul de apărare a Cetății Sibiului.*

6. *Activitatea 6*: conferințe de presă desfășurate pe parcursul celorlalte activități în care a fost diseminată fiecare realizare în parte. Odată cu vernisajul expoziției, rezultatele au beneficiat de atenția mass-media locale și naționale. Lansarea catalogului și a CD-ului de prezentare cu etapele proiectului, în cadrul mesei rotunde desfășurate la încheierea acestuia au fost popularizate, prin intermediul mass-media, rețelelor de socializare sau a blogurilor de profil. Principalele ziare locale, care au informat publicul în legătură cu evoluția proiectului și a vernisajului expoziției au fost: „Tribuna”, „Turnul Sfatului”, „Sibiu 100%”.

De asemenea, proiectul a beneficiat de o pagină de popularizare pe rețeaua de socializare Facebook, intitulată „O cetate asediată”. Judecând după numărul de vizualizări și de aprecieri pe care l-a avut această pagină, considerăm că proiectul a stârnit interes și în rândul beneficiarilor indirecti, nu doar al elevilor implicați direct.

Redăm, mai jos, câteva dintre impresiile elevilor implicați în proiect: „O experiență binevenită, foarte folositoare, care ne-a îmbogățit bagajul de cunoștințe, ne-a întărit relațiile de prietenie cu colegii și ne-a oferit informații necesare, pe care orice sibian ar trebui să le aibă.” (Nicoleta Mânzat, clasa a X-a C)

„O cetate asediată este genul de proiect care aș dori să se repete. Prin intermediul acestui proiect am aflat lucruri noi despre Sibiu, care mă fac să mă simt mândră că locuiesc în acest oraș.” (Ioana Joarză, clasa a X-a B)

De asemenea, redăm unul dintre articolele din presa locală, care a informat publicul asupra proiectului și a vernisajului expoziției:

„Muzeul Național Brukenthal din Sibiu, în colaborare cu Direcția Județeană de Cultură Sibiu, Colegiul Național Pedagogic „Andrei Șaguna” și Asociația pentru Înfrumusețarea Orașului Sibiu, organizează expoziția *O cetate asediată - Sibiul medieval și modern prin ochii tinerilor*, care va surprinde lucrări ale elevilor în Holul Primăriei Municipiului Sibiu. Ea marchează finalul primei etape a proiectului finanțat de Administrația Fondului Cultural Național și derulat de Muzeul de Istorie „Casa Altemberger”, „O cetate asediată. Apărarea Sibiului în perioada medievală și modernă”, fiind coordonată de muzeograful Anca Sorina Nițoi, în colaborare cu două dintre cadrele didactice ale Colegiului, Cristina Robu și Marinela Secu. „Prin intermediul fotografiei, expoziția prezintă percepția elevilor asupra istoriei medievale a Sibiului și este prima din cele trei etape urmărite de proiect”, spun organizatorii. De asemenea, aceștia adaugă că, în viitorul apropiat, urmează și publicarea unui CD cu rezultatele proiectului, alături de un catalog cu cele mai importante piese de armament și echipament militar ale colecției Arsenalului și a Camerei de Arme a Sibiului”<sup>1</sup>.

*Concluzii.* Considerăm că, prin derularea și finalizarea acestui proiect, diferite categorii de public au fost sensibilizate cu privire la ceea ce a însemnat sistemul de fortificație din Sibiul medieval și modern, dar și față de diferite elemente de viață cotidiană din trecutul orașului nostru. În urma proiectului, un segment important de public a conștientizat valoarea și potențialul ca sursă istorică al obiectelor de patrimoniu mobil.

De asemenea, popularizarea rezultatelor proiectului au constituit un mijloc de marketing cultural în promovarea viitoarelor activități de profil ale Muzeului de Istorie „Casa Altemberger” – Muzeul Național Brukenthal Sibiu. Prin folosirea metodelor nonformale, avem convingerea că interesul publicului tânăr va spori simțitor pentru ceea ce înseamnă cultura și valoarea patrimoniului cultural național. Publicul va deveni, astfel, conștient de dorința muzeului de a se implica în viața culturală și educativă a comunității.

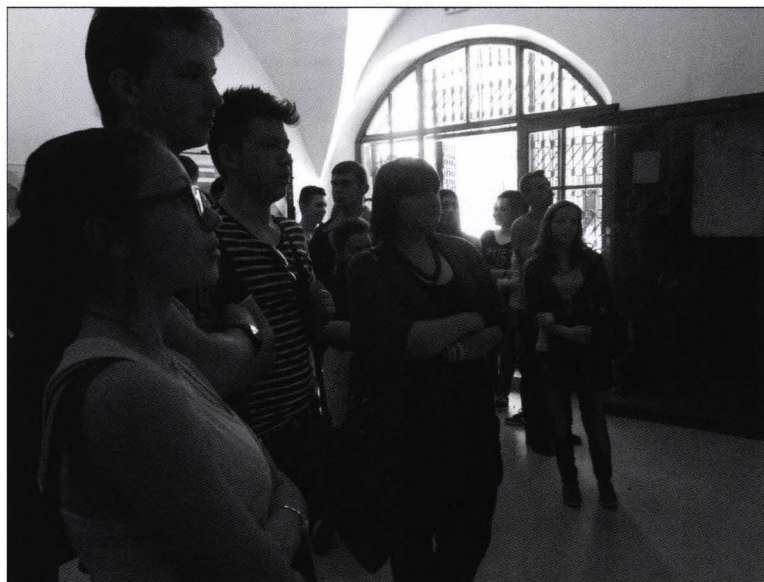
---

<sup>1</sup> *Sibiul.ro*, numărul din 27 iunie 2013, p. 3, accesat la:  
<http://www.ronduldesibiu.ro/2013/06/27/>





*Leții deschise la școală. Prezentarea evoluției sistemului de fortificație a Sibiului*



*Leții deschise organizate la Muzeul de Istorie.  
Familiarizarea elevilor cu colecția de arme medievale și moderne*



*Vizite de documentare cu elevii, la sistemele de fortificație medievale*





*Vernisajul expoziției*



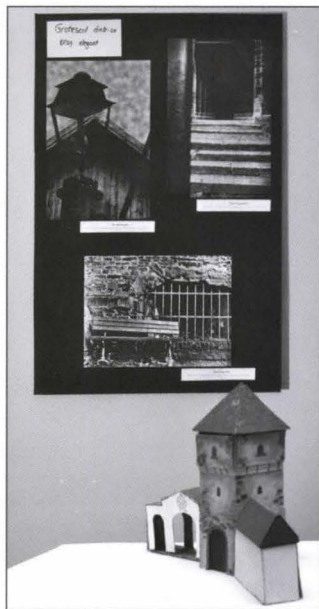
*Vernisaj expoziției*



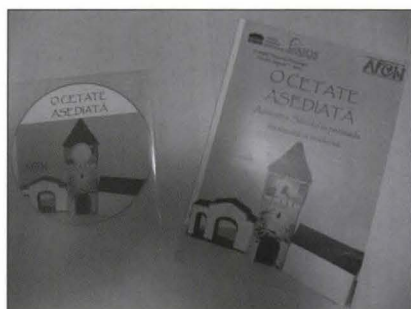
*Înmânarea premiilor de către coordonatorii proiectului*



*Machetă realizată de către elevii clasei a X-a B*



*Machete realizate de către elevii clasei a X-a C (macheta câștigătoare)*



*Pliantul, CD-ul educațional și catalogul proiectului.  
- produse realizate în cadrul atelierelor proiectului -*



# SM@RT-EXPO – Program de valorificare a patrimoniului cultural național în mediul virtual

SM@RT-EXPO – Program of harnessing the national cultural heritage in the virtual environment

dr. Valer RUS\*

**Abstract:** *This article is about Sm@rt Expo, a project funded by the Administration of the National Cultural Fund from Romania. The project obtained several important products: an online platform for temporary exhibitions conducted in the past by five museums from Transylvania (Brașov, Sfântu Georghe, Făgăraș, Mediaș, Sibiușoara), over 100 qr-codes placed in these museums, five multimedia information panels.*

**Keywords:** *smart phone, qr-code, Administration of the National Cultural Fund, sm@rt expo, Casa Mureșenilor Museum in Brașov*

**Cuvinte cheie:** *smart phone, coduri QR, Administrația Fondului Cultural Național, sm@rt, expoziție, Muzeul Casa Mureșenilor din Brașov*

---

Muzeul Casa Mureșenilor Brașov s-a consacrat în ultimul deceniu ca lider al promovării personalităților din oraș sau al personalităților care au avut legătură cu Brașovul. Muzeul are cea mai complexă și completă expertiză cu privire la promovarea memorialisticii brașovene și naționale. Obiectivele culturale urmăresc punerea în valoare pe scara largă a patrimoniului cultural și istoric al Brașovului. Misiunea muzeului este de a interpreta și celebra trecutul într-un context al prezentului și al viitorului într-un mod interactiv. Muzeul Casa Mureșenilor din Brașov există pentru a arăta un posibil model uman de urmat. Brașovenii trebuie să știe cum erau brașovenii de altădată și acest muzeu le aduce aminte permanent că „viitorul are o inimă antică”. Mureșenii și contemporanii lor (Gheorghe Dima, Paul Richter, Ioan și Ștefan Baciș etc.) reprezentau un model de civilizație urbană de tip multicultural, iar acest muzeu încearcă să

---

\* Director, Muzeul Casa Mureșenilor Brașov; e-mail: rus.valer@gmail.com

insufle acest spirit și tinerei generații. Obiectivele fundamentale ale muzeului sunt: prezervarea și cercetarea echilibrată și selectivă a colecțiilor, în vederea valorificării în condiții de calitate ridicată a acestora; perfecționarea accesului publicului la informație prin organizarea de programe adecvate; adoptarea unor programe adecvate de formare și informare a publicului consumator al actului cultural muzeal; colaborarea constantă și eficientă a diverselor structuri interne ale organizației în vederea satisfacerii nevoilor de informare ale publicului; realizarea periodică de studii asupra vizitatorilor și nevoilor de informare ale acestora; realizarea informatizării tuturor activităților din muzeu, în conformitate cu standardele mondiale de profil; atragerea de finanțări, respectiv cofinanțări naționale și internaționale, sponsorizări, în vederea completării efortului financiar bugetar de stat; îmbunătățirea planificării manageriale, a organizării, coordonării, controlului și raportării în vederea realizării obiectivelor strategiei generale de dezvoltare. Muzeul Casa Mureșenilor Brașov are o bogată experiență în valorificarea patrimoniului prin organizarea în mod programatic, în ultimii opt ani, de programe educative non-formale, expoziții tematice, programe, proiecte, șase fiind finanțate prin intermediul AFCN. În ultima perioadă atenția acestei instituții s-a îndreptat cu precădere spre formarea și educarea publicului prin programe și proiecte activ-participative, prin organizarea unor ateliere creative și cursuri interactive. Prin proiectul „Muzeul vine la tine!” finanțat în 2010, cinci specialiști în educație ai muzeului s-au deplasat și au desfășurat programe educaționale în cinci localități din județul Brașov. În același an, implementarea proiectului „Romana – renașterea unui dans din patrimoniul național românesc” a avut ca obiectiv general revitalizarea și valorificarea dansului ROMANA, în vederea dezvoltării patrimoniului cultural național imaterial. În 2011, proiectul „1 pentru 2!” a vizat extinderea accesului la cultură a copiilor cu dizabilități din județul Brașov, astfel, 10 copii cu dizabilități au beneficiat de activități de mentorat la muzeu. În 2011, prin proiectul „Muzeoforum – platforma online de instruire și bune practici”, aria tematică: Formare profesională în domeniul culturii, în cadrul a două cursuri am instruit 30 de angajați ai instituțiilor de cultură din șase județe pe două tematici: valorificarea patrimoniului cultural prin

organizarea de expoziții itinerante și educația non-formală în muzee. În 2012, s-au implementat alte două proiecte: „Muzeul – primul meu loc de muncă” și-a propus o integrare socială reală a 10 persoane cu dizabilități în cadrul a două instituții de cultură din Brașov, Muzeul Casa Mureșenilor și Casa Ștefan Baciș și proiectul „ROMANA pentru toți – un dans istoric se întoarce în comunitate” în care 160 de elevi din liceele brașovene au deprins coregrafia dansului ROMANA și l-au performat în cadrul unui eveniment public de amploare de tip flashmob, desfășurat în centrul orașului.

În cadrul proiectului cultural SM@RT EXPO au fost realizate 12 expoziții tematice virtuale, cu referire la propriul patrimoniu, de către specialiștii muzeelor partenere: Muzeul Casa Mureșenilor, Muzeul Carpaților Răsăriteni, Muzeul Țării Făgărașului „Valer Literat”, Muzeul de Istorie Sighișoara și Muzeul Municipal Mediaș. Echipa de proiect a creat standardele de calitate și cantitate a informației care au fost date publicității prin intermediul unui site de internet. De asemenea, aceste expoziții sunt prezente în cadrul muzeelor partenere prin intermediul unor puncte de informare multimedia care au fost lansate oficial prin conferințe de presă. La acestea se adaugă completări la expoziția permanentă în imagini și texte care vor putea fi accesate de către vizitatori prin intermediul telefoanelor inteligente de tip smartphone, prin plasarea de Quick Respond Code (QR Code-uri) în cadrul expozițiilor de bază din muzeele partenere. Am lansat astfel primul program de accesibilizare a informației din expunerea permanentă a muzeelor partenere prin utilizarea QR Code-urilor. Astfel, vizitatorii vor accesa mult mai rapid informațiile asociate pieselor expuse, vor descoperi patrimoniul cu propriul smartphone. Tot ce au de făcut în aceasta privință vizitatorii este să fie posesorii unui telefon de ultimă generație de tip smartphone, să aibă acces la internet și să apropie telefonul mobil de codul de pe eticheta exponatului pentru a scana informațiile respective. Ne-am propus accesibilizarea informațiilor științifice, dar și atragerea adolescenților și a tinerilor, pasionați de telefonie mobilă și de tehnologiile din acest domeniu.

Proiectul a fost implementat în cinci muzee din Transilvania (Brașov, Sfântu Gheorghe, Făgăraș, Sighișoara, Mediaș) care nu beneficiază de spații muzeale/expoziționale foarte mari și care

organizează cu o anumită frecvență expoziții tematice proprii sau găzduite. Acestea nu mai sunt la dispoziția publicului după încetarea lor. Mai mult informațiile din expozițiile permanente suferă fie din cauza calității expunerii, fie din cauza limitărilor fizice. O soluție modernă și accesibilă îndeosebi unui public țintă sensibil, tineri-elevi de gimnaziu și liceu, este furnizarea acestor informații suplimentare într-un mod atractiv prin intermediul telefoanelor mobile inteligente-smartphone care sunt pe cale să devină regulă în utilizarea tehnologiei informației. Muzeele românești au ocazia unică de a intra în rândul muzeelor moderne occidentale prin intermediul tehnologiei care a devenit extrem de accesibilă publicului larg. Folosirea acestei tehnologii de perspectivă permite acestor muzee să intre din vreme în concertul societății informaționale, specifice mileniului al treilea.

Muzeul „Casa Mureșenilor” Brașov (MCM) are experiență în realizarea de proiecte bazate pe tehnologia informației, cum ar fi proiectul MUZEOFORUM, finanțat de AFCN prin care s-a realizat o platformă online de instruire pentru muzeografi și s-a lansat conceptul de forum-târg, un târg online de idei de expoziții temporare itinerante. În primul deceniu al secolului al XXI, acest muzeu a realizat mai multe expoziții tematice temporare, foarte bine receptate de public, dar care din păcate nu au putut fi integrate armonios în expoziția permanentă: Istoria imnului național, Publicitatea în secolul al XIX-lea, Dansul de societate ROMANA, Tipografia Mureșenilor, Istoria cărților poștale ilustrate.

