

Univerzita Karlova v Praze
Filozofická fakulta

DIPLOMOVÁ PRÁCE

2012

BcA. Nina Seyčková, DiS.

Filosofická fakulta Univerzity Karlovy v Praze

Ústav informačních studií a knihovnictví, Studia nových médií

DIPLOMOVÁ PRÁCE

BcA. Nina Seyčková, DiS.

Využití nových médií v muzeologii

The Use of New Media in Muzeology

Praha 2012

PhDr. Anna Stöcklová

Na tomto místě bych ráda poděkovala především Dominice Šeblové, která mi poskytla cenný pohled zvenčí, Karin Kottové, která mě inspirovala v realizaci výstavního projektu, svému synovi Erikovi za skvělou náladu a trpělivost a všem ostatním, kteří mi pomohli s realizací výstavy v Muzeu Fráni Šrámka.

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci vypracovala samostatně, že jsem řádně citovala všechny použité prameny a literaturu a že práce nebyla využita v rámci jiného vysokoškolského studia či k získání jiného nebo stejného titulu.

V Praze dne

Podpis:

Abstrakt

Tato práce, propojuje praktický projekt revitalizace Muzea Frani Šrámka v Sobotce s dostupnou teorií. Popsány jsou tři teoretické oblasti – muzeum, vzdělávání a nová média. Historicky jsou muzea demokratickými vzdělávacími institucemi. V současné době, muzea využívají zejména principů neformálního vzdělávání, které přináší větší diverzitu v přístupu k učení. Nová média jsou vhodným prostředkem k obohacení a realizaci neformálního vzdělání v muzeu. Muzea využívají nová média v různých formách. Tato práce se zaměřuje na dva způsoby využití nových médií – technologický a obsahový, který vychází z jejich charakteristiky. Centrálním argumentem práce je, že při přípravě expozic je podstatná celková koncepce a přístup – novomediální výstavu netvoří fakt, že součástí expozice je moderní technologie. Přínosem práce je popsání paralely mezi vlastnostmi nových médií a fungováním moderního muzea, aplikace teorie v praktickém projektu a analýza tvorby novomediálního muzea, což je v kontextu České Republiky zatím ojedinělé.

Klíčová slova:

nová media; muzeum; interaktivita; neformální vzdělávání; Web. 2.0

Abstract

This work connects a practical project, revitalization of Frani Sramka Museum in Sobotka, with available theory. Addressed are three theoretical areas – museum, education and new media. Historically, museums are democratic educational institutions. Currently, museums use mainly principles of non-formal education that displays higher diversity in learning approaches. New media are appropriate means of enrichment and practical application of non-formal education in museums. Museums use new media in diverse ways. This work addresses two uses of new media – technological and conceptual, which stems from the characteristics of new media. The argument of this work is that conceptual new-media approach should be the focus when preparing an exhibition – new-media exhibit is not created purely by incorporation of modern technology. The contribution of this work is a description of a parallel between new media characteristics and functioning of the museum, connection of theory to a practical project and analysis of new-media museum creation , which is up to now unusual in the Czech Republic.

Key words:

new media; museum; interactivity; non-formal education; Web 2.0

Obsah

Úvod.....	9
1. Muzeum a jeho proměna ve vzdělávací instituci třetího tisíciletí	11
1.1. Definice pojmu muzeum.....	11
1.2. Muzeum, jeho činnosti a funkce.....	13
1.2.1. Sbírkotvorná činnost muzea	13
1.2.2. Evidence a inventarizace sbírek.....	14
1.2.3. Prezentace sbírek	15
1.3. Transformace muzeí	16
1.3.1. „Veřejný palác“	16
1.3.2. „Bílé krychle“	17
1.3.3. „Kulturní supermarket“	18
1.3.4. Muzeum jako „třetí prostor“	19
1.4. Komunikační strategie v muzeologii	20
1.4.1. Vnější prostor muzea – architektura a umístění.....	21
1.4.2. Vnitřní prostor muzea	22
1.4.3. Výstavní prostory.....	23
2. Muzeum, vzdělávání a procesy učení.....	26
2.1. Principy a teorie učení	27
2.2. Neformální vzdělávání.....	28
2.2.1. Kooperativní učení.....	30
2.2.2. Aktivní účast.....	31
2.2.3. Učení zážitkem	32
2.3. Muzeum a škola.....	33
2.3.1. Rámcové vzdělávací programy.....	33
2.3.2. Klíčové kompetence.....	35
2.4. Galerijní animace a speciální programy.....	36
2.4.1. Doprovodné programy	36
3. Muzeum a jeho návštěvník	38
3.1. Definice pojmu návštěvník	38

3.2. Cílové skupiny.....	39
3.2.1. Rodiny s dětmi.....	40
3.2.2. Mladí lidé – dospívající.....	41
3.2.3. Starší lidé.....	42
3.3. Participace návštěvníka a interaktivita.....	43
4. Nová média a muzeum	46
4.1. Charakteristika nových médií.....	47
4.2. Web 2.0 ~ Muzeum 2.0.....	51
4.3. Nová média a mediální prezentace muzea	54
5. Praktická část diplomové práce – Projekt Revitalizace Muzea Fráni Šrámka	59
5.1. Historie muzea Fráni Šrámka.....	59
5.2. Organizační struktura Muzea Fráni Šrámka.....	61
5.3. Šrámkova Sobotka – Festival českého jazyka řeči a literatury	61
5.4. Původní expozice	62
5.5. Koncepce nové výstavy	63
5.5.1. Obsah a rozsah výstavy.....	63
5.5.2. Cíl výstavy.....	64
5.5.3. Cílové skupiny	65
5.5.4. Doprovodné programy	65
5.5.5. Realizační tým výstavy	66
5.5.6. Trvání výstavy	67
5.5.7. Dispozice výstavního prostoru	67
5.6. Novomediální aspekt nové výstavy v Muzeu Fráni Šrámka.....	68
5.6.1. Celkové hodnocení projektu Revitalizace muzea Fráni Šrámka	69
5.6.2. Možnosti dalšího rozvoje Muzea Fráni Šrámka	70
Závěr	72
7. Seznam použité literatury	73
8. Přílohy	84

Seznam zkratek

ICOM – The International Council of Museums

CES – Centrální evidence sbírek

MoMA – Museum of Modern Art

MŠMT ČR – Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy České republiky

PDA – Personal Digital Assistant

PR – Public Relations

RVP – Rámcové vzdělávací programy

SNSE – Science Now, Science Everywhere

ŠVP – Školní vzdělávací programy

URL – Uniform Resource Locator

Úvod

Nová média se stávají každodenní součástí života moderního člověka. Nejde však jen o využívání počítače v pracovním i soukromém životě, protože nová média se objevují i na místech, kde bychom je neočekávali – např. v muzeu. Muzea využívají nová média v různých formách, v mé práci považuji za nejdůležitější dva způsoby využití nových médií a to aspekt technologický a obsahový, který vychází z charakteristiky nových médií. Vytvořila jsem paralelu mezi vlastnostmi nových médií a fungováním moderního muzea, s čímž jsem se v dostupné literatuře neseťkala.

Cílem této práce bylo provázat praxi získanou v rámci realizovaného projektu v Muzeu Fráni Šrámka s teorií a ověřit teze, které se často objevují v odborné literatuře. Hlavní cílovou skupinou revitalizovaného Muzea Fráni Šrámka jsou dospívající návštěvníci, a proto jsem se zaměřila na muzeum jako na vzdělávací instituci. Již první muzea naplňovala vzdělávací funkce a tato role muzeí se během vývoje ještě posílila. V souhrnu lze tedy říci, že tato práce se věnuje teorii muzeí, teorii vzdělávání a teorii nových médií.

Vzhledem k důležitosti muzea v procesu vzdělávání, je toto téma často reflektováno i v literatuře. Jednou ze základních tezí je, že muzeum je ideálním místem pro realizaci neformálního vzdělávání, což je čitelné ze změny role muzea, která se udála během historického vývoje. Výzkum dokazuje, že neformální vzdělávání díky zapojení nejen mysli, ale i ostatních smyslů a tělesnosti, využívání přirozených sociálních interakcí a díky flexibilitě v porovnání s formálním vzděláváním, zlepšuje uchování získaných informací, znalostí a zkušeností. Nová média jsou vhodným prostředkem k obohacení a realizaci neformálního vzdělání v muzeu.

Na základě realizace vlastního projektu v Muzeu Fráni Šrámka a přečtené literatury se ukázalo, že při přípravě expozic je podstatná spíše celková koncepce a přístup – novomediální výstavu netvoří fakt, že součástí expozice je moderní technologie. Samotná forma nestačí. Důležité je vytvořit takový obsah, který návštěvníkům muzea otvírá cesty k interpretaci, který ho nevede expozicí slepě jen jedinou cestou od skleněné vitríny ke druhé, ale nechává mu prostor pro vytvoření svých vlastních cest, působí na jeho představivost i emoce a tím prohlubuje procesy učení.

Vzhledem k tomu, že v práci propojují tři velká témata – muzeum, vzdělávání a nová média – nebylo možné věnovat se jim v plné šíři, kterou by si jistě zasloužily a zahrnout všechny teoretické názory na danou problematiku. Použité texty obsahovaly průsečík celkové koncepce této práce a alespoň jednoho tématu. Ačkoli předmětem praktické části byla revitalizace literárně-životopisného muzea, zahrnuty byly i texty, které se zabývaly jinými typy muzeí - muzeem umění, historickým, přírodovědným muzeem, či muzeem of science. Díky mému zaměření na použité principy, ne na specifické technologie, bylo možné čerpat inspiraci nejen z obdobně zaměřených muzeí, ale i z muzeí ostatních typů, i když je jejich problematika odlišná.

1. Muzeum a jeho proměna ve vzdělávací instituci třetího tisíciletí

Muzea jsou chápána za autoritativní kulturní instituce, které zprostředkovávají návštěvníkům vědění a informace. Povaha a role muzea se v čase vyvíjela a ukazuje se, že „osvědčené“ komunikační postupy již nestačí – na základně nových idejí o kultuře, společnosti a vládních iniciativ dostala muzea počátkem 21. století nové impulzy k přehodnocení vlastního významu, redefinování své pozice v kultuře a společnosti, využívaných pedagogických postupech a komunikačních strategií. (Hooper-Greenhill, 2007, str. 1) Nové pohledy na vztah mezi médiem (médií) a jeho publikem ovlivnily i vztah mezi muzeem a jeho návštěvníkem – je třeba přeměnit muzea v otevřené komunikující instituce, které budou odpovídat současným nárokům na formu vzdělávání, budou schopny obstát v konkurenci s jinými volnočasovými aktivitami, plnit svoje tradiční funkce (tvorba sbírek, výzkumná a konzervační činnost) a zároveň se přizpůsobit novému tisíciletí. (Falk, Dierking, 2000, str. 11) Muzea jsou neustále v procesu transformace, která nikdy nekončí. Je nutné pochopit, jakým vývojem muzea v historii prošla, protože koncept muzeí v současnosti je hybridní formou předešlých typů. (Prior, 2003, str. 67) Současné muzeum si z předešlých typů muzeí vzalo to nejlepší – otevřelo se návštěvníkovi, ke kterému hledá nové cesty, do popředí se rovněž dostala role vzdělávání v muzeu, protože skýtá rozsáhlé možnosti jak prezentovat obsah jinak než v tradičním vzdělávacím systému, ale zároveň stále musí naplňovat své tradiční funkce. (Hein, 1998) Proto v úvodní kapitole definuji základní pojmy, nastíním činnosti muzeí a zaměřím se na jejich vývoj.

1.1. Definice pojmu muzeum

Existuje více definicí pojmů muzeum a s ním spojených dalších institucí (galerie, kunsthalle¹. atd.), etymologicky je český pojem muzeum odvozen z řeckého slova *museion*, které označovalo chrám múz (bohyň inspirace a patronek umění), ve kterém se setkávali učenci, tvůrci a studenti. Chrámy múz byly centrem duchovních, tvůrčích i náboženských hodnot. (Gielbenhausen, 2006, str. 44) *Muzeum*, podle definice profesního kodexu Mezinárodní rady muzeí ICOM (The International Council of Museums) z roku 1986 „je stálá nevýdělečná

¹ Výstavní síň (také Kunsthalle, Domy umění) – V České republice příspěvkové organizace, nestátní neziskové organizace, ostatní právnické a fyzické osoby s celoročním výstavním programem, které nevyvíjí sbírkovou činnost ani se nezabývají prodejem či zprostředkováním uměleckých děl do majetku třetích osob. (ProCulture, 2008)

instituce ve službách společnosti a jejího rozvoje, otevřená veřejnosti, která získává, uchovává, zkoumá, zprostředkuje a vystavuje hmotné a nehmotné dědictví lidstva a jeho prostředí za účelem studia, vzdělání, výchovy a potěšení.“ (Profesní kodex muzeí ICOM, 1987) Kromě tvorby sbírek, konzervační a výzkumné činnosti a přípravy výstav se tedy důležitou složkou činnosti muzeí stala během posledních dvou dekad kontinuální a systematická práce s veřejností, s různými specifickými skupinami návštěvníků, vzdělávací a výchovná funkce. ICOM však pod pojem muzeum zahrnuje i další neziskové kulturní instituce (kupříkladu přírodní, archeologické a etnografické památky, botanické či zoologické zahrady, střediska vědy a techniky či planetária), jejichž povaha se jen částečně překrývá s klasickou představou muzea jako majestátní budovy s vitrínami. (ICOM, 1987) Pro tyto instituce je jmenovatelem právě zaměření na vzdělávání a návštěvníka. Tato rozšiřující definice staví muzea do širšího socio-kulturního kontextu, poskytuje jim možnost vzájemně kooperovat, inspirovat se a obohacovat a společnými silami tak naplňovat volný čas nejrozličnějšího publika.

V angloamerickém kontextu, který je často inspirací pro české muzejní prostředí, je muzeum chápáno jako instituce, která systematicky pracuje se svou vlastní sbírkou, jak na úrovni vědecké, konzervační, výzkumné a prezentační, tak právě ve vztahu práce s veřejností. Nicméně v prostředí České republiky bývá muzeum institucí, která většinou nepracuje s uměním (historické muzeum, přírodovědné, vlastivědné, technické apod.). S uměleckými díly, obrazy, sochami a užitým uměním v České republice pracují instituce většinou označené jako galerie². Pojem galerie se tedy užívá ve významu muzea umění a rovněž pro komerční galerie či kunsthalle. V angloamerickém prostředí galerie nedisponuje svou vlastní sbírkou a dfla si pro výstavní účely zapůjčuje od jiných institucí nebo od soukromých osob či subjektů; v České republice toto neplatí (příkladem je např. Národní galerie Praha – Veletržní palác, která má obsáhlou a velmi kvalitní sbírku moderního umění). (ProCulture, 2008) Nebude-li uvedeno jinak, budu ve své práci používat pojem muzeum, ačkoli v určitých pasážích se bude jednat o muzeum

² V České republice jsou galerie příspěvkové organizace, dále nestátní neziskové organizace, ostatní právnické a fyzické osoby s celoročním výstavním programem, které vytvářejí sbírky dočasného či trvalého charakteru, které mohou být zapsané v CES. Obecně se ve světě pod pojmem galerie rozumí subjekt, zpravidla soukromého typu, který se zabývá zprostředkováním uměleckých děl jednotlivcům, soukromým sběratelům i veřejným institucím. Galerie dlouhodobě sledují konkrétní umělce, umělecké skupiny či specifické umělecké formy či období. Organizačně zajišťuje prezentace děl a umělců na nejrůznějších veřejně přístupných výstavních a jiných projektech, čímž se podílí se na utváření profesionální kariéry umělců i jejich hodnoty na trhu. (ProCulture, 2008)

umění, jindy spíše o historické, vlastivědné, přírodovědné či jiné. Teoretické práce, často pocházející právě z angloamerického prostředí, popisují muzea i galerie a já z nich použila teze, které byly relevantní pro zpracování a realizaci mého vlastního projektu v Muzeu Fráni Šrámka v Sobotce.

1.2. Muzeum, jeho činnosti a funkce

V České republice se činnost muzeí řídí především zákonem č. 122/2000 Sb., o ochraně sbírek muzejní povahy a o změně některých dalších zákonů, ve znění pozdějších předpisů (změna: 186/2004 Sb., 483/2004 Sb., 203/2006 Sb.) a vyhláškou Ministerstva kultury č. 275/2000 Sb., o ochraně sbírek muzejní povahy a o změně některých dalších zákonů; dále je regulována metodickými pokyny Ministerstva kultury ČR a dalšími právními předpisy souvisejícími s muzejnictvím. V této kapitole velmi stručně představím tři hlavní náplně práce muzea (sbírkotvorná činnost, evidence a prezentační činnost), aby tak vznikl komplexní obraz o práci muzea. Ač se tato práce zaměřuje především na tvorbu výstav a na práci s návštěvníkem, nelze funkce muzea minimalizovat jen na výstavní činnost. Sbírkotvorná, evidenční a prezentační funkce muzea jsou v současné době ovlivněny nástupem nových médií a příchodem nových technologií (digitalizace sbírek, prezentace sbírek ve virtuálním muzeu apod.), což ovlivňuje proces přípravy výstav a expozic a ve výsledku má tedy vliv na zážitek návštěvníka.

1.2.1. Sbírkotvorná činnost muzea

Tvorba sbírek je kreativní a interpretační činnost pracovníků muzea (kurátorů³), kteří kombinací, vystavováním a pomocí doprovodné dokumentace ke sbírce vytváří nové kulturní hodnoty. Každý sbírkový předmět, i ten, který na první pohled považujeme za bezvýznamný, má

³ Slovo kurátor pochází z latinského curator – poručník (popřípadě od slovesa curare – starat se o něco/někoho), doslova se tedy jedná o pečovatele a opatrovníka. Zatímco v minulosti role kurátora spočívala především v opatrovnictví a klasifikaci uměleckých děl a artefaktů, a kurátor byl spíše konzervátorem a znalcem, dnešní role kurátora se díky dynamickým změnám ve společnosti stává komplexnější – v posledních desetiletích se smývají hranice mezi kurátorem, organizátorem, administrátorem, historikem umění (badatelem), kritikem a umělcem – kurátor má především objevovat a zprostředkovávat vztahy mezi vystavovaným a skutečností, přičemž je důležité, aby návštěvník muzea byl partnerem v dialogu. Pro práci kurátora je také velmi určující, pro jaký druh instituce pracuje, zda pro státem zřízenou instituci či samostatný subjekt nebo dokonce alternativní projekt. (Pachmanová, 2007)

svou hodnotu, když jej vložíme do správného kontextu – mohlo by se kupříkladu zdát, že skici a přípravné práce k finálním obrazům jsou méně hodnotné, ale vystavíme-li zároveň skici a výsledné obrazy, vznikne komplexnější obraz malíře, názorněji přiblížíme jeho tvůrčí procesy a vývoj. (Žalman, 2002, str. 10) Odborně tvořená sbírka tedy není nahodilé sbírání jednotlivých předmětů, ale vzniká díky vědecko-výzkumné činnosti, která analyzuje konkrétní předměty a přezkoumává další možnosti rozšiřování a obohacování sbírky. Výzkumná činnost je tak důležitou součástí tvorby a rozšiřování sbírek a péče o ně. Sbíрка se tak stává živým organismem, který je silný ve své celistvosti, zároveň však neustále narůstá a ubývá. Sbíрка má vypovídací hodnotu o přírodě, společnosti a lidských výtvořech a je vytvářena s jistým cílem a záměrem, jenž zprostředkovává návštěvníkovi muzea – *žádné veřejné muzeum totiž nebylo založeno proto, aby „mělo“ sbírku, ale proto, aby jejím prostřednictvím – zjednodušeně řečeno – znovu a znovu pomáhalo lidem pátrat po odpovědi na věčnou otázku – kdo jsme, odkud přicházíme a kam směřujeme. To je skutečné zadání veřejnosti, proto jsou muzea z veřejných rozpočtů, tedy z peněz občanů, financována.* (Žalman, 2002, str. 13). O sbírku musí být kontinuálně pečováno formou uspořádání výstav, speciálních programů či tvorbou publikací (nemá sloužit jen badatelské činnosti kurátorů) a permanentní inventarizací, dále je třeba shromažďovat doprovodnou dokumentaci (tezaurace), starat se o evidenci, restaurovat, konzervovat a preparovat sbírkové předměty.

