

VILAKAS NOVADA MUZEJA EKSPOZĪCIJAS VIZUĀLĀS KOMUNIKĀCIJAS GRAFISKAIS DIZAINS

Graphic Design of the Visual Communication of the Exhibition of the Vilakas County Museum

Santa Miezīte

Rēzeknes Tehnoloģiju akadēmija, e-pasts: santiims91@inbox.lv

Diāna Apele

Rēzeknes Tehnoloģiju akadēmija, e-pasts: diana.apele@rta.lv

Abstract. *Communication is a conversation, communication, the way information is provided. The museum's exposure language must be aesthetic, informative, cognitive process and memory stimulation.*

The designer, who designs and offers museum-oriented and up-to-date design solutions, plays a major role in solving the issues. The designer, in collaboration with the museum's staff, should prepare materials and programs for the society that are in line with the museum's goals and objectives and which society would also consider worthwhile. The authors of the article have learned the wishes of the director of Vilakas County Museum and information about the graphic design requirements of ergonomic visual communication have been gathered, and the school history of the Vilakas County Museum has been developed.

The purpose of the article is to study the materials necessary for the exhibition of the Vilakas Region Museum and testimonies, information on visual communication in museums, analysis of interactions between graphic design and visual communication, as well as to analyze the visual design of the graphic design for the Vilakas Museum exposition on the history of regional schools.

Research methods are the study of literature and internet sources and analyzes the opinion of the director of the museum.

Keywords: *visual communication, graphic design, museum, museum design, communication.*

Ievads

Komunikācija ir saruna, saziņa, veids, kā tiek sniegta informācija. Muzeja valodai noteikti jābūt estētiskai, informatīvai, izziņas procesu un atmiņu rosinošai. Liela nozīme jautājumu risināšanā ir dizaineram, kas izstrādā un piedāvā muzeja mērķiem atbilstošus un mūsdienām aktuālus dizaina risinājumus. Būtbū dizaineram sadarbībā ar muzeja darbiniekiem jā sagatavo publikai materiāli un programmas, kas atbilstu muzeja mērķim un uzdevumiem, un ko arī sabiedrība uzskatītu par vērtību. Strādājot pie izstāžu grafiskā dizaina muzejā, dizaineram ir nepieciešams izvēlēties vispiemērotākos vizuālos elementus, lai veiksmīgi sazinātos ar apmeklētājiem (Grafiskais dizains pastāvīgās izstādes ekspozīcijai, 2012).

Mērķi, ko vēlas sasniegt šodienas muzeji, ir pārsteidzoši daudzveidīgi, piemēram, kāds mākslas muzejs savos apmeklētājos var tiekties raisīt tīri estētisku, neitrālu reakciju, kāds var darboties kā izglītojoša institūcija un savas sekmes mērīt pēc tā, cik plašas zināšanas apmeklētāji apgūst muzeja ekspozīcijās, kāds muzejs var orientēties uz kreatīvajām izpausmēm, bet kādam muzejam uzmanības centrā var būt estētiskie aspekti, mazāk domājot par atraktivitāti. Savukārt vēl kāds muzejs var tiekties pēc Nelsona Gudmena ideāla: būt institūcijai, kas "novērš un dziedē aklumu" (Stīvens, 2004–2008: 35).

Viļakas muzeja krājumos ir novadam raksturīgie etnogrāfiskie materiāli: darba rīki, vietējo podnieku darinājumi, mājās austās tekstilijas. Pašlaik Viļakas muzejam ir jādomā, kā apmeklētāji veiksmīgāk varētu orientēties muzeja ekspozīcijās un kā ekspozīcijas dizains un tā struktūra ietekmē apmeklētāju izziņas un mācīšanās procesu.

Pētījumā, kas tiek veikts galvenokārt no muzeja zinātniekiem un ekspertiem, secināts, ka muzeja uzdevums ir veicināt apmeklētāju mācīšanos (Muzeja izstāžu Dizains, 2014).

Raksta mērķis ir izpētīt Viļakas novada muzeja ekspozīcijai nepieciešamos materiālus un liecības, informāciju par vizuālās komunikācijas veidiem muzejos un analizēt grafiskā dizaina un vizuālās komunikācijas mijiedarbību, kā arī analizēt izstrādātā grafiskā dizaina vizuālo noformējumu Viļakas muzeja ekspozīcijai par novada skolu vēsturi. Pētījuma metodes ir literatūras un interneta avotu izpēte un analīze, analizēts eksperta – muzeja direktores viedoklis.

