

Dumitru-Cătălin ROGOJANU

MUZEUL ȘI DEMOCRATIZAREA CULTURII. O PERSPECTIVĂ DE ANSAMBLU

Rezumat

Muzeul și democratizarea culturii. O perspectivă de ansamblu

Puțin abordat în lucrările de specialitate din România, subiectul rolului democratizării muzeului în societatea contemporană, precum și relația apropiată între instituția muzeală și *democratizarea culturii* în ansamblul său, constituie o temă care necesită o mai atentă analiză atât la nivel teoretic, cât și la nivelul studiilor de caz. Democratizarea culturii este un concept care în state europene precum Franța a intrat într-o amplă dezbateră în corelație cu deschiderea mai mare a muzeului spre diferite categorii de public și transformarea sa într-un loc al culturalizării, educației, dar și a petrecerii timpului liber. În spiritul democratizării culturii, muzeele contemporane nu doar că și-au regândit și reamenajat spațiile expoziționale în funcție de cerințele publicului vizitator, dar au și organizat, în contextul globalizării, biblioteci moderne, cafenele, spații de joacă pentru copii, multe dintre acestea oferind servicii gratuite vizitatorilor. Cu toate că unele muzee își mai păstrează profilul elitist, acestea au devenit în ultimii ani spații ale promovării nondiscriminării rasiale sau sociale, mijloace ale transferului de cunoaștere iar digitizarea colecțiilor lor, precum și dotarea cu aparatură tehnologică de ultimă generație au devenit o prioritate pentru managementul muzeal.

Cuvinte-cheie: muzeu, democratizarea culturii, vizitatori.

Резюме

Музей и демократизация культуры. Общая перспектива

В румынских научных работах достаточно мало изучена такая тема, как роль демократизации музея в современном обществе, а также тесная связь между институтом музея и *демократизацией культуры* в целом. Данная тема требует более внимательного анализа как на теоретическом уровне, так и на уровне конкретных ситуаций исследования. Демократизация культуры – это понятие, которое в европейских странах, например во Франции, активно обсуждается в связи со все большей доступностью музея для разных категорий посетителей и его превращением в место культурализации, образования, свободного времяпрепровождения. В духе демократизации культуры современные музеи не просто пересмотрели и перестроили экспозиционные помещения в соответствии с запросами посетителей, но и, в контексте глобализации, организовали современные библиотеки, кафе, игровые пространства для детей, причем многие услуги предлагаются бесплатно. И хотя некоторые му-

зеи сохраняют элитарность, в последние годы они стали пространством для продвижения расовой или социальной недискриминации, средством передачи знаний, а оцифровка коллекций при помощи самого современного оборудования стала приоритетом для музейного руководства.

Ключевые слова: музей, демократизация культуры, посетители.

Summary

Museum and democratization of culture. A general perspective

Being little approached by specialized research papers in Romania, the subject of the role of the democratization of the museum in contemporary society, as well as the close relationship between the museum institution and the democratization of culture in its whole, is a topic that requires more careful analysis both at the theoretical and case studies level. The democratization of culture is a concept that, in European countries like France, has entered in a wide-ranging debate in connection with the larger opening of the museum to the different categories of public and its transformation into a place of culturalization, education, but also of leisure. In the spirit of democratization of culture, the contemporary museums have not only rethought and rearranged the exhibition spaces according to the requirements of the visitor, but also organized, in the context of globalization, modern libraries, coffee houses, playgrounds for children, many of which offer free services to the visitors. Although some museums still retain their elitist profile, these have become in the recent years the spaces of promoting racial or social nondiscrimination, ways of knowledge transfer. The digitization of their collections, as well the endowment with the latest technological equipment, have become a priority for museum management.

Key words: museum, democratization of culture, visitors.