1.2.2. Evidence a inventarizace sbírek

Evidence sbírek a s ní související inventarizace nebyla vždy podstatnou složkou náplně práce muzejních pracovníků. Na počátku 60. let byl přijat zákon č. 54/1959 Sb. o muzeích a galeriích a díky tomu došlo v českém muzejnictví k velkému zlomu – do muzeí nastoupili profesionální pracovníci (archeologové, botanici, historici, etnografové apod.). Nicméně ti však chápali muzeum jako zázemí pro svou badatelskou činnost, už méně je zajímala sbírkotvorná práce, pořádání výstav, práce s návštěvníkem a právě evidence sbírek. Toto se změnilo v roce 1984, kdy začaly platit nové Směrnice pro správu, evidenci a ochranu sbírek v muzeích a galeriích a evidenci nebylo možné dále odsouvat do pozadí. (Žalman, 2002, str. 17) Evidence a inventarizace jsou úzce propojené – inventarizace je porovnávání sbírkového předmětu s jeho evidenčním záznamem – smyslem této práce je ověřit, zda předměty skutečně existují, předcházet jejich poškození, revidovat jejich správné uložení a popřípadě zjistit škody po mimořádných

událostech (povodně, vloupání či jiné havárie). Díky zákonu nebylo možné ignorovat evidenci sbírek, stejně tak i inventarizaci, což dokládá uzákonění povinnosti inventarizace minimálně 5 % sbírky za rok. (Sbírka předpisů České republiky, 2000) Pro účely této práce se dále nebudu rozepisovat o úskalích evidence a inventarizace muzejních sbírek, bylo však třeba zmínit, že se jedná o důležité činnosti muzea, protože kvalitní evidence a inventarizace jsou nástroje pro efektivní práci se sbírkou.

1.2.3. Presentace sbírek

Jak již bylo řečeno, muzeum nesbírá věci jen proto, aby sbírku mělo, ale proto, aby informace z ní plynoucí mohlo předávat návštěvníkovi – role muzea již není dále limitována jen konzervováním předmětů, ale mělo by se snažit jejich význam a hodnotu reinterpretovat v nových souvislostech a informace sdílet s návštěvníky. (Žalman, 2002, str. 15) Podle Příručky muzejníka jsou základními formami muzejní prezentace:

- dlouhodobé výstavy (obvykle označované za expozice) nebo výstavy krátkodobé;
- muzejní programy (přednášky, hudební a taneční vystoupení, besedy se zájmovými skupinami, speciální exkurze, workshopy apod.);
- muzejní publikace (odborné i populární). (Žalman, 2002, str. 25)

Tyto tři základní formy muzejní prezentace v sobě zahrnují celou škálu možných podob v návaznosti na užití prezentační formy (online projekty, prezentace digitalizovaných sbírek, účast v projektech typu Muzejní noc, akce v souvislosti s muzeem, které se konají na jiných místech atd).

Kromě toho muzeum zapůjčuje prostory k pořádání nemuzejních aktivit, které nemají přímou souvislost s jeho sbírkou či se zaměřením muzea. O možnostech prezentace v prostředí muzea a o důležitosti práce s různými skupinami návštěvníků (děti, mládež, starší lidé) bude podrobněji psáno v kapitole Komunikační strategie v muzeologii a Muzeum a návštěvník a zaměřím se také na konkrétní práci s návštěvníkem v Muzeu Fráni Šrámka v Sobotce. Právě prezentace sbírek a zábavná a edukační činnost muzeí je v současnosti preferována a zaměřuje se na ni nejvíce pozornosti – ať již v teorii či praxi.

1.3. Transformace muzeí

Lidé mají imanentní potřebu muzealizovat skutečnost, tedy archivovat a pracovat s předměty či obecněji s kulturním dědictvím a vytvářet tak prostor pro lepší uchopení současnosti. (Žalman, 2004, str. 199) Povaha muzeí se kvůli změnám ve společnosti, díky příchodu nových médií, sdělovacích technologií a měnícím se nárokům návštěvníků měnila a stále mění. (Hooper-Greenhill, 2007, str. 1) Dynamičtější vývoj muzeí započal v 18. století. Vývoj byl akcelerován prudkými změnami ve společnosti, příchodem rozhlasového a televizního vysílání ve 20. století, nástupem internetu na přelomu tisíciletí a s příchodem nových technologií a médií na počátku třetího tisíciletí vývoj pokračuje. (Giebelhausen, 2006, str. 41-43) Vývojem muzeí se zabývali různí teoretikové a lze ji nahlížet z odlišných úhlů pohledu. V této práci představím čtyři náhledy na povahu muzeí⁴, které odpovídají určitému kulturně-historickému pozadí – muzeum jako „veřejný palác“, muzeum „bílé krychle“, „kulturní supermarket“ a muzeum „třetího prostoru“. Tyto charakteristiky fungují jako jakési archetypy muzejních forem. Ne každé muzeum však prošlo lineárním vývojem od veřejného paláce po třetí prostor, i v dnešní době najdeme muzea fungující jako veřejný palác a jen některá se stala muzei třetího prostoru. Většina muzeí kombinuje charakteristiky všech čtyř archetypů.

1.3.1. „Veřejný palác“

Muzeum v moderním slova smyslu, tzv. muzea „veřejného paláce“, časově spadají do období osvícenství, avšak sbírání umění a práce s artefakty je mnohem starší. První sbírání umění a další práce s artefakty sahá až do období 2. tisíciletí př. n. l., tedy do období starověké Mezopotámie a Egypta. (Kottová, 2011) V antice byly obrazy sdružovány do pinakoték – pojem pinakotéka se v období renesance vžil jako označení veřejných obrazáren panovnických rodů; ve středověku se objevovala snaha tvořit sbírky pokladů. Až roku 1743 však byla uveřejněna rodinná sbírka Medicejských, kteří zpřístupnili díla ve svém vlastnictví veřejnosti. (Kottová, 2011) První muzea tedy vznikala v druhé polovině 18. století právě přerodem ze soukromých sbírek či z kabinetů kuriozit. Muzea „veřejného paláce“ lze tedy popsat jako instituce

⁴ Toto dělení a nastíněný vývoj muzeí je inspirován prací Karin Kottové z textu *Demokratizace umění* a z cyklu přednášek v rámci předmětu *Projekty muzea umění* na Fakultě humanitních studií UK, který jsem absolvovala v rámci studia. Karin Kottová je autorku pojmu „veřejný palác“, který zavedla právě ve svém textu *Demokratizace umění*.

shromažďující a zprostředkovávající vědění v duchu osvěcenských myšlenek a tím vzdělávaly a kultivovaly své publikum.

Sbírky dříve přístupné jen aristokratickým přátelům majitelů sbírky začínají být postupně zpřístupňovány veřejnosti. Charakteristické pro „veřejné paláce“ je snaha o demokratizaci muzeí, resp. umění⁵. Důležitým krokem k otevření a demokratizaci muzeí bylo otevření Britského muzea v neděli pro pracující lid. (The British Museum, 1993) Přes týden sice muzeum otevřené bylo, ale návštěvníkem rozhodně nebyl „obyčejný“ pracující člověk, dosavadním typickým návštěvníkem byli lidé z vyšší společenské vrstvy, kteří nepracovali manuálně. Muzeum, které má otevřeno v neděli, zaujímá zcela jiný vztah k obyvatelům města – je jim mnohem přístupnější. (Forgan, 2005, str. 581) Práce s návštěvníkem však zcela chyběla – navštívit muzeum bylo spíše společenskou událostí a otázkou prestiže. Prototypem muzea „veřejného paláce“ je instituce jako Louvre.

Ve stejné době jako se začaly zpřístupňovat sbírky veřejnosti, začaly se poprvé stavět budovy primárně s muzejním účelem. (Giebelhausen, 2006, str. 42) V interiéru byly umělecké objekty pouze umístěny těsně vedle sebe tak, že často zabíraly celé stěny od stropu dolů. (Kottová, 2011) Hranice mezi sbíráním a vystavováním uměleckých děl byla tedy nezřetelná, protože umístit dílo v daném interiéru bylo přirozeným způsobem existence sbírky. Vznikly tak v podstatě stálé expozice, tj. prezentace vlastních, muzeem získaných děl, které se staly synonymem pro muzeum samotné. (Kesner, 2003, str. 95) Až později narůstal význam krátkodobých nebo putovních výstav. (Proctor, 2010, str. 39)

1.3.2. „Bílé krychle“

Další etapou vývoje je autoritativní modernistické muzeum v prostoru „bílé krychle“ – pojem „bílá krychle“ zavedl Brian O'Doherty v knize *Inside the White Cube: The Ideology of the Gallery Space* a týká se koncepce muzeí vzniklých v době muzeálního boomu. (O'Doherty, 1999) Architektonicky se často jedná o majestátní bílé budovy vzbuzující autoritu a působící vznešeným dojmem chrámu – vznešená budova se tak stala doménou muzea a návštěvník

⁵ Pojem demokratizace umění „je chápán jako iniciativa jednotlivců, institucí, států nebo dalších právních subjektů, které považují výtvarné umění za důležitou součást lidského života a společnosti a v tomto duchu usilují o jeho obecnou přístupnost.“ (Kottová, 2011)

přichází často za ní a méně již za uměleckým dílem samotným (Kesner, 2003, str. 95). Architektura tak strhává pozornost na sebe a určuje postoj, který návštěvník zaujímá k dílu ještě před vstupem do výstavních prostor – nábožnou úctu a pokoru. Návštěvník přichází do galerie, kde nachází jednotlivé exponáty na bílých stěnách doplněny jen krátkou textovou informací; většinou chybí širší kontextuálně-historické pozadí díla. (O'Doherty, 1999) Typickým příkladem modernistické koncepce je třeba Národní galerie – Veletržní palác. (Veletržní palác, 2010) Synonymem pro dojem návštěvníka z výstavy je kontemplace – návštěvník ve velkých sálech „bílých krychlí“ tiše rozjímá a vnímá dílo, pomalu prochází prostorami, na nic nesáhá a v duchu jej provází až nábožná úcta k představenému výběru exponátů. Hluboká kontemplace byla z pohledu tradiční estetiky podstatou vnímání uměleckého díla. To je založeno na předpokladu, že prožitek díla se rovná estetické kontemplaci v duchu Kantova nezainteresovaného zálibení. (Kottová, 2011)

Typ expozice v „bílých krychlích“ bývá postaven na principu tzv. nevinného oka – pojem nevinné oko zavedl John Ruskin, který požaduje, aby člověk přistupoval k dílu jako nepopsaná deska, jako by jej viděl poprvé, má se odprostit od znalostí a konsekvencí, které mu při pohledu na dílo vyvstávají na mysl, má se dívat izolovaně, bez zapojení minulých zkušeností a vědomostí. (Ruskin, 2010) Tento koncept je však hrubě v rozporu s potřebami a možnostmi diváka, který spíše chce dílu porozumět, zjistit více o autorovi samotném či okolnostech vzniku díla a historické době (Kesner, 2003, str. 100).

1.3.3. „Kulturní supermarket“

Dalším archetypem muzea je „kulturní supermarket“, který odkazuje na současný konzumerismus, masovou kulturu a popkulturu. „Kulturní supermarket“ je pojem Nicka Priora z textu *Having One's Tate and Eating It: Transformations of the Museum in a Hypermodern Era*. Podle něj návštěvník v „kulturním supermarketu“ nemá možnost nerušeně rozjímát nad jednotlivými exponáty, jak je tomu v „bílých krychlích“ – většinou totiž muzeum uspořádá výstavu tak hojně navštěvovanou, že se návštěvník tlačí mezi zástupy lidí od exponátu k exponátu. (Prior, 2003, str. 55) „Kulturním supermarketem“ jsou nazývána muzea úspěšně konkurující jiným volnočasovým aktivitám a pořádající velmi bombastické výstavy (tzv. blockbuster exhibitions/blockbuster shows) – průvodním jevem je obrovská masa lidí čekající před vstupem v

dlouhých frontách. (Noordegraaf, 2004) V „kulturním supermarketu“ také bývá vše interaktivní, barevné a atraktivní, navštívit výstavu je až módní záležitostí, protože všichni na ní byli a všichni o ní mluví. (Kottová, 2011) Návštěvník-konzument očekává víc než jen setkání s uměním⁶ – chce se v muzeu setkat s přáteli, konverzovat, vypít kávu v muzejní kavárně, nakoupit v muzejním obchodě nebo se zúčastnit jiného kulturního programu. (Prior, 2003, str. 54) Stálé neměnné expozice ztrácejí na exkluzivitě a zajímavosti, řešením může být obměna stálé expozice např. v ročních cyklech, dle tematicky organizovaných částí a komplexnost nahrazovat zveřejněním pomocí virtuálních galerií na internetu. (Kesner, 2003, str. 102-104) Tento druh výstav nabízí například proslulá a Čechy hojně navštěvovaná vídeňská galerie Albertina; v Českém prostředí například Galerie Rudolfinum. Muzea cítí tlak na to, aby byly „kulturními supermarkety“, protože tato muzea jsou považována za velmi úspěšná – měřítkem úspěšnosti je počet návštěvníků. (Prior, 2003, str. 62-63) Otázkou však zůstává kvalita prožitku návštěvníka, protože čas strávený s exponátem je možné měřit v řádu minut či dokonce vteřin. (Kottová, 2011)

1.3.4. Muzeum jako „třetí prostor“

Koncepce muzea jako „třetí prostor“ pochází, stejně jako pojem „kulturní supermarket“, od Nicka Priora. Je to myšlenka, kde se muzeum, ať již umělecké, historické, přírodovědné, životopisné, literárně-teoretické či místopisné, stává hlavně otevřeným komunikačním prostorem. Muzeum „třetího prostoru“ spojuje předcházející muzeální přístupy – je otevřené všem jako „veřejný palác“, je v něm možné tiše rozjímat jako v „bílých krychli“ a zároveň si hrát a nechat se ohromit jako v „kulturním supermarketu“. (Prior, 2003, str. 68) Taková muzea se zaměřují především na návštěvníka a jeho individuální potřeby. Jedna a tatáž expozice má co nabídnout dětem, studentům, profesionálům, ale i starší generaci nebo těm, kteří přišli do muzea s touhou v klidu a nerušeně přemítat. Toho je možné docílit spojením mnoha komunikačních strategií, využitím různorodých a vzájemně se doplňujících forem sdělení – výstava by měla především komunikovat s návštěvníkem, nejen verbálně (pomocí textu), ale také nonverbálně (umístěním exponátů v prostoru, projekcemi filmů, interaktivními technologiemi či architektonicko-výtvarným zpracováním) a měla by tak aktivovat i jiné smysly než pouze zrak. (Kottová, 2011)

⁶ Objevuje se slogan „více než muzeum (more than a museum)“ - např. v plánu na rozšíření Walker Art Museum v Minnesotě v Mineapolis (Combs, 2012)

„Kontemplace díla je v současné době nahrazována pojmy interakce, do vnímání děl vstupují faktory, jako je tělesnost, komunikace, kontext a interpretace.“ (Kottová, 2011) Stále častěji se objevují v nabídkách muzeí i doprovodné programy, které mají za cíl zpřístupnit obsah rozličným skupinám návštěvníků. Důležitou cílovou skupinou jsou děti, které si díky kladným zážitkům budují pozitivní vztah k muzeu a mají tendenci navštěvovat muzea i v dospělosti. (Kelly, 2011)

Myšlenka muzea jako „třetího prostoru“ je mi nejbližší, protože v takovém muzeu nenajdete staromódní zaprášené vitríny a předměty, ke kterým se nesmíte přiblížit, ale najdete místo, kde se můžete nahlas ptát a přicházet na odpovědi, kde si můžete hrát a něco se naučit, kde si můžete odpočinout nebo zažít něco nového. Koncepce muzea jako „třetí prostor“ mi byla inspirací v realizaci vlastního projektu revitalizace Muzea Fráni Šrámka v Sobotce.

1.4. Komunikační strategie v muzeologii

Návštěvnost muzea, to zda se budou lidé do muzea vracet, postoj, jaký návštěvník či potencionální návštěvník k muzeu zastává a jak se návštěvník v muzeu cítí, ovlivňuje mnoho jednotlivých faktorů. Důležitou roli v moderních muzeích hraje vzdělávání – všechny komunikační strategie, které muzeum využívá, jsou prostředkem k naplnění vzdělávacího cíle. Autoři Falk a Dierking (1992) popsali interaktivní zážitkový model učení v muzeích (Interactive Experience Model), který nahlíželi optikou návštěvníka. Tento model je průsečíkem tří kontextů v muzeu – osobního, sociálního a fyzického. Žádný z nich nelze vynechat, jsou navzájem propojené a ve výsledku ovlivňují učení jedince v muzeu a kvalitu výsledného zážitku. (Falk, Dierking, 1992, str. 2). Kapitulu komunikační strategie budu nahlížet touto optikou, protože se stala uznávaným rámcem pro uvažování o muzeu, jeho návštěvníku, interakci, designu výstav atd. – osobního kontextu se týkají podkapitoly Muzeum, vzdělávání a procesy učení a Neformální vzdělávání, sociální kontext je uveden v podkapitole Muzeum a škola a Muzejní animace a speciální programy, fyzický kontext je představen v podkapitolách Vnější a vnitřní prostor muzea a Výstavní prostory. V některých podkapitolách není možné striktně pohledy odlišit, protože se navzájem ovlivňují a doplňují.

