

**CHESTIONAR PENTRU DEPISTAREA PUBLICULUI ȚINTĂ
AL MUZEULUI DE ISTORIE GALAȚI – 2003.
CONSIDERAȚII FINALE.**

Elena Ingrid BAHAMAT

Dimensiunea publică a muzeului orientează prioritățile acestuia către eficacitatea comunicării cu publicul. Programul cultural al unei astfel de instituții vizează atragerea spre activitățile muzeului a tuturor categoriilor de public. În acest scop, cercetarea științifică, conservarea și valorificarea patrimoniului vor veni în întâmpinarea cerințelor educaționale ale potențialilor vizitatori. Muzeul de Istorie Galați este martorul, participantul, uneori catalizatorul devenirii politico-economice, socio-edilitare și, mai ales culturale, locale.

Și este firească, în acest context, preocuparea continuă de adaptare a activității sale la cerințele comunității locale și nu numai, în concordanță cu noile tendințe din viața muzeistică națională și internațională.

Și acum vine firesc, întrebarea: *cum?* În primul rând, trebuie identificată poziția muzeului în tabloul general al muzeelor locale. Apoi, e necesară identificarea numărului, preferințelor vizitatorilor față de acțiunile specifice muzeului, căilor de atragere și implicare activă a acestora în variate demersuri culturale. Analiza datelor va duce la identificarea grupurilor țintă și va face posibilă elaborarea strategiilor necesare mării audienței, duratei vizitei, atractivității și caracterului real educativ. Conceptul și planul expoziționale trebuie să vină în întâmpinarea acestor deziderate, asigurând coerența strategiei culturale.

În spiritul acestor idei, în muzeul nostru s-a proiectat un chestionar menit să definească profilul vizitatorului Muzeului de Istorie Galați, să stabilească un echilibru dinamic între tipul de activitate specifică unui muzeu de istorie județean și așteptările publicului aferent.

Analizând din această perspectivă rolul Muzeului de Istorie Galați, chestionarul aplicat și-a propus să dezvăluie locul instituției noastre în preferințele culturale ale publicului, modul în care e receptată activitatea sa și în care aceasta răspunde preferințelor și cerințelor vizitatorilor. De asemenea, au fost introduse întrebări ale căror răspunsuri se pot constitui în

sugestii remarcabile pentru diversificarea novatoare a paletei de acțiuni muzeale.

Optsprezece întrebări, cu variante diferite de răspuns, au fost adresate, timp de două luni, vizitatorilor instituției noastre. Din numărul total al chestionarelor, 60 au întrunit răspunsurile menite a fi luate în considerație, în cadrul unei analize coerente, concrete. Repondenții au fost: 29 elevi, cu vârste cuprinse între 14 și 18 ani; 13 studenți, cu vârste cuprinse între 19 și 25 ani; 18 persoane, cu preocupări profesionale diverse (un vânzător, un manipulant, un muncitor, un lăcătuș, un mecanic, trei administratori, un desenator, un navalist, patru profesori, un inginer, un economist, un jurist, un jurnalist), cu vârste cuprinse între 19 și 65 ani.

Urmărind datele furnizate de chestionare, s-a constatat că în ceea ce privește disponibilitatea timpului liber, majoritatea alocă acestuia mai puțin de patru ore și doar patru persoane dispun de mai mult de opt ore libere. În acest interval se preferă programele TV și întâlnirile cu prietenii, doar 12 persoane preferând să frecventeze instituțiile de cultură.

În peisajul muzeistic, muzeele de istorie întrunesc majoritatea preferințelor, fiind cunoscute, cu precădere, muzeele din Galați, București, Iași.

Domeniile istorice preferate de majoritatea sunt cel cultural și politico-militar.

În ceea ce privește activitatea Muzeului de Istorie Galați, sunt mai cunoscute manifestările de tip expozițional, majoritatea constituind-o cele desfășurate, mai ales, în ultimul an. Expozițiile temporare menționate sunt: *Artă mexicană, Instrumente de scris, Ipostaze ale memoriei*.

Tematicile expoziționale preferate sunt din domeniile: arheologie, istorie politico-militară, artă decorativă, viață cotidiană.

În cadrul expoziției permanente, cunoscută de majoritatea vizitatorilor, sunt preferate: arheologia, etnografia și numismatica.

Interesantă a fost menționarea surselor de informare asupra activității noastre: cercul de prieteni și rude, presa scrisă-majoritare; radioul și televiziunea fiind pe ultimul loc.

Vizitatorii noștri doresc să cunoască expozițiile, în principal, prin ghidaj specializat, prin consultarea unor pliante și apoi cu ajutorul etichetelor.

Trebuie menționat faptul că majoritatea celor chestionați își doresc să poată achiziționa, prin intermediul muzeului, în special, CD-uri de prezentare a activității muzeistice, reviste de specialitate, pliante ale instituției noastre.

Interesant este faptul că publicul nu preferă un anumit interval de timp destinat vizitării, aceasta depinzând, probabil, mai mult, de raportul dintre timpul liber și oferta culturală.

Un capitol important al menționatului chestionar îl constituie cel destinat sugestiilor, implicite și explicite ale vizitatorilor. De la tematici expoziționale (istoria modei, istorie locală, istorie militară, artă universală, numismatică, istoria instrumentelor muzicale), la propuneri de diversificare a activității (concursuri și cercuri școlare, simpozioane, excursii pe itinerarii istorice), până la sugestii de prezentare a activității (pagină WEB, CD-uri, filme de scurt metraj, pliante și cataloage), dar și de mediatizare (anunțarea, în timp util a manifestărilor, păstrarea unui contact permanent cu instituțiile școlare, intensificarea mediatizării prin afișaj propriu și prin mass-media), ideile sunt benefice conturării unei strategii culturale coerente, în care muzeul poate implica interactiv publicul țintă .

Pentru a se simți pulsul real, impactul acțiunilor Muzeului de Istorie Galați asupra comunității locale, dar nu numai, se impune continuarea demersului inițiat prin aplicarea acestui chestionar-pilot.

De ce chestionar-pilot? Pentru că e un prim pas în elaborarea unei noi strategii, despre care am mai făcut mențiuni. Am vrut, pentru început, să percepem reacția generală la o astfel de inițiativă, să ne creionăm repere pentru un astfel de experiment și, în funcție de rezultate, să continuăm genul acesta de investigare, să extindem aria întrebărilor, a preocupărilor și, implicit, a subiecților abordați, cu prilejul diverselor manifestări viitoare, precum și concretizarea sugestiilor realiste și, de ce nu, ingenioase.

Perfecționarea acestei metode de conturare a profilului - vizitatorul Muzeului de Istorie Galați, cu siguranță, va oferi o perspectivă mai realistă asupra activității instituției noastre. Cunoscând, înțelegând, analizând, vom ști ce este și mai ales ce va fi Muzeul de Istorie Galați azi, mâine...

**QUESTIONNAIRE FOR IDENTIFYING THE TARGET PUBLIC OF
THE HISTORY MUSEUM OF GALAȚI – 2003. FINAL
CONSIDERATIONS**

-Abstract-

The article presents a questionnaire through which we created the profile of the average visitor of the History Museum of Galați. The profile was not restricted to the personal traits of the visitor, but also considered his remarks and his preferences, among the various programs offered by the museum.

Based on this profile, the museum intends to find new paths of development for its programs, for popularization, for offering support materials.