Muzeji ir publiskas iestādes, un tie darbojas kā saziņas līdzekļi ar sabiedrību. Veidojot ekspozīcijas un iekārtojot izstāžu telpas, dizainera darbs ir radīt pārliecinošu, muzeja mērķiem atbilstošu informācijas un materiālu atspoguļojumu.

Vizuālās komunikācijas veidi muzejos

Vizuālā komunikācija ir gan runa, gan rakstītais vārds, gan attēli. Tās uzdevums ir muzeju padarīt apmeklētājam estētiski pievilcīgu, lai intelektuālā un emocionālā līmenī nodrošinātu ar nepieciešamo informāciju. Katra indivīda redzes un citu sajūtu uztvere atšķiras, tas nozīmē – jārada, tāda vizuālā komunikācija, kas būtu efektīva konkrētai auditorijai.

Pastāv dažādas vizuālās komunikācijas formas. Atskatoties pagātnē, tie bija alu zīmējumi, kas darbojās kā lieliska komunikācijas forma, vēlāk parādījās dažādi gravējumi uz priekšmetiem, gleznas, fotogrāfijas, video tehnika, audio utt. Vēl mazliet vēlāk parādījās audiovizuālā forma, līdz nonāca pie tā, ka, apvienojot video, audio un verbālo valodu, tika iegūta ļoti pārliecinoša vizuālās komunikācijas forma (Poulin, 2012).

Ir pasveicami, ka dažādos muzejos vērojams atšķirīgs, savdabīgs telpu iekārtojums un to noformējums, eksponātu izkārtojums, atšķiras radošās darbošanās veidi un tehnoloģiju izmantošanas iespējas.

Pēc Meretes Froilandas domām, fiziskā vide nosaka, kā objekti, idejas un apmeklētāji satiekas un tiek pārveidoti. Cilvēka domas var ietekmēt krāsu izmantojums, arī tekstūra un ornamenta var ietekmēt domas. Ļoti lieli vai ļoti mazi priekšmeti var kalpot kā publikas pievilinātāji. Labs dizains var mudināt apmeklētājus pētīt un lasīt rakstīto informāciju (Froilanda, 2008: 90).

Vizuālajai uztverei ir liela nozīme ikviena cilvēka mācīšanās procesā, bet īpaši nozīmīga tiem, kas viegli uztver vizuālo informāciju. Ekspozīciju zāles savā būtībā ir ļoti vizuālas, tādēļ var teikt, ka muzeji ar savām ekspozīcijām patiesi sniedz apmeklētājiem vizuālo pieredzi, bet ne visas ekspozīcijas un ne vienmēr ir vienlīdz iedarbīgas (Froilanda, 2008: 89).

Mūsdienās muzejiem ir pavērušās jaunas komunikācijas iespējas, par kādām pirms simts gadiem nebija ne miņas. Muzeji visā pasaulē izmanto sociālos plašsaziņas līdzekļus – emuārus, wikis un vlogus. Piemēram, Imanta Ziedoņa muzeju ir iespējams izstaigāt virtuāli un vienlaikus apgūt epifānijas.

Var secināt, ka muzeji darbojas kā uzticami kultūras tiešsaistes tīkli, izplata zināšanas un izglīto jauno paaudzi tai īpaši labi saprotamā veidā – izmantojot informācijas tehnoloģijas. Jaunās iespējas it kā samazina paša muzeja nozīmību, iespējams, tajā ir mazāk apmeklētāju. Bet varbūt tieši iepriekš sociālajos plašsaziņas līdzekļos izzinātais rosina muzeju arī apmeklēt.

Viļakas muzeja direktore apgalvo, ka muzeja apmeklētāji samērā reti lasa muzejā izvietoto informāciju. Tāpēc pie katra priekšmeta vai fotogrāfijas ļoti īss apraksts. Apmeklētāji galvenokārt lasa ievada tekstus, kāpēc vispār ir tāda ekspozīcija un ko tajā var redzēt, tā teikt, vēsturiskais konteksts. Līdz ar to var nonākt pie secinājuma, ka vizuālās informācijas apjomam ir liela nozīme, svarīgi komunikāciju padarīt pēc iespējas saprotamāku un vizuāli efektīvāku. Raksta turpinājumā autore sniedz ieskatu par Viļakas novada muzeju un tā ekspozīcijas telpu mūsdienās.