1.4.1. Vnější prostor muzea – architektura a umístění

Ač si to návštěvník často ani racionálně neuvědomuje, muzeum komunikuje nejen svými výstavami, ale prvním prostředkem pro komunikaci je samotná budova muzea (architektonický styl, geografická i stylová pozice muzea vůči ostatním budovám) – budovy působí na naše emoce i intelekt. (Giebelhausen, 2006, str. 44) Budovy samy o sobě jsou artefakty umění a nositeli významů (vzhledem k architektuře i interiéru) – u některých muzejních budov je zřetelná paralela mezi muzeem a katedrálou; vysoká, majestátní budova uvozená dlouhým schodištěm, po kterém pokorně stoupá malý návštěvník vstříc uměleckým či kulturním objektům. (Forgan, 2005, str. 573) Muzeum je prostorem transformujícím návštěvníka skrze vzdělávání a odráží rovněž velikost umění a moc státu. (Giebelhausen, 2006, str. 43) Forgan rovněž popisuje tzv. „wow efekt“, který vzniká impozantním, majestátním působením velkých budov na přicházejícího návštěvníka a způsobuje překvapení. Ve vztahu k muzeím je znát kulturní dominance měst oproti venkovu, koncentrace muzeí je vyšší ve městech či ve větších městech krajů. (Forgan, 2005, str. 581) Dále jsou muzea častěji umístěna v centrech měst, což posiluje jejich dominantní postavení a buduje jejich autoritu. Není také výjimkou budování muzejních čtvrtí – např. ve Vídni najdeme MuseumsQuartier, které patří k deseti největším kulturním areálům na světě a v postmoderním duchu kombinuje barokní budovy a moderní architekturou. (Forgan, 2005, str. 573). Tyto kulturní areály svojí velikostí a impozantností mohou zastrášovat některé návštěvníky a jejich proslulost může tvořit naopak bariéru. (Prior, 2003, str. 60-61)

Součástí vnější komunikace je i odborná a populární publikační činnost, díky níž vchází muzeum ve všeobecnou známost, a širokospektrální mediální prezentace pomocí médií tištěných, rozhlasových, audiovizuálních i internetových (webové stránky) a novomediálních (sociální sítě, mobilní aplikace). Díky rozmanité prezentaci lze oslovit různé skupiny návštěvníků, na které muzeum cílí – každá cílová skupina inklinuje k určitým typům médií a je tedy vhodné s rozmyslem užívat a kombinovat dané komunikační kanály. (Velcová, 2010, str. 14-17) Důležitá je také poloha muzea v rámci města, dopravní obslužnost, možnost parkování, ale i jeho informační dostupnost díky propojení s informačními středisky města a navigace navádějící návštěvníky k muzeu. (Velcová, 2010, str. 14-17)

Architektura a lokalizace budovy může být ovlivněna jen do jisté míry, což, jak již bylo řečeno, hraje velmi významnou roli především u „bílých krychlí“. Tvorba expozice není podmíněna pouze konceptu a záměru tvůrců, ale bývá podřízena reálné architektonické a

prostorové situaci (dále pak provozním a finančním možnostem). (Kesner. 2003, str. 102) V České republice se setkáváme s problémem, že muzea jsou většinou zřizována v památkových objektech s pevně vymezenými konfiguracemi interiérů, což při přípravě výstavy svazuje kurátorům ruce, interiér není variabilní a oni jej mohou ovlivnit jen pomocí rozmístění panelů či vitrín (Kesner. 2003, str. 102) Návštěvník rovněž intuitivně očekává v závislosti na architektonickém stylu určitý typ výstav a její prezentace (v klasicistních budovách z 19. století bude čekat méně multimédií a interaktivních exponátů než v „bílých krychlích“ funkcionalistického typu). Jeden z mála příkladů koncepce prostoru s primárně výstavní funkcí je v České republice Centrum současného umění DOX v Praze-Holešovicích, fungující jako kunsthalle, jehož interiér byl realizován podle návrhu architekta Ivana Kroupy. Realizace DOXu je specifická především kvůli variabilitě, kterou prostory nabízí: *„vyvážená horizontální a vertikální kompozice objemů budov s rozdílnou výškou interiérů umožňuje velkou míru variability prostorů, jež je nezbytná pro prezentaci současného umění. Hlavní charakteristiky výsledné stavby – pluralita perspektiv a pohledů, flexibilita, sjednocení starého s novým, propojení exteriéru a interiéru staveb i jejich dialog s okolními budovami“*. (Centrum současného umění DOX, 2008)

Centrum současného umění DOX si je vědomo vlivu architektury na návštěvníka a toto téma zohledňuje v doprovodných programech, kde akcentují historii, proměnu budovy a nový význam DOXu vzhledem k životu celé čtvrti: *„Podnikneme společně zajímavou cestu vybranými skvosty české a světové industriální architektury. Uvidíme různorodost jejich osudu, to co pro nás znamenaly kdysi a co pro nás znamenají nyní. Projdeme se společně prostorem Centra současného umění DOX a objevíme místa, kam proniká sluneční světlo a kam ho současné umění, které tato "recyklovaná" továrna nyní skýtá, jen stěží dovoluje pustit. Budeme diskutovat, tvořit a zážitkovou formou si uvědomíme proměny, kterými toto nevšední dědictví naší civilizace prochází*. (Centrum současného umění DOX, 2008)

1.4.2. Vnitřní prostor muzea

Návštěvník se musí být schopen pomocí kvalitní navigace pohybovat prostorem – jeho myšlenky by se měly soustředit na exponáty a výstavu a neměl by zbytečně spotřebovávat energii na to, aby byl schopen najít toalety, pokladny apod. – prostorové řešení a navigace má posílit intuitivní vnímání a prožitek návštěvníka. (Maxwell, Evans, 2002, str. 3-7) Ať se nám to líbí nebo

ne, stále častěji se v muzeu chceme setkat i s něčím jiným než je umělecké dílo, historie či vypreparovaná zvířata – navštívujeme muzeum ve skupině, s rodinou či přáteli, a proto je důležité, zda je v muzeu kavárna nebo možnost občerstvení, obchod se suvenýry nebo zajímavými publikacemi. (Prior, 2003, str. 54) Zvláště ve velkých muzeích by měly být návštěvníkům k dispozici relaxační prostory oddělené od hlavního prostoru, protože mohou pomoci k zotavení návštěvníka od kognitivní únavy. (Maxwell, Evans, 2002, str. 6-7) Muzeum by rovněž nemělo zapomínat na návštěvníky se specifickými potřebami – pro lidi s handicapem je podstatné, zda je muzeum bezbariérové, rodiny s malými dětmi ocení přebalovací kout či hrací koutek a návštěvníci z jiných zemí zase materiály a popisky v angličtině, němčině nebo dalších cizích jazycích. (Velcová, 2010, str 16)

1.4.3. Výstavní prostory

Každé muzeum si je při přípravě expozice či výstavy vědomo svých cílů a v návaznosti na ně volí určité komunikační postupy a formy prezentace. Vystavením každého díla či exponátu, které bylo vytrženo z původního prostředí, vytváří kurátoři nový kontext díla; návštěvník v zorném poli vnímá i ostatní vystavené objekty, čímž se často dosahuje kontrastu a vzniká prostor pro interpretaci. (Maxwell, Evans, 2002, str. 3-7) Rozmístění exponátů spolu s dalšími architektonicky-výtvarnými prvky spoluvytvářejí příběh, jež výstava vypráví nebo alespoň odráží abstraktní a blíže nespecifický záměr kurátorů. Tzv. „nová muzeologie“ pohlíží na expozici jako na specifický kulturní artefakt a odkrývá narativní, ideologické a rétorické struktury a konvence, na nichž jsou expozice a muzea vystaveny (Kesner, 2003, str. 98) – není totiž třeba, aby se v muzeu vše odehrávalo chronologicky, je možné zvolit jiné, často důmyslnější řazení. Každý způsob vystavení je interpretací a do jisté míry předurčuje divákův prožitek, protože není možné docílit neutrální prezentace. Při koncepci výstav je třeba si uvědomovat, že *„expozice je především platformou propojující výtvarné dílo (popřípadě jakýkoli jiný obsah) a diváka (nabízí se tu i pojem „interface“, tedy rozhraní mezi dílem a divákem), expozice představuje fyzický i virtuální, metaforický prostor pro utváření prožitku uměleckého díla prostřednictvím aktivního vnímání, je prostorem vidění.“* (Kesner, 2003, str. 100) Expozice jako celek stimuluje diváka ke konstruktivnímu vnímání, podněcuje jej k vlastní aktivitě pomocí interakce. Stále častěji je kladen důraz na představení širších kontextů obsahu, na propojování pomocí zařazení i jiných vědních oborů a na intertextualitu – analýza obsahu je tak mnohem komplexnější a návštěvník

získává plastičtější informace, které si může efektivněji spojit s dalšími znalostmi nabitými jiným způsobem. (Paris, 1997, str. 22)

Celkově jde v otázce lidského vnímání o uvědomění si faktu, že vidění a vnímání je umožněno „komplexní interakcí mezi mozkiem, tělem a prostředím. Kvalita prožitku je podmiňována dvěma fakty. Zaprvé tím, co prožíváme (obsah), za druhé tím, co se s námi děje v okamžiku prožívání, perceptuální prožitek není jen způsobem setkání s podstatou prožitku samotného.“ (Kesner, 2003, str. 103) Vnímání je tak aktivní práci návštěvníka, který přijímá signály z vnějšku a vztahuje se k nim včetně vnímání prostředí. Díváme-li se na nějaký obraz, vzniká v mozku reprezentace objektu doplněná reprezentací zobrazující psychosomatické a emocionální stavy zažívané v okamžiku vnímání onoho objektu. Chceme-li si zpětně vybavit objekt, vybavíme si nejen jeho podobu, ale i emocionální a motorická data, která jsme zažívali během vnímání. (Berger, 1972, str. 13) Je možné, že současná těkavá a výrazná vizuální kultura ovlivňuje a determinuje naši schopnost vnímat; vypadá to, že již nejsme schopni kompetentního vnímání statických objektů a dostatečně pozorného vidění, které by ústilo v uspokojivý prožitek. (Kesner, 2003, str. 103)

Z toho plyne, že je třeba mít povahu vnímání na paměti při tvorbě výstavy a zúročit tyto poznatky o chování návštěvníků vzhledem k ergonomickým aspektům výstavy – je třeba vytvořit vhodné prostředí s dostatkem světla, s adekvátní navigací, řešit hustotu instalací, edukační infrastrukturu, možnosti odpočinku, zastavení či relaxace, což ve výsledku umocní návštěvníkův zážitek. (Elottol, Bahauddin, 2011, str. 268-272) Expozice by měla posilovat všechny složky percepce, musí pracovat s emocemi, které jsou vytvářeny např. užitím barev a jejich kombinací, kognitivní i psychomotorickou složkou vnímání, což aktivizuje návštěvníka. Je zřejmé, že neexistuje jednotný návod, kterého by se kurátoři měli držet, protože závisí zejména na rozdílnosti představovaného obsahu, fyzickým možnostem muzea, invenci tvůrců a na mnoha dalších faktorech včetně času, lidských zdrojích a finančních prostředcích. (Maxwell, Killen, 2002)

Všechny tyto limity se objevily i v realizaci výstavy v Muzeu Fráni Šrámka. Výstava se nachází v obytném domě, což již samo o sobě implikuje určitý postoj přicházejícího návštěvníka a plní ho jistými očekáváními – předpokládá domácí prostředí, menší rozsah expozice, expozici typu skanzen, přenesení do doby pomocí autentických předmětů apod. Požadavkem Kulturní komise bylo zachování básnickovy pracovny s knihovnou a obývacího pokoje jeho životní družky

– mým cílem bylo díky designu a řešení ostatních výstavních prostor a pomocí obsahových odkazů propojit starší typ expozice s novými a moderními prvky (viz obrazová příloha). Celkově je výstava realizována v bílé, černé a červené barvě (bílá barva prostor provzdušňuje a odlehčuje, černá barva se na výstavě objevuje především v komiksu, pro který je typická ostrá linka a expresivnost, červená barva odkazuje k anarchistickému období Fráni Šrámka, které má v obsahu svou nezastupitelnou roli). Původní interiér obsahoval velké množství předmětů a nábytku, což stěžovalo návštěvníkovi udržení pozornosti – původní expozice neměla jasně definovaný kurátorský záměr, z kterého by bylo zřejmé, jaký obsah je podstatný a který nikoli. Výstava nemá velký rozsah – výstavní okruh se nachází v jednom patře v pěti místnostech, i přesto jsem myslela na možnost odpočinku návštěvníků – v první místnosti je dvacet židlí umístěných před promítacím plátnem, v poslední místnosti s audioinstalací, souborem fotografií a básní je umístěné pohodlné křeslo umožňující klidný poslech, rozjímaní a vstřebání celé výstavy.

2. Muzeum, vzdělávání a procesy učení

„Učení není pouze akumulace schopností a faktů, ale proces osobního růstu.“

(Wenger, 1998, str. 215)

„Učení pomáhá utvářet osobní identitu.“

(Giddens, 1991)

Pro moderní muzeum lze rovněž užívat pojem post-muzeum. Koncept post-muzea zahrnuje všechny změny, které přeměnily muzeum prezentující objekty na komunikační prostor. V podstatě lze říci či post-muzeum je jen jiné pojmenování muzea „třetího prostoru“. Jednou z důležitých dimenzí změny muzea v post-muzeum je i změna principů učení a výuky – dříve muzeum prezentovalo vybrané objekty a obsah jako jediné závazné, jako pravdu; v post-muzeu je však návštěvník partnerem interpretace, do procesu učení v muzeu se dostává sebeprezentace návštěvníka. Stále muzeum vybírá objekty a obsah k prezentaci, ale změnila se forma prezentace – čím dál více je zapojován návštěvník, který přichází a vybírá si co pro něj má jaký význam, hledá nové souvislosti mezi zobrazovaným a svými zkušenostmi a znalostmi, jak již bylo řečeno, stává se spoluautorem příběhu (ve velice interaktivních expozicích může dokonce zanechat svůj otisk ve výstavě, se kterým mohou pracovat další návštěvníci). (Hooper-Greenhill, 2007, str. 3)

Změna principů učení v muzeu se odehrávala paralelně se změnami postojů společnosti ke vzdělávání – vzdělávání se více zaměřilo na vyučovaného, na způsoby vnímání a na principy osvojování si znalostí a dovedností (child-centered learning) a na neformální vzdělávání (deschooling). (Illich, 1973) S těmito novými formami vzdělávání přišla možnost finančně realizovat projekty pomocí grantů, získat prostředky ve speciálních vládních i nevládních programech – to však s sebou nese i potřebu metodologie vyhodnocení účinků a dopadů vzdělávacích aktivit. Nelze tedy už jednoduše říci, že muzeum je vzdělávací instituce, ale je třeba to dokázat. (Hooper-Greenhill, 2007, str. 3-5) Sama jsem pomocí dotazníků zjišťovala, zda se ve workshopech pořádaných v rámci doprovodných programů účastníci naučili něco nového a do

jaké míry se lišila forma workshopů od školního vyučování (viz příloha). Jak literatura dokazuje, neexistuje jednotný model, jak by vzdělávání v muzeu mělo vypadat.

V tradičním didaktickém pojetí vzdělávacího systému je vyučování jednosměrný proces směrem od vyučujícího, experta, ke studentovi, který pasivně přejímá a memoruje myšlenky. Pro tento přístup lze použít slovo výuka (education) – výuka je formální, probíhá podle předem dané osnovy a schématu, je zaměřena na mysl studenta, pracuje s jeho kognitivními schopnostmi. Pro netradiční způsob lze užít pojmu učení (learning), které více akcentuje příjemce informace a jeho práci s obsahem výuky, učení je aktivní proces, pracuje nejen s myslí, ale i ostatními smysly, více do procesu učení zahrnuje tělo a tělesné aktivity, v rámci učení vyučovaný hrou, zážitky či jinými metodami sám přichází na to, jak věci fungují a proč se dějí. Muzeum, resp. post-muzeum, je ideální prostor pro realizaci učení. (Hooper-Greenhill, 2007, str. 3-5)

Školní vzdělávání má osnovy, je standardizované, ale muzeum těmto standardům nepodléhá – post-muzeum je rozmanité, překvapuje, ohromuje, zprostředkovává neotřelé zážitky, výstava může být dokonce pojatá jako show či spektakl, což skýtá velký prostor pro kreativitu kurátorů, ale o to je náročnější příprava a samozřejmě evaluace. Existují tedy různé teoretické přístupy k muzeu a vzdělávání. (Pringle, 2006) Kupříkladu Pringle rozlišuje vzdělávání v muzeu a galerii umění – muzeum se přibližuje školnímu tradičnímu vyučování, protože zobrazované objekty jsou reálnými skutečnými věcmi (zkamenělina je opravdu zkamenělinou), kdežto galerie či muzeum umění prezentuje různé umělecké objekty, artefakty a další formy umění, které samy pracují s metaforou, skutečnost interpretují, přetváří, abstrahují ve vlastní projekty apod., což skýtá jiné možnosti pedagogické práce s návštěvníkem.

2.1. Principy a teorie učení

Obsahem této práce není představit ucelenou škálu možných přístupů k učení či vzdělávání, zaměřím se pouze na dílčí teorie, které jsou relevantní vzhledem k neformálnímu vzdělávání v prostředí muzeí a na ty, které jsem sama využila v přípravě workshopů. Cílem workshopů pořádaných v Muzeu Fráni Šrámka bylo podnítit účastníky k vlastní aktivitě, posílit jejich sebevědomí, rozvíjet jejich schopnosti a znalosti, podpořit umění diskuse, schopnost práce v kolektivu a dát jim možnost okamžitého praktického uplatnění získaných znalostí. S ohledem

na tyto cíle jsem vycházela ze socio-kulturní teorie kognitivního učení a využila jsem především principů kooperativního učení, aktivní účasti a učení zážitkem.

V této práci se zabývám pouze neformálním vzděláváním mládeže, protože organizace Mládež v akci a Nadace Vodafone Česká republika, které finančně podpořili projekt zpracovávaný v praktické části práce, se zaměřují na práci s mladými lidmi a já s ním mám tedy nejvíce zkušeností; neformálně vzdělávat však samozřejmě lze i dospělé.

