

Teória prezentácie



Teória múzejnej prezentácie

- ❖ je integráciou vedeckého (pojmového) a umeleckého (obrazového, estetického) myslenia
- ❖ cieľom je komunikovať svedectvo o určitom jave v určitej dobe a prostredí, doplnené výkladom tých väzieb a vzťahov, ktoré z autentických dokladov návštevník (niekedy na prvý pohľad ani odborník) nepozná
- ❖ Pri tvorbe expozície môže dôjsť k extrémom: Object content alebo Information content

Teória múzejnej prezentácie

- ❖ Základom prezentácie je vždy autentický zbierkový predmet
- ❖ Stretávame s expozíciou poňatou ako „kniha na paneloch“ – typické pre výstavy v archívoch
- ❖ Cieľom je odhaliť „kultúrnu informáciu“
- ❖ Percepcia a apercepcia podnetov – vnímanie podnetov a vnímanie rozdielov
- ❖ Prezentačné trendy - dôraz je teda kladený nie na objekt, ale na koncept (concept exhibition)

Teória múzejnej prezentácie

- ❖ Vystavovanie ma architektonickú, výtvarnú a technickú podobu, prezentácia nie je cieľom ale prostriedkom
- ❖ Výstavné uplatnenie zbierok - J. Beneš rozdelil výstavnú komunikáciu na primárny jazyk vecí (komunikačný tok z autentických výtvorov prírody a človeka), na sekundárny jazyk obrazov (pôsobnosť ikonografických prostriedkov) a na terciálny jazyk znakov (mentefaktov), ktorých doplnkom je textový jazyk

Teória múzejnej prezentácie

Prezentačné formy

- ❖ Expozícia ako základ múzejnej prezentácie, má dlhodobú formu (10-15 r.), kompendiálny charakter, komunikuje obsahové jadro tezauru
- ❖ Výstava – krátkodobá (do 2 r.), flexibilná, aktuálna téma, priestory pre výstavy by sa mali vyznačovať otvorenosťou štruktúry, priestorovou flexibilitou, zdržanlivosťou a univerzálnosťou výrazu

Teória múzejnej prezentácie

- ❖ Výstava je dynamickejším prvkom, nižšie nároky na čas, financie, pružne reaguje na podnety v spoločnosti, môže byť putovná s rôznym charakterom (napr. len vedecký prístup, len popularizačný...)
- ❖ Expozícia je “stála“, ukotvená, statická forma prezentácie s kumuláciou viacerých prístupov (vedecký, popularizačný, oddychový a pod.)

Teória múzejnej prezentácie

- ❖ Podstatou tvorby je schopnosť vizualizovať myslené (Z. Stránský)
- ❖ Podstatou múzejnej prezentácie je zmena holých faktov na znaky, ktoré si vizuálne osvojujeme, klasifikujeme, zaraďujeme v hierarchii hodnôt a radíme ich do systému
- ❖ Úspešná tvorba výstavy – finančné (technické) zabezpečenie, kreativita (talent) a dostatočné odborné vzdelanie

Teória múzejnej prezentácie

- ❖ Tvorca výstavy pracuje metódami výtvarného umenia – výstava pôsobí vizuálnymi dojmami, pracuje s kompozíciou, objemom, vzdialenosťou, plochou, štruktúrou, farbou a líniou aj ako s prostriedkami vyjadrujúcimi racionálny obsah
- ❖ Podľa J. Beneša múzejná prezentácia v sebe zahŕňa: 1. Vedecký aspekt; 2. Komunikačný aspekt; 3. Muzeologický aspekt; 4. Výtvarno-technický aspekt; 5. Prevádzkovo-bezpečnostný aspekt

Teória múzejnej prezentácie

- ❖ Častá hypertrofia niektorého aspektu: vedecká, estetická, artistická (dekoratívna), didaktická, atraktivistická
- ❖ Prirodzené súbory vecí zostavené do tzv. diorámy – celky ukazujúce výsek historickej skutočnosti s čiastočným využitím originálov s náznakom pôvodného prostredia







www.vylety-zabava.cz

Teória múzejnej prezentácie

- ❖ Bežne využívame kópie, makety, modely, odliatky
- ❖ Je žiadúce používať aj znaky a symboly v podobe náčrtov, kresieb, plánov, máp, rekonštrukcií, schém, diagramov a značiek
- ❖ Veci (predmety) je potrebné vystavovať zakaždým v prirodzenej polohe
- ❖ Text – „nutné zlo“ (J. Beneš) - musia byť nielen vecne správne, ale aj jazykovo na úrovni a zrozumiteľné

Teória múzejnej prezentácie

- ❖ Texty tvoria 2-3 roviny: popisky, vysvetľujúce texty a podrobné vysvetlenie problematiky
- ❖ Nadmerná textáž návštevníka odrádza, nudí, vyčerpáva!

VOJENSKA

PATDESIATKA

This board features two main sections. The top section, titled "VOJENSKA" in red, contains several small black and white photographs of military personnel and equipment. The bottom section, titled "PATDESIATKA" in red, includes more photographs and text, likely commemorating a 50th anniversary.