Viļakas muzejs mūsdienās

Viļakas novada muzejs atrodas pilsētas kultūrvēsturei nozīmīgā 1913. gadā celtajā katoļu draudzes mājā, kas tautā savas nozīmības dēļ dēvēta par "Gaismas zāli" (skat. 1. att.). Muzejā atspoguļota Viļakas pilsētas un tās tuvākās apkārtnes vēsture no 13. gadsimta līdz mūsdienām – nozīmīgākie notikumi, izcilākās personības un laikmeta liecības.



1. attēls. Viļakas novada muzejs.
(<http://vilaka.lv/index.php?page=muzeji>).

Viļakas novada muzejs atrodas vecā koka ēkā ar krāsns apkuri. Izstāžu zāle ir 20 kvadrātmetru liela telpa ar krāsotu koka grīdu un tapetēm uz sienām, pie griestiem dienas gaismas lampas (skat. 2. att.).



2. attēls. Viļakas novada muzeja izstāžu zāles esošā situācija. Foto: S. Miežīte.

Tapetes ir ar smalku rakstu un mākslas darbi uz tām neizceļas. Arī telpas apgaismojums nepalīdz prezentēt mākslas darbus. Nav nevienas lietas, kas piesaistītu apmeklētāja uzmanību un rosinātu interesi. Ir skaidrs, ka muzeja izstāžu zāles dizains un iekārtojums šobrīd ir neatbilstošs mūsdienu prasībām un ir nepieciešama modernizēšana.

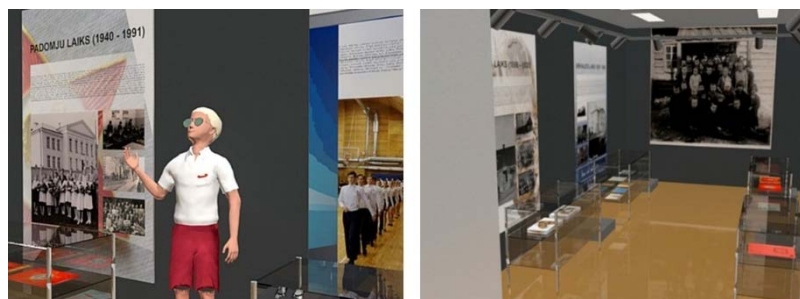
Grafiskais dizains Viļakas novada muzeja ekspozīcijā

Viļakas novada muzejam minētajā telpā tika izstrādāts interjera un ekspozīcijas noformējums, kas veltīts novada skolu vēsturei. Grafiskais dizains veidots praktisks un lakonisks, sadalot skolu vēsturi četros periodos no muižas laikiem līdz mūsdienām. Visiem četriem periodiem vienojošie dizaina elementi ir pelēko toņu gamma, tekstu šrifta un fotogrāfiju izvietojums (skat. 3. att.).



3. attēls. Viļakas novada muzeja ekspozīcijas grafiskais dizains. S. Miezītes vizualizācijas.

Ieejot izstādes telpā, apmeklētāji uzreiz pie pretējās sienas pamanītu lielformāta ekrānu, uz kura tiktu prezentēti video un foto materiāli, kas saistīti ar dažādu laiku skolu notikumiem. Informāciju ar attēliem par skolām četros laika periodos (muižas laiks, brīvvalsts, padomju laiks un mūsdienas). Informāciju plānots salikt uz lielformāta planšetēm, kam ir izstrādāts grafiskais dizains. Tādējādi, pieejot pie kādas no planšetēm, apmeklētājs uzreiz varēs sajūst tā laika noskaņas, jo grafiskā dizaina pamatā ir kāds konkrētā laika perioda priekšmets, kas grafiski attiecīgi pasniegts. Apmeklētājs varēs apskatīt gan tā laika vairākas skolu fotogrāfijas, gan izlasīt īsu svarīgāko informāciju. Lai telpā ienestu caurspīdīgumu un vieglumu, plānots izmantot četras stikla vitrīnas darbu eksponēšanai. Lai eksponētu zēnu un meiteņu skolas apģērbu, autore piedāvā izmantot manekenus, kas izvietoti uz nelieliem podestiem. Izstāde iegūtu kādu jaunu niansi, jo ik pa laikam būtu iespējams mainīt skolēnu apģērbu uz manekeniem, vairāk atklājot kāda konkrēta perioda skolēnu apģērbu modi (skat. 4. att.).