2.2. Neformální vzdělávání

„Učení je proces, který nesouvisí pouze s funkcí školy nebo jiného organizovaného vzdělávacího prostředí. Toto pojetí učení je založeno na myšlence a pozorování, že značné množství smysluplných zkušeností se odehrává mimo formální vzdělávací systém: na pracovišti, v rodinách, v různých organizacích a v knihovnách...“

(Sahlberg, 1996, str. 7)

Podle pojetí Evropské komise i Rady Evropy se vzdělávací systém skládá ze tří navzájem propojených složek – z formálního, neformálního a informálního⁷ vzdělávání. (Brander at al., 2006, str. 21) Vymezit neformální vzdělávání lze pomocí srovnání se vzděláním formálním. Neformální vzdělávání lze definovat jako veškeré vzdělání, které stojí mimo struktury formálního vzdělávání. Formální vzdělání je vázáno na strukturovaný vzdělávací systém, který integruje všechny typy škol (od základních po univerzity) a je kromě dalšího charakterizováno takto:

- učitelé znají všechno, žáci nevědí nic;
- učitelé vykládají, žáci pokorně naslouchají;
- učitelé vybírají téma, žáci je akceptují;
- učitelé aktivně jednají a žáci pouze reagují plněním úkolů zadaných od učitele (Freire, 2005, str. 46-47)

⁷ Informální vzdělávání se vztahuje k průběhu celého života, v němž si každý jedinec osvojuje určité postoje, hodnoty, dovednosti a znalosti pod vlivem různých vzdělávacích zdrojů ve svém okolí i z každodenní zkušenosti (z domova, ze sousedství, z knihovny, z médií, ze zkušenosti nabytých při práci, při hře apod.). (Brander at al., 2006, str. 2)

Pro oblast neformálního vzdělávání je typické, že je uskutečňováno pomocí aktivit mnoha převážně neziskových organizací a skupin. (Brander et al., 2006, str. 21) „*Neformální učení je záměrné, ale dobrovolné učení, které probíhá v řadě rozmanitých prostředí a situací. Aktivity a kurzy jsou naplánované, ale zřídka strukturované jako tradiční vyučovací hodiny nebo předměty.*“ (Chisholm, 2005, str. 4)

Neformální vzdělávání je v tomto pojetí:

- založené na dobrovolnosti účastníků;
- bezbariérové (v ideálním případě je přístupné každému, nemělo by preferovat určité sociální či jinak diferencované skupiny mládeže);
- organizovaným procesem se vzdělávacími cíli;
- zaměřené na ty, kdo se učí (ti se do procesu aktivně zapojují);
- zaměřené na osvojování dovedností pro život a přípravu na aktivní občanství;
- založené na individuálním i skupinovém učení s kolektivním přístupem;
- celostní a zaměřené na průběh procesu učení;
- založené na zkušenosti a činnosti účastníků, z jejichž potřeb vychází. (Brander et al., 2006, str. 21)

Dále je pro neformální vzdělávání důležitý kamarádský přístup lektora k účastníkům, tvůrčí atmosféra, obohacování návštěvníků od sebe navzájem – kooperace, diskuse a učení na základě zážitku. „*Cílem je motivovat mladé lidi k myšlení, cítění a jednání tak, že zapojí svoji hlavu, srdce i ruce.*“ (Brander et al., 2006, str. 39) Neformální vzdělávání je velmi flexibilní a výběr realizovaných aktivit lze modifikovat dle obsahu vzdělávání, konkrétních cílů a na základě charakteru skupiny, pro kterou je aktivita pořádána. Pro názornost uvedu výčet několika konkrétních typů aktivit, se kterými mám vlastní zkušenost nejen z realizace projektu v Muzeu Fráni Šrámka, ale i z ostatní práce s mládeží:

- přednáška;
- brainstorming;
- diskuze;
- lamač ledů (icebreaker – často hravá aktivita, která uvolňuje a navozuje atmosféru na začátku setkání nebo v jeho průběhu, kdy je třeba stmelit účastníky po náročné nebo ne příliš vydařené aktivitě);

- sebereflexe;
- rolová hra (hráči přijímají určitou roli a skrze ni v aktivitě jednají);
- simulační aktivity;
- skupinová práce
- práce jednotlivců
- debriefing a zpětná vazba na konci setkání.

Dohromady se nám tak skládá obraz neformálního vzdělávání, které má předem dané cíle a výstupy, odehrává se však ve spolupráci s účastníky, nelze předem definovat odezvu zúčastněných, ale lze je modifikovat na základě konkrétní potřeby. Vzhledem k realizovanému projektu představenému v praktické části práce, je neformální vzdělávání velmi důležité, protože právě muzeum je ideálním prostředím pro jeho uskutečňování a realizaci. Jak již jsem zmínila, využila jsem zejména principů kooperativního učení, aktivní účast a učení zážitkem.

2.3.1. Kooperativní učení

„Kooperace je společná práce zaměřená na dosahování sdílených cílů. Při kooperativním učení se účastníci snaží společnou prací dosáhnout výstupů, které přinášejí užitek jim i všem členům skupiny.“ (Brander et al., 2006, str. 39) Díky práci ve skupině lze dosáhnout jiných a někdy lepších výsledků, protože je možné využít znalostí, dovedností, zkušeností a nápadů všech členů skupiny, což obohacuje výslednou práci. (Maxwell, Evans, 2002, str. 3) Tok inspirace je ve skupině jiný, než při práci jednotlivce, lidé se navzájem obohacují a posunují dál, což pozitivně upevňuje kolektiv, posiluje vzájemnou úctu, zvyšuje sociální kompetence a posiluje sebeúctu. Při kooperativním učení může jedinec ocenit či získat jiný náhled na své vlastní schopnosti díky ostatním členům ve skupině. (Paris, 1997, str. 24-25)

Kooperativní učení splňuje často i nároky na zážitkové učení, což přináší jedinci jiný druh sebezpoznání v návaznosti na jeho roli ve skupině – dobrý pocit může získat nejen z výsledku samotného, ale např. díky tomu, že to byl právě on, kdo udržoval ve skupině dobrou náladu a ta se pozitivně projevila na výsledku práce. Skupinová práce staví účastníky do jiné pozice než při samostatné práci, protože součástí úkolu jsou i mezilidské vztahy ve skupině a je třeba vyjít s ostatními, takže přidanou hodnotou těchto aktivit kromě obsahu samotného, je právě i nácvik komunikačních dovedností a umění kompromisu. (Paris, 1997, str. 24-25)

V tradičním pojetí školní výuky je učení často organizováno kompetitivním způsobem. Pro kompetitivní učení je charakteristické, že jednotlivci usilují o dosažení cíle, jedné správné odpovědi. Často vítězí jen určitá malá skupina žáků, ti nejrychlejší, nejnadanější, nejdravější apod., a ostatní jsou vyřazováni a zažívají (bohužel někdy opakovaně) pocity prohry a neúspěchu, což vede ke ztrátě sebevědomí a motivace. (Brander et al., 2006, str. 39) Škola prezentuje především tzv. closed-ended problémy, ty s jediným správným řešením. Oproti tomu v kooperativním učení je důležitá cesta k výsledku, který není definován jako jediný správný (muzejní prostředí nabízí více tzv. open-ended problémů). Díky zpětné vazbě a rozboru chyb práce ve skupině se mohou poučit do budoucna – potom se jedná o tzv. konstruktivní neúspěch. (Paris, 1997, str. 23-24)

Popis jednotlivých aktivit kooperativního učení realizovaných workshopů je uveden v příloze. Velmi zajímavá pro mě byla i ta hodnocení od účastníků, která spontánně refletovala právě kooperaci – objevily se názory, že workshopy studentům a žákům umožnily poznat třídu v jiném světle, že někteří jedinci ostatní překvapili, jiní zase pozitivně hodnotili svoji roli v týmu a výsledek týmové práce apod. Tím byla ověřena teoretická východiska o kooperativním učení v praxi.

2.3.2. Aktivní účast

Jednou z podmínek pro realizaci neformálního vzdělávání je aktivní účast – ze srovnání tradičně pojatého školního vyučování s aktivitami podléhajícími konceptu neformálního vzdělávání vychází, že lektor/učitel/školitel/facilitátor⁸ by měl podněcovat k co největší aktivní účasti zúčastněných na učení. Účastník nemá být pouhým pasivním příjemcem informace. (Brander et al., 2006, str. 40) Účastník, který není pasivní, díky své aktivitě více považuje daný obsah za vlastní, více mu na něm záleží, což vede k efektivnějšímu uchopení obsahu, lepšímu pochopení problematiky a prožití obsahu. (Boal, 2001). Koncepce aktivní účasti pochází z metodologie Augusta Boala z textu *Theatre of the Oppressed*, který se věnoval zapojení diváků do divadelních představení, a dále na ni navázali tvůrci koncepce neformálního vzdělávání.

⁸ Facilitátor učení – je nový výraz, který byl zaveden pro označení všech osob, které utvářejí, vedou a doprovázejí proces učení bez ohledu na sektor, v němž působí, a na typ učení, do něhož jsou zapojeni (pochází z anglického to facilitate = usnadňovat). (Chrisholm, 2007, str. 46)

Teorii aktivního učení jsem použila v realizovaných workshopech v rámci výstavy v Muzeu Fráni Šrámka. Ve workshopech účastníci vytvářeli během každého setkání vlastní projekty a v několika případech měli přímo možnost ovlivnit náplň tvůrčí aktivity – při třetím setkání ze čtyř filmových workshopů věnovanému práci s kamerou měli účastníci možnost vybrat ze tří nabídnutých variant (natáčení ankety, natočení fiktivního rozhovoru komiksových postav a realizace reportáže o městě Sobotka) či navrhnout jiné téma. Při rozhodování žáků hrála velkou roli analýza náročnosti jednotlivých úkolů, míra tvůrčího potenciálu pro dané téma a nutnost komunikace s lidmi ve městě v případě ankety, která jako jediná realizována nebyla. Při setkáních v literárních workshopech měli studenti možnost vybrat si, zda budou pracovat ve skupině nebo raději individuálně, protože jsem nepovažovala za efektivní nutit do týmové práce i ty, kteří se více cítí být samostatnými autory. Účastníci workshopů se díky užitým principům aktivní účasti stali rovnocennými partnery v realizaci oněch setkání, což posilovalo jejich sebedůvěru a nasazení.

2.3.3. Učení zážitkem

„Zážitek je událost, na které jsem cele účasten, hlavou, tělem, emocemi, vším. Zážitek je něco nového, nečekaného, vytrhává mě ze známého a já se mu cele dávám. Událost zážitku mě proměňuje. Něco se stalo, něco uvnitř se přeskládalo jinak. Nikdo neví jak, a tak je tu místo pro reflexi.“

(Grimmich, 2011)

Učení zážitkem je součástí tzv. zážitkové pedagogiky, která k výchově, učení a osobnostnímu rozvoji využívá právě zážitek, zkušenost a emoce z těchto prožitků plynoucí a je založena na předpokladu, že žák se nejvíce učí aktivní činností. Bezprostřední zkušenost, nové situace a právě emoce zapojené do procesu vzdělávání, zvyšují efektivitu učení. (Gymnasion, 2004, str. 13-15) S emocemi a novými zážitky se pracuje i na výstavách a to v různých formách (exponáty, tvůrčí aktivity, interakce mezi návštěvníky, design expozice apod.).

Vlastním prožitkem a jeho zpracováním v širších souvislostech je podloženo získání zkušenosti, která může být opětovně využita. Při zpětném vyvolání zkušenosti se ukazuje, že prožitek je neoddělitelný od svého obsahu, od propojení s jedincem a prožívanou událostí.

(Jirásek, 2004, str. 6-16) Toto uchopení zážitku přesně koreluje se snahou muzeí koncipovaných jako „třetí prostor“, která se snaží pracovat se všemi smysly návštěvníků včetně jejich tělesnosti, staví je do neobvyklých situací a tím zprostředkovává hlubší zážitek, který provázejí emoce ukotvující konkrétní obsah expozice.

Velmi důležitý je rovněž vztah učitele/lektora (či muzejního pedagoga) k žákovi, tento vztah je provázející – zásadní je partnerský přístup k žákům při zpracovávání prožitku směrem k cílům aktivity, k vytvoření zkušenosti. (Hanková, 2010, str. 3) Zážitková pedagogika často pracuje se skupinovým učením, které, jak již bylo řečeno, stimuluje a motivuje různé typy žáků. Bohatství, které jedinec získává v podobě zkušenosti, se odvíjí od nasazení, které do aktivity vkládá. (Gymnasion, 2004, str. 13-15) Zážitková pedagogika nachází častého využití v pedagogice volného času, do kterého spadá i návštěva muzea, ale je samozřejmě možné ji využít i v prostředí školní výuky. (Jirásek, 2004, str. 6-16) *„Zážitková pedagogika umožňuje v konfrontaci s jinými lidmi, se sebou samým i s přírodním a kulturním okolím uvědomovat si autenticitu své existence, být sám sebou jako celistvý, nikoliv být zaměřený na konzumní obstarávání“.* (Jirásek, 2004, str. 6-16)

2.4. Muzeum a škola

Na základě prostudované teorie jsem dospěla k názoru, že by muzeum mělo aktivně spolupracovat se školou, vycházet vstříc potřebám školy, přizpůsobovat se jejím požadavkům např. vytvořením speciálních programů na míru. Spolupráce muzea a školy je žádoucí – muzeum získává návštěvníky, škola oživuje výuku, staví studenty a žáky do nových situací a poskytuje jim tak nové impulzy k rozvoji. Zároveň je spolupráce školy a muzea vhodná i pro muzejní instituce, neboť ty získávají možnost ověřování využívaných metod a mohou tak pružněji reagovat na potřeby jedné ze svých cílových skupin a optimalizovat svou nabídku k větší spokojenosti obou zúčastněných subjektů. (Paris, 1997, str. 23-24) I ve svém projektu Revitalizace Muzea Fráni Šrámka jsem byla v kontaktu s pedagogy a hodnocení workshopů mi poskytlo zpětnou vazbu pro případnou další spolupráci, o kterou jeví všechny školy, které se projektu zúčastnily, zájem.

2.4.1. Rámcové vzdělávací programy

Stát řídí vzdělávání Národním programem vzdělávání a rámcovými vzdělávacími programy (RVP). RVP vymezují závazné rámce vzdělávání pro jeho jednotlivé etapy –

předškolní, základní a střední vzdělávání. Školní úroveň představují školní vzdělávací programy (ŠVP), které si vytváří každá škola podle zásad stanovených v příslušném RVP. (Jeřábek, Tupý, 2007, str. 1) Cílem původních výukových osnov bylo definovat určité množství znalostí a vědomostí, které musí být žákům předány, zatímco RVP vycházejí z nové strategie vzdělávání, která staví na klíčových kompetencích (viz dále), na větší provázanosti teorie s praxí, na schopnosti analýzy a práce s informacemi a jejich aplikací v reálném životě. Škola nově neučí děti jen memorovat vědomosti, ale učí je dovednostem a posiluje schopnost žáků obstat v budoucím pracovním konkurenčním prostředí. Pro vznik RVP byla také důležitá koncepce celoživotního vzdělávání⁹, které je realizováno i prostřednictvím muzeí. (Jeřábek, Tupý, 2007, str. 1)

Díky RVP se již nemusí opakovat stále stejná zavedená schémata výuky, ale předpokládá obohacení výuky o nové metody (projektové učení, práce ve skupině, dlouhodobější projekty atd.) – metody neformálního vzdělávání se tak stávají součástí formálního vzdělávacího systému. Nově by se také měly propojovat jednotlivé předměty, což posiluje u žáků vnímání světa jako celku, žák se tak učí vidět svět v souvislostech a nových kontextech. Rámcové vzdělávací programy s sebou samozřejmě nese vyšší nároky na kreativitu pedagoga, jeho přípravu a invenci. V tomto pedagogům právě mohou být nápomocná muzea se svými odborníky a možnostmi vzdělávání. (Jeřábek, Tupý, 2007, str. 2)

Výuka českého jazyka je dobrým příkladem aplikace RVP vzhledem k literárně-životopisnému aspektu realizované výstavy. Na základě RVP změnila výuku českého jazyka přibližně třetina pedagogů, kteří začali klást větší důraz na tvorbu vlastních textů, kritické myšlení a schopnost analýzy textu, na schopnost diskutovat a dovednost obhájit svojí práci před ostatními. Ostatní stále zaměřují pozornost především na gramatiku a pravopis. (Kavanová, 2012)

⁹ Celoživotní učení (Lifelong learning) je systém, který představuje zásadní koncepční změnu pojetí vzdělávání, jeho organizačního principu, kdy všechny možnosti učení – ať už v tradičních vzdělávacích institucích v rámci vzdělávacího systému, či mimo ně – jsou chápány jako jediný propojený celek, který dovoluje rozmanité a četné přechody mezi vzděláváním a zaměstnáním a který umožňuje získávat stejné kvalifikace a kompetence různými cestami a kdykoli během života. Podle Rozhodnutí Rady (ES) č. 163/2002 z 27. června 2002 musí celoživotní učení zahrnovat učení od předškolního až po důchodový věk, včetně celého spektra formalizovaného i neformalizovaného vzdělávání. Celoživotní učení má být chápáno jako veškeré vzdělávací aktivity realizované po celý život s cílem zlepšit znalosti, dovednosti a kvalifikovanost z hlediska osobního, občanského, sociálního i profesního. Důležitým principem pro jednotlivce, jako subjektu celoživotního učení, je rovnost příležitostí a kvalita učení. (Klíče pro život, 2009, str. 3)

Realizované workshopy v rámci doprovodných programů v Muzeu Fráni Šrámka reagovaly právě na nové RVP, na posilování klíčových kompetencí, na schopnost analýzy a na vlastní kreativní práci. Z hodnotících dotazníků vyplynulo, že žáci a studenti ocenili právě možnost sebevyjádření, příležitost popustit uzdu své fantazii k vytvoření vlastního příběhu (konkrétní hodnocení studentů viz příloha).

Současné pojetí výuky tedy podporuje spolupráci muzea a školy na základě definování požadavku na obohacení výuky o nové metody, protože, jak již bylo řečeno v předešlých kapitolách, muzejní pedagogika skýtá jiné možnosti práce s žáky – právě muzeum je schopné „*vytvářet příznivé sociální, emocionální i pracovní klima založené na účinné motivaci, spolupráci a aktivizujících metodách výuky.*“ (Jeřábek, Tupý, 2007, str. 2)

2.4.2. Klíčové kompetence

„*Klíčové kompetence představují souhrn vědomostí, dovedností, schopností, postojů a hodnot důležitých pro osobní rozvoj a uplatnění každého člena společnosti.*“ (Jeřábek, Tupý, 2007, str. 6) Osvojování klíčových kompetencí je dlouhodobý a složitý proces, který má svůj počátek v předškolním vzdělávání, pokračuje v základním a středním vzdělávání a postupně se dotváří v dalším průběhu života. (Jeřábek, Tupý, 2007, str. 6)

Projekt revitalizace Muzea Fráni Šrámka byl realizován za finanční podpory Evropské unie prostřednictvím Národního institutu dětí a mládeže MŠMT ČR a Nadace Vodafone ČR, které posuzují grantové žádosti právě optikou jejich přínosu pro posilování a rozvoj klíčových kompetencí. Výběr z klíčových kompetencí, které rozvíjel projekt Muzea Fráni Šrámka:

- kompetence k učení (schopnost aplikace vědomostí v praktickém životě, schopnost uvažování v souvislostech, schopnost sebereflexe atd.);
- kompetence komunikativní (schopnost logicky formulovat své myšlenky, schopnost diskutovat s ostatními a argumentovat, schopnost práce s technologiemi, kritické myšlení vzhledem k různým obsahům a médiím atd.);
- kompetence sociální a personální (schopnost práce ve skupině, podpora vlastního sebevědomí atd.);

- kompetence k podnikavosti (rozvíjení osobního i odborného potenciálu, kritické zhodnocení sebe sama, schopnost stanovit si cíle a dosahovat jich, atd.). (Jeřábek, Krčková, Hučínová, 2007, str. 11)

Klíčové kompetence nemohou být efektivně naplňovány pomocí direktivní výuky probíhající směrem od pedagoga k žákovi, ale díky vytvoření nových situací, ve kterých jsou podrobovány schopnosti spolupráce, komunikace, diskuze a je možné přímo aplikovat nabitě znalosti (viz muzejní animace).

