

Komunikacijska uloga muzejske izložbe

Ivo Maroević
Filozofski fakultet
Zagreb

T E R M I N I: Muzejska izložba je: element muzejske politike, oblik muzejske komunikacije, informacijski sustav u kojem se oblikuju i komuniciraju poruke putem dokumenata.

Muzejski predmet je *DOKUMENT* stvarnosti iz koje je izlučen i koji djeluje u muzealnoj stvarnosti.

MUZEALNOST je sadržaj i značenje muzejskog predmeta koja u muzeju ima svoj informacijski prostor.

KOMUNICIRATI znači učiniti općim, osigurati da se postane dionikom nečega.

P R E T P O S T A V K E :

Osobine muzejskog predmeta:
materijal, oblik, značenje.

Analogija sa znakom:
nosilac oznake, oznaka, sadržaj.

Dokumentacija i materijal osiguravaju vremensku komponentu trajanja; komunikacija i oblik djeluju u prostoru, dok informacija i značenje penetriraju u društvo.

Skica: Strukturalni pristup INDOK objektu (M. Tuđman prema W. Dahlbergu).

Muzejski predmet je kulturno dobro = komunikacijski objekt. Komunikacijski objekti konstituiraju stvarnost.

Utvrđivanje značajki muzejskog predmeta i njegove muzealnosti provodi se širenjem polja muzealne određenosti predmeta.

Vrijednosti muzejskog predmeta mogu biti primarne (ideja, nastanak, geneza) i sekundarne (upotreba, nova upotreba, propadanje, konzerviranje, restauriranje), ili izvorne i pridodane. Postoje dvije vrste propadanja: materijalno i društveno.

Vrijednosti se utvrđuju u komunikacijskom procesu:

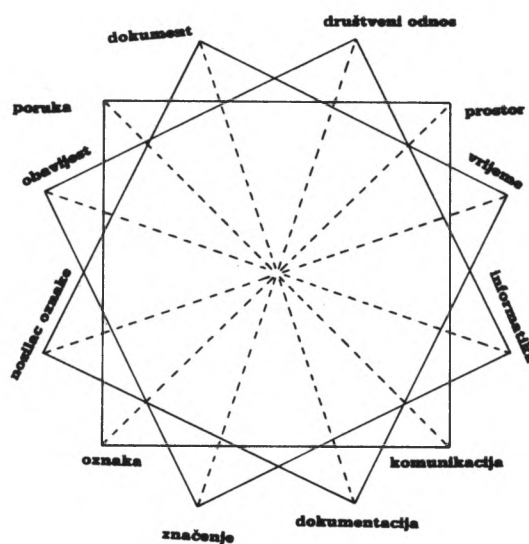
1. predmet poručuje poljem muzealne neodređenosti,
2. korisnik mora pokazati: otvorenost, znanje, sposobnost, imaginaciju i stav,
3. konstituiranje predmeta poruke preciziranjem interesa,
4. odgovor predmeta na predmet poruke,
5. oblikovanje informacije.

Poruka je konkretizacija i aktualizacija sadržaja.

Informacija je reakcija korisnika na sadržaj poruke.

Izložba je komunikacijski obrazac. Služi kao mehanizam za generiranje i selekciju informacija.

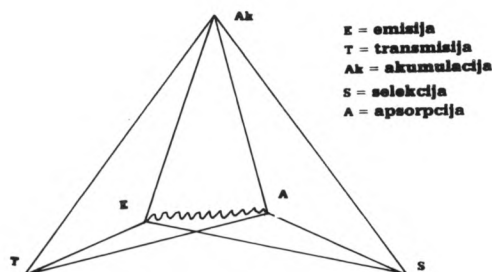
Dvije su temeljne vrste informacija:
znanstvene – analitičke, od čovjeka prema stvarnosti (selektivne),
kulturne – sintetičke, od stvarnosti prema čovjeku (strukturne).



U muzeju i na izložbi pojavljuju se obje vrste informacija. One koje se tiču temeljnih znanstvenih disciplina u pravilu su znanstvene, a one koje se tiču značenja, smisla ili vrijednosti u pravilu su kulturne.

IZLOŽBA I NJEZINA KOMUNIKACIJA:

Težakov E-T-Ak-S-A kompleks prikazuje puteve od emisije do apsorpcije preko transmisije, akumulacije i selekcije.



Kreatori izložbe nose ulogu E emisije, a posjetioči funkciju A apsorpcije. Što je na izložbi T transmisija, A akumulacija i S selekcija.

Akumulacija je prikupljanje građe za izložbu.

Selekcija je kreativni izbor.

Transmisija su muzeografska pomagala. Emitira se složena poruka, prima se složena poruka posredstvom niza informacija koje se konkretiziraju na izložbi.

Oblici ljudskog komuniciranja po Težaku:

	kako	instrukcija
tko	što	informacija
gdje	kada	motivacija
	zašto	

Zadatak edukativne izložbe je pojačati motivaciju i opredijeliti se za instrukciju koja će na najbolji mogući način prenijeti ili definirati informaciju.

U komunikacijskom procesu valja stimulirati otvorenost i imaginaciju posjetilaca kao korisnika, temeljiti izložbu na posjetiočevu znanju i na mogućem stavu, kao posljedici opće društvene klime. U pedagoškom radu vodiča po izložbi u ispravnom pravcu usmjeravati proces konstituiranja predmeta poruke, kako bi se oblikovala informacija koja je najbliža zamišljenoj poruci izložbe.

ZAKLJUČAK:

Izložba je složeni informacijski sustav u kojem se pomoću predmeta-dokumenata prenosi korisnicima-publici poruka koja će se konstituirati u svakoj pojedinoj ličnosti u skladu s njezinim interesom, znanjem i imaginacijom. Stoga sva pomagala moraju težiti prema postizavanju jedinstvenog cilja, a to je čitljivost osnovnog sadržaja izložbe.

Pedagoško usmjeravanje i vođenje po izložbi treba biti u funkciji osnovnog sadržaja i tumačenja onih dijelova konteksta koje je bilo nemoguće izložbom ostvariti, odnosno dopunjavanje izložbe onom količinom znanstvenih podataka koji pojedina ili grupu zanimaju, a na izložbi bi značili preopterećenje faktografijom.

Anketiranje posjetilaca nakon izložbe vrlo je koristan način doznavanja stvarnih dometa izložbe. ■

Primljeno: 1. 9. 1988.

SUMMARY

The communicative role of museum exhibitions

Ivo Maroević

The author gives definitions of such terms as museum object, museality, communication.

The aim of an educational exhibition is to reinforce the motivation and to adopt such an interpretation which would transmit or define the information in the best possible way.

All devices must be used in such a way as to make the main subject of the exhibition well-defined.

Educational programs and guided tours through the exhibition should be in the function of the main subject. They should include an interpretation of those parts of the context that can not be presented in the exhibition. On the other hand, they could complete the exhibition with scientific data which are of interest to individuals and groups, but would overburden the exhibition with facts.