1945-1948

1949-1952

1953-1956

1957-1960

This board is organized into a grid of four columns and four rows. The columns are labeled with years: "1945-1948", "1949-1952", "1953-1956", and "1957-1960". Each cell contains a document, which may be a photograph, a newspaper clipping, or a typed letter, illustrating events from that period.

1961-1964

1965-1968

1969-1972

1973-1976

This board is organized into a grid of four columns and four rows. The columns are labeled with years: "1961-1964", "1965-1968", "1969-1972", and "1973-1976". Each cell contains a document, which may be a photograph, a newspaper clipping, or a typed letter, illustrating events from that period.

Návštevník múzea

- ❖ Vystavovať exponáty má zmysel len vtedy, pokiaľ pôsobia na človeka
- ❖ Smerovanie výstavy pre užšie stanovené skupiny návštevníkov (deti, seniori a pod.) – metodika výskumu návštevnosti – metódy sociologického výskumu
- ❖ Aktivizácia návštevníka - prostredníctvom samoobslužných máp, najrôznejších doplnkových materiálov a pod.

Návštevník múzea

- ❖ premietanie doplnkových filmov, audiovizuálnych programov, realizácia programov spočívajúcich na hľadaní konkrétnych údajov, k hľadaniu zámerne vytvorených chýb... Najaktívnejšie je vtiahnuť návštevníka do vlastnej aktivity, často manuálnej činnosti (participatory exhibit, workshopy)
- ❖ aktivity nie sú určené len deťom alebo mládeži, ale zapojiť je potrebné aj dospelých návštevníkov, seniorov

Návštevník múzea

- ❖ Typy návštevníkov: visitor – príležitostný návštevník, 2. attender – pravidelný návštevník, 3. user – užívateľ múzea
- ❖ Pete Conroy tvrdí, že: veľké a pohyblivé predmety sú prehliadané dlhšie, nové alebo špeciálne objekty priťahujú viac pozornosti, niektoré špecifické vlastnosti predmetu sú predmetom hlbšieho záujmu, nebezpečné veci, mláďatá, hodnotné predmety

Návštevník múzea

- ❖ 1. ľudia v novom prostredí vykročia na ľavú stranu
- ❖ 2. pokiaľ si majú vybrať z dvoch dverí vedľa seba, vyberú si pravé
- ❖ 3. najviac pozornosti venujú začiatku expozície, záveru už nemej
- ❖ 4. čím sú bližšie k východu, tým menej pozornosti venujú exponátom
- ❖ 5. ľudia podvedome túžia uniknúť z pasce, preto preferujú viditeľný východ
- ❖ 6. tá časť exhibície, ktorá je najkratšia smerom k východu, je najviac preferovaná
- ❖ 7. hlavne v západných kultúrach je zreteľná preferencia zobrazenia nábytku pozdĺž stien, centrum je pocitované ako transakčný priestor, orientálne kultúry sa viac zameriavajú na centrum
- ❖ 8. v západných kultúrach je preferovaný uhol miestnosti 90 či 45 stupňov
- ❖ 9. uprednostňovanie svetla pred tmou, svetlých farieb pred tmavými
- ❖ 10. priemerná maximálna pozornosť dospelých je 30 minút

Návštěvník múzea

K. Hofmanová:

- ❖ aktívny stopár
- ❖ aktívny poučovateľ
- ❖ pasívny dozorca
- ❖ pasívny vyháňač návštevníkov
- ❖ aktívny vyháňač návštevníkov

- ❖ Metodika výskumu návštevníka, cielená

Návštevník múzea

- ❖ Štatistika návštevnosti
- ❖ Kniha návštev
- ❖ Pozorovanie návštevníkov
- ❖ Ankety návštevníkov
- ❖ Individuálne ohlasy návštevníkov
- ❖ Ohlasy v masmédiách
- ❖ Ohlasy odbornej verejnosti (recenzie, kritiky)

Výstavná kritika

- ❖ Kritika je často apriorne odmietaná, u nás prakticky neexistuje, je zbytočná a nebezpečná (iba cielené hľadanie nedostatkov?)
- ❖ Cieľom je posúdenie (zhodnotenie) obsahovej náplne a prezentačnej formy v podobe: anotácia, recenzia, kritika
- ❖ aké progresívne či naopak regresívne prvky výstava predstavuje

Výstavná kritika

- ❖ voľba témy výstavy
- ❖ spôsob interpretácie poznatkov
- ❖ miera a spôsob využitia autentických dokladov (zbierkových predmetov)
- ❖ miera a spôsob využitia ikonografických prvkov, textov a ďalších výstavných prostriedkov
- ❖ úroveň výtvarného, scénografického, architektonického a grafického riešenia
- ❖ miera a doba sprístupnenia výstavy verejnosti
- ❖ spôsob propagácie výstavy
- ❖ existencia a úroveň sprievodných programov a služieb k výstave
- ❖ úroveň prostredia