La Muzeul Național al Carpaților Răsăriteni (MNCR), deși s-a reorganizat expoziția permanentă, spațiul expozițional deficitar impune suplimentarea informațiilor oferite publicului prin mijloace moderne. După redeschiderea muzeului în anul 2010, acesta nu are sală de expoziții temporare.

Muzeul Țării Făgărașului „Valer Literat” (MTFVL) funcționează într-un spațiu foarte generos, cetatea medievală Făgăraș, unde, din păcate, modul de expunere al patrimoniului bazat exclusiv pe obiecte în vitrine și panouri cu texte explicative de mici dimensiuni este total inadecvat.

Muzeul de Istorie Sighișoara (MIS) este partenerul cu cei mai mulți vizitatori din acest proiect, cu toate acestea, faptul că el funcționează în clădiri improprii expunerii (Turnul cu ceas), duce la

limitarea drastică a informațiilor suplimentare care ar trebui furnizate, ba mai mult, caracterul eterogen al vizitatorilor săi (foarte mulți turiști străini – posesori de telefoane inteligente, tablete electronice etc.) îi recomandă cu prioritate pentru această intervenție de modernizare tehnologică.

Muzeul Municipal Mediaș (MMM) funcționează într-o clădire monument istoric Mănăstirea Franciscană, cu o infrastructură parțial adaptată la nevoile vizitatorilor. Bogatele sale colecții de bunuri culturale de patrimoniu nu se regăsesc în expunerea folosită.

Acest proiect a fost relevant pentru obiectivele de finanțare AFCN, în cadrul programului curent de finanțare, prin anvergura parteneriatului vizat – cinci muzee din cinci orașe și patru județe ale țării (Brașov, Covasna, Mureș și Sibiu). Metodele folosite în proiect vor duce la o mai bună înțelegere a fenomenului cultural muzeal de către tânăra generație. Permanenta colaborare între echipa de proiect și parteneri va duce la întărirea capacității organizaționale. Proiectul încurajează inițiativele de valorificare inedită a patrimoniului cultural național mobil și imobil propriu al muzeelor partenere în scopuri educaționale.

Prin metodele folosite pentru realizarea activităților și atingerea obiectivelor proiectului acesta este extrem de inovator și racordat la evoluțiile tehnologice ale momentului. Societatea românească a intrat simultan cu alte societăți ale lumii într-o nouă etapă în comunicarea interumană: „generația Y” este caracterizată de comunicarea on-line, iar 90% din aceasta își verifică e-mailul, mesageria și profilul de pe site-urile de socializare de pe smartphone. Muzeele au șansa să fie în pas cu moda și să ofere informația specifică propriului public prin mijloace specifice acestuia. Prioritățile naționale în domeniu vizează și muzeele, ca parte a societății cunoașterii, bazate pe tehnologia informației. Acest proiect răspunde și priorităților tematice europene pentru anul 2013 cu privire la valori, drepturi și oportunități pentru cetățeni, mai ales în ce privește sprijinirea conservării memoriei europene. Impactul asupra Muzeului Casa Mureșenilor constă în dezvoltarea abilităților organizatorice ale membrilor echipei de proiect, o mai bună comunicare cu muzeele partenere din țară, dar și cu propriul public, în general acest proiect va duce la îmbunătățirea imaginii instituțiilor implicate-partenere

pentru schimbarea percepției uneori eronată cu privire la acestea ca fiind instituții desuete și inadecvate. Proiectul va consacra o nouă imagine de instituții moderne, dinamice și receptive la evoluțiile din societate.

Ca urmare a implementării proiectului fiecare muzeu partener are ocazia să își îmbunătățească comunicarea cu propriul public, o parte a personalului de specialitate își va însuși noi competențe de comunicare și valorificare a patrimoniului propriu, expozițiile din fiecare muzeu vor fi îmbunătățite și completate cu noi tipuri de informații, furnizate într-o manieră modernă și atractivă. Publicul-grupul țintă al proiectului are ocazia să interacționeze într-un mod inteligent și provocator cu expozițiile muzeale într-o formă agreabilă și personală prin intermediul telefonului propriu. Este o premieră în muzeele partenere în proiect folosirea de QR Code-uri pentru accesarea informației culturale.

Obiectivul general al proiectului a fost modernizarea mijloacelor de valorificare a patrimoniului cultural național din muzee. Obiectivele specifice au fost să valorifice patrimoniul cultural național prin intermediul unei platforme on-line; să crească accesul publicului la informații culturale prin mijloace moderne; să îmbunătățească imaginea muzeelor în comunitatea proprie; să crească nivelul competențelor specialiștilor din muzee în valorificarea patrimoniului cultural național. Grupul țintă este format din vizitatori ai muzeelor din comunitățile vizate de proiect cu accent pe tinerii utilizatori ai tehnologiei informației și specialiști ai muzeelor din România. Rezultatele proiectului cultural și impactul proiectului cultural au fost: 12 expoziții tematice virtuale, o platformă online, 12 specialiști muzeu implicați în realizarea proiectului, 300 vizitatori expoziție prin intermediul smartphone, 1000 vizitatori platforma online, cinci acorduri de parteneriat, cinci conferințe de presă, peste 20 apariții în mass-media cu referire la proiect, un raport public final. Produsele proiectului au fost un site de internet, cinci stand-uri multimedia, cinci roll-up-uri de promovare proiect, 1000 flyere de promovare, peste 100 QR-code-uri. Tinerii vizitatori ai muzeelor din Brașov, Sfântu Gheorghe, Făgăraș, Sighișoara, Mediaș vor putea accesa astfel informații suplimentare despre expozițiile vizitate prin intermediul smartphone-ului. Aceștia au acces la o informație



specializată printr-o formulă inedită, dar specifică acestui tip de vizitator (pregătit, informat, cu puțin timp liber). Acești vizitatori vor avea o informare mai bună și mai completă despre patrimoniu, pe parcursul vizitei își vor îmbunătăți imaginea despre aceste muzee. Pe termen mediu și lung vor deveni agenți-promotori ai activităților muzeelor. Ei vor putea reveni oricând pe platformă pentru a primi noi și variate informații. Diversificarea instrumentelor de furnizare a informațiilor va conduce la creșterea gradului de atractivitate și accesibilitate ale muzeelor implicate în proiect. Specialiștii muzeelor partenere în proiect vor învăța mijloace și metode noi de valorificare a patrimoniului cultural național adecvate și adaptate diverselor stiluri de învățare. Pe termen mediu și lung aceștia vor putea crea noi expoziții tematice care să fie încărcate pe platforma inițială. Muzeele partenere în proiect își vor duce la îndeplinire misiunea organizațională constând îndeosebi în conservarea, cercetarea și valorificarea patrimoniului cultural național. Un alt efect benefic al proiectului constă în creșterea gradului de comunicare interinstituțională între muzeele partenere și între muzee și comunitățile din care fac parte.

Promovarea proiectului s-a realizat prin mai multe metode. Anunțurile și datele privitoare la proiect au fost postate pe site-ul Muzeului Casa Mureșenilor Brașov, [www.muzeulmuresenilor.ro](http://www.muzeulmuresenilor.ro) și pe site-urile partenerilor Muzeul Țării Făgărașului „Valer Literat”, [www.muzeufagaras.ro](http://www.muzeufagaras.ro); Muzeul Național al Carpaților Răsăriteni, [www.mncr.ro](http://www.mncr.ro); Muzeul de Istorie Sighișoara, [www.muzeusighisoara.com](http://www.muzeusighisoara.com); Muzeul Municipal Mediaș, <http://cultura.primariamedias.ro/index.php/structura/muzeul/municipal/prezentare.html> și pe conturile rețelelor de socializare. Proiectul a fost promovat la nivelul județului Brașov prin transmiterea comunicatelor de presă și a anunțurilor publicitare la redacțiile ziarelor, posturilor de radio și televiziunilor brașovene. În cadrul fiecărui muzeu implicat este expus un roll-up de promovare a proiectului și de informare cu privire la sistemul de operare. Muzeele partenere au distribuit afișe și flyere de promovare ale proiectului. Anunțuri despre stadiul proiectului și despre rezultatele acestuia au fost promovate prin twitter și facebook. Muzeul Casa Mureșenilor și muzeele partenere au informat vizitatorii cu privire la noile

oportunități de furnizare a informațiilor. Muzeul Casa Mureșenilor Brașov și partenerii Muzeul Țării Făgărașului „Valer Literat”, Muzeul Național al Carpaților Răsăriteni, Muzeul de Istorie Sighișoara, Muzeul Municipal Mediaș au transmis comunicate de presă la nivel local și național și vor organiza câte o conferință de presă.

Ca urmare a implementării acestui proiect, muzeele partenere vor beneficia de o modernizare a mijloacelor de valorificare a patrimoniului cultural național. Reacțiile pozitive ale grupului de beneficiari direcți din proiect vor permite promovarea cu succes a noilor instrumente moderne de informare aflate în muzeu și altor potențiali vizitatori. Reușita proiectului SM@RT-EXPO prin transferul de know-how, poate să devină un stimulent pentru personalul muzeelor implicate, alții decât cei nominalizați în proiect, în perspectiva creării de alte expoziții tematice virtuale bazate pe modelul de bună practică al prezentului proiect. Scontăm pe un efect multiplicator al acestui proiect în sensul în care și alte muzee decât cele implicate în proiect pot să-și diversifice instrumentele de furnizare a informațiilor științifice urmând modelul proiectului nostru, adică prin introducerea de informații științifice noi prin intermediul QR-Code-urilor astfel ca fiecare muzeu să poată fi „citit” prin intermediul telefonului mobil.

# **Avem să vă arătăm ceva nou!**

**Luni, 22 iulie 2013, ora 11.00**



Muzeul „Casa Mureșenilor” Brașov  
Muzeul Național al Carpaților Răsăriteni Sfântu Gheorghe  
Muzeul Țării Făgărașului „Valer Literat”  
Muzeul de Istorie Sighișoara  
Muzeul Municipal Mediaș

## SM@RT-EXPO

**Program de valorificare a patrimoniului  
cultural național în mediul virtual**



Proiect cultural finanțat de Administrația Fondului Cultural Național.





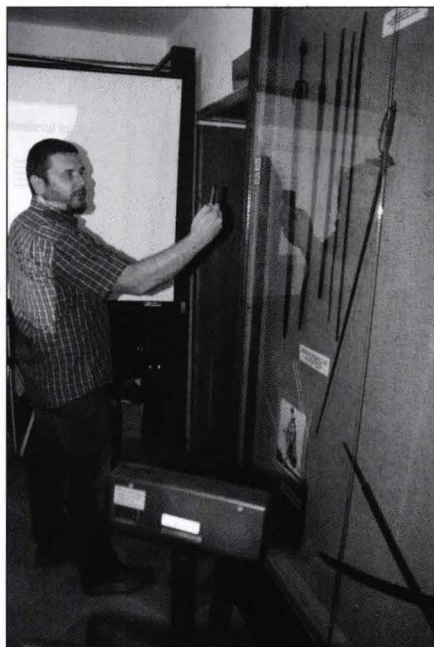














www.smart-expo.ro Smart-Expo - Program de saloirizare a patrimoniului cultural național în mediul virtual

Smart-Expo - Program de saloirizare a patrimoniului cultural național în mediul virtual

Proiect cultural finanțat de Administrația Fondului Cultural Național

ROMANA dans de societate brașovea

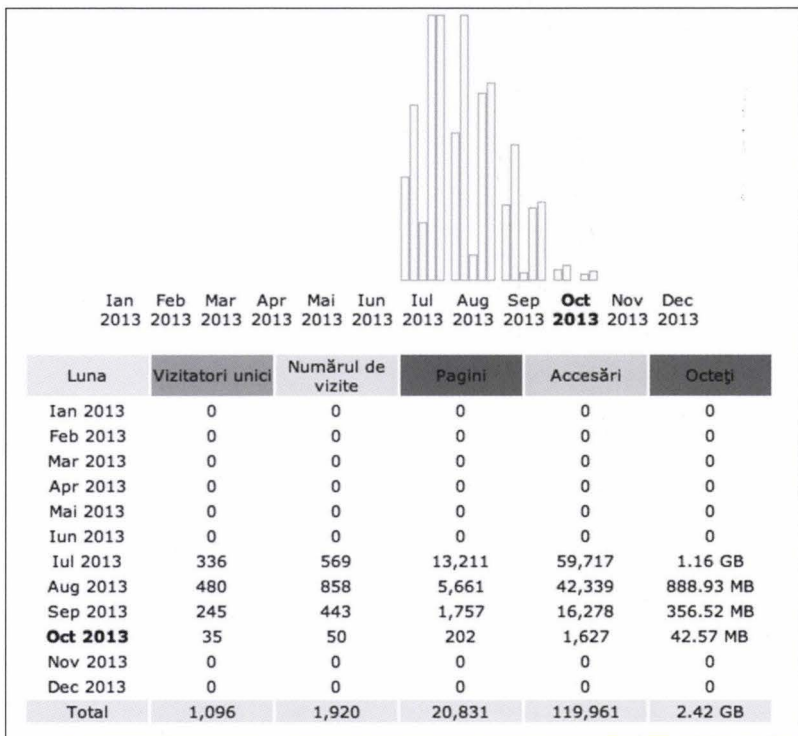
Despre proiect

AUIZIȚI, VEDEȚI, MIRAIȚI-VĂI

Copiii și copilăria în 1900

© 2013 Smart-Expo. All rights reserved

Share RSS



# Laboratoarele istoriei. Drumul obiectului arheologic de la descoperire la exponat

Laboratories of history. The route of the archaeological item  
from its discovery to its exhibition

Lucica Olga SAVU\*

**Abstract:** *The project was conceived in order to increase accessibility to the archaeological museums for children aged between 10 and 14. There were two teachers partnered with the coordinators of the fourth grades and one for the sixth grades, from all the schools in Brasov. The total number of participants was of around 100 pupils.*

*The place where the activities were organized, in the permanent exhibition hall of the museum, is dedicated to archaeology. It has been prepared to meet the demands of museum education. Access was closed for other users in this sector of the exhibition to ensure better work conditions. Two tables and a number of seats have been brought here, corresponding to the number of participants, as well as a projector and projection screen necessary for the theoretical presentation.*

*The theoretical part consisted of a short Power Point presentation showing the stages through which went the objects from the time of their discovery within the archaeological research until the moment they could be exposed. Students watched more photos from the researches to get an idea about what was going on without having to visit the site and were given explanations about the difficulties they would encounter in trying to move in real life to an archaeological site (the distance to their venue, the excavations conducted in the summer time when students are on holiday etc.).*

*Not to insist on organizational details (inventories, preservation processes, restoration, display of objects), the only purpose was that students understand the fact that objects are not found intact, they are cleaned and exposed only in a good condition, a process that requires a lot of energy and time.*

*The practical workshop has proved to be, as we assumed since the beginning, in November, the most interesting one for children. They were organized into groups of five. Each team has found mixed ceramic fragments coming from three pots, replicas of vessels previously viewed, broken before the start of the exercise by the coordinating curator.*

---

\* Muzeograf, arheolog, educator muzeal, Muzeul Județean de Istorie Brașov;  
e-mail savu\_lucica@yahoo.com

The requirement was for each team to follow the steps of the museum educator in order to achieve the reproduction of the pot. In the first phase the fragments of each pot were separated and children tried to fit them in order to obtain the shape of the original pot. In order to obtain the final form of these objects, students glued with a lot of patience one piece after another, keeping in hand, motionless, for adhesion the freshly glued pieces. Later on these items could be placed in a box for the dry products. The final step was to obtain more or less accurate versions of the three pots.

The exhibition "Archaeology through the eyes of children. Reconstructions" was made with the products of two museum projects that targeted local archaeology. The name of the beneficiaries from all participating classes were displayed next to the products made by each team. At the opening, the students and coordinating teachers were invited to go back to the museum and receive participation certificates.