Raportul dintre muzeu și democratizarea culturii reprezintă un subiect nu foarte amplu tratat în cercetările muzeologice din România, însă el s-a bucurat de un interes ridicat în țările occidentale unde, îndeosebi de la mijlocul secolului XX, s-a pus problema felului în care instituțiile de cultură trebuie să devină un catalizator pentru atragerea unor noi categorii de public, prin schimbarea strategiilor și managementului cultural, dar și prin oferirea unui înțeles mai dinamic fenomenului cultural. Spre exemplu, în Franța, deși au existat încă din secolul al XIX-lea direcții în politica

de democratizare culturală, un moment decisiv a fost cel din 1959 când se înființează un minister pentru afaceri culturale sub conducerea lui André Malraux [5, 6], care își declară dorința de accesibilitate a tuturor cetățenilor francezi la cultură [24]. Malraux devine astfel un adept al descentralizării culturale, dar și un inovator în ceea ce privește politicile fiscale referitoare la renovarea patrimoniului, el preocupându-se intens spre o susținere puternic financiară a politicilor culturale întreprinse de ministerul său [19]. În perioada când a fost ministru (1959–1969), Malraux a încurajat casele de cultură care sunt văzute drept „primele instrumente folosite pentru democratizarea și descentralizarea culturală” și spre instituirea unui „statut estetic” [6]. Deschiderea spre cultură a fost continuată în Franța și începând cu 1981, când ministrul Jack Lang a solicitat o implicare mai mare a comunităților locale în politicile culturale, acesta utilizând adesea bani din mediul privat, prin intermediul mecenatului și a sponsorizărilor [19]. Pus în această situație dificilă, el afirma că „artele sunt, probabil, sectorul cel mai sinistru al vieții culturale franceze” [14]. Practic, cu toate că statul francez are un rol determinant în direcțiile culturale urmărite, se poate observa implicarea colectivităților locale în protejarea, valorificarea și promovarea patrimoniului cultural.

A fost nevoie, în contextul crizei economice, să intervină și mediul privat în cultură, însă și transformările de la nivel mondial în ceea ce privește transferul de bunuri culturale sau elementele care țin de natura economică și socială a culturii [19] au condus spre o schimbare de abordare a percepției procesului cultural. Democratizarea culturală între 1959 și sfârșitul anilor 1980 a mers, așadar, în Franța pe trei orientări: „acțiunea culturală” cu André Malraux, „dezvoltarea culturală” cu Jacques Duhamel și „vitalismul cultural” cu Jack Lang [6].

Scurta incursiune în istoricul democratizării culturale în Franța ne-a condus spre identificarea unui element de bază al acesteia, acela de a oferi posibilități egale tuturor oamenilor spre cultură, iar instituțiile culturale precum muzeul, teatrul ș. a. sunt nevoite să-și regândească planurile culturale și să facă în așa fel încât să devină locuri ale comunităților locale în care oamenii să nu se sfiască că ajung acolo, ci să înțeleagă că vizitează spații care denotă nu doar identitate națională, ci sociabilitate, transparență și respect pentru toate categoriile de public.

Mai mult, democratizarea culturii, atât în Europa postbelică cât și în Canada se focalizează pe „valoarea civilizațională a artelor” și oferă prioritate publicului larg la culturile înalte europene [16, p. 3]. Democratizând cultura, oferi o șansă oamenilor marginalizați social, încerci să îi implicii cât mai mult în societate, le

lași libertatea să aleagă bunurile culturale care-i definesc și în plus le dai posibilitatea să ia contact cu diversitatea culturală, promovând astfel multiculturalitatea. De-a lungul timpului s-au scris multe lucrări despre felul în care trebuie analizată cultura din mai multe perspective: istorică, sociologică, filosofică, antropologică etc., dar schimbările majore care au avut loc în secolul XX și începutul secolului XXI au dat de gândit specialiștilor. Mai poate oare cultura să fie considerată un privilegiu al oamenilor studioși, al elitelor, sau trebuie regândită în noi paradigme care țin cont de politicile statelor spre educația și cultura de masă? Pot masele să învețe din experiența elitei culturale și tradițiile ei de gândire critică, în așa fel încât societatea în ansamblu să nu fie afectată de o mare regresie [15, p. 20]? Cu toate încercările de uniformizare a accesului la cultură a cât mai multor oameni și a eliminării disparităților din domeniul cultural, s-a demonstrat prin studii că totuși există un decalaj persistent între cei cu un venit și educație ridicată, care vizitează des muzeele sau teatrele, în comparație cu populația în ansamblu care face vizite mai rar [8, p. 168].

