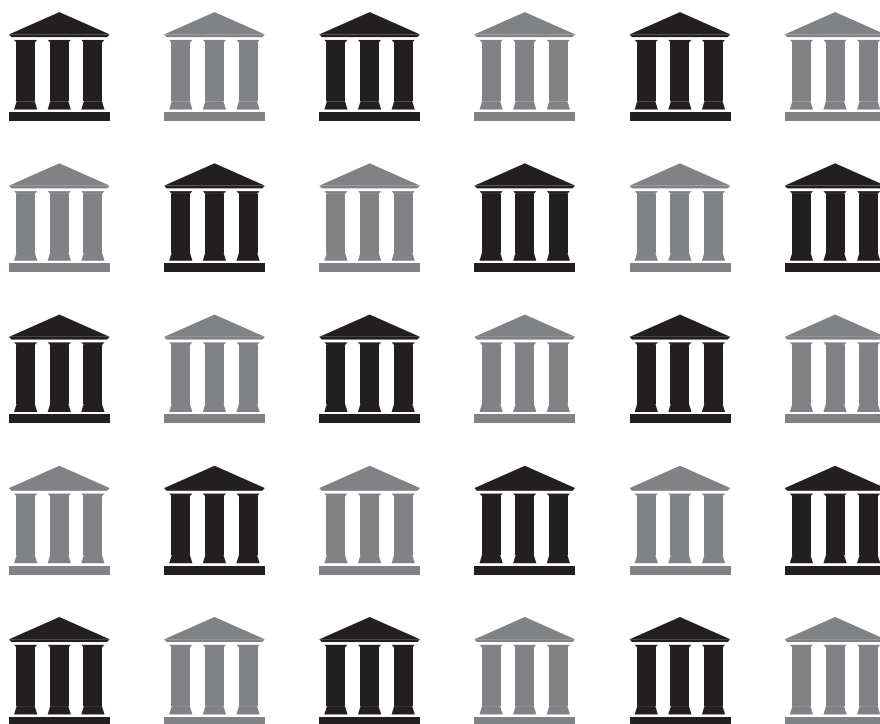




Giuliana Pascucci
COMUNICAZIONE MUSEALE



eum x beni culturali x comunicazione

eum x

©2007 eum edizioni università di macerata
vicolo Tornabuoni, 58 - 62100 Macerata
info.ceum@unimc.it
<http://ceum.unimc.it>

Stampa, distribuzione e vendita:
stampalibri.it, - Edizioni SIMPLE
via Trento, 14 - 62100 Macerata
info@stampalibri.it
www.stampalibri.it

COMUNICAZIONE MUSEALE

Giuliana Pascucci

Presentazione di J. Sándor Petőfi

eum x beni culturali x comunicazione

INDICE

PRESENTAZIONE DI J. S. PETŐFI	p. VII
INTRODUZIONE	p. 11
1. SIGNIFICAZIONE MUSEALE	p. 17
1.1. Genesi ed evoluzione della significazione museale	p. 19
1.2. Paradigmi interpretativi della “forma-museo”	p. 29
1.3. Archetipi contemporanei della significazione museale	p. 33
2. SITUAZIONI COMUNICATIVE MUSEALI	p. 49
2.1. Comunicazione e significazione dell’opera d’arte	p. 50
2.2. Modello di <i>situatio communicationis</i> museale	p. 55
2.3. Teorie della conoscenza e dell’apprendimento museale	p. 63
2.4. Il museo sistematico comportamentista o behaviorista	p. 67
2.5. Il Museo della scoperta costruttivista	p. 70
3. MEZZI DI COMUNICAZIONE E TRASFORMAZIONI CULTURALI	p. 79
3.1. Ipermedia	p. 82
3.2. La comunicazione non verbale	p. 88
3.3. La comunicazione testuale	p. 95
3.4. La comunicazione orale	p. 100
3.5. La comunicazione elettronica	p. 102
4. IPOTESI DI MODELLO COMUNICATIVO NEL MUSEO DEL TERRITORIO	p. 129
4.1. Il museo come <i>medium</i>	p. 130
4.2. Il museo da <i>medium</i> a laboratorio	p. 135
4.3. Strumenti elettronici e comunicazione ipermediale	p. 146
4.4. Criteri tecnici	p. 147

4.5. Criteri contenutistici	p. 149
4.6. Criteri grafici	p. 150
4.7. Criteri di navigazione	p. 152
4.8. Criteri ergonomici	p. 152
4.9. Il museo laboratorio: reale e virtuale	p. 153
 APPARATI	 p. 157
GLOSSARIO	p. 159
RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI	p. 165
RISORSE WEB	p. 176
INDICE DEI NOMI E DEI LUOGHI	p. 179

eum x beni culturali x comunicazione

Giuliana Pascucci
COMUNICAZIONE MUSEALE

Presentazione di J. Sándor Petőfi

Alla base del testo vi è una idea di museo, quale ambito di coesistenza di differenti “sensi” derivanti dall’interazione del luogo fisico, delle opere, dell’ordinamento, con le funzioni svolte e il ruolo sociale assunto dall’istituzione. La coesistenza e l’interazione all’interno del medesimo spazio definiscono la produzione di un messaggio museale complesso, che si avvale di molteplici linguaggi e strutture comunicative ipermediali. A partire da un approccio semiotico-filosofico si rilevano i processi di significazione propri della “forma-museo” e della sua comunicazione e si propone un’analisi che, con atteggiamento critico, contempli la graduale e approfondita assimilazione dei precetti tradizionali propri della museologia oltre che l’adattamento degli stessi alle singole esigenze comunicative ed espositive delle istituzioni museali esaminate. Si presenta, infine, un modello museale ove l’istituzione è considerata non solo come il contenitore della materia di apprendimento, ma anche come mezzo, *medium*, per costruire metodi innovati di insegnamento e apprendimento all’interno di una logica di servizio globale del territorio circostante.

Giuliana Pascucci, dottore di ricerca in Storia e Conservazione dei Beni Culturali, è docente a contratto presso l’Università degli Studi di Macerata. Si occupa delle problematiche relative alla comunicazione multimediale, nonché della gestione e fruizione dei beni storico-artistici.

eum edizioni università di macerata



ISBN10 88-6056-058-6
ISBN13 978-88-6056-058-2

€ 18,50