**Keywords:** *archaeological heritage, how to make, laboratory, archaeological objects*

**Cuvinte cheie:** *patrimoniul arheologic, cum se face, laborator, obiecte arheologice*

---

Strategia pe termen lung a Muzeului Județean de Istorie Brașov urmărește, printre altele, creșterea vizibilității instituției în vederea atragerii unor categorii cât mai diversificate de public. În acest sens au fost făcute eforturi de creștere a numărului informațiilor referitoare la activitatea instituției în spațiul virtual. Este vorba despre deschiderea paginii de facebook prin care publicul să aibă parte de o informare constantă, în timp real, asupra acțiunilor de promovare a patrimoniului propriu organizate aici.

Integrată direcției mai sus amintite menționăm acțiunile de constituire a grupului de voluntari ai muzeului. Este vorba despre un număr de 20 de adolescenți care au fost implicați inițial în buna desfășurare a Noptii Muzeelor 2013 și care au continuat să răspundă la apelurile lansate pe facebook la multe alte activități (focus-grupuri, fotografi voluntari la vernisaje organizate de instituția muzeală, ajutor la realizarea unei expoziții ce nu implică piese de patrimoniu). Pornind de la premisa că domeniul patrimoniului cultural național este extrem de permisiv<sup>1</sup> și flexibil am căutat atragerea altor categorii

---

<sup>1</sup> A. Mihăilescu, *Integrarea experiențelor de educație non-formală în activitatea școlară*, în „Ghid de bune practici în protejarea și promovarea patrimoniului cultural rural”(coordonator Aurelia Dușu), București, 2012, p. 78.



de public prin diversificarea ofertei de educație muzeală. Dacă referitor la istoria locală există un program cu tradiție deja, am dorit valorificarea patrimoniului arheologic al muzeului, rămas nepus în valoare până acum, prin prin activități de educație muzeală.

Încercări mai vechi de a familiariza liceenii cu cercetările arheologice au fost făcute de către colegii de la Muzeul Casa Mureșenilor<sup>1</sup>. Acestea au constat în vizite tematice pe Șantierul Arheologic Racoș – Piatra Detunată, județul Brașov, timp de 4 zile, în decursul mai multor ani. Multiplele exemple oferite de colegii de la Muzeul Carpaților Răsăriteni din Sfântul Gheorghe<sup>2</sup> au dovedit că organizarea unor tabere de arheologie experimentală sunt binevenite atât pentru beneficiari, cât și pentru cercetătorii siturilor arheologice respective. Organizarea acestora implică obținerea de acorduri de la părinți, beneficiarii fiind minori, precum și nevoi financiare însemnate pentru asigurarea traiului participanților pe toată perioada derulării activităților.

Cunoscând aceste fapte și pornind de la dorința ca arheologia să poată fi explicată unui număr mai mare de beneficiari de vârste mai mici am preferat colaborarea cu profesorii coordonatori ai unor clase primare și gimnaziale. A fost posibil astfel ca elevii să ia contact cu primele noțiuni de arheologie de mici, fără ca efortul financiar din partea părinților să fie semnificativ.

În acest sens am conceput două programe de accesibilizare a patrimoniului arheologic al instituției noastre, ambele adresate copiilor cu vârste cuprinse între 10 și 14 ani: unul prin care elevii să înțeleagă cum locuiau oamenii în preistorie și în antichitate și un al doilea, numit *Laboratoarele istoriei. Drumul obiectului arheologic de la descoperire la expонат care face obiectul studiului de față.*

---

<sup>1</sup> O. Savu, *Vacanța artelor la muzeu. Ediția a V-a*, în „Drobeta”, XXI, seria Arheologie – Istorie, Drobeta Turnu Severin, 2011, p. 129.

<sup>2</sup> D. Buzea, A. Cirlănescu, A. Deak, B. Briewig, *Tabăra de Arheologie Experimentală Păuleni Ciuc - Ciomortan „Dâmbul Cetății”, județul Harghita, 9 – 30 august 2009*, în „Marketingul și Educația în Muzeu. Ediția I”, Editura „ASTRA Museum”, Sibiu, 2010, pp. 30 –32; D. Buzea, A. Cirlănescu, *Oamenii sării*, în „Marketingul și Educația în Muzeu. Ediția I”, Editura „ASTRA Museum”, Sibiu, 2010, pp. 80-82; Dan Buzea, Corneliu Beldiman, Diana Maria Sztancs, Adela Kovacs, Alexandra Cirlănescu, Bjorn Briewig, Roxana Munteanu, Daniel Garvăn, Stănică Pandrea, „Cronos”- *Experimental archaeological camp from Păuleni – Ciuc, Dâmbul Cetății, Harghita County, 9-16<sup>th</sup> of July 2012*, în „Marketingul și Educația în Muzeu. Ediția a III-a”, Editura „ASTRA Museum”, Sibiu, 2012, pp.104-106.

Pentru cursivitatea discursului prezentăm inițial, pe scurt, *calendarul activităților* desfășurate în cadrul acestui celui din urmă proiect amintit:

- ✓ În etapa pregătitoare (decembrie 2012 - martie 2013) am încheiat parteneriate cu trei unități de învățământ local în vederea desfășurării de activități în comun și am stabilit, de comun acord cu profesorii coordonatori, programul întâlnirilor cu fiecare clasă în parte: 2 aprilie 2013 (o clasă a IV-a), 4 aprilie 2013 (clasa a VI-a) și 8 mai 2013 (cealaltă clasă a IV-a).
- ✓ Activitățile s-au desfășurat începând din aprilie până în iunie 2013, în două faze.

1. Atelierele de lucru s-au desfășurat, cu elevii fiecărei clase pe rând, în expoziția permanentă a muzeului și au durat câte 2 ore.

2. Expoziția *Arheologia văzută de copii. Reconstituiri* a fost vernisată în 5 iunie 2013 și a fost deschisă publicului timp de o lună.

- ✓ *Scopul* programului a fost educarea publicului tânăr pentru a înțelege evoluția istorică locală, prin accesibilizarea patrimoniului arheologic deținut de către muzeu.

✓ *Obiective:*

- oferirea unor informații concrete (fotografii) despre un număr de cinci piese arheologice provenite din cercetările organizate de muzeu;
- prezentarea sumară a principalelor etape urmate de bunurile culturale pentru a putea fi expuse;
- „restaurarea” unui număr de trei replici după vase de epocă dacică existente în muzeu de către fiecare echipă de 5 copii.
- oferirea unei alternative de recreere și socializare pentru publicul tânăr, într-un mediu nonformal.

✓ *Beneficiarii.* Vârsta ideală a participanților am considerat-o a fi cuprinsă între 10 și 14 ani, deoarece implică noțiuni legate de evidența bunurilor de patrimoniu cultural național. Detaliile de natură organizatorică au condus spre colaborarea cu un singur grup din categoria amintită (elevi de clasa a VI-a) și cu alte două clase terminale ale ciclului primar. S-a dovedit a fi mult mai ușor pentru un profesor de la învățământul primar să organizeze ieșirea la muzeu decât pentru coordonatorul unei clase gimnaziale care are control

doar asupra timpului alocat orei domniei sale cu respectivii elevi. Au participat în total un număr de 100 de copii coordonați de trei profesori, fiecare de la altă școală brașoveană.

✓ *Calendarul întâlnirilor.* Activitățile au fost programate de comun acord cu profesorii coordonatori, ținând cont de *curricula* școlară. Două clase au participat la activități cu ocazia programului național *Săptămâna altfel. Să știi mai multe, să fii mai bun* organizat la nivelul tuturor instituțiilor de învățământ din România, iar întâlnirea cu cea de-a treia grupă a fost organizată în 8 mai 2013, când profesorul coordonator avea prevăzut în programa școlară activități extra-curriculare.

✓ *Locul de desfășurare.* Toate întâlnirile s-au desfășurat în expoziția permanentă a Muzeului Județean de Istorie Brașov. Sala dedicată arheologiei a fost pregătită pentru a răspunde cerințelor educației muzeale. A fost închis accesul celorlalți vizitatori în acest sector al expoziției pentru a asigura buna desfășurare a acțiunii. Au fost aduse aici două mese și un număr de scaune corespunzător cu cel al participanților, precum și videoproiectorul și ecranul, necesare prezentării teoretice.

✓ *Modalitatea de desfășurare a întâlnirilor și metodele folosite.* Activitățile teoretice și practice nu au putut fi separate total, întrucât am considerat că este mai eficientă o alternare a lor în momentele când intervenea oboseala. Astfel, primul contact al elevilor cu arheologia a constat în vizionarea unei prezentări Power Point urmată imediat de activitatea practică. Vizita în expoziția permanentă a fost programată mai târziu, în momentul când fragmentele ceramice lipite între ele trebuiau lăsate la uscat înaintea acțiunilor finale de obținere a vaselor refăcute.

• *Partea teoretică.* La sosirea la muzeu beneficiarii au fost conduși în partea de arheologie a expoziției permanente pentru a viziona proiecția pregătită și a asculta explicațiile din partea muzeografului – educator. După o scurtă prezentare a argumentelor referitoare la dificultățile întâmpinate în încercarea de a duce elevii pe un șantier arheologic (distanțele mari până la locul de desfășurare a acestora, desfășurarea celor mai multe astfel de săpături vara, când elevii sunt în vacanță) a urmat proiecția propriu-zisă. Aceasta a debutat cu imagini din timpul cercetărilor arheologice organizate de muzeu

pentru ca elevii să înțeleagă cum arată fragmentele de vase în diverse etape ale descoperirii. Proiecția a inclus câteva detalii referitoare la pașii pe care trebuie să-i urmeze piesele de patrimoniu: descoperire, introducere în inventarele instituției muzeale, procesele de conservare - restaurare, expunerea obiectelor. Nu s-a insistat asupra detaliilor organizatorice, scopul fiind doar ca elevii să înțeleagă că obiectele nu sunt descoperite întregi, curate și numai bune de expus, ci că acest proces necesită multă energie și timp. Partea teoretică s-a încheiat cu 10 minute de discuții libere pentru fixarea cunoștințelor și obținerea feed-back-ului.

- *Atelierul practic.* Această etapă a proiectului s-a dovedit a fi, așa cum era de așteptat, cea mai interesantă pentru copii. Aceștia au fost organizați în grupuri de câte cinci. Fiecare echipă a găsit pe masa de lucru fragmente ceramice amestecate provenite de la trei vase, replici după vasele vizualizate anterior, sparte anterior începerii activității de către muzeograful coordonator. Cerința a fost ca fiecare echipă să urmeze pașii indicați de educatorul muzeal în vederea realizării produselor finale, vasele întregite, despre care li s-a spus că urma să se constituie în exponate, pentru o lună, în cadrul unei expoziții de prezentare a rezultatelor celor două proiecte de promovare a arheologiei locale. Mai întâi au fost separate fragmentele din fiecare vas și copiii au încercat să le potrivească spre a obține forma vasului. În cele mai multe cazuri, elevii au considerat că este un joc prea ușor pentru ei. În momentul în care au început să lipească fragmentele ceramice au înțeles că nu este chiar așa cum credeau. Lucrul în echipă a constituit un bun prilej de socializare a copiilor care, de altfel, petrec cea mai mare a timpului la școală singuri, în bănci sau împreună cu câte un singur coleg. Având în vedere vârsta relativ mică a participanților, activitatea a fost în măsură să contribuie la cultivarea răbdării, în sensul că au fost necesare mai multe momente în care bucățile proaspăt lipite să fie ținute nemișcate în mână, pentru aderență. Abia ulterior acestea au putut fi așezate în cutia de nisip pregătită pentru așeza produsele la uscat.

- *Vizita în muzeu.* Acesta a fost momentul considerat prielnic să fie întreruptă activitatea practică spre a fi vizitată expoziția permanentă a muzeului. S-a insistat asupra încercării de a identifica vasele originale

după care au fost realizate replicile pe care ei trebuiau să le reîntregească.

- *Reluarea activității practice.* Etapa finală a constat în obținerea, mai mult sau mai puțin completă, a celor trei vase care au fost sparte de către educatorul muzeal. Faptul că nu toate piesele au putut fi refăcute în întregime a contribuit la înțelegerea faptului că toate obiectele aflate într-un muzeu, fie el cu specific arheologic sau de orice altă natură, necesită multiple operațiuni înainte de a deveni expozate. Această parte a proiectului a produs feed-back în mod direct, în sensul că satisfacția (citită pe fețele participanților care au reușit să ducă la bun sfârșit obiectivul propus), dar și dezamăgirea (manifestată de către cei ce nu au reușit să finalizeze produsele) nu au mai necesitat discuție finală. Aceasta a fost înlocuită de o sesiune foto în care fiecare grup și-a prezentat produsele finale.

- *Organizarea expoziției* a beneficiat de sprijinul grupului de voluntari ai muzeului. Aceasta a reunit produsele celor două proiecte ale muzeului care au vizat arheologia locală. Numele beneficiarilor din toate clasele participante au fost afișate alături de produsele obținute de fiecare echipă. Cu ocazia vernisajului, în 5 iunie 2013, toți elevii au fost invitați să revină în sala de expoziții temporare a muzeului unde au primit diplome de participare, în cadru festiv, inclusiv profesorii coordonatori.

- ✓ *Beneficiile obținute.* Pentru instituția muzeală principalul beneficiu a fost, fără îndoială, promovarea propriului patrimoniu în rândul a 100 de beneficiari, și, implicit, în rândurile membrilor familiilor copiilor. Ne referim aici la invitația lansată membrilor familiilor copiilor de a vedea expoziția amintită în care erau etalate realizările celor mici.

De asemenea, pentru muzeu, un important beneficiu a constat în înmulțirea colaborărilor cu profesorii din școlile brașovene. Pentru beneficiari foloasele au fost multiple. Aceștia au dobândit primele informații concrete despre semnificația unor noțiuni ca arheologia, bun cultural, obiect de muzeu dar, în același timp, au și petrecut timpul în mod constructiv urmând ca la final să aibă, pentru prima dată, poate, posibilitatea ca numele să le apară într-un loc public și ne referim aici la expoziție.

Activitățile desfășurate în cadrul proiectului au beneficiat de o mediatizare intensă. Urmare a comunicatului de presă trimis, activitățile desfășurate cu una din cele trei clase participante au fost reflectate în emisiunile de știri a două televiziuni locale și un al treilea post local a realizat un reportaj special despre modalități de a petrece timpul liber la Brașov.

De asemenea vernisajul expoziției a fost reflectat în cadrul a cinci emisiuni de știri locale și în trei ziare.

Pe pagina de facebook a muzeului toate acțiunile de educație muzeală au fost reflectate în timp real. Aceasta a fost și ocazia cu care numărul prietenilor muzeului a crescut semnificativ, mulți dintre aceștia fiind membri ai familiilor elevilor participanți la proiect. O parte dintre aceste persoane se numără printre cei ce urmăresc permanent activitatea instituției muzeale. Putem considera că acesta este, din punctul nostru de vedere, principalul beneficiu pe termen lung, mai precis o mai bună vizibilitate în rândul publicului brașovean. În afara categoriilor de potențiali vizitatori, un important câștig îl constituie creșterea numărului de profesori care doresc să participe la viitoarele activități de educație muzeală. A fost confirmată astfel teoria<sup>1</sup> potrivit căreia nevoia de colaborare este reciprocă, în sensul că nu doar muzeul urmărește atragerea de noi vizitatori, ci și reprezentanții instituțiilor de învățământ caută uneori locuri inedite unde să discute anumite teme specifice din programa școlară.