Spre deosebire de „democratizarea culturii” („democratization of culture”), „democrația culturală” („cultural democracy”), susține Yves Evrard, se axează pe alegerea individuală liberă în care rolul politicii culturale nu este de a se intersecta cu preferințele exprimate de cetățeni-consumatori, ci acela de a susține preferințele indivizilor sau grupurilor sociale printr-o reglementare politică aplicată asupra distribuției de informații, sau structurilor de livrare, care are loc pe alte piețe [8, p. 168].

Democrația culturală a apărut în discuțiile politicii culturale europene din anii 1970 ca o contrapondere și critică la democratizarea culturii, văzută drept o abordare elitistă de omogenizare a culturii, care neglijează expresiile și practicile culturale în afara normei principale [16, p. 3].

Diferența între „democratizarea culturii” și „democrația culturală” se reflectă în faptul că prima propune diseminarea pe o scară mare a operelor de artă și a diferitelor artefacte, pe când cea de-a doua oferă posibilitatea individului de a alege liber ce să viziteze și cum să perceapă astfel de obiecte culturale [8, p. 168]. În cazul muzeelor, prin democratizarea culturală se încearcă să se realizeze o diseminare a unui model universal de norme care îi conferă valoare unui opere de artă, pe când democrația culturală pune accent pe individ și îi valorifică plăcerea sau gradul de satisfacție care reiese din contemplarea unui artefact, reflectă participarea sa sau modul cum analizează sau interpretează în mod personal și subiectiv un obiect muzeal [8, p. 168]. De multe ori, educația și cultura, trăirile vizitatorului, dispoziția și

așteptările sale, maniera în care își imaginează că trebuie să arate muzeul în general, sau felul în care este organizată o expoziție îi determină o anumită stare și o relație unică, de subiectivitate cu obiectul muzeal.

Începutul unei democratizări a culturii este strâns legat de dezvoltarea conceptului de muzeu public, care implică intrinsec ideea de democrație [7, p. 8]. Apariția muzeului public și dezbaterile asupra democratizării muzeului pot fi împărțite în două domenii: proprietatea și accesul la colecții; relațiile putere-cunoaștere [7, p. 8]. Însă trebuie specificat că până la democratizarea sa muzeul a trecut prin două etape importante: cea a muzeului care nu dorea să scoată în evidență generalitatea, colecțiile sale fiind impregnate de un caracter aristocratic, nesistematizare și netematizate, având un rol de încântare a proprietarului și a celor apropiați lui, și muzeul care era deschis parțial, colecțiile sale fiind atât o modalitate de delectare, cât și una de cercetare pentru artiști și savanți [20, p. 64].

Referitor la dreptul de proprietate asupra colecțiilor, Philip Fisher susține că înființarea muzeelor publice a avut o contribuție semnificativă la ceea ce se numește „democratizarea comorii” („democratization of treasure”), deoarece modelele timpurii ale muzeului au făcut publice comoara privată [9, p. 8]. Colecțiile, aceste comori culturale, constituiau doar proprietatea unui cerc restrâns, cu înalte capacități spirituale, de bun gust estetic și doar în secolul al XVII-lea acest grup permite unor cărturari și călători străini vizitarea colecțiilor pentru îmbogățirea cultural-spirituală și pentru plăcerea de a le vedea [3, p. 64]. Dar, democratizarea colecțiilor poate fi înțeleasă și ca o redistribuire a bogăției și a accesului la cunoaștere [7, p. 8], formarea muzeului public implicând și o „democratizare a distracțiilor sociale ale aristocrației” [11, p. 8].

