

NOVI PRAVCI U ISTRAŽIVANJU DOMA

Tim Putnam
Švedska

Dom se sastoji od sasvim određenih kategorija: materijalnih predmeta i prostornih kompozicija, društvenih običaja i odnosa i od različitih reprezentacija. Mnoga istraživanja doma su usmjerena samo na jedan aspekt te pojave, slijedeći diktate akademskih disciplina ili trenutačnih političkih potreba. Ipak se postupno priznaje da su ti "slojevi" toliko isprepleteni u životu doma da ih nije moguće razumjeti izolirane, i da fenomenu doma treba pristupiti interdisciplinarno (vidi: Putnam i Newton, 1990.).

To je priznanje do neke mjere izraslo iz postupno narastajuće svijesti o interdisciplinarnosti, koju su podržala tijela kao što su IAPS (Međunarodno udruženje za narode i prostor), koje je nadraslo svoj prvotni program primjene psihologije u arhitekturi. Pandisciplinarni kritički pokreti, kao što je feminizam, također su imali važnu ulogu u poticanju svijesti o međudjelovanju različitih aspekata domaćeg života (vidi: Allen i Crow, 1990.). Politički izazovi su također utjecali na istraživače stambene i obiteljske politike da spoznaju u kojoj su mjeri njihova područja rada postala implicitna u velikom projektu stvaranja "suvremenog doma" kao terminala u golemim mrežama koje sačinjavaju strukturu našeg stoljeća. Kako je istraživanje doma postajalo sve sofisticiranije što su se istraživači više odvaživali prelaziti granice disciplina da bi istražili odnose među raznovrsnim pojavama, tako je rastao i osjećaj da je ono što se zbija odvija "kod kuće" veoma kompleksno (vidi, na primjer, Silverstone i Hirsch, 1992., ili Segalen i LeWita, 1993.). Saznanja o "domu" nisu jednostavno izgrađivana; perspektive su se u toj mjeri isprepletale da su nametale nova pitanja i dramatičnije imperativ da se dom konceptualizira kao kompleksna kulturna pojava. U cilju istraživanja nekih implikacija tih događanja razmotrit ćemo ukratko primjer istraživanja koje je započeto istodobno u sva tri moja "sloja".

Tip, tradicija i ukus

Značenje tradicionalnih tipskih oblika predmeta i prostorne konfiguracije klasični je problem proučavanja materijalne kulture. Povjesničari dizajna u Britaniji (kao Morley, 1990.), pokušali su objasniti kontinuiranu popularnost "trodijelne garniture" (koja se sastoji od pojedinačne sofe i para naslonjača) u ovom stoljeću, popularnost koja ne opada unatoč preziru koji prema njoj pokazuje elita svjesna dizajna. Analiza predmeta upućuje na konzistenciju u temeljnoj arhitekturi tijekom posljednjih pedesetak godina, unatoč mnogobrojnim površinskim stilskim varijacijama. Istraživanja o upotrebi garniture i o njezinoj prezentaciji u medijima potvrđuju postojanje ustaljenih obrazaca aktivnosti oko te vrste namještaja, koji zauzima središnje mjesto u glavnoj sobi, bez obzira na to služi li za primanje gostiju ili, što je još uobičajenije, ukućanima u trenutcima dokolice. Intervjui ističu ulogu garniture kao arhitekture u "kojoj svatko ima svoje mjesto" u naročitoj obiteljskom načinu života, dok se navlake mogu mijenjati da bi se povremeno izmijenio dekor radi društvenog prestiža.

Izgleda da svjedočenja o upotrebi i prezentaciji potvrđuju taj tip oblika kao objektivizaciju elemenata tradicionalnog obiteljskog života i oblikovanja ukusa. Međutim, materijal prikupljen intervjuiranjem također pokazuje da običaji u vezi s korištenjem pojedine garniture mogu biti veoma raznoliki. Ponekad sofa ima ulogu u intimnostima bračnoga para (čak i kod začinjanja djece), ali kada su prisutna djeca, nalazimo ih smještene na sofi, bilo same

bilo da je dijele s jednim od roditelja, najčešće s majkom, dok roditelji (a otac obvezno) zauzimaju par naslonjača.

