

# INDICE

<b>PRESENTAZIONE DI J. S. PETŐFI</b>	p. vii
<b>INTRODUZIONE</b>	p. 11
<b>1. SIGNIFICAZIONE MUSEALE</b>	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
<b>2. SITUAZIONI COMUNICATIVE MUSEALI</b>	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
<b>3. MEZZI DI COMUNICAZIONE E TRASFORMAZIONI CULTURALI</b>	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
<b>4. IPOTESI DI MODELLO COMUNICATIVO NEL MUSEO DEL TERRITORIO</b>	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
<b>APPARATI</b>	p. 157
<b>GLOSSARIO</b>	p. 159
<b>RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI</b>	p. 165
<b>RISORSE WEB</b>	p. 176
<b>INDICE DEI NOMI E DEI LUOGHI</b>	p. 179