2.5. Galerijní animace a speciální programy

Jednou z myšlenek prostupující tuto práci je vztah muzea k návštěvníkovi, komunikace s ním, aktivizace návštěvníka a snaha zapojit jej do konstrukce a interpretace příběhu výstavy. Zvláště podstatné je to u výstav současného umění, které bývá pro svou konceptualitu, nezobrazivost – abstraktnost a obsahovou složitost špatně srozumitelné. Nástrojem pro uskutečnění těchto cílů je galerijní pedagogika¹⁰, resp. galerijní animace, jejímž obsahem je seznámení návštěvníka s expozicí pomocí tvůrčích aktivit. (Kubíčková, 2008, str. 7)

2.5.1. Doprovodné programy

Zastřešujícím pojmem pro doprovodné programy je muzejní pedagogika, což je „*věda zabývající se specializovanými činnostmi, které aktivizují vztah veřejnosti a zejména mladé populace k muzeu a jeho duchovnímu potenciálu.*“ (Horáček, 1998, str. 55) Muzejní pedagogika vychází z klasické školní pedagogiky, ale je spíš vzděláváním volného času a lze jí stavět na neformálním vzdělávání. Doprovodné programy lze dělit na teoretické a praktické. Teoretické jsou např. komentované prohlídky, různé typy besed, které stojí převážně na přednáškách a interakce s návštěvníky spočívá maximálně v dialogu. Návštěvník však může být pouze pasivním příjemce informace. Praktické doprovodné programy jsou např. ateliéry, tvůrčí dílny, které

¹⁰ Jednotně je užíván pojem galerijní animace/pedagogika, pojem muzejní animace/pedagogika neexistuje. Budu proto užívat pojem galerijní animace, ačkoli se práce nezabývá galeriemi – principy nastolené galerijní pedagogikou jsou však aplikovatelné i v muzeích.

naopak stojí na aktivní práci návštěvníka. Muzejní animace kombinuje oba tyto přístupy. (Kubíčková, 2008, str. 11-20)

Doprovodné programy, besedy, diskuze či komentované prohlídky, cílí na širší, tedy i dospělou, veřejnost, zatímco muzejní animace a tvůrčí programy nejčastěji oslovují dětské a dospívající návštěvníky, kteří jsou přístupnější k vlastní tvorbě, méně se stydí a jsou schopni se více uvolnit. Na druhou stranu je pro mladší návštěvníky obtížnější udržet pozornost během odborné přednášky a vést kvalitní diskusi. Je však možné pořádat animační programy pro seniory a besedy pro dospívající. (Kubíčková, 2008, str. 20)

2.5.2. Galerijní animace

„Animace v galeriích jsou „oživující“ činnosti, při nichž návštěvníci pomocí různých materiálů či předmětů vytváří dílčí výtvarné etudy, které svým principem technologií nebo obsahovým zaměřením navazují na sledované výtvarné dílo.“ (Horáček, 1998, str. 71)
Analogicky lze uvažovat galerijní animaci, která se netýká výtvarného díla, ale jiných témat.

Jak již bylo řečeno, muzejní animace kombinuje teoretickou a praktickou část programu – mezi těmito dvěma složkami je třeba najít vhodný poměr a rovnováhu, která je určována obsahem výstavy, cílem animačního programu, vyhrazeným časem, znalostmi a charakterem návštěvníků (věk, sociální zařazení, vzdělání, zájmy apod.). Závisí z velké části i na samotném lektorovi, který animační program sestavil a vede a na technickém a prostorovém zázemí muzea. (Kubíčková, 2008, str. 20)

Povaha programu je velmi variabilní, po celou dobu by měla panovat příjemná atmosféra. V realizovaných workshopech jsem tvořila program podle následujícího:

- motivační úvod (teoretická východiska, dílčí pracovní úkol, diskuze či brainstorming apod.);
- hlavní pracovní náplň (jedna souvislá pracovní činnost nebo více dílčích na sebe navazujících úkolů proloženými teorií či diskuzí);
- závěr programu (představení výtvorů, diskuze apod.).

3. Muzeum a jeho návštěvník

Ve třetí kapitole této práce se budu věnovat především muzeu a jeho vztahu k návštěvníkovi. Nicméně tento vztah není jednosměrný a i návštěvník má vztah k muzeu. K přípravě efektivních vzdělávacích výstav, je nutné pochopit charakter obou těchto interakcí. Jinými slovy, je podstatné znát kdo, jak a proč muzea používá, obzvláště pokud je cílem muzea vzdělávat, jelikož různí návštěvníci se učí odlišnými způsoby. V této kapitole popisují jedno z možných dělení cílových skupin muzeí založené primárně na věkových kategoriích. Toto dělení není jediné možné či vyčerpávající, ale je dostačujícím nástinem odlišností různých skupin. V závěru sekce se zabývám způsoby participace a interakce návštěvníka s výstavou, a jejími možnými úskalími v závislosti na cílové skupině.

3.1. Definice pojmu návštěvník

Muzejní veřejnost či publikum není pouze skupina uživatelů muzejních služeb, jedná se o celou množinu více různých cílových skupin, s nimiž muzea pracují. V kontextu České republiky se téměř výlučně užívá pojem návštěvník. Anglická praxe a literatura pro něj užívá několik pojmů obsahující významové nuance – *visitor* představuje příležitostného návštěvníka, *attender* pravidelného návštěvníka a *user* uživatele, tedy někoho, pro koho je muzeum nezbytností. Návštěvníkem tedy není obecný člověk, ale někdo, kdo muzea opravdu navštěvuje a zaujímá k němu určitý postoj. (ICOM, 2010, str. 85) „*Muzejní publikum je veřejnost se vztahem k muzeu, návštěvník muzea je člen muzejního publika, který realizuje, nebo realizoval jednu, nebo více návštěv v muzeu a nakonec odborné muzejní publikum definuje jako část muzejního publika, která se profesionálně nebo neprofesionálně zabývá obory v muzeu zastoupenými,*“ což do pojmu návštěvník muzea zahrnuje i profesionály a pracovníky muzeí, kteří jsou nejen tvůrci, ale i uživateli. (Velcová, 2010, str. 15)

Stále častěji se také vzhledem k muzejním návštěvníkům hovoří o komunitě, která je charakterizována geografickou svázaností, časovou pospolitostí (stejný společenský původ, minulost, příběh, osud), společnou budoucností (touhou, očekáváními) a sdílenými hodnotami (hodnotový žebříček, společný nepřítel). (Šťastná, 2003, 123-124) Pohlížení na muzejní návštěvníky optikou komunity koreluje především s představou muzea (nejen vlastivědného, historického, ale i uměleckého) jako konstruktéra historické paměti, tvůrce identity a prostředníka

nalézání vztahu člověka k místu, době, hodnotám, kultuře, minulosti a sobě samému. Díky poznání návštěvníka muzeum poznává samo sebe, mění se a vyvíjí.

Ačkoli jsou muzea otevřená všem, existují lidé, kteří nikdy v muzeu nebyli a pravděpodobně jej ani nenavštíví. Touto problematikou „ne-návštěvníků“ se zabýval sociolog Pierre Bourdieu v poměrně pesimistické teorii distinkce. Podle něj je návštěvník muzea člověk disponující souborem kulturních kompetencí, které se odvíjejí od jeho nejvyššího dosaženého vzdělání. V závislosti na vzdělání si lidé vytvářejí určité návyky (habitus) týkající se trávení volného času. Na základě výzkumů provedených v 70. letech minulého století ve francouzských muzeích umění, která se snažila získat nové návštěvníky, podle výsledků na upoutávky zareagují jen ti, kteří jsou k tomu díky svému vzdělání předurčení a shledávají sebe sama kompetentními k návštěvě muzea. (Bourdieu, 2002, str. 163)

Z jiného úhlu pohledu se na problematiku návštěvníků a „ne-návštěvníků“ dívá i O'Doherty a dochází v podstatě ke stejnému závěru. V 80. letech minulého století popsal fenomén bílých krychlí a okamžitě je označil za ideologii. Podle něj jsou pro určitou skupinu lidí muzea umění nedostupná a cizí. Sama muzea svou majestátností a díky aureole autority rozdělila publikum na ty, kteří jsou zasvěcení a mohou tedy do moderního chrámu kultury vstoupit a na ty, kteří jsou vyloučeni a pocit nedostatečnosti a nezkušenosti jim brání vstoupit. (Kottová, 2011)

Pochopení charakteristik návštěvníků a „ne-návštěvníků“ muzea je důležité pro přípravu výstav a programů kurátory a také pro získávání nových návštěvníků.

3.2. Cílové skupiny

Muzeum se zaměřuje vždy na určité skupiny návštěvníků – mladé lidi, děti, dospělé, starší osoby či lidi se speciálními potřebami, ale je třeba si uvědomit, že každý návštěvník přichází do muzea jako individualita, s určitou motivací, se svými znalostmi, náladou a socio-ekonomickými faktory, které dohromady určují jeho schopnosti učení a prožitku. (Dudzinska-Presmitzki, Grenier, 2008, str. 15; Adams et al., 2003; 42-43) U každé cílové skupiny je třeba zohlednit její konkrétní potřeby, platí však určitá pravidla pro všechny typy návštěvníků:

- příjemný personál komunikující s návštěvníkem s respektem a v přátelském duchu;

- vzdělaní kustodi, kteří nebudou jen napomínat, ale v případě potřeby zvládnou poskytnout informace k vystaveným exponátům;
- posuzovat prosby návštěvníků individuálně (umožnit vstup asistenčním psům);
- výše vstupného musí odpovídat nabídnutým službám a měl by existovat systém slev;
- otevírací doba musí odpovídat skutečnému rozvržení volného času veřejnosti.

(Velcová, 2010, str. 14)

3.2.1. Rodiny s dětmi

Dříve bylo pro rodinu s dětmi důvodem k návštěvě to, že trávili volný čas jako rodina, šlo o interakci mezi nimi během výletu. Čím dál více však ve výzkumech vychází najevo, že rodiny chodí do muzea za informacemi a vzděláváním, na kterém se mohou podílet rodiče zároveň se svými dětmi. Je tedy zřejmé, že role muzea ve vzdělávání je čím dál důležitější a roste. (Kelly, 2011, str. 1) Dále výzkum ukazuje, že zažije-li rodina v muzeu pozitivní zážitek, má to příznivý vliv na četnost jejich budoucích návštěv. Dalším důvodem, proč vycházet této cílové skupině vstříc, je fakt, že děti, které navštěvovaly muzeum s rodiči, se do muzeí častěji vrací v dospělosti. (Kelly, 2011, str. 1) Je vhodné, když muzea mají specifické prostory pro rodiny s malými dětmi, protože nedochází k vyrušování ostatních návštěvníků. Tyto prostory by měly umožňovat dětem pohybovat se na zemi, hrát si a tím se odreagovat od výstavy. Do muzeí, která mají připravené hravé aktivity pro děti, umožňují tzv. hands-on aktivity (tedy podporují přímou manipulaci s předměty) a celkově stimuluje kreativitu, se rodiny častěji vrací. (Kelly, 2011, str. 2-3)

Při přípravě výstavy se však trochu zapomíná na rodiče – muzeum by mělo nabízet i aktivity pro ně, resp. se ukázalo, že nejefektivnější je propojování rodičovských aktivit s dětskými. Muzeum by mělo poskytnout rodičům informace, které mohou dále předávat svým dětem a tím se podílet na procesu učení. (Kelly, 2011, str. 3) Rodič zastává v muzeu několik rolí najednou – je manažerem návštěvy, expertem, který vysvětluje, předává dětem fakta, opravuje je, aktivizuje apod. Děti mají k rodičům větší důvěru a rády se obrací na ně, než na cizí lidi, experty či pracovníky muzeí. V současnosti se často využívají materiály dostupné v kuffících či batůžkách, které dostane rodina při vstupu do muzea. Tam najdou všechny potřebné pomůcky, pracovní listy a informace pro rodiče, které jim pomohou lépe aktivitami projít (nápadů na co se zaměřit, seznam otázek pro děti). Ve velkých a moderně vybavených muzeích je pro rodiče někdy

přístupný počítač s připojením k internetu, muzejní knihovna nebo alespoň výběr určité literatury. (Kelly, 2011, str. 4)

V projektu Revitalizace Muzea Fráni Šrámka jsem se na cílovou skupinu rodin s dětmi nezaměřovala, protože obsah výstavy je pro děti příliš náročný, neumí-li číst a psát. Jedinou možností by bylo vytvořit malý hrací koutek pro děti, kde by se mohly děti zabavit, když si rodiče procházejí výstavu.

3.2.2. Mladí lidé – dospívající

Před dvaceti lety, kdy byl větší počet tradičních, tichých a neinteraktivních muzeí, byla cílová skupina dospívajících považována za obtížnou, těžce zvladatelnou a muzejní pracovníci s ní raději nepracovali. (Schwartz, 2005) Nicméně, v současné době se tento pohled mění a muzea s dospívajícími začala pracovat a zjistila, že tato interakce je výhodná pro obě strany. Mladí lidé přinášejí do muzea nové nápady a impulzy. (Schwartz, 2005)

Dospívající charakterizuje proces hledání vlastní identity, hledání svojí pozice ve světě a utváření si osobních názorů. Z kognitivního hlediska se v období dospívání utváří schopnost abstraktního myšlení a morálky. (Beane, 2000, str. 4) Pro toto období je velmi důležitý vztah s vrstevníky – vlastní pozice ve světě a názory často vznikají na základě interakce s ostatními. Mládež je v tomto období velmi citlivá na autoritativní přístup, mladí naopak velmi oceňují opravdový zájem o jejich myšlenky a nápady. Z tohoto pohledu by také měla muzea k práci s dospívajícími přistupovat, zohledňovat jejich připomínky, naslouchat jim a brát je vážně. (Schwartz, 2005) Proto byly velmi úspěšné projekty, ve kterých byli dospívající zapojeni do práce v muzeu a pomáhali profesionálním pracovníkům – starší např. provázeli mladší návštěvníky nebo vedli odpolední volnočasové programy. (Schwartz, 2005; Beane, 2004, str. 6-7) Také v projektu Muzea Fráni Šrámka jsem k dospívajícím přistupovala jako k rovnocenným partnerům, což mělo velmi pozitivní vliv na jejich zapojení.

Výše popsané charakteristiky cílové skupiny mladých lidí je třeba vzít v úvahu při přípravě výstav a doprovodných programů. Dospívající preferují na výstavách obrazy a objekty oproti textům, obzvlášť je-li text podobný školním učebnicím a obsahuje-li slova, která jsou nesrozumitelná. Někteří si myslí, že si proto dospívající neodnesou z výstavy tolik informací,

když se nevěnují textům. Nicméně není pravda, že by texty zcela ignorovali – naopak texty vnímají, pracují s nimi, glosují je ve skupině a vztahují se k nim skrze své vlastní životní zkušenosti a znalosti. (Eakle, 2009, str. 212) Do výstavy v Muzeu Fráni Šrámka jsem proto zařadila komiks, se kterým dospívající pracují, dešifrují ho a protože jsou zvyklí hledat v obrazech významy. Některé komiksové instalace jsou velkoformátové, proto přitahují pozornost a umožňují skupině mladých návštěvníků společně odhalovat významy.

3.2.3. Starší lidé

Mezinárodní studie ukazují, že i starší lidé rádi navštěvují muzea, a proto je s touto cílovou skupinou nutné počítat při přípravě výstav a při práci s interiérem. Jen 8 % straších návštěvníků přijde do muzea bez doprovodu, 36 % přichází s rodinou a 42 % s přítelem ze své věkové skupiny. (Elottol, Bahauddin, 2011, str. 276) Je tedy zřejmé, že starší lidé chodí do muzea i kvůli sociálnímu kontaktu. V kombinaci s tímto faktem souvisí i to, že starší lidé se snáze unaví a měli by tedy mít prostor pro relaxaci, kde si zároveň mohou se svým doprovodem popovídat, občerstvit se apod. Starší lidé jsou návštěvnická skupina, která si nejčastěji kupuje suvenýry, proto by muzea měla mít sortiment, který odpovídá jejich potřebám a zájmům. (Elottol, Bahauddin, 2011, str. 267)

Vzhledem k pravděpodobnějším fyzickým problémům starší lidé ocení světlejší prostory s kvalitním osvětlením, široké a rozlehlější odpočinkové zóny (užší prostory naopak stimulují aktivitu a pohyb), takže by se tyto typy prostorů měly střídat, bezbariérovost, rampy a plošiny namísto schodů a výtahy, povrch, který neklouže a jednoduchý orientační systém. (Elottol, Bahauddin, 2011, str. 272-273)

Problémy s bezbariérovostí muzeí se týkají cílové skupiny starších návštěvníků a také lidí se speciálními potřebami (lidé s pohybovým či mentálním postižením, sluchovými či zrakovými indispozicemi). Řešení a nalézání adekvátních komunikačních postupů se týká především velkých muzeí a institucí, které mají jak personální prostředky, tak i prostředky finanční. Muzeum Fráni Šrámka je velmi malé a ze své podstaty bariérové kvůli umístění v prvním patře původně obytného domu, proto jsem nezohledňovala specifické potřeby této cílové skupiny. Je rozhodně velmi důležité tyto aspekty v práci muzeí zohledňovat, nicméně se nebudu v této práci touto problematikou podrobněji zabývat.

3.3. Participace návštěvníka a interaktivita

„Muzea se musejí transformovat z muzeí o něčem na muzea pro někoho.“

(Weil, 1999, str. 229)

Interaktivita je v myslí, ne pouze v rukou.

(Dudzinska-Przesmitzki, Grenier, 2008, str. 17)

Interakce je vzájemné působení mezi dvěma nebo více objekty světa. Na rozdíl od kauzálního modelu, podle něhož akce jednoho objektu vedou jednosměrně k reakcím objektu druhého, model interakce vyjadřuje obousměrnou akci. (Wikipedia, 2012) Podle slovníku Oxford Advanced Learner's Dictionary je interakce definována jako *vzájemná akce; akce nebo působení lidí nebo věcí na sebe navzájem*. (Hornby, 2005, str. 809)

Koncept interakce souvisí s teorií systémů, v níž je systém myšlenkový model, kterým uchopujeme určitý výsek světa, abychom jej mohli studovat a porozumět mu. Systém je definován svými prvky a právě vztahy mezi nimi – každý prvek může přitom být systémem nižšího řádu a antagonicky, každý systém může být prvkem systému řádu vyššího. Takto vytvořený celek se projevuje vůči svému okolí odlišně, než jak by se projevoval pouhý soubor stejných navzájem neprovázaných prvků. Vlastnosti systému nejsou rovné součtu vlastností jeho částí, což právě posiluje myšlenku interakce, díky které vznikají nové hodnoty. (Bertalanffy, 2001, str. 3-10) Koncept interakce se váže k nesmírnému množství oborů, od podnikání, umění až k čisté vědě, od chemie, biologie, fyziky, až po sociologii, politiku, psychologii, design, umění, interakci člověk-počítač či právě muzeologii. (Bertalanffy, 2001, str. 3-4) Pro účely této práce bude objekty, které mezi sebou navzájem interagují, myšleno především muzeem, návštěvník, exponát, expozice a skupina návštěvníků.