✓ *Planuri de viitor.* La o analiză sumară a ofertei educaționale pot fi observate câteva categorii de public cărora nu le sunt adresate programe de educație muzeală. Este vorba despre familiile cu copii mici, seniori, adulții activi și persoanele cu dizabilități. Despre aceștia din urmă precizăm că au fost implicați într-un proiect, acum mai mulți ani. Ceea ce este de dorit însă este realizarea unui program coerent de activități repetitive<sup>2</sup>, permanente, a căror existență să fie cunoscută publicului larg, iar rețeaua de socializare și site-ul muzeului să constituie locul principal de obținere a informațiilor referitoare la acestea.

---

<sup>1</sup> A. Mihăilescu, *op. cit.*, pp. 78-79.

<sup>2</sup> \*\*\*, *Manual de management muzeal și educație muzeală în România*, Asociația muzeelor din Olanda, Amsterdam, 2010, p. 65.





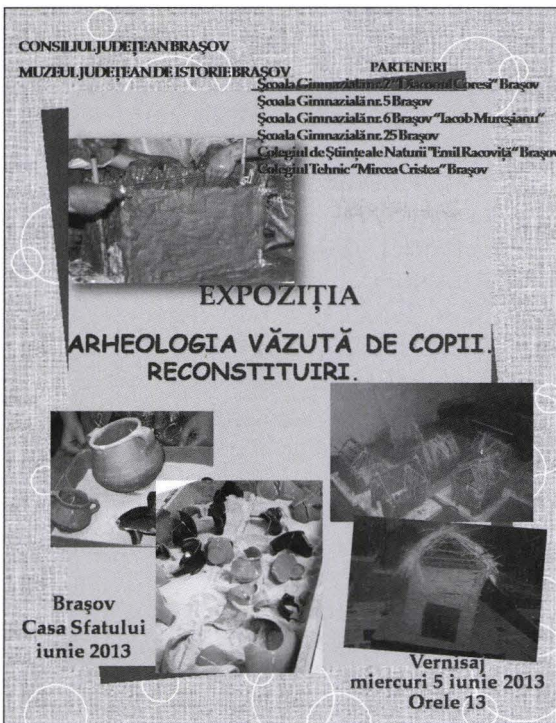
*Activitatea teoretică*



*Activitatea practică*



*Produsele unei întâlniri*



*Afișul expoziției*



*Vernisajul expoziției*



## Bibliografie:

- \*\*\*. *Manual de management muzeal și educație muzeală în România*. Asociația muzeelor din Olanda, Amsterdam, 2010.
- BUZEA, D.; CÎRLĂNESCU, A.; DEAK, A.; BRIEWIG, B. *Tabăra de Arheologie Experimentală Păuleni Ciuc -Ciomortan „Dâmbul Cetății”, județul Harghita, 9 - 30 august 2009*. în „Marketingul și Educația în Muzeu. Ediția I”, Editura „ASTRA Museum”, Sibiu, 2010.
- BUZEA, D.; CÎRLĂNESCU, A. *Oamenii sării*. În „Marketingul și Educația în Muzeu. Ediția I”, Editura „ASTRA Museum”, Sibiu, 2010.
- BUZEA, D.; CÎRLĂNESCU, A. *Tabăra experimentală „Silex Tools” de la Cremenea - Malul Dinu Buzea (județul Covasna)*. În Marketingul și Educația în Muzeu. Ediția a II-a, Editura „ASTRA Museum”, Sibiu, 2011.
- BUZEA, D.; BELDIMAN, C.; SZTANCS, D.; KOVACS, A.; CÎRLĂNESCU, A.; BRIEWIG, B.; MUNTEANU, R.; GARVĂN, D.; PANDREA, S. „Cronos”- *Experimental archaeological camp from Păuleni – Ciuc, Dâmbul Cetății, Harghita County, 9 -16<sup>th</sup> of July 2012*. În „Marketingul și Educația în Muzeu. Ediția a III-a”, Editura „ASTRA Museum”, Sibiu, 2012.
- MIHĂILESCU, A. *Integrarea experiențelor de educație non-formală în activitatea școlară*. în „Ghid de bune practici în protejarea și promovarea patrimoniului cultural rural”(coordonator Aurelia Dușu), București, 2012.
- SAVU, O. *Vacanța artelor la muzeu. Ediția a V-a*. în „Drobeta”, XXI, seria Arheologie – Istorie, Drobeta Turnu Severin, 2011.

\* *Aducem mulțumiri colegelor Mihaela Ștefănescu, Adriana Mincă și Roșalinda Posea care au contribuit la buna desfășurare a activităților.*

## Și eu pot!

I can, too!

Cristina Emanuela STANA\*

**Abstract:** *Educational project unfolded during November 2012 – June 2013. Within this project we have collaborated with the teachers from the “Special Secondary School from Târgoviște”, respectively pupils from the fifth to seventh grades.*

*This collaboration with the Special Secondary School from Târgoviște was a novelty because all the educational activities within the “Curtea Domnească” National Museum Complex from Târgoviște are made only with the pupils of the normal primary and secondary schools.*

*The purpose of this project was the development of the conscience and education of children in the spirit of tolerance and non-discrimination, of accepting equal chances for all, without differences of behaviour or verbal manifestation.*

*The common objectives of this project were: the promotion of the Romanian folk traditions with a fixed date, the change of the image of the special school from the community and its opening towards the community.*

*The project “I can, too” comprised several different activities: “St Andrew’s Traditions”- repeated activity, but with a different target group, “Look, Santa is coming!”, “Welcome, Spring!”, “Congratulations for the Bunny”, “The month of May”.*

**Keywords:** *tradition, Santa, May, tolerance*

**Cuvinte cheie:** *tradiție, Moș Crăciun, mai, toleranță*

---

Proiect educațional desfășurat în perioada noiembrie 2012 – iunie 2013.

În cadrul acestui proiect am colaborat cu cadrele didactice de la Școala Specială Gimnazială din Târgoviște, respectiv cu elevii din clasele V-VII.

De ce elevii de la Școala Specială Gimnazială din Târgoviște?

---

\* Muzeograf, Complexul Național Muzeal „Curtea Domnească”, Târgoviște;  
email: cristinastana83@yahoo.com

În cadrul Complexului Național Muzeal „Curtea Domnească” din Târgoviște activitățile educaționale s-au desfășurat tot timpul cu elevi din ciclul gimnazial de învățământ. Scopul acestui proiect a fost dezvoltarea conștiinței și a educației copiilor în spiritul toleranței și a nediscriminării, acceptării de șanse egale pentru toți, fără diferențe de manifestare comportamentală sau verbală.

Obiectivele comune ale acestui proiect au fost: promovarea tradițiilor populare românești cu dată fixă, îmbunătățirea relațiilor de comunicare și interrelaționare între copii și între copii și adulți; schimbarea imaginii școlii speciale și deschiderea ei spre comunitate; dezvoltarea stimei de sine a copiilor cu nevoi speciale prin activități variate.

În prima etapă am prezentat activitățile Școlii Speciale Gimnaziale. Activitățile propuse le-am discutat cu consilierul educativ al școlii, programul de desfășurare, locul, perioada, grupul țintă fiind stabilit pentru elevii din clasele V-VIII. Cadrele didactice care doreau să participe urmând să mă contacteze pentru a stabili detaliile acestor activități.

A doua etapă a fost reprezentată de așteptarea solicitărilor din partea cadrelor didactice. Pentru colaborare cu Complexul Național Muzeal „Curtea Domnească” s-au arătat dornice patru profesoare. Au urmat alegerea activităților, vizita mea în timpul orelor de curs pentru a cunoaște copiii și invers.

Am discutat cu profesoarele despre nevoile speciale ale elevilor (cu diferite diagnostice: hiperactivitate, devieri de comportament, retard mental moderat, sindrom Down) care au fost înscriși la activități. O mare parte din acești copii sunt cazuri sociale, nu au familii și locuiesc în casele sociale, dar și cu asistenții maternali.

Proiectul *Și eu pot* a cuprins mai multe activități diferite: „Tradiții de Sfântul Andrei”- activitate repetată, dar cu un grup țintă diferit, „Iată, vine Moș Crăciun!”, „Bun venit Primăvară!”, „Felicitări pentru Iepuraș”, „Luna lui Cireșar”.

*Tradiții de Sfântul Andrei* - 29 noiembrie 2012. În cadrul primei activități am lucrat cu 24 elevi de la patru clase diferite (clasele a V-a, a VI-a, a VII-a A, a VII-a B). Școlile speciale au clasele formate dintr-un număr mic de elevi.



Locul de desfășurare a fost la Muzeul „Țiparului și Cărții Vechi Românești” din incinta Curții Domnești și activitatea a durat două ore.

Scopul acestei activități a fost de promovare a obiceiurilor populare românești care se păstrează. În prima etapă elevii au primit informații despre Sfântul Andrei, urmărind un power point de cinci minute privind obiceiurile care se păstrează cu această ocazie; importanța magică a nopții de Sfântul Andrei; semnificația grâului pus la încolțit, folosirea usturoiului la geamuri și în preparate culinare<sup>1</sup>.

În a doua etapă elevii au avut ca sarcină să pună grâu la încolțit în ghivece ceramice, decorate cu diferite figurine, iar pentru a se feri de spiritele rele au decorat cu usturoi folosind carioci și ață colorată.



---

<sup>1</sup> Antoaneta Olteanu, *Calendarele Poporului Român*, București, Editura Paideia, 2001, p. 502.



*Iată vine Moș Crăciun!* activitate desfășurată pe data de 13 decembrie 2012, la Muzeul de Istorie, în sala Auditorium.

Împreună cu cadrele didactice am ales o serie de colinde și poezii dedicate sărbătoririi Nașterii Domnului Iisus. Pentru aceasta am asistat la ore și am făcut împreună cu cadrele didactice repetiții ale colindelor, poeziilor și am vorbit despre importanța Crăciunului. Activitatea a fost o serbare de sfârșit de semestru, specifică claselor de învățământ.

Tuturor copiilor, după programul de colinde, poezii și cântecele, le-am pregătit cadouri sub bradul de Crăciun. Aceste cadouri au fost sponsorizate de subsemnata, de cadrele didactice, de colega Neacșu Maria. După programul de colinde, copiii au primit o surpriză dulce sub formă de gogoși calde făcute de Neacșu Maria.



A treia activitate din cadrul proiectului a fost dedicată zilei de 1 Martie și s-a numit *Bun venit Primăvară* - 26 februarie 2013. Locul de desfășurare al activității care a durat două ore a fost în incinta Muzeului „Tiparului și Cărții Vechi Românești”.

După vacanța de iarnă, împreună cu cadrele didactice, timp de trei săptămâni, i-am învățat pe elevi cum să realizeze măștișoare folosind tehnica quilling, dar și alte obiecte decorative. Pentru a evita eventualele accidente, am lucrat cu bețișoare din plastic și am renunțat la instrumentul clasic.

Pentru a înțelege semnificația zilei de 1 Martie au vizionat o prezentare cu *Legenda măștișorului* și cu obiceiurile populare din țara noastră<sup>1</sup>.

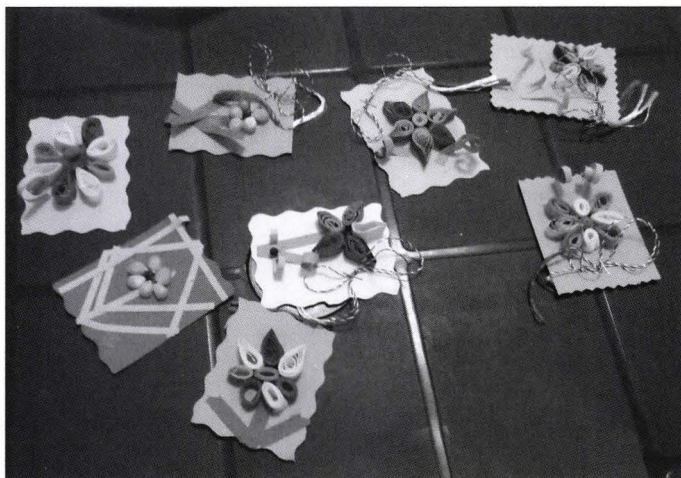
Elevii au fost foarte încântați de noua activitate și m-au uimit cât de repede au deprins tehnica de lucru. Fiind în număr de 24, ei au lucrat pe echipe de câte șapte, dar supravegheați de un adult. Inițial le-am propus modele diferite de măștișoare (din flori naturale, din semințe de porumb și de dovleac, fluturași în tehnica quilling), dar ei au dorit să facă și alte modele.

---

<sup>1</sup> *Ibidem*, p. 127.



Tehnica *quilling* constă în arta de a rula hârtia cu ajutorul unui bețișor desprins la capăt. De la un simplu cerculeț de hârtie lipit la capăt se pot face diferite forme: flori, fluturi, buburuze, coșulețe, felicitări, mărturii de nuntă și de botez. Această tehnică, alături de origami, a fost răspândită de chinezi în toată lumea.



În cadrul săptămânii „Să știi mai multe, să fii mai bun” 1-5 aprilie 2013, am realizat *Felicitări pentru Iepuraș*, atât cu elevi din ciclul gimnazial, cât și cu grupa formată de la Școala Specială. Aceste felicitări au fost realizate în tehnica quilling pe care elevii o stăpânesc foarte bine, deoarece fac și în cadrul orelor de curs ateliere de creație împreună cu cadrele didactice care au venit la muzeu. Plecând de la un model propus de mine, elevii și-au realizat propria felicitare personalizată. La terminarea activității, elevii și-au dăruit unul altuia felicitarea.



O altă activitate a proiectului s-a numit *Luna lui cireșar* (14 iunie 2013). Activitatea a avut o parte teoretică și una practică. Elevii au primit informații legate de luna iunie și semnificația ei populară, informații despre pomii fructiferi și, mai ales, despre cireșe. Când mă gândesc la cireșe mă gândesc la Ion Creangă, astfel, împreună cu acești copii minunați, am vizionat filmul *Amintiri din copilărie*.

La sfârșitul activității elevii au avut parte de o surpriză dulce *cireșe pentru toată lumea*.

Proiectul început cu elevii din cadrul Școlii Speciale Gimnaziale s-a încheiat cu un atelier de realizat păpuși din linguri de lemn în luna noiembrie 2013.



Ce pot să spun după atâtea luni de colaborare cu acești copii deosebiți? La început mi-a fost greu să mă adaptez, dar ajungând să-i cunosc și să descopăr că nu există o mare diferență între ei și ceilalți copii cu care am lucrat, lucrurile au decurs normal.

Activitățile s-au desfășurat în diferite muzee care fac parte din Complexul Național Muzeal „Curtea Domnească” din Târgoviște: Muzeul „Țiparului și Cărții Vechi Românești”, Muzeul de Istorie, Muzeul „Vasile Blendea”, elevii vizitând și expozițiile permanente din cadrul acestor muzee.

Titlul proiectului este sugestiv pentru acești copii pentru că ei nu au nevoie decât de susținere pentru a ne arăta faptul că sunt inteligenți, cu abilități și mai ales cu sentimente sincere.

### **Bibliografie:**

GHINOIU, Ion. *Obiceiuri populare de peste an*. Editura Fundației Culturale Române, București, 1997.

OLTEANU, Antoaneta. *Calendarele Poporului Român*. Editura Paideia, București, 2001.



# Școala de vară *Joacă-te și învață!* ediția a IV-a 2013

Play and learn! Summer school, fourth edition 2013

Magdalena TRĂISTARU\*

**Abstract:** *Between 29 July – 2 August 2013 Gheorghe Ionescu Șișești Memorial Museum has welcomed the participants to the annual edition of the Summer School, an event whose program was coordinated by the Department of Public Relations, Cultural Marketing and Museum Education of the Museum of the Iron Gates Region, in collaboration with the town-hall and the High School from Șișești, Mehedinți County.*

*The project activities were conducted following four components:*

*Little Restorer Let's play and make models! Let's play and decorate!*

*From roman ornaments...until to present-time jewellery*

**Keywords:** *summer school, making models, décor, jewellery*

**Cuvinte cheie:** *școală de vară, modelaj, decor, bijuterii*

---

Muzeul Regiunii Porților de Fier, ca orice muzeu care se respectă, are în organigrama sa o secție de Relații Publice care se ocupă de promovarea muzeului ca instituție de cultură și menține legătura în primul rând cu instituțiile de învățământ din oraș, dar și din județ.