Važna uloga koju garnitura ima u mnogim britanskim obiteljima (a koja je očigledna iz analize materijalnih, društvenih i reprezentativnih pokazatelja) izgleda da ima uzrok u njezinu artikuliranju raznovrsnih uloga. Širenje raspona istraživanja također problematizira odnose između tog spleta i predodžaba o garnituri koju imaju ukućani. S jedne strane, moglo bi se reći da se radi o interpretaciji predodžaba o idealnom ili normalnom, koje se izražavaju u odabiru materijalnih predmeta, a s druge, garniture su objektivizacija načina života, no u tom odnosu djelomično posreduju i takve reprezentacije kao što je reklama. Proučavanje namještaja se tako našlo između sociologije obitelji, i sociologije potrošačkog društva.

Ideologije i praksa

Istraživanja kućanskih poslova pokazuju da se ti različiti aspekti moraju pomiriti u svakodnevnom životu, ako već ne i u društvenim znanostima. Detaljno istraživanje (kao što je ono Kaufmannovo, 1992.) obrade prijava rublja u kućanstvu osvjetljava fino tkanje pregovora između članova kućanstva. Glavni polaritet u tim pregovorima je onaj između makrosocijalnih ideala, koji favoriziraju jednakost u individualnom djelovanju (i koje svi intervjuirani priznaju i prihvaćaju u iznenađujućem stupnju,) i osobitih očekivanja izvedenih iz obiteljske tradicije (s općenito unaprijed propisanim ulogama spolova). Kućni poslovi su tako gurnuti na prvu liniju rata spolova.

Kompleks pranja rublja upućuje na postojanje odjelitih zona čistoće i reda kao i na stvarne i imaginarne uvjete u međusobnim odnosima. Ali ma koliko pranje rublja otkrivalo principe na kojima je organizirano kućanstvo, njegovo mjesto u toj organizaciji izgleda kao da je sasvim nevažno. Dok bi to moglo odražavati arhitekturu kodiranu zastarjelim načinom života, etnološki dokazi čine da posumnjamo ne bi li organizacija kućanstva koja bi uvažavala nove egalitarne ideje u pranju rublja izazvala revoluciju u načinu života.

"Efekt doma"

U osobnom iskustvu ideja "doma" prisilno ujedinjuje mnoštvo razolikih i čak konfliktnih elemenata. Nastojanja da se spozna "značenje doma" otkrivaju kategoriju koja povezuje odlike stvorene situacije s intimnim društvenim odnosima na način koji osigurava osnovu raznim aktivnostima i odnosima u svijetu, uključujući i projekciju vlastitog identiteta i identiteta drugih. Kako se stvarni oblici koje ovaj položaj poprima razlikuju i kulturno i prema životnoj dobi i okolnostima, ne treba nas iznenaditi što dugotrajno nezaposlene osobe ili osiromašeni stari doživljavaju svoj dom kao zatvor, ili da osobe koje se općenito ne snalaze dobro u životu imaju teškoća u organizaciji reda u svojim domovima ili da u njih veoma malo ulažu (Putnam i Newton, 1990.).

Još mnogo treba naučiti o tome kako nastaje osjećaj da smo "kod kuće" i o njegovoj ulozi u posredničkoj materijalnoj kulturi i socijalnoj strukturi na kućnom teritoriju. Slijed generacija čini nas sve migrantima u smislu da se naše poimanje doma razvija u domovima koje su utemeljili drugi i apstrahira se iz njih. U suvremenom društvu to znači da se tradicija prenosi kroz individualni izbor načina života (inkorporirajući i intimne društvene odnose). Osnivanje doma nužno sadržava imaginarnu razgradnju i reintegraciju zapamćenih sadržaja i cijelog spektra drugih kulturnih poticaja, pa stoga dom treba promatrati u kontekstu sjećanja, maštanja i snova, predjela kroz koje prolazimo u stvaranju osobnih i porodičnih priča (kao što je to prvi predložio Bachelard, 1964.).

Ovakvi izvještaji više su postulati nego što opisuju stvarnost. I ovdje, kao i

drugdje, istraživanje može proizvesti svoje vlastite varke. Direktni upit o značenju doma ne može dovesti do indeksa mjere ili oblika u kojemu ispitanik doživljava pojavu i može biti značajno koliko i neka vrsta testa iz obveznih društvenih znanja. Isto tako, mnogi će ljudi na poticaj ispričati priče o predmetima ili omiljenim prostorima, ali one nam ne mogu mnogo kazati o mjeri u kojoj se ti fenomeni spontano pojavljuju, ili o njihovu značenju u materijalnom uređenju doma. I tako, iako smo već došli do toga da smatramo dom kompleksnom kreacijom, istraživanje doma je do sada malo otkrilo o tome na koji su način njegovi različiti aspekti stvarno povezani; možda je to pitanje s kojim će se uhvatiti u koštac sljedeća generacija istraživača doma.