V návaznosti na uvozující citáty k této kapitole, na definice a výklad pojmu interakce, je třeba zdůraznit, že v prostředí muzea nelze interakci chápat pouze ve smyslu dotýkání se a přímé manipulace s objekty. To je typické především pro museum of science. Pro mne a pro téma nových médií v muzeologii je důležitá interakce s myslí návštěvníka, která je kupříkladu realizována prostřednictvím otázek v expozici, pomocí pracovních listů, možnosti vybrat si např. z nabídky krátkých videí, pomocí doprovodných programů a tvůrčích aktivit, diskuzí, besed

apod. (Dudzinska-Przesmitzki, Grenier, 2008, str. 9-22) Pojem interakce je klíčový jednak pro samotná nová média (viz dále), ale také pro koncepci post-muzea, v němž je kladen důraz na zapojení návštěvníka do výstavy, na jeho aktivitu a jeho tvůrčí přístup. Proto se muzea snaží připravovat co interaktivnější expozice.

Nicméně tvorba interaktivních výstav přináší mnohá úskalí. Je třeba vyvážit kvalitu obsahu a míru zábavy – aktivity by měly vést ke tvorbě konstruktivního obsahu, který navazuje na téma výstavy. Velmi jednoduchý a přitom úspěšný projekt propojoval rodiče s dětmi, kteří měli v rámci výstavy k dispozici knihy a informační materiály a mohli společně pracovat a prohlížet si odborné publikace. Dále dostali kartičky s dalšími náměty na aktivity, které si mohli odnést domů a pokračovat v činnostech i tam. Hodnocení návštěvníků bylo velmi pozitivní – získali významný sociální zážitek, vytvořili si společné vzpomínky a změnili názor na umění. (Adams et al., 2003, str. 44-45)

Předchozí příklad byl velmi atypický v tom, že interakce byla konstruována skrze sociální vazby, kontakt mezi lidmi a kontakt mezi generacemi. To však nebývá zcela typické – často jsou interaktivní výstavy koncipovány prostřednictvím interakce člověk-počítač či obecněji člověk-technologie. Ač tyto výstavy zvyšují průměrnou dobu, kterou návštěvník na výstavě stráví (běžné měřítko úspěšnosti výstav), tak se interakce omezuje na interakci člověk-technologie a návštěvník využívá jiné procesy učení. Nedochozí k interakci mezi lidmi, která je považována za klíčovou ve fixaci a budování znalostí. (Heath et al., 2005, str. 91-95) U technologicky náročných exponátů se také někdy projevuje takzvaný „game-over“ syndrom, kdy návštěvníky zajímá jen princip fungování technologického exponátu, a ne již jeho obsah. (Adams et al., 2003, str.47)

Dalším problémem je rozlišení mezi interaktivními prostory a těmi neinteraktivními. Například, stálé expozice, bývají méně interaktivní a dočasné výstavy jsou mnohdy interaktivnější. Pozitivním nálezem Adamsovy studie bylo, že návštěvníci, kteří vyzkoušeli interaktivní výstavy, měli větší tendenci navštěvovat i stálé expozice. Nicméně při změně prostředí si nebyli jistí, jak reagovat a co je v kterém prostoru dovoleno. Proto je nutné jasně vysvětlit míru interakce s exponáty v různých částech muzea, aby nedocházelo k jejich poškození. Dále, je nutné popsat způsob práce s exponáty, jelikož návštěvníci přicházejí do muzea se svými vlastními představami o tom, jak interaktivní výstava vypadá, a mohou být zklamaní, když nemohou na exponáty sahat nebo něco přímo tvořit (Adams et al., 2003, str. 44-45).

Samotná koncepce a příprava interaktivní výstavy je mnohdy také výzvou, i pro muzea, která již v minulosti pořádala interaktivní výstavy. Při plánování je třeba zohledňovat požadavky na interakci podle cílové skupiny, prostředí a tématu výstavy. Nelze vymyslet jeden druh interaktivního programu a ten pak aplikovat dál. Umělecké výstavy dovolují užití kreativních činností a samostatnou tvorbu. Nicméně, tento typ interaktivity by byl nepoužitelný při pořádání výstavy o problematice otroctví, která by musela pracovat s myslí návštěvníka a aktivovat přemýšlení. (Adams et al., 2003, str. 45).

4. Nová média a muzeum

Nová média, digitální technologie a jejich kombinace s ostatními formami obsahu jsou jedním z efektivních nástrojů komunikace v muzeu. Obsah nových médií není generován pouze shora profesionální autoritou, ale na jeho tvorbě se podílejí i samotní uživatelé. (Simon, 2010, str. 1-3) V kontextu muzeologie to znamená, že i díky novým médiím výstava může lépe využít potenciál návštěvníka, protože návštěvník není jen pasivním příjemcem informace, ale je podněcován k aktivitě. *„Každý exponát vyvolávající asociaci je mnemotechnickou pomůckou při přijímání informací. Každou interakcí se návštěvník zapojuje do tvorby příběhu, jednotlivě přijímané informace si sám skládá do celkového obrazu a to mnohdy tak, jak tvůrci expozice ani nepředpokládali a nezamýšleli.“* (Tallon, Walker, 2008, str. 109) V novomediálním prostředí nejsou vztahy přesně dané, neustále se mění a reagují na podněty uživatele, což odpovídá koncepci muzea jako „třetího prostoru“ – v tomto pojetí muzeum přiznává, že vystavené je výsledkem diskuze autorů expozice, že výběr exponátů je dílem interpretace a nechává návštěvníka utvořit si svůj vlastní názor. (Petříček, 1996, str. 67-71; Forgan, 2005)

Nová média jsou velmi tvárná, dynamicky se vyvíjejí a často je těžké říci, zda něco novomediální je nebo není. Při přípravě expozic, ať již s uměleckým nebo jiným obsahem, je dle mého názoru podstatná spíše celková koncepce a přístup – novomediální výstavu netvoří fakt, že součástí expozice je počítač nebo dataprojektor promítající film. Samotná forma nestačí. Důležité je vytvořit takový obsah, který návštěvníkům otvírá cesty k interpretaci, který ho nevede expozicí slepě jen jedinou cestou od skleněné vitríny ke druhé, ale nechává mu prostor pro vytvoření svých vlastních cest, působí na jeho představivost i emoce a tím prohlubuje procesy učení, aktivizuje jeho pozornost a činí informace zapamatovatelnějšími. Různorodost forem obsahu aktivizuje návštěvníkovu pozornost a pomůže designérovi expozice vyvážit poměr mezi zábavou a vzděláváním. (Sparacino et al., 2009) V této kapitole charakterizují nová média, vytvořím paralelu mezi přístupem nových médií a moderních muzeí a představím konkrétní možnosti využití nových médií v muzeologii – přímo v expozici a v mediální prezentaci muzea.

4.1. Charakteristika nových médií

„Každá doba má svá nová média.“

(Štětka, Šmahel, 2009, str. 7)

Existuje více možných charakteristik nových médií, zatím neexistuje jediná obecně přejímaná definice, proto se ve své práci zaměřím na ty charakteristiky nových médií, které mají paralelu k muzeím.

Jedním z důležitých aspektů nových médií je užitá technologie – nová média lze charakterizovat jako média digitální, založená na numerickém zpracování dat, a provázaná s informačními a komunikačními technologiemi, které umožňují produkci, uskladnění a následně vyvolání těchto médií. Nová média jsou analogová média převedená do digitální formy. Všechny typy obsahu (text, obrázky, audio a video materiál, 3D objekty atd.) jsou v nových médiích sestaveny ze stejného digitálního kódu (nul a jedniček), což umožňuje vyvolání a správu obsahu pomocí jednoho zařízení – počítače. (Manovich, 2001, str. 49) Nástup nových technologií je v současné době velmi rychlý, technologie se stále vyvíjejí, vylepšují, zmenšují, zrychlují a jsou stále výkonnější. V současné době při pokusu o vymezení pojmu, přestává být technologický pohled dostačující – ukazuje se, že jde spíše o způsob užití média, o způsob komunikace, který se k daným médiím váže a o jeho sociální kontext. (Štětka, Šmahel, 2009, str. 7)

V této perspektivě nesrovnáváme média nová s těmi starými, ale s masovými médii, které fungují na principu komunikace one-to-many. Komunikace one-to-many je přenos informací od jednoho centralizovaného subjektu k mnoha navzájem izolovaným příjemcům informace. (Štětka, Šmahel, 2009, str. 8) Pro příjemce informace je mnohem obtížnější reagovat na obsah, komentovat ho, a pokud chce obsah ovlivnit nebo podat autorovi informace zpětnou vazbu, musí vynaložit poměrně velké úsilí. Pro nová média je charakteristický pojem decentralizace právě díky komunikaci fungující na principu many-to-many. Decentralizace znamená, že informační tok není jednosměrný a lineární, ale naopak mnohosměrný, oddělený a nespojitý. (Manovich, 2001, str. 49) S decentralizací souvisí, že u obsahu nových médií není zřejmá hierarchie struktur komunikace, jako je tomu např. u jasně daných struktur fungování tištěných deníků či v televizích, kde má každý zaměstnanec přesně vymezené kompetence. (McQuail, 2006, str. 35)

Pro obsah této práce je velmi důležitou charakteristikou nových médií interaktivita, o které byla jedna z předešlých kapitol. (Manovich, 2001, str. 55-56) V komunikaci one-to-many je příjemce pasivní, v komunikaci many-to-many je naopak příjemce aktivní a sám se stává tvůrcem a šířitelem informace a stírá se tak rozdíl mezi autorem a publikem. Typickým příkladem komunikace one-to-many je například televize, rozhlas či tištěná média; many-to-many komunikace je typická právě pro novomediální prostředí, tedy pro internet či sociální sítě. Toto lze sledovat i v rozdílu pojmů – publikum je složeno z pasivních konzumentů, ale pojem uživatel, spojovaný právě s novomediální sférou, odkazuje k aktivitě, uživatel dané médium užívá, pracuje s ním a médium je tak prostředkem jeho realizace. (Lievrow, Livingstone 2006, str. 7) Klasický školní vzdělávací systém přesně kopíruje komunikaci one-to-many – učitel je autoritou generující obsah a žáci jsou pasivním publikem přijímajícím, memorujícím informace. Muzeum třetího prostoru se snaží fungovat právě na principu many-to-many, kde je návštěvník proaktivní a sám se vzdělávacího procesu účastní. (Simon, 2010)

Analogicky ke dvěma představeným principům komunikace, one-to-many a many-to-many, lze ještě mluvit o komunikaci one-to-one, která probíhá mezi dvěma subjekty, které jsou oba aktivní. Tímto je také naplněna kolaborace, která je pro nová média rovněž typická. V prostředí muzea se jedná např. o interakci mezi dvěma či více návštěvníky, která vznikne samovolně během prohlídky v muzeu nebo např. řízeně v rámci doprovodných programů nebo galerijních animací. Muzeum se stává platformou pro setkávání různorodých návštěvníků (uživatelů), kteří jsou vyzýváni k tomu, aby obsah tvořili, předávali ostatním, sdíleli, kritizovali a spolupracovali. (Simon, 2010)

Další podstatnou charakteristikou nových médií je intertextualita – v nových médiích lze propojovat a kombinovat starý obsah s novým a dát tak vzniknout dalším významům. (McLuhan, 2006, str. 284) Intertextualita umožňuje odkazování na cizí obsah, zapojování cizího obsahu do svého a tzv. remixování – míšení obsahů s cílem vytvořit obsah nový, jiný či pozměněný. Nová média jsou velmi tvárná a flexibilní, umožňují nám reagovat pružně na aktuální dění – proces vzniku knihy je velmi dlouhý, v případě, že dojde ke změně, je úprava a doplnění velmi náročné jak časově, tak organizačně, finančně i technicky. Toto by nemělo vyznít jako glorifikace nových médií v kontrastu se zkosnatělostí médií starých – právě ona pružnost a jednoduchost tvorby a šíření s sebou přináší i úskalí, protože vzniká neuvěřitelně velké množství obsahu, jehož kvalita je velmi rozdílná, v prostředí nových médií se informace mohou častokrát duplikovat a přenos chybných, nepřesných či nedostatečných informací je relativně velký. (Kršek, 2010) Muzea by si

z této problematiky měla vzít fakt, že by se měla snažit reagovat na potřeby různých návštěvníků, evaluovat svoje postupy, měnit je a upravovat tak, aby odpovídala skutečným potřebám různých skupin návštěvníků – jiné potřeby vzhledem k obsahu mají mladí lidé, starší, rodiny s dětmi či lidé se speciálními potřebami. (McLuhan, 2006, str. 284; Manovich, 2001, str. 49)

Hypertextualita, další charakteristika nových médií, se nám dnes jeví jako samozřejmost a ani si již neuvědomujeme, že s příchodem internetu se jednalo o velmi nový fenomén. Hypertext umožňuje odkazovat na další dokumenty, které mohou být volbou odkazu zobrazeny. (Manovich, 2001, str. 77) Právě hypertextualita umožňuje intertextualitu a větší návaznost jednotlivých obsahů na sebe.

S intertextualitou jako další vlastností nových médií souvisí i dnes velmi oblíbená a všemi skloňovaná multimedialita. Nová média umožňují kombinovat různé druhy obsahu (text, audio, video, grafika, flash atd.) – vzniká tak hypermediovaná skutečnost, kdy se uživatel opájí technologickými možnostmi a vymoženostmi daného multimédia. Hypermediace je zvýraznění média tím, že jedna mediální forma obsahuje zároveň další (např. během televizních zpráv divák vnímá nejen vizuální obraz, ale výpověď redaktora, titulky k mluvčím osobám, titulek zpravující o jiných zprávách z jiných částí světa a některé televizory navíc umožňují dívat se v jedné chvíli na více programů zároveň). (Bolter, Grusin, 1999) Muzea třetího prostoru, která se snaží mít co nabídnout nejširší diverzitě návštěvníků, umět zaujmout malé děti, dospívající, starší osoby či návštěvníky s handicapem, musí kombinovat různé druhy obsahu, aby se každý návštěvník mohl zaměřit na to, co mu vyhovuje a co je mu nejbližší. Dalším aspektem multimediality v muzeu je to, že různá média aktivizují určité lidské smysly a zapojují tělo – současné muzeum se nechce spoléhat jen na obsah ve formě textu, ale zapojuje právě poslech, video, 3D objekty, které vybízejí k pohybu nebo přímo k manipulaci s objekty a další. Různorodost forem a střídání různých druhů obsahu aktivizuje návštěvníkovu pozornost, nutí je zapojovat stále nové smysly i emoce a do procesu vzdělání tak lze lépe zahrnout i psychomotorické faktory, tělesnost a emocionalitu, což podle nejnovějších výzkumů stojí za lepší efektivitou učení. (Paris, 1997, str. 24-25)

Jak již bylo naznačeno v pasáži věnované interaktivně a kolaboraci, nová média jsou otevřená a komunikační proces je demokratický díky zpětné vazbě. Nová média jsou otevřená všem, uživatelská rozhraní se začínají čím dál více designovat tak, aby užití bylo co nejintuitivnější a nejjednodušší a nevyřazovalo ty, kteří nejsou technicky příliš zdatní a znalí. (Kršek, 2010) S otevřeností souvisí právě internacionální rozměr nových médií, globalizace a

bezbariérovost – nová média nám zpřístupňují vzdálené a cizí, i díky nim se zkracují bariéry v komunikaci s lidmi na druhém konci světa a umožňují socializaci i těm, kteří mají v reálném životě určité problémy. Jsou rovněž otevřená a dávají prostor menšinám a těm, kteří nespádají do hlavního myšlenkového proudu. Bezbariérovost a otevřenost jsou myšlenky, které provází muzea v podstatě od jejich vzniku, již v osvícenství měla muzea naplňovat tezi o vzdělávání mas a předávání informací (viz veřejné paláce). V prostředí výpočetních technologií, internetu a nových médií se hovoří o tzv. digital divide – tedy digitální propasti. Jde o digitální rozdělení mezi těmi, kdo přístup k technologiím mají, a těmi, kdo ho nemají. Jedná se o fenomén, který má více úrovní, nejde jen o přístup, ale i schopnost tyto technologie efektivně využívat. (Punar, 2009, str. 5) V problematice muzeí se analogicky hovoří o určité intelektuální a kulturní kompetenci k návštěvě muzea – ne každý je vybaven těmito kompetencemi, návštěva muzea těmito lidem přijde nepatřičná a muzeum je pro ně neznámým, cizím a nevstřícným prostředím. (Bordieu, 2002, 163-164) O'Doherty ve své práci o ideologii bílých krychlí zmiňoval, že bílé krychle rozdělují lidi na ty zasvěcené, kteří se odvážili do chrámu umění vstoupit, a na ty ostatní, vyloučené. (O'Doherty, 1999) Podobný postřeh má i teoretik Nick Prior zase mluví o tom, že i přes veškerou snahu muzeí o otevřenost stále existuje skupina lidí, kteří chodí do muzeí jen za účelem použití toalet. (Prior, 2003, str. 57)

Nová média nejsou vázaná na jedno jediné místo, ale charakterizuje je pojem mobilita – díky internetu a propojení je možné se skrze počítač s připojením dostat k obsahu odkudkoli, uživatel není limitován místem, protože selekci obsahu je možné skrze počítač provést kdekoli. Stále se rozšiřujícím fenoménem jsou tzv. smart phones neboli chytré telefony s možností připojení k internetu pomocí napojení na síť wi-fi nebo pomocí datových tarifů. Uživatel se díky internetu a offline i online aplikacím dostane k vlastnímu e-mailu, profilům na sociálních sítích, zpravodajství, online televizím, geolokačním službám, hrám a mnohému dalšímu. Mohlo by se zdát, že nelze vytvořit paralelu mobilních nových médií a mobilním muzeem, protože muzeum se zdá být plně svázáno s prostorem své budovy. Stále častěji však muzea expandují právě do prostředí internetu a sociálních sítí – muzeum je tak návštěvníkovi přístupné odkudkoli právě pomocí webových stránek či profilů na sociálních sítích (Facebook, Twitter, YouTube, Vimeo, Soundcloud, Flickr apod.). (Coppola et al., 2008, str. 1) Díky novým médiím lze lépe aktualizovat obsah, umožnit návštěvníkům procházet digitalizované sbírky, navštívit virtuální muzeum, uveřejnit informace, které se nevešly do expozice apod. Konkrétní využití nových

médií ve vlastním realizovaném projektu je popsáno v kapitole Multimediální aspekt Muzea Fráni Šrámka.