Ținând cont că trăim într-o societate destul de zbuciumată, când părinții au tot mai puțin timp pentru copiii lor, iar *gadget*-urile moderne fac tot mai mult parte din viața tineretului școlar, în anul 2009, Secția de Relații Publice, Marketing Cultural și Pedagogie Muzeală a organizat prima Școală de vară desfășurată în cadrul instituției. Prin această Școală am încercat să atragem cât mai mulți tineri către muzeul nostru, unde să-și petreacă o parte din timpul lor liber.

---

\* Șef Secție Relații Publice, Marketing Cultural și Pedagogie Muzeală, Muzeul Regiunii Porților de Fier Drobeta Turnu Severin; e-mail: magdatraistaru@yahoo.com

Prima ediție, din 2009, a Școlii de vară s-a numit *Să descoperim viața romană de la Drobeta*<sup>1</sup>. A doua ediție, din anul 2010, s-a intitulat *Pământul e rotund?* și s-a adresat în special copiilor din centrele de plasament. Ediția a III-a a purtat numele Școala de vară *Propatrimoniu* și s-a desfășurat în cadrul Muzeului de Artă.

În anul 2012 Școala de vară nu a mai putut fi organizată datorită unor împrejurări de natură organizatorică. Deoarece Muzeul Regiunii Porților de Fier se află într-un amplu proces de reabilitare și de transformare, în anul 2013, pentru a continua tradiția Școlilor de vară, ne-am îndreptat atenția către o altă unitate muzeală, Muzeul *Gheorghe Ionescu-Șișești* din comuna Șișești. Aflată în zona de contact a Podișului Mehedinți cu Piemontul Coșuștei, pe râul Coșuștea, aceasta reprezintă un important centru ceramic al județului Mehedinți.

Școala de vară *Joacă-te și învață!* ediția a IV-a 2013 s-a desfășurat în comuna Șișesti, situată la 25 km față de municipiul Drobeta Turnu Severin. Proiectul a fost inițiat și coordonat de Secția Relații Publice, Marketing Cultural și Pedagogie Muzeală a Muzeului Regiunii Porților de Fier, având ca parteneri Primăria comunei Șișești și Liceul Teoretic *Gheorghe Ionescu-Șișești* din aceeași localitate.

Proiectul s-a desfășurat în perioada 29 iulie - 2 august 2013, pe patru module de activități purtând următoarele titluri: *Micul restaurator; Ne jucăm și modelăm!; Ne jucăm și decorăm!; De la podoabele romane la bijuteriile moderne.*

## *I. Scopul și obiectivele proiectului*

### *Proiectul își propune:*

- formarea competențelor de relaționare și sensibilizare culturală, prin activități de parteneriat educațional, intensificarea activității elevilor în sisteme alternative de instruire, de promovare a muzeelor, valorificând patrimoniul cultural național, trecutul și prezentul cu valorile lor;
- ca muzeul să fie prezent în viața elevilor și în vacanța de vară;

---

<sup>1</sup> Magdalena Trăistaru, *Din activitățile secției de Relații Publice, Marketing Cultural și Pedagogie Muzeală în anul 2009. Școala de vară „Să redescoperim viața romană de la Drobeta”* în DROBETA XXI Arheologie-Istorie, Editura Tipografia Universității din Craiova, 2011, p. 122.

- stimularea interesului elevilor pentru cunoaștere, creativitate și originalitate, prin organizarea de vizite în spațiile expoziționale din instituțiile muzeale permanente;
- perceperea muzeului ca o școală vie, ca resursă educațională, capabilă să dezvolte în rândurile tinerei generații competențe, capacități, deprinderi, cunoștințe, un minim limbaj de specialitate, conștientizarea valorii și importanței patrimoniului muzeal național, atragerea atenției și respectului față de valorile patrimoniului local, dezvoltarea sentimentului de apartenență la o comunitate spirituală și materială.

## II. Promovarea proiectului *Școala de vară Joacă-te și învață!*

Promovarea proiectului s-a realizat prin intermediul mass-media locale și anume cu ajutorul a două posturi de televiziune care beneficiază de recepție pe zona localității Șişești, dar și prin afișarea programelor la avizierele Liceului Teoretic *Gheorghe Ionescu Șişești*, Muzeului *Gheorghe Ionescu Șişești* și al Primăriei comunei Șişești. Promovarea a precedat cu o săptămână începerea activităților propriu-zise ale Școlii de vară.

În anul 2011, cu sprijinul Muzeului Regiunii Porților de Fier, concretizat în materiale muzeotehnice și cu specialiștii din cadrul Laboratorului de Conservare-Restaurare, Secției de Etnografie-Artă Populară și Secției de Relații Publice, Marketing Cultural și Pedagogie Muzeală, s-au pus bazele Muzeului *Gheorghe Ionescu Șişești*, care valorifică un interesant și bogat patrimoniu local.

În interiorul acestui muzeu se află amenajată o sală de clasă din perioada interbelică, sală pe care am folosit-o și noi drept cadru pentru activitățile teoretice ale programului.

## III. Deschiderea oficială a Școlii de vară *Joacă-te și învață!*

Deschiderea Școlii de vară a avut loc în curtea Liceului Teoretic *Gheorghe Ionescu Șişești*, pe data de 29 iulie 2013, la ora 10<sup>00</sup>. La deschidere au participat Doinița Mariana Chircu-managerul Muzeului Regiunii Porților de Fier, Adriana Burcu-directorul Liceului Teoretic *Gheorghe Ionescu Șişești*, dar și cadre didactice și reprezentanți ai Primăriei Șişești.

Au fost prezenți și cele două posturi de televiziune locale, parteneri media în cadrul acestui proiect.

După deschiderea oficială a Școlii de vară *Joacă-te și învață!* s-a trecut la înscrierea participanților.

În cadrul acestui proiect s-au înscris 23 de participanți (16 fete și 7 băieți), elevi în ciclul gimnazial al Liceului Teoretic *Gheorghe Ionescu Șișești*. Copiii locuiau în marea lor majoritate în comuna Șișești, dar au existat și participanți care au făcut naveta din satele limitrofe.

#### *IV. Desfășurarea Școlii de vară Joacă-te și învață!*

Programul s-a derulat în cadrul a patru module, fiecare conținând activități pur teoretice și practice.

##### *Modulul I – Micul restaurator*

Acest modul a fost coordonat de colegul nostru Chirilă Enescu, muzeograf în cadrul Secției Relații Publice, Marketing Cultural și Pedagogie Muzeală.

*Partea teoretică* s-a desfășurat în sala de clasă amenajată în Muzeul *Gheorghe Ionescu Șișești*. Copiii au primit informații referitoare la drumul parcurs de un obiect fragmentar descoperit într-un sit arheologic, până la stadiul de obiect muzeal expus în vitrină, drum ce presupune toate operațiile de curățare și restaurare.

*Partea practică* a acestui modul a constat în reîntregirea vaselor, utilizând metode folosite de restauratori.

Pentru buna desfășurare a acestei activități am avut nevoie de fragmente ceramice pe care copiii să le poată întregi. Cu ajutorul Primăriei Șișești am obținut un număr de 30 de vase rebut, provenite din atelierul unui meșter olar din satul Noapteașă, vase pe care le-am spart în bucăți mai mari sau mai mici și le-am introdus în saci de material plastic, astfel încât fiecare copil în parte să primească sacul lui. Toată această operațiune s-a desfășurat anterior deschiderii Școlii de vară.

Folosind aracet și pensule de diferite mărimi copiii au încercat să reîntregească vasele sparte de noi. Unii dintre ei, cei care au avut vase de dimensiuni mai mici, nu au întâmpinat probleme majore la lipirea fragmentelor ceramice. Copiii care au primit fragmente mai grele, provenind de la vasele de mari dimensiuni au fost puțin dezamăgiți, pentru că vasul lor s-a lipit mai greu și a necesitat ajutor din partea noastră.

La finalul atelierului copiii au învățat cum să completeze o fișă de restaurare, astfel încât fiecare dintre ei a completat fișa obiectului pe care l-a restaurat.

#### Modulul II - *Ne jucăm și modelăm!*

Acest modul a fost coordonat de subsemnata, Magdalena Trăistaru, muzeograf în cadrul Secției Relații Publice, Marketing Cultural și Pedagogie Muzeală, la fel ca și atelierelor următoare.

*Partea teoretică* s-a desfășurat în aceeași sală de clasă din cadrul Muzeului *Gheorghe Ionescu Șișești*. De această dată copiii au primit informații referitoare la materialele și uneltele necesare realizării vaselor ceramice, la forma și utilitatea vaselor ceramice realizate la Șișești și la motivele tradiționale românești folosite în decorarea vaselor ceramice. În special, s-a punctat decorul vaselor de Șișești, fiind cunoscut faptul că vasele de Șișești sunt vase nesmălțuite, purtând decor foarte simplu.

*Partea practică.* La această activitate a fost invitat Gheorghe Gârbovan, renumit meșter olar din zonă, care le-a arătat copiilor cum se modelează un vas ceramic. Apoi, rând pe rând, copiii au trecut la roata olarului, demonstrându-și îndemânarea în arta olăritului. Unii dintre ei chiar aveau îndemânare în arta modelării lutului, dar marea majoritate au avut nevoie de meșterul olar pentru a reuși să-și modeleze vasul. Obiectele astfel realizate au fost puse la uscat până a doua zi.

#### Modulul III - *Ne jucăm și decorăm!*

Pentru că partea teoretică, utilă acestui atelier, a fost prezentată în ziua precedentă, s-a trecut direct la partea practică. A fost momentul în care fiecare copil și-a decorat vasul realizat în cadrul atelierului de modelaj cu elemente de decor specifice vaselor de Șișești.

Tot în cadrul aceluiași atelier fiecare elev a primit câte un set de patru vase desenate, o oală, un castron, o farfurie și un ulcior, pe care le-a decorat cu creioane *carioca*, așa cum a dorit, ținând cont și de elementele de decor tradiționale învățate.

#### Modulul IV - *De la podoabele romane la bijuteriile moderne*

*Partea teoretică* s-a desfășurat în cadrul aceluiași Muzeu *Gheorghe Ionescu Șișești* și a constat în informații cu privire la podoabele romane existente în patrimoniul Muzeului Regiunii Porților de Fier.

*Partea practică* a acestui modul a constat în realizarea de podoabe cu ajutorul lutului și a plastelinei FIMO.

Alături de colega mea Aneta Pristoleanu, muzeograf în cadrul Secției Relații Publice, Marketing Cultural și Pedagogie Muzeală, ne-am luat în serios rolul de „bijutieri” și am lucrat cot la cot cu copiii. Cu ajutorul accesoriilor existente în dotarea atelierului (fir de nylon și fir textil pentru coliere, închizători, distanțiere, agățători de cercei, ac de broșă etc.), copiii și-au realizat diverse podoabe, de la brățări, broșe și cercei până la mărgele și coliere. După confecționare podoabele trebuiau arse, fapt pentru care am folosit un cuptor cu microunde.

La finalul acestui atelier, copiii au participat la organizarea unei microexpoziții în incinta Liceului Teoretic *Gheorghe Ionescu Șișești*, expoziție ce a cuprins cele mai reușite realizări ale elevilor, obținute pe parcursul celor patru ateliere.

Închiderea *Școlii de vară Joacă-te și învață!* a avut loc în parcul arheologic al Muzeului Regiunii Porților de Fier, mai precis în incinta bisericii medievale de sec. XIV, al cărei paviment a fost recent restaurat. La acest eveniment au fost prezenți și partenerii noștri media.

Primăria Șișești a pus la dispoziția copiilor un mijloc de transport cu ajutorul căruia s-au deplasat în Drobeta Turnu Severin.

Pentru festivitatea de premiere am realizat diplome de participare la Școala de vară atât pentru fiecare copil, cât și pentru cadrele didactice implicate în acest proiect. Pe lângă diplome, copiii au primit din partea muzeului materiale publicitare, dar și dulciuri.

După închiderea festivă a *Școlii de vară Joacă-te și învață!* copiii au vizitat parcul arheologic al Muzeului Regiunii Porților de Fier, care are în componența sa castrul roman, podul lui Traian, amfiteatrul roman, termele romane și biserica medievală. La toate aceste obiective au fost conduși de colegul nostru Chirilă Enescu, care le-a oferit copiilor toate informațiile necesare. În continuare, s-a vizitat Muzeul de Artă din Drobeta Turnu Severin și Muzeul Hidrocentralei Porțile de Fier de la Gura Văii. Aici ne-am luat rămas bun de la copiii alături de care am petrecut o săptămână.



## V. Concluzii

În ultima zi de ateliere, copiii au primit un chestionar, cu rugămintea de a-l completa și a-l înapoia.

În urma chestionarului la care au răspuns 18 dintre participanți am remarcat următoarele aspecte:

- nici unul dintre ei nu a mai participat la o altă școală de vară
- 13 elevi au preferat atelierul de realizat bijuterii;
- 4 elevi au preferat atelierul de restaurare;
- un elev a preferat atelierul de modelaj;
- toți au considerat binevenită organizarea *Școlii de vară Joacă-te și învață!* în parteneriat cu școala lor;
- toți și-au dorit ca pe viitor să participe și la alte proiecte organizate de Muzeul Regiunii Porțurilor de Fier.

Am reținut câteva impresii și sugestii primite de la participanți, posibile idei pentru un nou episod al *Școlii de vară*:

*Mie mi-a plăcut să particip la Școala de vară deoarece am învățat lucruri noi și distractive. Totul a ieșit grozav și frumos.*

*A fost frumos și distractiv și am învățat lucruri noi, ne-am revăzut colegii. Cred că ar fi destul de frumos să se facă diverse activități și în vacanța de iarnă, chiar dacă este scurtă.*

*Mi-ar plăcea să mergem în mai multe excursii, să interacționăm și cu alți copii, să împărțim distracția noastră cu ei. A fost o experiență plăcută pe care am vrea să o mai repetăm.*

*La această Școală de vară mie mi-a plăcut totul. A fost o experiență unică în viața mea.*



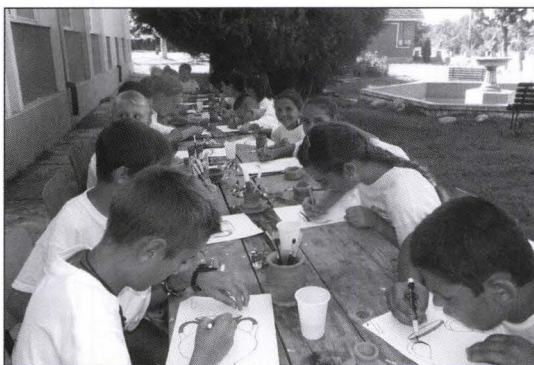
*Deschiderea Școlii de vară Joacă-te și învață!*



*Atelierul I Micul restaurator*



*Atelierul II Ne jucăm și modelăm!*



*Atelierul III Ne jucăm și decorăm !*



*Atelierul IV De la podoabele romane la bijuteriile moderne*





*Partea teoretică, susținută în sala de clasă amenajată în Muzeul Gheorghe Ionescu Șișești*



*Premierea participanților la Școala de vară*

# Muzeul în comunicarea on-line: site vs. Facebook

The museum in the online communication: webpage vs. Facebook

Dr. Anamaria TUDORIE\*

Laura COLTOFEAN\*\*

**Abstract:** *Today museums from Romania use the socialization networks more and more, especially Facebook, for the communication with their public, maybe paying an increased attention to the exploitation of this virtual area, sometimes in the detriment of their own webpage. The present article presents how the Brukenthal National Museum uses these two online channels, but also the difficulties or solutions chosen for the problems coming from this sphere of communication.*

**Keywords:** *Brukenthal National Museum, Facebook, site, social media, online communication*

**Cuvinte cheie:** *Muzeul Național Brukenthal, Facebook, site, social media, comunicare on-line*

---

În ultimii 3-4 ani, sesiunile de comunicări care au avut teme sau secțiuni dedicate marketingului muzeal au inclus prezentări legate de utilitatea folosirii rețelelor de socializare, Facebook de cele mai multe ori, pentru a interacționa cu audiența<sup>1</sup>.