Democratizarea culturală, odată cu Revoluția Franceză, a condus nu doar la percepția muzeului ca instituție de stat, ci și la sporirea rolului său educativ-formativ, ca loc al cercetării istorice, artistice și științifice [3, p. 67]. În egală măsură, Muzeul Luvru din Paris, după cum susține Hooper-Greenhill, a fost unul dintre deusele prin care ideile democrației postrevoluționare au fost construite și diseminate; acesta reprezentând nu doar valorile libertății, fraternității și egalității, ci și noțiunea în sine a Franței [12, p. 8]. Astfel, muzeele publice devin un suport pentru construirea identității naționale, un apanaj pentru propagarea culturii și educației și în rândul altor grupuri de oameni, mai puțin familiarizați cu colecțiile muzeale.

În sec. XX și XXI, democratizarea culturală își lărgeste ariile asupra instituțiilor muzeale, deoarece publicul vizitator devine din ce în ce mai pretențios

și în același timp numeros, el „gustă” cultura prin alt filtru intelectual, iar muzeul, la rândul său, își schimbă obiectivele, ținând cont de dorințele publicului. Pe acest nou teren în care se dezvoltă muzeologia critică (Critical Museology), modernizarea rolului muzeelor în societate devine un scop în sine, iar acestea sunt considerate agenți culturali importanți [25, p. 100]. Pe fondul democratizării, muzeele sunt relevante ca și actori culturali pe două nivele de bază: ca mijloace de diseminare a patrimoniului cultural și istoric național și internațional, cunoștințe și tendințe, precum și ca factori determinanți de sensibilitate culturală față de patrimoniul cultural și istoric local [22, p. 100]. Este evident că muzeul modern nu rămâne închisat în propria carapace, existând o comunicare bună între muzee, ele împrumutându-și obiecte din colecții sau expoziții cu caracter temporar. Pe de altă parte, patrimoniul lor devine patrimoniul comunității, întrucât, până la urmă, muzeele sunt destinate oamenilor și preferințelor lor în materie de cultură, sau așteptărilor pe care le au aceștia, influențați fiind de fenomenul globalizării. Totodată, muzeele sensibilizează publicul spre actul cultural și îl face să conștientizeze și să valorizeze patrimoniul pe care îl dețin.

Până la urmă, muzeul tradițional care se orienta asupra obiectelor, colecțiilor, dar și asupra cercetării, achiziției, conservării și interpretării lor, se interferează cu muzeul modern, care este centrat pe oameni și pe gusturile lor, devenind, în acest fel, atât agent de diseminare a informației, cât și modelator de opinii și mentalități [21, p. 178].

Pentru muzeul postmodern și democratizarea sa, un rol decisiv îl are comunicarea prin realizarea unei relații bidirecționale cu publicul, în comparație cu muzeul tradițional, care utilizează comunicarea doar ca instrument unidirecțional, pentru a difuza cunoștințe [13, p. 102]. Comunicarea se observă în întreaga experiență a muzeului prin expoziție, care este produsul cultural de bază, alături de funcțiile muzeului de informare, infrastructura și serviciile sale de sprijin, acestea toate constituind comunicarea unui mesaj către public [17, p. 129]. Comunicarea de marketing are menirea de a informa publicul, de a schimba atitudinile și comportamentul în legătură cu activitățile desfășurate de muzeu [26, p. 126]. O bună comunicare și legătură între muzeu și varietatea sa de categorii de public se realizează prin departamentele/secțiile de relații cu publicul, care, pe lângă faptul că ajută muzeele să-și ducă la bun sfârșit misiunea, au rolul de a forma și întări reputația acestora [26, p. 133] și a le promova la nivel național și internațional. Relațiile publice sunt importante în comunicarea rapidă și eficientă a informațiilor și, prin diversele tehnici uzitate, ele transparentizează activitățile mu-

zeului și au o mare credibilitate, față de alte tehnici de promovare [26, p. 134]. Acestea sunt un factor important în modul în care muzeul este perceput de vizitatori, reprezentând imaginea acestuia în exterior, dar are și menirea de a democratiza în permanență contactul cu publicul.