4. attēls. Viļakas novada muzeja ekspozīcijas grafiskais dizains. S. Miezītes vizualizācijas.

Vitrīnās paredzēts izvietot raksturīgākos skolas piederumus, ik pa laikam tos mainot vai papildinot. Izstādes zālē netālu no ieejas durvīm apmeklētājiem plānota arī iespēja izmantot skārienjūtīgu datora ekrānu, tā būtu iespēja individuāli darboties un pēc izvēles iepazīties ar informāciju par Viļakas novada skolām.

Krāsas cilvēkiem var izraisīt dažādas emocijas, ergonomiski lietojot, tās var būt ļoti efektīvs saziņas līdzeklis. Trīs primārās krāsas – sarkana, dzeltena un zila – vienmēr piesaista uzmanību un ietekmē skatītāju pozitīvi. Informatīvais materiāls un fotogrāfijas sakārtots uz lapām dzeltenā pasteltonī ar Viļakas novada karti zilā tonī. Šīs krāsas izvēlētas, lai ekspozīcija vairāk saistītos ar Viļakas vēsturi un krāsām no pilsētas ģerboņa.

Jaunais ekspozīcijas dizains izstrādāts, veiksmīgi sadarbojoties ar muzeja direktori. Var sacīt, ka dizaina projekts ir vienkāršs un lakonisks, bet telpa ieguvusi mūsdienu laikmetam atbilstošu izskatu. Muzeja ekspozīcijas iekārtojumā tiek nodrošināta daudzveidīga vizuālā komunikācija, kas ietver gan tekstus un fotogrāfijas, gan senatnīgas lietas un priekšmetus, gan mūsdienīgas tehnoloģijas.

Apgaismojums un vienā piesātināti tumšā tonī krāsotās sienas un griesti palīdz izcelt svarīgāko.

Secinājumi

Muzeja ekspozīciju grafiskā dizaina izstrāde, kā arī ekspozīciju iekārtošana ir kreatīvs process, kur vajadzīgas gan zināšanas, gan komunikācija starp pasūtītāju un dizaineri. Lai radītu jaunu interjera un ekspozīcijas dizaina risinājumu, ir jāizpēta analogi, vēstures liecības, tradīcijas, kā arī jāpārzina mūsdienās pieejamie materiāli. Jāprot uzklaut arī projekta pasūtītāja viedokli un vajadzības. Pētot datu bāzes un interneta resursus, autore secina, ka vizuālās komunikācijas grafiskā dizaina veidi muzejos ir daudzveidīgi un mākslinieciski izteismīgi.

Vizuālā komunikācija – tas ir gan krāsu izmantojums projektējamās telpās, gan apdares materiālu, mēbeļu un gaismas izvēle, gan rakstveida informācijas izvietojums. Viss iepriekš minētais uzrunā muzeja apmeklētājus, rada noteiktu noskaņu.

Veicot pētījumu, autore ieguvu sekojošus secinājumus:

- vizuālās komunikācijas uzdevums ir muzeju padarīt apmeklētājam estētiski pievilcīgu, lai intelektuālā un emocionālā līmenī nodrošinātu ar nepieciešamo informāciju;
- mūsdienās muzejos un izstāžu ekspozīcijās populāra ir tehnoloģiju izmantošana, apstākļu radīšana dažādiem muzeja apmeklētāju darbošanās veidiem;
- Viļakas muzejā atspoguļota pilsētas un tās tuvākās apkārtnes vēsture no 13. gadsimta līdz mūsdienām, bet muzejā nav izstāžu zāles, kur mūsdienu prasībām atbilstošā veidā informatīvos materiālus un priekšmetus prezentēt;
- izstrādātais grafiskā dizaina noformējums veidots praktisks un lakonisks, stāstot par skolu vēsturi četros periodos no muižas laikiem līdz mūsdienām;
- izstrādātajā dizaina projektā visiem četriem periodiem – nosaukt, vienojošie dizaina elementi ir pelēko toņu gamma, tekstu šrifta un fotogrāfiju izvietojums.

Muzeji darbojas kā saziņas līdzekļi ar sabiedrību. Veidojot ekspozīcijas un iekārtojot izstāžu telpas, dizainera darbs ir radīt pārlicinošu, ergonomisku, muzeja mērķiem un uzdevumiem atbilstošu informācijas un materiālu atspoguļojumu.