Literatura:

- Bachelard, Gaston, *The Poetics of Space*, Boston, 1964.
 Bernard, Yvonne, *La France au Logis*, Liege, 1992.
 Allen, Graham and Crow, *Home and Family*, Graham, London, 1990.
 Kaufmann, Jean Claude, *La Trame Conjugale*, Paris, 1992.
 Morley, Christine, *The Three Piece Suite*, MA Middlesex University, London, 1990.
 Putnam, Tim and Newton, *Household Choices*, Charles eds, London, 1990.
 Putnam, Tim, *Beyond the Modern Home*, J Bird et al eds, *Mapping the Future*, London, 1992.
 Segalen, Martine and Le Wita, *Chez-soi*, Beatrix eds, Paris 1993.
 Silverstone, Roger and Hirsch, *Consuming Technologies*, Eric eds, London 1992.

Preuzeto iz časopisa: SAMDOKBULLETINEN 1, 94.

Prijevod s engleskog:
 Zdenka Ungar

PROCJENA: OPISIVANJE I RAZUMIJEVANJE POSJETITELJA MUZEJA, NJIHOVIH POTREBA I REAKCIJA

Dr. Paulette McManus
 Velika Britanija

Prvo ću vam govoriti o pojmu i važnosti procjenjivanja muzejskih posjetilaca, a potom ću prijeći na opisivanje četiriju vrsta istraživanja: demografskoga istraživanja, uvodnog određivanja, oblikovnog vrednovanja, te konačno sveukupne procjene.

Govoreći o svakoj pojedinoj vrsti istraživanja, opisat ću odgovarajuće kvalitativne ili kvantitativne načine prikupljanja podataka koje odgovaraju pojedinom tipu istraživanja.

Na kraju, ukratko ću govoriti o studijama provodivosti muzejskog projekta (feasibility studies).

VAŽNOST PROCJENE

Muzejsko osoblje koje se brine za programsku djelatnost, odnose s javnošću i propagandu ima dodatne potrebe za podacima o obilježjima posjetilaca, njihovu ponašanju, potrebama i sklonostima. Muzejsko osoblje treba znati kako prikupiti takve podatke. Kada se jednom podaci prikupe, iz njih će se često moći izvući različite spoznaje, ovisno o pristupu samog osoblja, ovisno o tome brine li se osoblje za programe, odnose s javnošću ili propagandu. Upravo zbog toga, podaci o posjetiteljima najbolje će se prikupiti pomoću koordiniranoga, dobro planiranoga programa. Takav program uključuje opće istraživačke postupke opisane riječima "određivanje", "praćenje", "istraživanje tržišta" ili "procjena".

Procjena djelotvornosti izloženih predmeta, izložaba i muzejskih programa, korištenje muzejskim uslugama i profil muzejskog posjetitelja vrlo su praktični i ne bi se oko njih stvarao misterij ako bi takva istraživanja provodilo i o njima razgovaralo više osoba.

Pod procjenom muzejskog posjetitelja razumijemo postavljanje pravih pitanja u pravo vrijeme na pravome mjestu i dobivanje odgovora u pravo vrijeme za vaše planove rada, kao i posjedovanje dovoljno samopouzdanja za djelovanje u skladu s prikupljenim podacima znajući pri tome da odgovori na pitanja daju razumne osnove za donošenja odluka (ali ne i rješenja) u svezi s problemima s kojima se susrećemo na različitim stupnjevima rada na izložbama, kao i tijekom planiranja muzejskih usluga.

Izrada procjene obuhvaća temeljenje istraživanja o posjetiteljima na zdravorazumskoj postavci da je, želimo li saznati kako ljudi koriste zgradu i izložbe, za to najbolji način gledati ih što rade (tj., PROMATRATI IH), i razgovarati s njima (tj., POSTAVLJATI IM PITANJA) o njihovim dojmovima. Prihvatanje postupaka procjenjivanja poboljšava kvalitetu posjetiteljevih iskustava a istodobno poboljšava provodivost i djelotvornost postupka muzejskoga planiranja.

Procjena je potrebna zbog sljedećih razloga:

1. Procjena se isplati - skupe pogreške koje uključuju obnavljanje ili pak ostavljanje nezadovoljavajućih izložaba smanjene su na minimum.
2. Procjena povećava vjerojatnost da će propagandni naponi biti uspješni.
3. Iako se u početku čini da od osoblja zahtijevaju dodatno vrijeme i napor, postupci procjenjivanja će dugoročno donijeti uštedu vremena i novca.