Aflându-se în era tehnologiilor, muzeul a trebuit să se adapteze și să se plieze pe noile inovații științifice, să găsească cele mai bune mijloace tehnice de punere în valoare a colecțiilor și expozițiilor, dar și de a atrage publicul care este bun cunoscător al internetului și tehnologiilor informatice și de comunicare [2, p. 657]. Prin utilizarea noilor tehnologii, expoziția din cadrul unui muzeu provoacă în mintea vizitatorului o reconstituire a contextului istoric și a spațiului natural în care este situat obiectul cultural, iar ghidurile audio, deși înlocuiesc informația pe care ar trebui să o ofere specialistul, nu se pot raporta direct la vizitator [2, p. 658], nu pot să îi simtă reacțiile și atitudinile. Există de asemenea și o tendință de a digitaliza colecțiile muzeale sau alte documente, pe fondul unei cereri a publicului științific și nonștiințific de a avea acces mai rapid on-line asupra lor [18, p. 116].

De la utilizarea sub diferite forme ale internetului în instituțiile muzeale și în relație cu vizitatorii, a camerelor video permanente, în special în siturile arheologice și până la promovarea muzeelor prin diverse rețele de socializare, bloguri, a paginilor web, a tururilor virtuale [26, pp. 140-146; 2, pp. 658-659], acestea nu fac decât să se racordeze treptat la noile tehnologii, să se apropie cât mai mult de vizitatori și să-și democratizeze permanent informațiile pe care le dețin și pe care le transmit cu celeritate publicului.

Democratizarea muzeului se evidențiază și prin faptul că oferă posibilitatea unor vizitatori de condiție socială săracă sau unora cu deficiențe fizice sau de natură psihică să viziteze muzeul, de cele mai multe ori în regim gratuit. Rolul social al muzeului este o componentă de bază, care ține de respectarea tuturor oamenilor, indiferent de categorie socială, sex, vârstă, etnie sau orientare sexuală. Muzele occidentale care își respectă statutul desfășoară activități recreative cu persoane vârstnice, cum ar fi programe de dansuri, vizionarea de filme, realizează expoziții care scot în relief arta și realizările contemporane sau expoziții care te fac să meditezi la nondiscriminare și egalitatea de șanse. Până la urmă, muzeul este un „spațiu al libertății, prietenos, primitiv, agreabil” [23], nu un loc în care să te simți stânjenit, rigid și fără nicio implicare sufletească. Un muzeu, pe lângă spațiul expozițional, oferă și ale facilități publicului: cinematografe, cafenele, locuri de joacă pentru copii, săli de conferințe, săli pentru lansări de carte [23], magazin propriu, cofetărie [26, p. 123]. Pe lângă acestea, promoțiile oferite de

muzeu: vouchere promoționale, abonamente pentru diferite grupuri de public, carduri prin care se permite vizitarea mai multor muzee sau o gamă de reduceri la produsele din magazinul muzeului, au scopul de a intensifica participarea la activitățile acestuia, de a crește numărul de vizitatori la expoziții și a vânzărilor din spațiile sale comerciale [26, p. 128].

Democratizarea culturală în muzeele din România este relativă, însă un exemplu de succes este oferit de Muzeul de Artă din Cluj-Napoca, al cărui manager, cercetător științific dr. Lucian Nastasă-Kovács, a propus un program amplu de educație muzeală și de atragere a tinerilor spre muzeu: „*Am dezvoltat programe de educație muzeală pentru că mă interesează să pregătesc de pe acum oameni care să guste cultura plastică, artistică. Dacă nu ne ocupăm acum de acest public, mai târziu nu va ști ce se întâmplă într-un muzeu de artă și, ca atare, nu va veni. Să nu uităm că marea masă a populației nu beneficiază de un suport cultural care să îi îndrepte spre muzee*” [1]. Democratizarea culturală a Muzeului de Artă din Cluj-Napoca are în vedere un program muzeal predictiv, iar activitățile pe care le desfășoară denotă o foarte bună calitate, respectând specificul muzeului, acestea având rolul să educe, să dezvolte anumite aptitudini și sensibilități, să îmbogățească bagajul de cunoștințe sau să ofere informații inedite vizitatorilor. Cu o vastă experiență managerială și cunoscând bine direcțiile occidentale în dezvoltarea și promovarea muzeală, Lucian Nastasă-Kovács pledează pentru democratizarea culturală a muzeelor în sensul oferirii libertății vizitatorilor de a avea acces la bunurile culturale sau la vizita gratuită în muzeu: „*Cultura trebuie democratizată. Am pledat pentru acest lucru și susțin în continuare libertatea totală asupra actelor de cultură, începând de la dreptul liber de acces la cărți, la dreptul de a vizita un muzeu gratuit*” [1].