Summary

The museum's communication language with its customers must necessarily be aesthetic, informative, cognitive and memory-stimulating, and the solutions offered by the designer play an important role in solving these issues. When working at an exhibition in a graphic design museum, the designer needs to choose the most appropriate visual elements to successfully communicate with and educate the visitors, and the museum can achieve its goals.

The Vilaka Museum's collections contain ethnographic materials characteristic of the county, information about important events, outstanding personalities. The museum needs a new, more modern exhibition space design, as well as the introduction of new technologies for interactive activities, which are more binding to the latest museum visitors. The research and analysis of literature and Internet sources was made, the museum director's point of view was discovered to create a graphical design for the exhibition about the history of county schools. When creating an exhibition and arranging an exhibition space, it is intended to create a compelling presentation of information and materials appropriate to the purposes of the museum.

Visual communication – it's both speech, written word and pictures. As the perception of each individual's senses differs, it must create a visual communication that is effective for a particular audience. Human thoughts can be influenced by anything – colors, objects, textures. Nowadays, museums have come up with new communication opportunities that are provided by technology and also social networks.

The director of Vilakas Museum has observed that visitors to the museum are little read texts, therefore the amount of visual information is important, and the importance of making communication more effective.

The design of the graphic design for the museum's premises is practical and laconic, dividing the school history into four periods from the time of the manor to the present day. For all four periods, the design elements are the gamut of gray tones, text font and photos. It is intended for a large screen displaying video materials and pictures related to school events of different ages. Plans are designed to create time tastes, they have an object in a given period of time, which is graphically efficiently delivered. In order to bring transparency and ease into the room, it is planned to use glass showcases for exhibiting works and dummies for exhibiting boys 'and girls' school clothes. The project uses 3

primary colors – red, yellow and blue – always attract attention and influence. The informative material and photographs are arranged on leaves in yellow pastelton with Vilaka County map in blue. These colors are chosen to make the exposition more closely connected with Viļaka's history and colors from the city's coat of arms.

In order to create a new interior and exposition design solution, it is necessary to study analogies, historical traditions, traditions, and to be familiar with the materials available today. We must also be able to hear the views and needs of the project contractor. The design of the museum's exposition, as well as the arrangement of expositions, is a creative process requiring both knowledge and communication between the client and the designer. According to the analogues studied, the use of technologies, the creation of conditions for different types of visitors' activities of the museum itself is popular nowadays in museums and exhibitions.

Literatūra un avoti

1. Berper, A. A. (1998). *Seeing Is Believing: An Introduction to Visual Communication*. Skatīts 25.08.2017. <https://eric.ed.gov/?id=ED398158>
2. Flemings, D. (2009–2013). *Kas veido muzeja būtību – stāsti vai priekšmeti*. Muzejs mūsdienu sabiedrībā – 2. Baltijas muzeoloģijas skolas raksti. SIA "Jelgavas tipogrāfija".
3. Froilanda, M. (2004–2008). *Daudzveidīga pieredze daudzveidīgā vidē – muzejpedagoģijas teorētiskais ietvars*. Muzejs mūsdienu sabiedrībā – 2. Baltijas muzeoloģijas skolas raksti. SIA "Jelgavas tipogrāfija".
4. *Museum Exhibition Design: Communication of Meaning and the Shaping of Knowledge*. Skatīts 15.07.2017. <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042814055013>.
5. Ozola, E. (2006). *Krāsas uztvere un iedarbība*. Rīga: Jumava.
6. Poulin, R. (2012). *Graphic Design and Architecture: A 20th Century History*. A Guide to Type, Image, Symbol, and Visual Storytelling [Electronic version]. New York.
7. Stīvens, E. V. (2004–2008). *Ietekme – rezultāta mēraukla*. Muzejs mūsdienu sabiedrībā – 2. Baltijas muzeoloģijas skolas raksti. SIA "Jelgavas tipogrāfija".
8. Stīvens, E. V. (2004–2008). *Veiksmes/neveiksmes shēma muzejos*. Muzejs mūsdienu sabiedrībā – 2. Baltijas muzeoloģijas skolas raksti. SIA "Jelgavas tipogrāfija".
9. Šusts, V. (1979). *Telpas uztvere un kompozīcija*. Rīga: Zvaigzne.
10. *Viļakas novada vēsture*. (2011–2017). Skatīts 25.08.2017. <http://vilaka.lv/index.php?page=muzeji>.