Lansată în anul 2004, platforma de socializare Facebook a devenit cea mai utilizată din lume pentru comunicare socială on-line. Însă, de atunci au trecut 9 ani și, cu toate că Facebook încă își păstrează dominația pe acest sector, în ultimul an au avut loc câteva schimbări, care necesită a fi menționate în rândurile de mai jos, cu

---

\* Șef Secție Educație, Marketing și Comunicare; Muzeul Național Brukenthal;  
anamaria.seulean@brukenthalmuseum.ro

\*\* Muzeograf, Secția Educație, Marketing și Comunicare, Muzeul Național Brukenthal;  
laura.coltofean@brukenthalmuseum.ro

<sup>1</sup> Alexandra Zbucea, *Muzeul 2.0*, în *Marketingul și educația în muzee*, I/2010, p. 7-24; Valer Rus, *Democratizarea accesului la canale de comunicare în marketingul muzeal*, în *Marketingul și educația în muzee*, I/2010, p. 25-29; Olimpia Adela Colibaba, *Facebook. Nu doar o modă, ci o necesitate pentru promovarea evenimentelor culturale*, în *Marketingul și educația în muzee*, II/2011, p. 19-28.

scopul de a avea o imagine mai clară asupra noilor tendințe și obiceiuri ale internauților.

Așadar, la acest moment, Facebook are peste un miliard de utilizatori în întreaga lume, reprezentând cea mai importantă pagină de social-media din lume. Chiar dacă am fi tentați să spunem că toată lumea are Facebook am fi departe de adevăr. 66% dintre internauți au Facebook, bineînțeles, nu înseamnă că toți sunt activi, iar din timpul petrecut on-line o medie de 10% este acordată rețelelor sociale.

Pentru România, datele statistice<sup>1</sup> indică faptul că 6.400.000 de români aveau pagină de Facebook în luna septembrie a anului 2013, iar tendința este de creștere. Facebook este general considerat a fi un canal de comunicare pentru tineri, iar în țara noastră, datele statistice confirmă acest fapt: 73,4% dintre utilizatori (tot la nivelul lunii septembrie a anului 2013) reprezintă populația între 13 și 35 ani.

Dar, trebuie să aducem în discuție și tendințele negative înregistrate pe piața mondială a utilizatorilor de Facebook. Astfel, în luna martie a anului 2013, Facebook pierdea 6 milioane de utilizatori, iar în aceeași lună, chiar dacă nu și-au dezactivat conturile, 1,4 milioane de utilizatori nu le-au mai accesat. Cu toate acestea, asistăm la o creștere a numărului de utilizatori în țările din America Latină sau în China și, așa cum menționam mai sus, piața din România este încă în creștere, ceea ce înseamnă că vom mai putea folosi, cu succes, o perioadă destul de lungă această unealtă de comunicare.

Foarte multe persoane apelează astăzi la telefonul mobil (smartphone-uri) pentru accesarea mediului virtual. Acesta pare să fie unul dintre motivele pentru care Facebook a început să piardă teren. Există noi aplicații care permit o mai bună accesare a rețelelor de socializare on-line pentru telefon, specialiștii în domeniu vorbind despre ascensiunea programului Path, care înregistrează o creștere semnificativă a numărului de utilizatori. În Statele Unite ale Americii, rețeaua Twitter a devansat deja Facebook în comunicarea socială on-line la tineri. Alte motive pentru care se renunță la pagina de Facebook sunt nemulțumirile legate de structura site-ului, nemulțumirile legate de conținutul informațiilor postate, plictiseala, probleme de securitate și chiar faptul că unele persoane au considerat

---

<sup>1</sup> <http://facebrands.ro>



că petreceau deja prea mult timp pe această pagină, ceea ce i-a determinat să renunțe la ea.

Muzeul Național Brukenthal utilizează, în acest moment, trei canale de comunicare on-line:

- site-ul;
- pagina de Facebook;
- e-mailul (prin Biroul de presă, pentru comunicatele oficiale și comunicarea on-line internă a instituției).

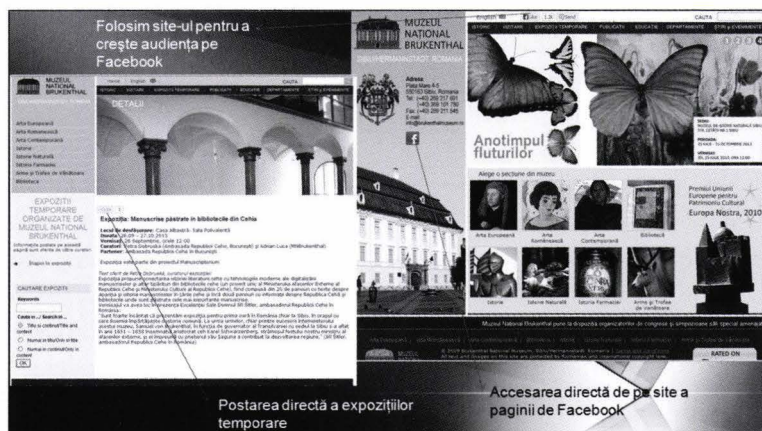
Noul site al muzeului a fost lansat în mai 2009 în vreme ce pagina de Facebook a muzeului a fost creată numai în martie 2011. Deoarece de pagina de Facebook s-au ocupat de-a lungul timpului mai mulți angajați ai muzeului, unii dintre ei părăsind instituția, alții fiind implicați în proiecte de cercetare ce presupuneau deplasarea pe teren, numărul de postări a scăzut în mod semnificativ, iar pagina a avut de suferit – numărul de accesări a fost unul foarte mic, numărul de like-uri primite a stagnat. Regula esențială pentru ca o pagină de Facebook să fie funcțională este *Keep updating!* (*Continuă să actualizezi!*).

Din martie 2013 gestionarea paginii de Facebook a fost preluată de o nouă echipă, iar activitatea de reactivare a paginii și de creștere a audienței a fost una intensivă, rezultatul fiind creșterea în șase luni a numărului de like-uri de la 400 la aproape 1.300. Cu toate acestea, cifra este destul de scăzută, muzeul aflându-se în continuare în etapa de formare a unei audiențe pe Facebook.

În ceea ce privește diferențele în comunicare pe site-ul instituției și Facebook, vom începe prin a ne referi la structura celor două pagini.

În folosirea paginii de Facebook, instituția trebuie să se adapteze la interfața oferită. Mai mult, Facebook operează periodic modificări ale design-ului, fără să anunțe beneficiarii, ceea ce ne pune în fața faptului împlinit, indiferent dacă ne place sau ne avantajează sau nu noul format impus. Dar, trebuie să recunoaștem faptul că acest lucru este unul normal sub aspectul faptului că serviciul este unul gratuit, deținut de o altă firmă. Chiar dacă la imaginea de profil vom posta o poză reprezentativă, în cazul nostru imaginea Palatului Brukenthal, nucleul din care a luat naștere Muzeul Național Brukenthal de astăzi, structura nu va fi cu nimic diferită de cea a unui alt muzeu, mai mic sau mai mare.

În schimb, pe site se pot crea o multitudine de structuri, interconectate în modul în care se dorește dar, și mai important, în modul în care corespunde misiunii instituției. Atunci când vorbim despre o instituție muzeală complexă, cu multe sedii și un patrimoniu impresionant, cum este cazul Muzeului Național Brukenthal, și informația este abundentă, folosirea exclusivă a paginii de Facebook pentru comunicare on-line nu ar corespunde nevoilor muzeului. Mai mult, pe site, schimbările de structură și design pot fi făcute oricând. Însă, site-ul și pagina de Facebook trebuie să lucreze împreună. Folosim Facebook-ul pentru a ne promova site-ul, iar site-ul este instrumentul prin care putem să ne construim audiența pe Facebook. Astfel, am inserat pe pagina Home a muzeului un buton pentru accesarea directă a paginii rețelei sociale, dar și un buton pentru Like automat. Apoi, la pagina de expoziții temporare, la fiecare expoziție postată, în parte, există un buton pentru cei care doresc să împărtășească (*share*) aceste informații pe propria lor pagină, indiferent dacă se află sau nu în lista noastră de prieteni. Această informație poate fi preluată mai departe de către alți utilizatori Facebook, ceea ce produce mai mult trafic pentru pagina noastră. Spre exemplu, știrea despre Ziua și noaptea muzeelor 2013 a avut 20.328 accesări.



*Construirea audienței de pe Facebook prin site*

În ceea ce privește modul de gestionare a informațiilor postate pe cele două canale de comunicare și aici lucrurile se prezintă diferit. Un bun management SEO al site-ului ne va asigura o vizibilitate mare. Concret, la o singură căutare pe motorul Google (fie cu denumirea în limba română, fie cu denumirea în limba engleză), primul rezultat obținut este pagina muzeului. Așadar, oricine are internet și un terminal (calculator, laptop, tableta, smartphone etc.) ajunge imediat la pagina muzeului. În schimb, pagina de Facebook apare ca al treilea rezultat, pe a doua pagină, la o căutare în limba română.

Informația postată pe site-ul muzeului este transmisă administratorului, conform procedurii de lucru implementate în cadrul instituției, în vreme ce știrile de pe Facebook sunt postate de către Secția Educație, Marketing și Comunicare. Un aspect pozitiv al comunicării și cu ajutorul Facebook-ului îl constituie faptul că informația poate fi accesată imediat, încă din momentul postării sale. Utilizatorii o pot prelua din zona unde ei își petrec timpul on-line. În plus există posibilitatea interacționării cu audiența, ceea ce site-ul nu ne permite.

Strategia de comunicare pe pagina oficială de Facebook a Muzeului Național Brukenthal constă într-o serie de postări speciale, care își propun să promoveze patrimoniul, evenimentele și brandul instituției<sup>1</sup>. Din seria acestor postări fac parte știrile despre expoziții și evenimente, pe care le regăsim și pe site-ul instituției, dar și postări care sunt specifice paginii de Facebook, precum: *Cartea săptămânii*, *Produsul săptămânii*, *Sfatul zilei*, poze și texte cu conținut haios.

Expozițiile Muzeului Național Brukenthal organizate la sediu sau la instituțiile partenere, alături de alte categorii de știri și evenimente (spre exemplu, *Noaptea Muzeelor*, *Ziua Copilului*, lansări de carte, concerte, exporturi de piese în vederea participării la expoziții internaționale etc.) sunt anunțate și promovate atât pe pagina oficială de Facebook, cât și pe site. Formatul acestor postări respectă structura pe care o regăsim și pe site-ul instituției în cazul aceluiași

---

<sup>1</sup> Anamaria Tudorie, *Politica de promovare – componentă esențială a mixului de marketing*, în *Marketingul și educația în muzee*, II/2011, p. 7-18; Dana Roxana Hrib, Anamaria Tudorie, Raluca Teodorescu, Sabin Adrian Luca, *Muzeul Național Brukenthal din Sibiu/Hermannstadt. 195 ani de istorie, 5 ani de branding*, Editura Universității Lucian Blaga din Sibiu, Sibiu, 2012.

știri și constau în încărcarea afișului expoziției, însoțit de câteva imagini reprezentative cu exponatele ce vor putea fi admirate, alături de un text în care publicului îi sunt oferite informațiile esențiale cu privire la eveniment – titlul expoziției, locul de desfășurare, durata, ziua vernisajului, numele curatorului, numele colaboratorilor (atunci când este cazul) și o scurtă descriere oferită de curator.



*Poze cu conținut baios*

În categoria postărilor specifice paginii de Facebook a muzeului se încadrează și *Cartea săptămânii*. Scopul acestor postări este de a promova publicațiile științifice ale Muzeului Național Brukenthal, de a le face mai accesibile, vizibile publicului, încurajând astfel circulația literaturii științifice de calitate. În fiecare săptămână, alegem câte o publicație apărută sub egida Muzeului Național Brukenthal, dintre cele 65 de cărți aparținând seriei BIBLIOTHECA BRUKENTHAL sau din rândul ghidurilor, albumelor, cataloagelor și

broșurilor. Postarea constă în încărcarea unei imagini reprezentând coperta cărții alese, însoțită de o descriere bilingvă (română și engleză), în care se precizează: numele autorului, titlul publicației, prețul, magazinele sau punctele de vânzare ale muzeului de unde se poate achiziționa, respectiv o scurtă prezentare a temei și conținutului cărții. Postările din categoria *Cartea săptămânii* au o medie de aproximativ 511 de vizualizări.

Știrile din categoria *Produsul săptămânii* se referă la obiectele de brand sau personalizate comercializate în magazinele și punctele de vânzare ale Muzeului Național Brukenthal. Postările constau în încărcarea unei imagini sau a unui filmuleț reprezentând produsul ales, alături de o scurtă prezentare bilingvă care include numele produsului, prețul și o scurtă descriere, ajungând la o medie de aproximativ 292 de vizualizări.

În luna iunie a acestui an, Muzeul Național Brukenthal a lansat o serie de produse de tip suvenir în cadrul campaniei de susținere a muzeului intitulată *I Love Brukenthal*. Produsele acestei campanii, personalizate cu imagini reprezentând mascotele muzeului, motanii Anonello și Donatello, au fost promovate pe Facebook prin intermediul unei categorii speciale intitulată *Sfatul zilei*. Astfel, timp de o săptămână, s-a postat zilnic câte un îndemn (spre exemplu, *Astăzi, Antonello și Donatello vă sfătuiesc să iubiți Muzeul Național Brukenthal!*), însoțit de o imagine sugestivă cu motanii Muzeului, alături de câte un produs de promovare a campaniei *I Love Brukenthal*, pe care se regăsește îndemnul respectiv. Postările din categoria *Sfatul zilei* au o medie de aproximativ 578 de vizualizări.

Chiar dacă pagina de Facebook ne permite o abordare diferită în comunicare cu audiența, apropiată, colocvială, acest fapt datorându-se, bineînțeles, targetului de vârstă, o instituție muzeală nu trebuie să neglijeze comunicarea cu ajutorul site-ului. Chiar dacă au existat voci care susțineau importanța unei comunicări pe Facebook în defavoarea site-ului oficial, argumentând faptul că pe pagina de Facebook există mai mulți prieteni/like-uri decât accesări pe site, considerăm că lipsa de accesări a site-ului este rezultatul modului în care el se prezintă.



Astăzi, Antonello și Donatello vă sfătuiesc să susțineți cultura!

Acest sfat îl regăsiți pe pungile de cadouri ce se pot achiziționa în magazinul Palatului Brukenthal.

Pungă de cadouri: 4 lei

**BE SUPPORTIVE!**  
www.brukenthalmuseum.ro



*Sfatul zilei*

Un argument în acest sens îl constituie faptul că pagina Muzelului Național Brukenthal, permanent actualizată în ultimii patru ani, atrage zilnic 1.000 de accesări. Un site bine realizat prezintă o imagine mai profesionistă, în vreme ce Facebook poate fi perceput ca un Fan Page.