Așadar, cercetarea pe care am realizat-o asupra relației dintre muzeu și democratizare culturală a expus, dintr-o perspectivă istorică și culturologică, modul în care instituția muzeală trebuie să se plieze pe necesitățile publicului, să ofere un mai mare acces la spațiile expoziționale sau la alte bunuri culturale. În definitiv, muzeul există doar prin publicul său, acesta trebuind să-și dinamizeze activitățile, să-și varieze programele culturale având ca reper feedbackul vizitatorilor. Scopul unei democratizări culturale veritabile a muzeului nu este acela de a-l „comercializa”, ci păstrând standardele sale la un nivel normal, respectând atât publicul, cât și tradiția, patrimoniul și valoarea instituției în sine.

Referințe bibliografice

1. Beligăr C. Un pas spre democratizarea culturii: acces gratuit la muzeu. In: Transilvania Reporter, 29.05.2018:

- <http://transilvaniareporter.ro/cultura/un-pas-spre-democratizarea-culturii-acces-gratuit-la-muzeu-2/> (vizitat 15.03.2018).
2. Boda Gh. Muzeul și noile tehnologii. In: Terra Sebus. Acta Musei Sabesiensis, nr. 7/ 2015: https://www.cclbsebes.ro/docs/Sebus_7_2015/36_GBoda.pdf (vizitat 13.03.2018)
 3. Boda Gh. Muzeele din Transilvania între 1817 și 1905. Mediaș: Samuil, 2008.
 4. Capriotti P. Managing Strategic Communication in Museums. The case of Catalan museums. In: Communication & Society. Vol. XXVI, nr. 3, 2013: http://www.unav.es/fcom/communication-society/en/resumen.php?art_id=460 (vizitat 13.03.2018).
 5. Carpov M. Despre democratizarea culturală. In: <http://convorbiri-literare.dntis.ro/CARPOVdec12.htm> (vizitat 10.03.2018)
 6. Carpov M. Un instrument de democratizare a culturii. Recenzie la cartea scrisă de Philippe Urfalino, L'invention de la politique culturel. Paris, Hachette, Littératures, 2010, première éd. 1996. In: <http://convorbiri-literare.ro/?p=2311> (vizitat 10.03.2018).
 7. Chang Chin-Fang. Who is Talking in the Museum? In: http://web2.nmns.edu.tw/PubLib/Library/quarterly/201204_07.pdf (vizitat 12.03.2018).
 8. Evrard Yves. Democratizing Culture or Cultural Democracy? In: Journal of Arts Management, Law & Society. 27, 3, 1997: <http://www.scribd.com/document/295298780/5-Evrard-Yves-Democratizing-Culture-or-Cultural-Democracy> (vizitat 12.03.2018).
 9. Fisher P. 1991. Making and Effacing Art: Modern American Art in a Culture of Museums. New York; Oxford, Oxford University Press, p. 7.
 10. Gattinger M. Democratization of Culture, Cultural Democracy and Governance. 16–18 November 2011. Whitehorse, Yukon. In: http://www.cpafo-opsac.org/en/themes/documents/CPAF_2011_AGM_Democratization_of_Culture_Cultural_Democracy_Governance_Mar082012_000.pdf (vizitat 12.03.2018).
 11. Henning M. 2006. Museums, Media and Cultural Theory. Maidenhead, Open University Press, p. 13.
 12. Hooper-Greenhill E. 1992. Museums and the Shaping of Knowledge. London, Routledge, p. 171-173.
 13. Hooper-Greenhill E. "Changing Values in the Art Museum: rethinking communication and learning", International Journal of Heritage Studies, vol. 6, n° 1, 2000, p. 9-31.
 14. Lang J. Conférence de presse à Lille, 22 juin 1982.