4.2. Web 2.0 ~ Muzeum 2.0

„Změna, když přijde, nebude pouze změnou technologickou, ale filosofickou. Katalyzátorem a urychlovačem této změny je Web 2.0.“

(Kelly, 2010, str. 1)

Řekne-li se Web 2.0, můžeme předpokládat, že existoval jakýsi Web 1.0 – Web 1.0 je charakterizován komunikací one-to-many, uživatel procházel webové stránky, pročítal a pasivně konzumoval obsah, který byl pro něj vytvořen. Web 2.0 je oproti tomu koncept, kde ve středu všeho stojí uživatel (user-centered design), který pomocí různých webových aplikací vytváří, sdílí, remixuje vlastní obsah a kooperuje s ostatními uživateli. Typickými produkty Webu 2.0 jsou sociální sítě, blogy, wikipedie, webové stránky umožňující sdílení videí, úložiště a úschovny dat, webové aplikace, mash-upy a folksonomie¹¹. (Wikipedia, 2012) Analogicky s Webem 2.0 můžeme hovořit o Muzeu 2.0. Muzeum 2.0 je instituce, která využívá principů Webu 2.0 a zaměřuje se na návštěvníka a umožňuje mu generovat a sdílet svůj vlastní obsah. (Coppola, 2008, str. 2)

Většina muzeí v dnešní době má vlastní webové stránky, ale minimum z nich využívá konceptu Webu 2.0 – pro aplikaci těchto nových a relativně převratných myšlenek je třeba zcela změnit náhled na fungování muzeí a přeměnit je z autoritativních institucí v instituce utvářené veřejností. (Kelly, 2010, str. 2-3; Coppola, 2008, str. 1) I přesto existuje odborná muzeologická komunita, která se touto problematikou dlouhodobě zabývá – dokladem je každoročně pořádaná konference *„Museums and the Web,”* jejíž první ročník se uskutečnil již v roce 1997. (Museums

¹¹ Folksonomie vychází se slova taxonomie, jedná se o systém klasifikace, která vzniká spoluprací uživatelů internetu pomocí tagů, popisků a komentářů. Taxonomie je systém klasifikace, za kterou stojí vědecké autority. (Wikipedia, 2012)

and the Web, 2012) Jelikož tento koncept není běžně praktikován, uvedu pro názornost několik zajímavých projektů Muzea 2.0.

Příkladem užití folksonomie je projekt skupiny několika uměleckých muzeí, které realizují kolaborativní výzkumný projekt umožňující návštěvníkům galerií přepisovat označení uměleckým dílům. Myšlenkou tohoto projektu je zpřístupnit neodborné veřejnosti umělecká díla a podnítit je k vlastní aktivitě a přemýšlení o umění. Tento projekt je dostupný na www.steve.museum. Obdobný projekt realizuje Metropolitan Museum of Art v New Yorku. Laická veřejnost přepisuje označení uměleckým dílům, aniž by dodržovala formální náležitosti, jimiž jsou svázáni odborníci. Vzniká tak personalizovaná dokumentace umění, která více reflektuje osobní zkušenost návštěvníků muzeí a díky tomuto projektu se propojuje odborná veřejnost s neodbornou. I pro samotné vědce je zajímavé, co návštěvníky na obrazech upoutá a co považují za stěžejní. (Coppola et al., 2008, str. 2) Jelikož jsou v současné době lidé zavaleni informacemi, tak znalosti a významy jim prezentované už nelze pouze absorbovat. Avšak při aktivní manipulaci s informacemi jednotlivci dosahují vyšších výsledků v zapamatování obsahu. Muzeum 2.0 neboli muzeum třetího prostoru díky těmto a podobným projektům efektivně naplňují svoje vzdělávací cíle. (Fisher et al., 2007, str. 3)

Dalším příkladem muzea, které využívá principů Webu 2.0 je MoMA (Museum of Modern Art) v New Yorku, kde se zaměřili na vytváření vlastní audio podcastů). Mladí návštěvníci ve spolupráci s pracovníky kulturní neziskové organizace ArtMobs, která se věnuje angažovanému umění, vytvářeli alternativní a neoficiální průvodce muzeem a audio nahrávky, ve kterých se svěřovali s vlastními zážitky z muzea. (Kelly, Russo, 2008, str. 10)

Jeden velmi zajímavý koncept vznikl v rámci projektu v newyorském Brooklynském muzeu – „*Click!: A Crowd-Curated Exhibition*.“ Jak již název napovídá, kurátory výstavy se stali samotní návštěvníci, tedy neodborná veřejnost. Pracovníci muzea oslovili fotografy, aby nafotili měnící se podobu Brooklynu, vzniklé fotografie byly uveřejněny online na webu muzea. Návštěvníci muzea byli osloveni, aby jednak hlasovali pro fotografie, které chtějí vidět v galerii, a jednak odpovídali na sadu otázek zjišťujících jejich znalosti z oblasti teorie umění. Jejich teoretické vědomosti však neovlivnily výslednou podobu fotografické výstavy, ale sloužily pro vědecké účely pracovníků muzea. (Proctor 2010, str. 38)

Velmi zajímavý je rovněž projekt „*Franklin Remixed*,“ který byl zorganizován ve Philadelphii. Projekt se uskutečnil v rámci dvou výstav o americkém prezidentovi Benjaminu Franklinovi, který je všeobecně prezentován jako dokonalá ikona a jeden ze zakladatelů státu. Cílem projektu, kterého se účastnili studenti druhého stupně základní škol, bylo přimět mladé lidi, aby přezkoumali obecně prezentované informace o prezidentovi v rámci vlastních projektů – vytvářeli komiksy, audio příběhy sdílené formou podcastů, videa či plakátů. Takto vzniklý obsah byl sdružen na webových stránkách www.franklinremixed.com, čímž vznikla v podstatě alternativní virtuální výstava vytvářející protipól ke dvěma oficiálními výstavám. Projekt byl tedy přístupný i těm, kteří se ho nemohli osobně zúčastnit. Samovolně se studenti zaměřili především na Franklinovy chyby – věnovali se jeho problematickému a autoritativnímu vztahu k ženám, jeho předsudkům k Němcům, tomu, že vlastnil otroky apod. Díky projektu se pro studenty stal Franklin lidskou bytostí, reálným člověkem, který má dobré i špatné vlastnosti a vytvořili si tak plastický obraz této osobnosti. Evaluace projektu ukázala, že studenti pochopili to, jak doba ovlivnila názory, činy a vývoj Benjaminu Franklina, což není obvykle součástí školních osnov, které se zaměřují především na diplomatické kvality prezidenta a jeho politické úspěchy. (Fisher et al., 2007, str. 1-16)

V Muzeu 2.0 lze kromě webových aplikací využívat k interakci s návštěvníky rovněž mobilních telefonů. Výzkum mezi návštěvníky muzeí ukázal, že mobilní telefon je nejčastěji používaný a tudíž je nejvhodnějším zařízením, které lze využít pro interakci, protože ho mají návštěvníci při prohlídce u sebe. Mobilní telefon jednoznačně převýšil ostatní zařízení typu PDA, iPod atd. (Goldman, 2007, str. 3) Realizovaný projekt v Liberty Science Center s názvem SNSE (Science Now, Science Everywhere) umožňoval návštěvníkům pracovat v expozici se svými vlastními telefony. Návštěvníci odesílali textové zprávy na číslo patřící konkrétnímu exponátu, který je zajímal, automatizovaný systém jim poslal podrobnější informace včetně URL adresy, kde si mohl návštěvník z prostředí domova najít další zajímavosti. Muzeum tak chtělo odstranit bariéru spočívající v nutnosti registrace a zapamatování si přístupových údajů na webové stránky muzea a zároveň tak získalo zajímavá data ohledně preferencí návštěvníků. (Bressler et al., 2008) Projekt SNSE je stále rozšiřován, pomocí mobilních zařízení se návštěvníci účastní např. audio prohlídek muzeí, pořizují a sdílejí fotografie z návštěv, hlasují v anketách nebo se účastní nejrůznějších her a soutěží. (Goldman, 2007, str. 2-3)

Poslední z projektů využívající principů a nástrojů Webu 2.0, který v této práci představím, je výstava „*American Furniture / Googled*“ v Decorative Art Gallery v Milwaukee Art Museum. Realizace tohoto projektu rovněž dokládá měnící se nároky na práci a pozici kurátorů. Experimentální instalace spočívala ve vystavení tradičních objektů – klasického nábytku – doplněných digitálními obrazovkami zobrazujícími výsledky vyhledávání daného objektu prostřednictvím Google. Digitální obrazovky nahradily tradiční popisky tvořené kurátory a odborníky. Ve výstavních prostorách byly návštěvníkům navíc k dispozici dva další počítače s připojením na internet, takže v případě zájmu mohli návštěvníci otevřít odkazy, které je zaujaly nebo provést vlastní internetový výzkum. (Proctor, 2010, str. 40)

Výše popsané konkrétní využití a příklady propojení Webu 2.0 a Muzea 2.0 dokládají, že zapojení návštěvníka není realizováno jen prostřednictvím manipulace s objekty, ale právě díky vlastní a kreativní práci, reinterpetaci či vlastnímu výzkumu. Muzea v rámci těchto projektů provázejí návštěvníka, dodávají mu informace, materiál či technologie, motivují jej, ukazují mu cestu a především ocení a váží si jeho vlastního výtvoru, který muzea uveřejňují jednak přímo v expozici nebo v online prostředí.

4.3. Nová média a mediální prezentace muzea

„Díky digitálnímu prostředí muzea přestala být Akropolí – nedobytným palácem skrývajícím tajemné poklady za tlustými zdmi opevnění, ale Agorou – inspirativním prostorem, místem pro setkávání, komunikaci a občanskou společnost.“

(Proctor, 2010, str. 37)

Současné muzeum třetího prostoru se snaží oslovit nejrůznější vrstvy návštěvníků, a proto volí různorodé formy prezentace v závislosti na konkrétních cílech. Sociální média rovněž umožňují propojovat různé skupiny participující v online prostoru muzea – profesionální pracovníky, kurátory, děti, mladé návštěvníky či amatérské experty. (Russo et al., 2008) Důležitý je také postřeh ředitelky New Media Initiatives ve Smithsonian American Art Museum – když muzea nevyužívají sociální sítě, nezabrání návštěvníkům, aby produkovali a sdíleli obsah týkající se muzea a výstav prostřednictvím jejich profilů na sociálních sítích (Facebook, Flickr, Twitter,

různé typy wikipedií, YouTube, Vimeo, Pinterest a další). Obsah generovaný návštěvníky existuje tak jako tak, a pokud s nimi muzea nezačnou pracovat, ztrácejí svou autoritativní pozici a možnost být jediným původcem informace. (Proctor, 2010, str. 35-43)

S růstem vlivu internetu a sociálních sítí muzea potřebují rozumět nejen tomu, kdo tyto komunikační kanály užívá, ale také jakým způsobem a proč. (Russo et al., 2008) V návaznosti na současné trendy se v této kapitole zaměřím na prezentaci muzeí pomocí webových stránek a na využití sociálních sítí. Jelikož obsahem mé práce není podrobná analýza možností využití všech nástrojů PR (tiskové konference, publikace, letáky, brožury atd.), nebudu zde toto téma zohledňovat v celé šíři.

V roce 2006 proběhl ve Spojených státech amerických výzkum s 4 556 mladými respondenty a následně s 4 475 dospělými. Cílem bylo zjistit jejich uživatelské návyky a aktivity na internetu. Na základě tohoto výzkumu byli uživatelé rozděleni do šesti skupin:

1. Pasivní uživatelé (52 %)
2. Diváci – čtenáři blogů, diváci videí a posluchači podcastů (33 %)
3. Kontaktní – využívají především sociální sítě (19 %)
4. Sběratelé – propojují stránky pomocí označování (15 %)
5. Kritici a komentátoři – komentují cizí blogy, píší hodnocení (19 %)
6. Tvůrci – generují vlastní obsah, spravují webové stránky, píší blogy, natáčejí a sdílejí videa apod. (13 %)

(Kelly, Russo, 2008, str. 2)

V letech 1990 až 2004 proběhl velký telefonní výzkum zaměřený na zjištění demografických a psychografických profilů australských návštěvníků muzeí. Z výzkumu vyplynulo, že 41 % návštěvníků muzejních webových stránek navštívilo muzeum nebo galerii v posledních 6 měsících. Tato skupina byla porovnávána s těmi, kdo muzea v daném období nenavštívili. V kontextu prvního zmiňovaného výzkumu, který klasifikoval uživatele do šesti skupin dle jejich aktivity v online prostředí, si autoři studie uvědomili, že je v rámci komunikačních strategií v muzeu třeba zohledňovat různé potřeby odlišných typů uživatelů. Někteří rádi participují na obsahu (tvůrci) a chtějí dostat prostor např. v diskuzích; kontaktní oceňují především obousměrnou komunikaci s institucí prostřednictvím jejich profilů na

sociálních sítích a mají rádi akce pro fanoušky (soutěže, možnost získat cenu apod.); kritici se rádi podělí o svůj vlastní názor na výstavu.

Stále je však většina uživatelů pasivních, ale s potencionálním zájmem – pro ty je třeba připravit jasný a přehledný obsah prezentovaný na webových stránkách muzea, web se musí umísťovat na vysokých postech ve vyhledávačích a je třeba, aby byl web přístupný i z jiných stránek (proaktivní linkbuilding). Celkově je tedy třeba co nejrůznějšími komunikačními kanály podporovat komunikaci s návštěvníky, protože oni o ní mají zájem. (Kelly, Russo, 2008)

Stejní autoři pracovali ve výzkumném projektu s cílovou skupinou dětí a mladých lidí ve věku 12 až 18 let. Někteří z respondentů se zúčastnili kreativního workshopu na užití digitálních médií, zároveň si prošli výstavu, hovořili se zaměstnanci a podívali se na jejich pracoviště – respondenti tedy získali poměrně ucelený a komplexní pohled na aktivity a fungování muzea. Výsledkem projektu byly konkrétní nápady cílové skupiny dospívajících na informační nabídku muzea v online prostředí. Pro zajímavost uvádím některé nápady a požadavky:

- Uveřejněné informace musí být aktuální a správné;
- je třeba vybalancovat míru složitosti informací (cílová skupina mladých lidí hledá na internetu informace, ale příliš komplikovaný obsah je odradí a zároveň je odradí i příliš jednoduchý a hravý obsah);
- uveřejňovat video trailery a upoutávky na výstavy a aktivity muzea;
- multimediální obsah – pokud je např. muzeum přírodovědné, mladí lidé by ocenili krátká videa o zvířatech;
- profil muzea na sociálních sítích;
- mladí lidé chtějí mít možnost zeptat se přímo konkrétního pracovníka muzea v diskuzích nebo chatech (instituce má komunikovat, ne návštěvníky ignorovat);
- personifikace zaměstnanců (fotografie, životopisy – mladí lidé chtějí vědět kdo, jak a proč v muzeu pracuje);
- soutěže, kvízy, možnost vyhrát nějaké ceny;
- na webu nesmí být reklama;
- jednoduchá navigace;
- někteří by ocenili různou obtížnost obsahu – při vstupu na stránky muzea by si návštěvník mohl vybrat obsah pro různé věkové kategorie. (Kelly, Russo, 2008)

4.3.1. Nová média a mediální prezentace Muzea Fráni Šrámka

Informace o Muzeu Fráni Šrámka byly dostupné pouze prostřednictvím webových stránek města Sobotky (viz <http://www.sobotka.cz>), kde se nacházely informace o otevírací době muzea, velmi stručný popis expozice a nestrukturovaný životopis Fráni Šrámka. V rámci mého projektu byly vytvořeny zcela nové webové stránky muzea dostupné na adrese www.franasramek.cz. V doméně sice chybí označení, že se jedná o stránky muzea, ale má optimální délku a jmenovatelem všeho vystaveného je právě osoba Fráni Šrámka. Kromě multimediálních informací z realizovaných workshopů je nejvýraznější složkou obsahu komiksový životopis Fráni Šrámka, virtuální prohlídka muzea a životopis spisovatele.

Webové stránky odrážejí grafické ladění expozice, kde velmi důležitou roli hraje komiks, jsou jednoduché a výrazné. Pozadí stránek je černé, text bílý a červená barva zvýrazňuje nejdůležitější informace a označuje hypertextové odkazy – webové stránky jsou tedy vytvořeny ve stejných barvách jako expozice. Webová prezentace je spíše statickou formou obsahu, není možné jej flexibilně měnit a pružně reagovat na vnější podněty jako to dovolují sociální sítě – přesto se snažím obsah webových stránek se sociálními sítěmi co nejvíce provázat. Proto jsou do webu zapojena videa i audio nahrávky vzniklé během realizace projektu. Cílem stránek bylo poskytnout především základní informace o výstavě a její koncepci, o realizaci projektu (realizátorech a finančním zajištění pomocí grantů) a o doprovodných programech. Uvědomuji si, že čtení dlouhých nenaformátovaných bloků textu není z obrazovky počítače příliš komfortní, a proto je obsah stručný a výstižný a doplněný obrázky. Printscreensy webových stránek viz příloha.

Jak již bylo zmíněno, na webových stránkách muzea je návštěvníkům k dispozici virtuální prohlídka muzea, díky níž návštěvník získá konkrétnější představu o výstavě, uvidí, jak se pracovalo s propojením původní expozice s novými instalacemi. V relativně statických stránkách je virtuální prohlídka dynamickým prvkem, který web ozvláštňuje a dává mu jiný rozměr.

V současné době je možné využít tzv. virtuálního muzea, což umožňuje muzeím vystavit virtuálně digitalizované objekty, které jsou velmi vzácné nebo podléhají specifickým režimům a jejich vystavení je proto z technických a provozních důvodů velmi složité a nákladné. Výzkum v USA zaměřující se na online návštěvníky devíti různých muzeí ukázal, že návštěva muzejních webu se stala součástí běžného života pro většinu online návštěvníků. Z 1200 respondentů 75 % návštěvníků se na weby vrací a navštěvují web muzea v případě, že nemají možnost do muzea jít.

Zajímavé je, že online návštěvníci si raději prohlížejí fyzické objekty přímo v muzeu a webové stránky navštěvují za účelem získání jiných informací. Avšak zároveň jsou virtuální prohlídky muzeem, tzv. online tours nebo online exhibits, zajímavé a oblíbené pro 45 % respondentů. (Marty, 2008, str. 90-2)

Kromě webových stránek má Muzeum Fráni Šrámka profil čtyřech sociálních sítích – Facebooku, Vimeo, Soundcloud a Slidshare. Facebook umožňuje především informovat o proběhlých workshopech a zveřejňovat fotografie a je to také nejjednodušší možnost pro získání zpětné vazby od návštěvníků nebo účastníků doprovodných programů. Vimeo je sociální síť zaměřená na sdílení autorských videí – v rámci filmových workshopů vznikla zatím 3 edukační videa, kde potencionální soutěžící naleznou informace o tom, jak začít natáčet vlastní filmy. Také je na Vimeo dostupné původní film se zastaralým komentářem a jeho nové přepracování doplněné o přednes básně Sobotka. Na Vimeo budou rovněž umístěny soutěžní snímky. Na Soundcloud jsme umístili všechny audionahrávky z výstavy – recitace básní a jeden audiozáznam z filmové přednášky. Informace a praktické rady je možné získat i v prezentacích uveřejněných na Slidshare. Jak již bylo řečeno, všechny profily na sociálních sítích jsou propojené i s webovými stránkami – díky Facebooku uveřejňujeme fotografie, video a audio je možné si přímo pustit v přehrávači integrovaném do stránek.