**Bibliografie:**

- COLIBABA, Olimpia Adela. *Facebook. Nu doar o modă ci o necesitate pentru promovarea evenimentelor culturale. În Marketingul și educația în muzeu*, II/2011.
- HRIB, Dana Roxana; TUDORIE, Anamaria; TEODORESCU, Raluca; LUCA, Sabin Adrian. *Muzeul Național Brukenthal din Sibiu/Hermannstadt. 195 ani de istorie, 5 ani de branding*. Editura Universității Lucian Blaga din Sibiu, Sibiu, 2012.
- RUS, Valer. *Democratizarea accesului la canale de comunicare în marketingul muzeal. În Marketingul și educația în muzeu*, I/2010.
- TUDORIE, Anamaria. *Politica de promovare – componentă esențială a mixului de marketing. În Marketingul și educația în muzeu*, II/2011.
- ZBUCHEA, Alexandra. *Muzeul 2.0. În Marketingul și educația în muzeu*, I/2010.



**„Tatting” - arta dantelei lucrate cu suveica**  
**Workshop internațional la Castelul Peleş**  
Tatting. International Workshop at Peleş Castle

Daniela VOITESCU\*

**Abstract:** *The project unfolded for a period of three years and was dedicated to the memory of Queen Elisabeth of Romania and her passion for the art of tatting (frivolité in French), at which she excelled in her maturity years. This work technique was presented by the Japanese master Yusai Shokoin and his team in cultural centres and schools from Sinaia, Buşteni, and Braşov.*

**Keywords:** *Peleş, Queen Elisabeth of Romania, shuttle, lace, tatting, frivolité*

**Cuvinte cheie:** *Peleş, Regina Elisabeta a României, suveică, dantelă, Tatting, frivolite*

---

Muzeul Național Peleş a derulat în perioada anilor 2011-2013 un proiect organizat împreună cu Ambasada Japoniei la București și Fundația japoneză pentru arte și meșteșuguri.

*Scopul proiectului.* Proiectul este dedicat memoriei Reginei Elisabeta a României și pasiunii sale pentru arta dantelei lucrate cu suveica, cu ocazia împlinirii a 100 de ani de la publicarea cărții *The Art of Tatting*, scrisă de o prietenă a reginei, Katherine Hoare și publicată la Londra, în anul 1910, la editura Longmans, Green&Company.

*Obiectivul general* constă în inițierea, pe durata a trei ani, a 300 de persoane, în tehnica dantelei lucrate cu suveica, dintre care 10 persoane să realizeze diferite motive cu dificultate mai mare, iar trei persoane să poată preda acelorora care sunt interesate.

---

\* Muzeograf, Muzeul Național Peleş, Sinaia; e-mail: danavoitescu@yahoo.com

*Grupul-țintă* a fost reprezentat de adulți și copii din orașele de pe Valea Prahovei și Brașov.

Ideea proiectului s-a conturat în anul 2010, la propunerea maestrului japonez Yusai Shokoin, care a descoperit prin anii '70 cartea scrisă de Lady Hoare. Pe atunci, maestrul Yusai Shokoin se afla la Londra ca profesor la Școala de Arte Frumoase, unde predă tehnici de lucru japoneze. Impresionat puternic de personalitatea reginei Elisabeta a României așa cum se contura pentru cititor și întors în Japonia, a dus cu el această tehnică de lucru, iar în urmă cu 15 ani a pus bazele Fundației japoneze pentru arte și meșteșuguri.

*Tatting* este o dantelă lucrată manual numai din noduri, cu ajutorul suveicii și este considerată cea mai evidentă expresie a artei textile, datorită delicateței modelelor redată. *Tatting* a apărut și s-a răspândit în Europa și la început s-a numit *Kbottling* (o serie de noduri prinse pe un suport care conturează un desen). Este de fapt doar o tehnică de înnodare a aței de tip macramé (descoperit în Egiptul antic), pentru care fiecare popor are câte o denumire proprie limbii sale (termenul italian este *occhi*, iar cel francez este *frivolité*, care a fost împrumutat și în limba română ). Cuvântul *tatting* apare menționat pentru prima dată în 1843, în cartea „The Ladies' Handbook of Millinery, Dressmaking and Tatting”.



*Scuteul de botez al Principelui Carol, autor - Regina Elisabeta; 1893*

Tot în Anglia, doamna Eleonore Riego de la Branchardiere (cunoscută ca Mlle. Riego), a fost angajată ca maestră în broderie de Prințesa de Wales și între anii 1846 și 1887 a publicat peste o sută de cărți despre dantelele lucrate cu croșeta și cu suveica. În 1850 ea a scris prima din cele unsprezece cărți despre *tatting*, iar în 1886 a terminat-o pe ultima dintre ele. Mlle Riego poate fi considerată „părintele artei moderne de dantelă lucrate cu suveica”.

*Suveica* este o piesă de formă alungită, folosită pentru dirijarea firului la războiul de țesut și la croșetat. Ea are diferite forme și dimensiuni și poate fi confecționată din lemn, fildeș, oțel, sidef, bagă, porțelan, și în zilele noastre, din plastic. Aurite și minuțios decorate, aceste suveici au atras atenția colecționarilor pasionați de acest domeniu.

Dantelele lucrate cu suveica, înfrumusețează și totodată înobilează obiectele de vestimentație, acoperă pernele decorative și reprezintă accesorii pentru doamne (poșete, margini de batiste), precum și podoabe de Crăciun.



*Regina Elisabeta a României împreună cu una dintre Doamnele de onoare, 1910*

În anul 1910 apărea la Londra, la editura Longmans, Green&Company o carte intitulată *The Art of Tatting*, scrisă de o doamnă din înalta societate londoneză, Katharin Hoare, care semnează simplu, Lady Hoare. Editată într-o ediție de lux, cartea este structurată pe cinci capitole și reproduce 54 de fotografii alb-negru, imagini inedite cu Regina Elisabeta croșetând pe terasa Castelului Peleş. 15 dintre lucrările sale sunt însoțite de comentariile proprii, completate cu lucrări și considerații ale autoarei, asupra tehnicii de lucru cu suveica.

Această carte este dedicată M.S. Reginei Elisabeta a României, care așa cum spune autoarea, „*ale cărei pasiuni și cunoștințe artistice în prelucrarea firului de ață nu vor înceta niciodată să încurajeze femeile care brodează, indiferent de clasă socială și țară*”. Cartea beneficiază de o introducere amplă semnată Carmen Sylva, februarie 1910. Regina scria că „*această carte se dorește a fi un companion pentru toate femeile solitare*” și „*Deschide cartea noastră, draga mea femeie solitară, îngrijorată sau (chiar) mulțumită, care nu ești condamnată să câștigi din greu o pâine, și gândește-te la orele de pace pe care ți le poate aduce și vei simți (astfel) toată dragostea pe care am investit-o în publicarea acestei cărți care este rezultatul propriei noastre singurătăți*”.

Coperta cărții reproduce cea mai importantă lucrare a Reginei Elisabeta a României și care i-a asigurat recunoașterea internațională a talentului său, „Scutecul de botez al principelui Carol” (viitorul rege Carol al II-lea, născut în 1893). Lucrarea a obținut Medalia de aur, la Expoziția Universală de la Paris, din anul 1900. Varietatea și complexitatea punctelor de dantelă și a tehnicilor folosite pentru a reda cuvinte reproduse în limba română și engleză, au fost o garanție a succesului, reprezentând capodopera întregii activități a reginei în arta dantelei.



*Suveica din aur a Reginei Elisabeta a României; atelier românesc, 1875, aur gravat, 8,2x2 cm, 26,88 gr*

*Echipa* care a derulat proiectul a fost formată din Daniela Voiteșcu, din partea muzeului, și șapte persoane din Japonia: Yusai Shokoin, Hattori Shizuko, Morihisa Ritsuko, Sato Yoko, Wataru Mutsumi, Hisayo Sugita și Hiromitsu Takano.

*Perioada de desfășurare:* timp de o săptămână din luna septembrie a fiecărui an 2011, 2012, 2013 s-au organizat 14 ateliere de lucru, în șase locații diferite (școli, centre culturale, muzee), din trei orașe (Sinaia, Bușteni, Brașov), la care au participat 335 de persoane. Lecțiile au fost susținute de partenerii japonezi, care au pus la dispoziția cursanților suveicile și ața necesare lucrului.

Rezultatele au fost confirmate de specialiștii din Japonia, care au apreciat că din cei 335 de participanți, 15 persoane au o deprindere avansată a tehnicii de lucru cu suveica, iar cinci dintre acestea, pot preda cursuri persoanelor interesate.

Proiectul a avut impact pozitiv și a prezentat interes și pentru persoanele din diferite colțuri ale țării, care s-au arătat interesate de arta dantelei lucrate cu suveica.

*Nu pot să exprim în cuvinte ceea ce am trăit astăzi. A fost foarte frumos! „Senseiul” nostru a fost doamna Morihisa Ritsuko, cea cu care eu personal am avut o relație deosebită care a culminat cu o mare surpriză: atât am bătut-o săraca la cap să mă învețe „a long picot”, încât, după ce am reușit să învăț mi-a dăruit un superb semn de carte realizat de ea. Nu vă pot spune ce finețe deosebită avea această piesă!* (Mihaela Dobre, Ploiești)

*Le mulțumesc din suflet organizatorilor acestui proiect, deoarece am avut ocazia să descopăr aptitudini pe care nu știam că le am, iar acum am făcut o adevărată pasiune pentru tatting, pe care sunt gata să o împărtășesc acelor care vor să-și încerce limitele. Nu am crezut că pot avea răbdare, imaginație și tenacitate pentru a putea desluși arta dantelei cu suveica, pasiune pe care o admir abia acum, la regina Elisabeta* (Diana Tocitu, Sinaia)



Peles  
 MINISTERUL CULTURII  
 AMBASADA JAPONIEI  
 ASOCIATIA DE COLABORARE PENTRU  
 ARTA SI MESTESUGURI JAPONIA

Yusai  
 Shokoin  
 & TEAM

10-13 SEPTEMBRIE 2013

**TATTING  
 WORKSHOP**  
 ARTA DANTELEI CU SUVEICA

Castelul Peles | Centrul Cultural "Aurel Stroe" Buxeni  
 Centrul Cultural "Carmen Sylva" Sinaia | Muzeul "Casa Muresenilor" Brasov

PATENER  
 ALIANN  
 C. TEL. 031

www.peles.ro | 0294 370 815 | workshop@peles.ro

KUIB  
 RESTAURANT



*Echipa proiectului*



*Muzeul se prezintă*  
Programul de activități educaționale  
al Complexului Național Muzeal ASTRA  
2013 – 2014

*The Museum introduces itself*  
ASTRA National Museum Complex  
Educational Activities Program.  
2013 - 2014

Raluca Ioana ANDREI\*

*Vișite tematice:*

- *Din cultura și arta popoarelor lumii*
- *Shilluk. Scrisoare despre Franț Binder*
- *Curator și fotograf despre Moștenirea săsească*
- *Cojocul din țona Sibiului. Măiestrie - Stil - Noblețe*
- *Icoana între chip și a-semănare*

Grup țintă: elevii claselor primare, gimnaziale, liceeni, studenți.



*Expoziția de bază – Din cultura și arta popoarelor lumii*

---

\* Coordonator educație muzeală, pedagog muzeal; Complexul Național Muzeal ASTRA;  
raluca.andrei@muzeulastra.com; www.muzeulastra.ro www.muzeulastra.com  
www.facebook.com/pedagogie.muzeala



*Expoziția temporară – Cojocul din zona Sibiului. Măiestrie - Stil - Noblete*



*Expoziția temporară – Spațiul de locuit... satul transilvănean*

*Proiecții speciale:*

- Teatru de Umbre: *Greuceanu* și *Povestea Morii*
- *Satul de demult în Muzeul ASTRA*
- Plimbare virtuală în Muzeul în aer liber

Grup țintă: elevii claselor primare și gimnaziale

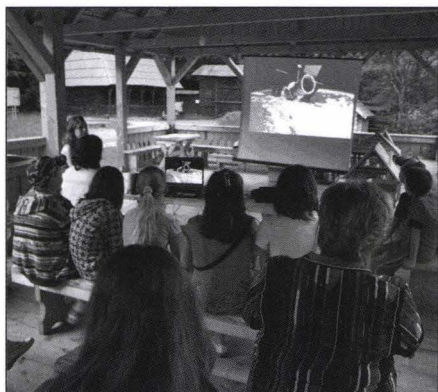
*Teatru de Umbre: spectacolul Greuceanu*



*Teatru de păpuși: Greierele aproape faimos*



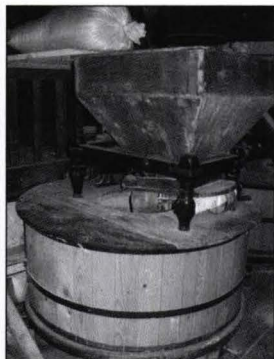
*Astronomie populară la Etno Tehno Parc*



### *Proiecte educaționale*

- *Portul popular tradițional din Maramureș și Țara Oașului*
- *Tehnica tradițională a încondeierii ouălor*
- *Povestea Morii*
- *Motive decorative tradiționale în ceramica românească*
- *Împreună în diversitate. Noțiuni de istorie și cultură a rromilor din România*

Grup țintă: elevii claselor primare și gimnaziale



*Povestea morii*

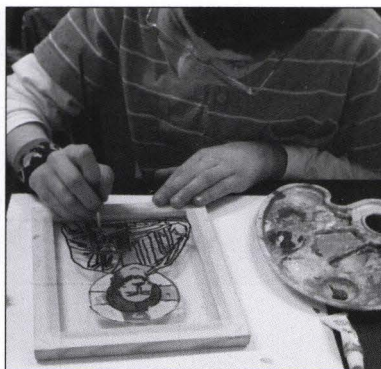
### *Educație pentru patrimoniu*

#### *Ateliere practice:*

- *Pictat icoane pe sticlă*
- *Modelat figurine din lut*
- *Brodat*
- *Confecționat păpuși tradiționale din ață*
- *Confecționat brățări înnodate*
- *Confecționat măști*
- *Confecționat ornamente*
- *Construit moara din muzeu*
- *Pictat pe lemn modele de gospodării tradiționale*
- *Construit puzzle din lemn cu reprezentarea gospodăriilor din muzeu*

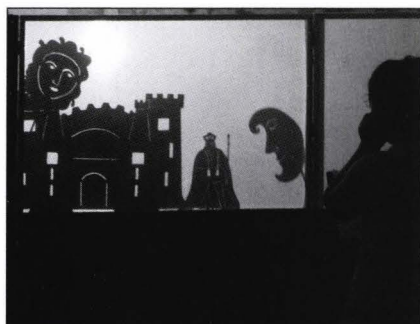
Grup țintă: elevii claselor primare și gimnaziale.





*Ateliere practice*

*Evenimente speciale*  
*Teatru de Umbre*



*Pregătire spectacol Greuceanu*



*Pictat gospodării tradiționale*



*Confecționat suport ouă încondeiate*





MUZEUL  
ASTRA  
COMPLEXUL NAȚIONAL MUZEAL ASTRA

# Să știi mai multe, să fii mai bun cu Muzeul ASTRA (1 - 5 aprilie 2013)

În cadrul cabinetului de educație muzeală, aflat în Piața Mică, nr. 11, se vor desfășura ateliere practice precum:

- ✦ Pictăm și construim puzzle din lemn
- ✦ Construim moara din muzeu
- ✦ Confectionăm suport pentru ouă încondeiate
- ✦ Pictăm icoane pe sticlă

La Muzeul de Etnografie Universală „Franz Binder”, Piața Mică, nr. 11, se vor organiza vizite ghidate în expozițiile:

- ✦ Din cultura și arta popoarelor lumii
- ✦ „Matsuri” și „Kagura”. Sărbători și dansuri sacre în Japonia.