 15. Lasch Ch. The Democratization of Culture: A Reappraisal. In: Change. Vol. 7, nr. 6. The Future of the Humanities (Summer, 1975): <https://www.jstor.org/> (vizitat 11.03.2018).
 16. Matarasso F. and Charles L. 1999. Balancing Act: Twenty-One Strategic Dilemmas in Cultural Policy. Belgium: Council of Europe; Baeker, Greg, 2002. 'Beyond Garrets and Silos: Concepts, Trends and Developments in Cultural Planning,' Report prepared for the Municipal Cultural Planning Partnership. Ontario.
 17. McLean F. Marketing the Museum. London and New York: Taylor & Francis e-Library, 2003.
 18. Milroy A. K., Rozefelds A. C. Democratizing the collection: Paradigm shifts in and through museum culture. In: Australasian Journal of Popular Culture. Vol. 4, nr. 2 & 3: http://www.researchgate.net/profile/Andrew_Rozefelds/publication/277960400_Democratizing_the_collection_Paradigm_shifts_in_and_through_museum_culture/links/5666082d08ae418a786f3ad9/Democratizing-the-collection-Paradigm-shifts-in-and-through-museum-culture.pdf (vizitat 14.03.2018).
 19. Montagné D. Modelul francez. In: Dilema Veche, nr. 281, 5 Iul 2009: <http://dilemaveche.ro/sectiune/tema-saptamanii/articol/modelul-francez-1> (vizitat 11.03.2018).
 20. Petranu C. Muzeele din Transilvania, Banat, Crișana și Maramureș, București. 1922, p. 14.
 21. Popa A. L. Muzeul și publicul. Tendințe actuale. In: http://diam.uab.ro/istorie.uab.ro/publicatii/colectia_bcsc/bcsc_9/26_popa.pdf (vizitat 13.03.2018).
 22. Rentschler Ruth, Hede Anne-Marie (eds.). Museum marketing: competing in the global marketplace. Butterworth-Heinemann, Oxford (UK), 2007; Sandell Richard, Janes, Robert (eds.), Museum management and marketing, Routledge, Abingdon (UK), 2007; Capriotti Paul, "Museums' communication in small and medium-sized cities", Corporate Communications: an International Journal. Vol. 15, nr. 3, 2010, p. 281-298.
 23. Șimonca O. Muzeele, spații ale libertății. In: Observator Cultural, nr. 911, 21.02.2018: <https://www.observatorcultural.ro/articol/muzeele-spatii-ale-libertatii/> (vizitat 14.03.2018).
 24. Viollet M. Entre démocratisation culturelle et préservation d'une exigence de l'oeuvre: construire une médiation de l'art contemporain. In: <https://chmcc.hypotheses.org/543> (vizitat 11.03.2018).
 25. Weil St. From being about something to being for somebody: the ongoing transformation of the American museum. In: Sandell, Richard; Janes, Robert (eds.). Museum management and marketing. Routledge, Abingdon (UK), 2007, p. 30-48; Cole D. Museum marketing as a tool for survival and creativity: the mining museum perspective. In: Museum Management and Curatorship. Vol. 23, nr. 2, 2008, p. 177-192; Vacas T., Bonilla E. Museos y Comunicación. Un tiempo de cambio. Madrid: Universidad Rey Juan Carlos, 2011.
 26. Zbucnea A. Marketing muzeal pentru nonmarket-eri. București: Tritonic, 2013.

Dumitru-Cătălin Rogojanu (Deva, România), doctor în istorie, CS III, Muzeul Civilizației Dacice și Romane Deva.

Думитру-Кэтэлин Рогожану (Дева, Румыния), доктор истории, научный сотрудник III, Музей дакской и римской цивилизации Дева.

Dumitru-Cătălin Rogojanu (Deva, Romania). PhD in History, Scientific Researcher III, Deva Museum of Dacian and Roman Civilisation.

E-mail: rogojanucatalindumitru@yahoo.com