În cadrul Muzeului în aer liber din Dumbrava Sibiului se vor desfășura vizite ghidate pe sectoare tematice:

- ✦ Drumul Morii
- ✦ Prelucrarea lemnului, Traseul pivelor și Etno Tehno Parc
- ✦ Gospodăria de olari și prelucrarea textilelor

Participarea elevilor la atelierelor propuse și la vizitele ghidate se va face doar pe bază de programare la numărul de telefon 0269 202 419 sau la adresa de email [raluca.andrei@muzeulastra.com](mailto:raluca.andrei@muzeulastra.com), persoană de contact Raluca Andrei, pedagog muzeal.

Detalii pe site-ul muzeului [www.muzeulastra.ro](http://www.muzeulastra.ro)



*Fii creativ cu Muzeul ASTRA*  
Tabere pentru copii, tineri și adulți  
iunie - septembrie 2014



*Ateliere practice*

*Animă ASTRA!*  
Programul de animații culturale al Muzeului ASTRA  
iunie - septembrie 2014



*Spectacole folclorice și dansuri populare*

### *Ce oferim?*

- Programe educaționale diverse și atractive, specifice fiecărei categorii de vârstă.
  - Metode educaționale moderne, centrate pe elevi.
  - Personal de specialitate.
  - Săli de educație muzeală.
  - Activități educaționale în expoziții permanente și temporare.
  - Invitații la vernisaje.
- 
- Muzeul ASTRA vă așteaptă, la sediul său din Piața Mică nr. 11 și în Muzeul în aer liber din Dumbrava Sibiului, pentru realizarea activităților educaționale cu specific muzeal.
  - Programul se adresează atât elevilor din clasele primare și gimnaziale, cât și liceenilor, studenților și adulților.
  - Perioada de desfășurare: 15 octombrie 2013 - 1 septembrie 2014.
  - Pot fi alese una sau mai multe teme din programe diferite.
  - Pentru înscrieri și informații vă așteptăm la Departamentul Marketing, Educație Muzeală, Piața Mică, nr. 11.
  - Persoană de contact: Raluca Andrei - Pedagog muzeal.  
raluca.andrei@muzeulastra.com; telefon: 0269 202 419.
  - Participarea la ateliere se face numai pe bază de programare.



## Fii creativ cu Muzeul ASTRA

➤ **tabere de creație** pentru toate vârstele,  
în perioada iunie-septembrie 2013, în  
Muzeul în aer liber din Dumbrava Sibului

➤ serii de ateliere de 5 zile cu meșteri  
pricepuți în:

**pictură tradițională pe lemn și sticlă,  
țesut și cusut tradițional,  
olărit, prelucrarea lemnului,  
realizarea de jucării ecologice**

➤ **înscrieri** la sediul Muzeului ASTRA,  
prin email la adresa **pr@muzeulastra.com**  
sau la telefon **0751 166 545**.

**Tabăra de creație**  
**FII CREATIV CU MUZEUL ASTRA!**  
**iunie – septembrie 2013**

Creativity Camp  
BE CREATIVE WITH ASTRA MUSEUM!  
June – September 2013

Irina-Eliza PENCIU\*

**Abstract:** *Starting with the summer of 2013, ASTRA Museum aimed at attracting an increasingly large number of visitors to ASTRA Museum of Traditional Folk Civilization through artistic programs and recreational activities with an educational purpose. The camps took place in the form of five-day workshops and the courses were given by folk craftsmen, specialized in: traditional painting on wood and glass, pottery and clay modelling, weaving, sewing, and plaiting textile fibres, processing wood and making ecological toys. At the end of the program Be creative with ASTRA Museum!, all 309 participants received participation diplomas to confirm they have actively spent a small part of 2013 summer holidays rediscovering together the values of their tradition at ASTRA Museum through non-formal educational activities.*

**Keywords:** *Open-air museum, Be creative with ASTRA Museum!, creativity camps, craftsmanship workshops, painting on glass/on wood, weaving, sewing, and plaiting textile fibres, pottery, clay modelling, making traditional-inspired toys, folk craftsmen.*

**Cuvinte cheie:** *Muzeul în aer liber, Fii creativ cu Muzeul ASTRA!, tabere de creație, ateliere meșteșugărești, pictură pe sticlă/ pe lemn, țesut cusut împletit fire textile, olărit modelat lut, confecționat jucării de inspirație tradițională, meșteri populari.*

---

În vara acestui an, Muzeul ASTRA și-a continuat demersul de atragere a unui număr cât mai mare de vizitatori în Muzeul Civilizației Populare Tradiționale ASTRA prin intermediul unor programe

---

\* Muzeograf, Complexul Național Muzeal ASTRA, Departamentul Marketing, Turism, Educație; e-mail: eliza.penciu@muzeulastra.com

artistice și activități recreative cu scop educativ. Toți cei interesați să petreacă în mod cât mai plăcut zilele frumoase de vară, învățând unul dintre meșteșugurile tradiționale, dezvoltându-și creativitatea și abilitățile practice, au fost așteptați să se înscrie la taberele de creație pentru toate vârstele, organizate în perioada iunie-septembrie, în Muzeul în aer liber din Dumbrava Sibiului.

Taberele s-au desfășurat sub forma unor serii de ateliere, cursurile fiind susținute de meșteri populari, pricepuți în: pictură tradițională pe lemn și pe sticlă, olărit și modelare lut, țesut, cusut și împletit fibre textile, prelucrarea lemnului și realizarea de jucării ecologice de inspirație tradițională. Meșterii au fost secondăți de un formator atestat, iar cursurile s-au desfășurat pe baza unor programe educaționale propuse de aceștia. Fiecare curs s-a derulat pe o perioadă de cinci zile (nu neapărat consecutive), cu minim patru ore de lucru/zi, în baza unui program care a putut fi consultat în mass-media, a fost postat pe site-ul și blogul Muzeului ASTRA ([www.muzeulastra.ro](http://www.muzeulastra.ro) și [www.muzeulastra.com](http://www.muzeulastra.com)), precum și la sediile acestuia.

Participanții au dobândit cunoștințe și aptitudini minimale de lucru în domeniul meșteșugului la care s-au înscris, iar la sfârșitul fiecărui atelier au fost prezentate rezultatele, și anume, minim două obiecte finite pentru fiecare cursant, unul dintre acestea revenindu-i „micului sau mai marelui meșteșugar în devenire”, iar celălalt intrând în gestiunea muzeului pentru completarea recuzitei programelor educaționale pe care acesta le derulează de-a lungul întregului an. Astfel, Cabinetul de Pedagogie Muzeală s-a îmbogățit cu „roadele” muncite cu migală de către participanții la atelierelor meșteșugărești, precum și cu programa cursurilor pentru fiecare dintre cele cinci meșteșuguri aprofundate.

Vom parcurge, în cele ce urmează, „călătoria” selectivă, per particular, a meșteșugurilor tradiționale urmată de cursanții noștri, orientându-ne asupra: obiectivelor generale și specifice ale atelierelor, activităților derulate și logisticii necesare pentru buna desfășurare și înțelegere a principiilor de lucru tradiționale, valorizării patrimoniului imaterial și aptitudinilor dezvoltate la nivelul fiecărui individ, de experimentare a unei activități noi, utile, plăcute, de cunoaștere și de conștientizare a imensei moșteniri culturale transmise de înaintași.



Spre exemplificare, vă prezentăm unul dintre atelierelor susținute de un meșter popular, în cadrul taberei, cel de pictură tradițională pe sticlă și pe lemn, care a debutat cu expunerea unor icoane din colecțiile Complexului Național Muzeal ASTRA, inclusiv prezentarea icoanelor aflate în bisericile din Muzeul în aer liber din Dumbrava Sibiului.

S-a continuat cu prezentarea instrumentarului de lucru pentru *pictura pe sticlă*: culori tempera, creioane grafit, gumă de șters, marker, tuș de culoare neagră, pensule pentru culori de apă, hârtie, foiță de aur, lac de bronz sau auriu, lac, diluant/spirt pentru curățat, burete și pentru *pictura pe lemn*: lemn uscat de esență moale (importantă este „preparația lemnului” prin aplicarea mai multor straturi de grund, după care urmează stratul de culoare și, la final, stratul de protecție – lac incolor), culori tempera, vopsele acrilice, vopsele de ulei, creioane grafit, gumă de șters, pensule pentru culorile de ulei (de preferat cu păr natural), tifon sau pânză de in sau bumbac, clei de oase, foiță de aur, lac de bronz sau auriu, lac, diluant/spirt pentru curățat. Apoi s-a trecut la demonstrațiile practice. După operațiunile pregătitoare, cursanții au început activitatea propriu-zisă, pictura, pe sticlă sau pe lemn, în funcție de opțiunea fiecăruia, sub atenta supraveghere a coordonatorului de atelier.

Obiectivele tuturor atelierelor taberei *Fii creativ cu Muzeul ASTRA!* au fost: promovarea patrimoniului cultural tradițional prin intermediul practicării picturii pe sticlă și pe lemn, a olăritului și modelării lutului, a prelucrării lemnului, a țesutului la războiul de țesut, a cusutului și împletitului de fire textile și a confecționării de jucării ecologice de inspirație tradițională, dezvoltarea unor noi abilități, aptitudini și competențe în practicarea meșteșugului tradițional, păstrarea și perpetuarea tradițiilor prin intermediul practicării lui și punerea în valoare a patrimoniului tradițional prin stimularea și revitalizarea meșteșugurilor tradiționale au fost îndeplinite.

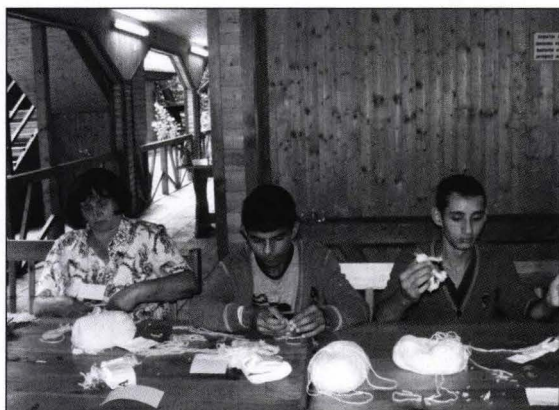
Chiar dacă cursanții au început timid descoperirea tainelor fiecărui meșteșug tradițional, finalul fiecărei tabere a dovedit atât îndeplinirea, cât și asimilarea obiectivelor specifice prognozate de acest proiect: utilizarea adecvată a materialelor, a instrumentelor de lucru și a unor tehnici specifice; proiectarea, confecționarea și

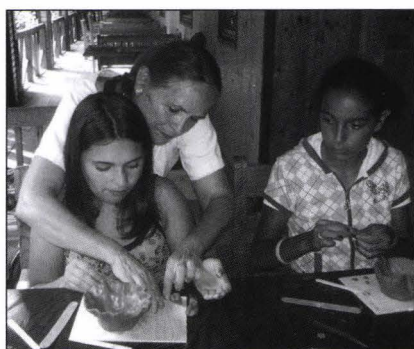
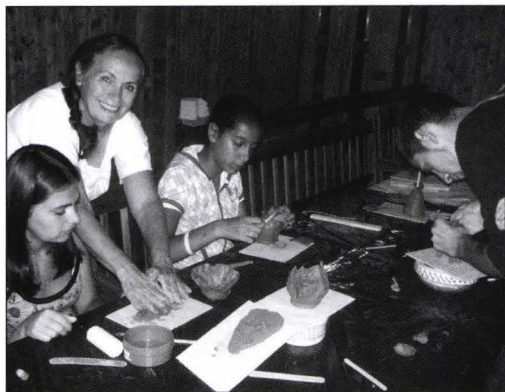
evaluarea unor compoziții libere sau după model; formarea unei optici favorabile în rândul cursanților față de valorile promovate prin intermediul artei populare; aprecierea locului pe care cultura populară autentică îl ocupă în cadrul culturii moderne; creșterea capacității de comunicare și exprimare artistică a grupului țintă prin promovarea și cunoașterea valorilor culturii populare tradiționale și, nu în ultimul rând, dezvoltarea abilităților de comunicare și de interacțiune între participanții taberelor de creație din cadrul muzeului.

Participarea s-a făcut pe bază de înscriere preliminară, pentru participanții minori fiind necesară semnarea unei declarații din partea unuia dintre părinți, în care se exprimă acordul pentru înscrierea minorului la unul sau mai multe cursuri, respectiv posibilitatea ca Muzeul ASTRA și Asociația „Resurse Regionale”, al doilea organizator al taberelor de creație, să solicite acordul pentru a utiliza, în diverse materiale tipărite, audio și video, numele, prenumele, localitatea de reședință, precum și imaginea copilului.

La finalul întregului program *Fii creativ cu Muzeul ASTRA!*, care a instruit 309 reprezentanți ai publicului nostru muzeal, cu vârste cuprinse între 2 și 70 de ani, fiecărui învățăcel, fie el preșcolar, elev, student, tutore, părinte sau bunic i-a fost decernată o diplomă de participare, drept atestare a petrecerii active a unei mici părți din vacanța de vară 2013, încercând să redescopere valorile tradiției împreună cu Muzeul ASTRA prin activități educaționale non-formale, avizate și supravegheate de un reprezentant-delegat din partea Departamentului Marketing, Turism, Educație din cadrul Complexului Național Muzeal ASTRA.







Sesiunea  
**Marketingul și educația în muzee**  
ediția a IV-a

Sibiu, 2 - 3 octombrie 2013  
Complexul Național Muzeal ASTRA







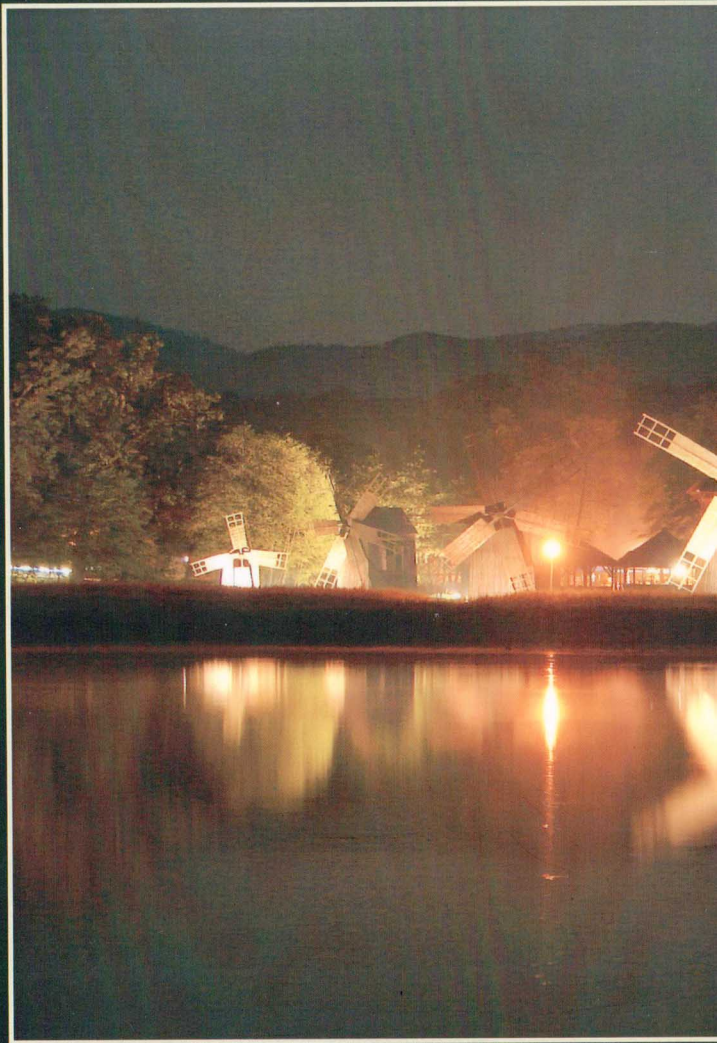












ISSN 2247-9473

ISSN 2247 - 9473

ISSN-L = 2247 - 9473