5. Praktická část diplomové práce – Projekt Revitalizace Muzea Fráni Šrámka

V praktické části diplomové práce představím a zhodnotím realizovaný projekt Revitalizace Muzea Fráni Šrámka, jehož obsahem bylo přetvoření a doplnění stávající expozice v muzeu, organizace doprovodných programů (literární a filmové soutěže) a realizace čtyř filmových workshopů pro žáky Základní školy Sobotka a tří literárních workshopů pro studenty z Gymnázia Dr. Emila Holuba v Holicích. Při práci na projektu bylo velmi obtížné najít společnou řeč s kulturní komisí města Sobotky, ale i přesto vznikla výstava, která je oproti původní expozici moderní, vzdušná, ucelená, obsáhlejší po informační stránce a svou koncepcí se přibližuje muzeu „třetího prostoru“, odráží charakteristiku nových médií a je prvním stupněm k vytvoření Muzea 2.0. Díky Kulturní komisi je výsledná výstava hybridnější, než jsem původně zamýšlela, musela jsem zkombinovat dva typy zcela odlišných výstav, což Muzeum ve výsledku obohacuje. Důležité také je, že byl vytvořen prostor pro další inovace, protože prosadit u tradičně smýšlející kulturní komise prvotní změnu, bylo nejtěžší. K možnostem dalšího rozvoje muzea se dostanu v závěru praktické části práce.

V praktické části práce nejprve popíši historii Muzea Fráni Šrámka, představím jeho organizační strukturu a Festival Šrámkova Sobotka. Dále se již budu věnovat výstavě – popis původní expozice předchází nové koncepci výstavy, která obsahuje informace o tématech výstavy, cíli výstavy, cílové skupině, realizačním týmu a následuje popis dispozice výstavního prostoru. Následuje hodnocení projektu vzhledem k novomediálnímu aspektu výstavy a nastínění možností, jakým směrem by se muzeum mohlo ubírat.

5.1. Historie muzea Fráni Šrámka

Informace o historii Šrámkova muzea mi poskytl prom. hist. Karol Bílek, pracovník Památníku národního písemnictví v Praze a dlouholetý pracovník a průvodce po expozici Čtyři ze Sobotky v zámku Humprecht. V Sobotce se původně muzeum nacházelo v tzv. okresním domě (dnešní zdravotní středisko), kde byla již od konce 30. let malá expozice věnovaná místnímu nejslavnějšímu rodákovi Fráňu Šrámkovi. Expozice se i s celým muzeem v letech 1939 až 1940 stěhovala do přízemí zámku Humprecht, který se tyčí nad městem. V polovině 50. let byla expozice zrušena, když podle scénáře tehdejšího Krajského muzea v Liberci vznikala

v Humprechtu nová vlastivědná expozice (od pravěku do roku 1848). Na široce pojatou vlastivědnou expozici v 1. poschodí zámku Humprecht navazovala literárně-historická expozice Čtyři ze Sobotky. Za scénářem i realizací expozice stáli pracovníci Památníku národního písemnictví; otevření proběhlo 30. června 1957. Expozice Čtyři ze Sobotky dokumentovala život a dílo Františka Věnceslava Jeřábka, Josefa Ladislava Turnovského, Václava Šolce a zvláště podrobně se věnovala Fráňu Šrámkovi. Zároveň alespoň krátce připomínala další literární, divadelní a kulturní tradice Sobotky a okolí. Ve své době měla expozice dobrou úroveň i návštěvnost (zejména školních exkurzí) – knihy, dobové písemnosti a fotografie byly doplněny trojrozměrným materiálem (v případě Fráni Šrámka se jednalo o jeho pracovní stůl, hůl a klobouk). (Bílek, září, 2011)

Po Šrámkově smrti v letech 1957 až 1958 jednala spisovatelova životní družka Miloslava Hrdličková-Šrámková se Svobodovými o koupi domu č. p. 3 na náměstí v Sobotce. Původně se jednalo o dům Šrámkova strýce Josefa Pícka, rodný dům č. p. 4 ani dům, kam jezdil k mamince na prázdniny, ke koupi nebyly. Dům koupila a 26. července 1958 se z Prahy do Sobotky přestěhovala a 14. srpna 1958 zde zemřela. Celý majetek včetně autorských práv k dílu Fráni Šrámkovi odkázala městu Sobotka. O dům, spisovatelův odkaz a budování šrámkovské tradice měli pečovat učitelé manželé Marie a Václav Hejnovi. V domě, kterému se brzy začalo říkat Šrámkův dům, byl po rekonstrukci architekta L. Machoně a J. Laciny zpřístupněn veřejnosti interiér části Šrámkova pražského bytu, byl zde rovněž umístěn Archiv Fráni Šrámkovi a vznikla Síně poezie, kde se konaly různé kulturní akce – od října 1962 se zde kupříkladu scházelo Recitační studio Šrámkova domu. V Síni poezie byla instalována malá výstavka, která nabyla na významu po zrušení expozice Čtyři ze Sobotky na zámku Humprecht. Humprecht se v roce 1992 vrátil do majetku města a bylo zde místo původní vlastivědné expozice instalováno zařízení Černínského loveckého zámečku. (Bílek, září, 2011) Vedle Šrámkova domu sídlí od roku 1974 Městská knihovna a na ni navazuje „stará radnice“ s divadelním sálem. V přízemí Šrámkova domu se od roku 1998 nachází Městské informační středisko, které zajišťuje návštěvy v Muzeu. (Sobotka, 2012)

5.2. Organizační struktura Muzea Fráni Šrámka

Muzeum Fráni Šrámka organizačně spadá pod Městské kulturní středisko, pod které kromě muzea spadá provoz Informačního střediska. Během realizace projektu se třikrát změnilo vedení Městského kulturního střediska, což trochu komplikovalo realizaci. Bohužel neexistuje pracovník, který by se věnoval pouze muzeu, jeho propagaci, rozvoji, obměně expozice a práci s návštěvníkem. Několik dní v roce v muzeu pečuje o dokumentaci, fondy a sbírky externí pracovník Jan Bílek. Jeho práce se vztahuje k Archivu Fráni Šrámka, nikoli k Muzeu.

5.3. Šrámkova Sobotka – Festival českého jazyka řeči a literatury

„Nultý“ ročník Šrámkovy Sobotky se konal v roce 1947 se Šrámkovým souhlasem k příležitosti jeho 70. narozenin, jednalo se o přehlídku ochotnických divadelních souborů z Pojizeří a Jičínska. První ročník festivalu, jehož náplní byly dopolední literární přednášky, odpolední vycházky a večerní kulturní pořady, se konal roku 1957. Součástí festivalu konaného na počátku července je i Literární soutěž Šrámkovy Sobotky, Knihovnické týdny, Poetická odpoledne, Třešňový jarmark. V programu nalezneme například divadelní představení, autorská čtení, recitace, rozhlasové hry, koncerty, hudebně-literární pásma, výstavy, tvůrčí dílny pro děti i dospělé atd. K festivalu patří i lednová matiné pořádaná k výročí Šrámkových narozenin. Díky festivalu v roce 1964 vznikl kulturně-historický a vlastivědně zaměřený Zpravodaj Šrámkovy Sobotky, který s přestávkami vychází dodnes. (Bílek, září, 2011) V současné době během festivalu vychází SPLAV!, neboli Sobotecký Pravidelný Lehce Avantgardní Věstník!, který reflektuje festivalové dění formou článků, sloupků, komentářů, rozhovorů, ale i komiksem. Redaktoři nahlíží na události nejen kriticky očima, ale i s humorem. (Splav, 2012)

Kromě toho, že se některé části programu, především poslech rozhlasových her nebo některé přednášky v případě špatného počasí, odehrávají v prostorách Síně poezie (viz dále), není bohužel letní festival příležitostí pro uspořádání speciální akcí v muzeu (např. komentované prohlídky, noční prohlídky, znalostní a tvůrčí soutěže či speciální program pro děti, kteří se Festivalu účastní). Tento fakt souvisí s tím, že Muzeum nemá stálého pracovníka, který pracoval na jeho rozvoji. Někteří dlouholetí účastníci festivalu dokonce nikdy muzeum nenavštívili.

5.4. Původní expozice

Původní expozice sestávala ze čtyř místností. V první a největší místnosti, v Síni poezie, se nacházelo osm vitrín malých rozměrů na dvou stěnách přibližně ve výšce 120 cm nad zemí, kde byly vystaveny dobové fotografie, dopisy a knihy. Vitríny bohužel nebyly doplněny žádnými popisky, návštěvník si tak musel domyslet, co se na fotografiích nachází. U okna stála televize, na níž byl návštěvníkům promítán z videopřehrávače film bratrů Baudyšových s autentickými záběry Fráni Šrámka z jeho pravděpodobně poslední návštěvy Sobotky z roku 1937 doplněný o novější záběry města a okolní krajiny a neaktuální komentář. V druhé místnosti se nacházela část básníkovy Archivu a pracoviště archiváře. Tato místnost nebyla z pohledu návštěvníka příliš atraktivní – z laického pohledu se jednal o kovovou skříň a stohy papírů na stole. V místnosti se rovněž nacházela busta Fráni Šrámka a pamětní desky. Třetí místnost, která stejně jako místnost čtvrtá zůstala zachována, je spisovatelova pracovna s knihovnou, která sem byla převezena ze Šrámkova pražského bytu. Čtvrtá a poslední místnost je obývací pokoj Miloslavy (Milky) Hrdličkové.

V expozici nebyly umístěny žádné informační panely s textovými informacemi a neexistovaly ani žádné doprovodné materiály (letáky, brožurky apod.) – pro návštěvníky měl pracovník Městského kulturního střediska a zároveň pracovník Informačního centra připravenou krátkou přednášku o životě Fráni Šrámka, přičemž byl akcentován především jeho vztah k rodnému městu. V expozici chyběly jakékoli informace o literárním díle, analýza jednotlivých literárních děl, ukázky z děl či podrobnější fakta o spisovatelově životě. (Sobotka, 2012) Texty a popisky pomáhají návštěvníkům v učení, protože uvádějí podrobnosti a dávají exponáty do širšího kontextu, a proto by měly být součástí každé expozice. (Eakle, 2009, str. 205)

V posledních letech se nikdo práci v muzeu soustavně nevěnoval a expozice bohužel vůbec nereflektovala potřeby moderního návštěvníka, který od návštěvy muzea čeká rozptýlení, nové informace a v neposlední řadě i zážitky. V současné době nestojí muzea na předních příčkách v trávení volného času, návštěvníkům je třeba nabídnout nevšední a zajímavý prožitek, je třeba bojovat o jeho přízeň s počítačem, televizí a kinem, které každý týden nabízí nové filmy včetně atraktivních 3D snímků. Původní expozice se postupem času stala informačně nedostatečnou a to, co dříve upoutalo pozornost (autentické předměty a rekonstrukce původních

místností, ve které básník se ženou žili) se stalo zejména pro mladší návštěvníky nezajímavé a statické.

5.5. Koncepce nové výstavy

5.5.1. Obsah a rozsah výstavy

Výstava ve Šrámkově domě v Sobotce se věnuje osobě a tvorbě národního umělce a literáta Fráni Šrámka, vztahu básníka k jeho rodnému městu a literárním směrům souvisejícím s tímto spisovatelem. Osobnost Fráni Šrámka je zasazena do širšího literárního i dobového kontextu, aby si návštěvníci mohli vytvořit úplnější obraz básníka a spisovatele na pozadí konkrétních českých, světových, společensko-kulturních i politických událostí. Původní stálou expozici, kterou tvořila Sínň poezie, Šrámkova pražská pracovna a Milčin obývací pokoj, doplnily nové exponáty – díky tomu vznikla výstava, v níž se návštěvník může pohroužit do Šrámkovy doby ve dvou původních pokojích, doplnit si informace o jeho životě, díle, literatuře i jeho současnicích.

Klíčem k tvorbě jednotlivých exponátů byla úvaha o možných přístupech k literatuře. K literatuře lze přistupovat také z pohledu samotného autora, čtenáře, posluchače, divadelního či filmového diváka a z pohledu literárního teoretika. Na tomto základě vznikly jednotlivé tematické bloky výstavy:

- Blok 1: Autor;
- Blok 2: Čtenář, divák, posluchač;
- Blok 3: Literární vědec.

Exponáty jsou zpracovány rozličnými formami, aby byl obsah co nejatraktivnější. Na výstavě se tedy kromě tradičních informačních panelů objevil komiks, fotografie, video, audioinstalace a 3D objekt znázorňující zámek Humprecht. Kromě zachování dvou původních místností, pracovny s knihovnou a obývacího pokoje, byly všechny ostatní exponáty vytvořeny přímo

pro účely výstavy, včetně použití zdigitalizovaných dobových fotografií (nebylo tedy pracováno s originály).

Kromě životopisné části dostaly prostor jednotlivá díla autora, která jsou představena multimediální formou – fotografiemi a audioinstalací, dále byly představeny osobnosti z literárního světa, které Fráňu Šrámka formovaly a ovlivnily jeho tvorbu i život, a tři stěžejní literární směry, do nichž je dílo Fráni Šrámka tradičně zařazováno – impresionismus, vitalismus a buřičské období. Literární směr dekadence nebyl do výstavy začleněn na základě doporučení odborného konzultanta Pavla Šidáka, Ph.D.¹², který uvádí, „že dekadence je Šrámkovi hodně vzdálena, autorovy začátky nejsou fakticky dekadentní, jedná se spíše o uměleckou pózu, a na výstavě by dekadentní prvky působily cizorodě“. (Šidák, říjen, 2011)

Exponáty nejsou řazeny chronologicky. V literární vědě existuje několik možných přístupů k literatuře – můžeme se dívat pouze na dílo samo o sobě, skrze autora a jeho životní zkušenosti, nebo můžeme přihlédnout k postavě čtenáře a jeho úloze v interpretaci textu. Nová výstava neodráží pouze jeden z možných přístupů, ale kombinuje všechny tři – díky tomu si návštěvník může vybrat, který pohled na literaturu je mu nejbližší. Výstava je samozřejmě limitována svým rozsahem, což ovlivnilo hloubku obsahu jednotlivých exponátů. Např. představení čtyř literátů je pouze základní, akcentuje zejména vztah daného autora ke Šrámkovi a je provedeno hlavně pomocí dobových citátů, aby se odlišilo od učebnic literatury. Představení literárních směrů a osobností považuji za natolik důležité, že pozitiva předčí omezený rozsah.

5.5.2. Cíl výstavy

Cílem výstavy je představit v daných podmínkách život a tvorbu autora co nejkomplexněji, nechtěla jsem se omezovat pouze na vlastivědný kontext Fráni Šrámka – tedy vztah autora k jeho rodnému městu, a to proto, že v celé České republice není jiné instituce, která by se věnovala Šrámkovi v širším rozsahu. Dále jsem se snažila vytvořit výstavu, která by více zohledňovala potřeby moderní návštěvníka. Cílem doprovodných programů uspořádané pro

¹² Pavel Šidák, Ph.D. je vyučujícím na Literární akademii, Soukromé vysoké škole Josefa Škvoreckého a vedoucí Katedry českého jazyka, české a světové literatury.

žáky 7., 8. a 9. třídy ZŠ Sobotka a pro studenty kvarty osmiletého Gymnázia dr. Emila Holuba v Holicích byl rozvoj čtenářské gramotnosti mládeže, budování schopnosti porozumění textu, umění diskuse a především tvůrčí práce. Na základě získaných informací o českém spisovateli výstava inspirovala mladé návštěvníky a podnítila je v rámci doprovodných programů k vlastní tvůrčí aktivitě v individuálních i týmových projektech. Pro studenty středních škol výstava doplňuje školní výuku literatury a českého jazyka. Ostatní návštěvníci znalejší Šrámkova díla mohou zaujmout především audioinstalace, básně doplněné fotografiemi a představení literárních směrů, které počítají s informovanějším návštěvníkem. Záměrem nové výstavy je i zvýšit návštěvnost muzea.

5.5.3. Cílové skupiny

Výstava je určena široké veřejnosti právě díky rozvrstvení složitosti jednotlivých exponátů. Pravidelné návštěvníky může zajímat, čím je výstava doplněna, uvidí známé instalace v novém kontextu. Právě exponáty z bloku *Literární vědec* mohou doplnit a rozšířit jejich znalosti. Doprovodné programy byly zacíleny na žáky druhého stupně základních škol a na středoškolské studenty, a to proto, že podstatnou skupinou návštěvníků muzea jsou organizované školní exkurze. Součástí informační brožurky k výstavě je pracovní list s otázkami, úkoly a podněty k zamyšlení – mladší návštěvníci odpovědi naleznou na výstavě, starší a informovanější mohou odpovídat z paměti a otestovat tak své znalosti. Díky pracovnímu listu mladší návštěvníci nebudou jen pasivně přijímat informace, ale sami se aktivně zapojí.

5.5.4. Doprovodné programy

V rámci prvního roku nové výstavy byla uspořádána literární a filmová soutěž pro základní a střední školy. Literární soutěž byla pro jednotlivce, filmové soutěže se zúčastní skupiny. Tématem literární soutěže byl „Vzdor“, tématem filmové soutěže „Života bído, přec tě mám rád...!“ Témata byla vybrána tak, aby byla dostatečně obecná, a zároveň byl v jejich podtextu obsažen konflikt, na kterém lze vybudovat fungující příběh, filmový či literární a samozřejmě se témata vztahují k osobě a tvorbě Fráni Šrámka. Soutěžní práce jsou prezentovány na internetových stránkách festivalu (www.franasramek.cz) a v červenci 2012 na festivalu Šrámkova Sobotka (Festival českého jazyka, řeči a literatury). Na festivalu budou mít soutěžící

možnost představit svou tvorbu publiku, uslyší kritiku i chválu a naučí se obhájit své dílo před ostatními.

V návaznosti na soutěže bylo uspořádáno sedm workshopů, v nichž studenti získali informace, znalosti a praktické dovednosti potřebné pro realizaci vlastních projektů v soutěžích. Muzeum se díky tomu stalo tvůrčím a inspirativním prostorem ne jen místem, kde se chodí tiše kolem exponátů. Cílem workshopů nebylo nahradit komplexní a dlouhodobou výuku filmové tvorby a tvůrčího psaní, ale kladla jsem si za cíl více zapojit návštěvníky do dění v muzeu a umožnit jim vyzkoušet si aktivity, na které běžně nemají prostor a čas. Čtyř filmových workshopů se zúčastnili žáci Základní školy Sobotka; studenti Gymnázia Dr. Emila Holuba v Holicích třech literárních workshopů. Ti, kteří se z organizačních a finančních důvodů nemohli workshopů zúčastnit, mají na webu muzea možnost zhlédnout videozáznamy, audiozáznamy a prezentace z jednotlivých lekcí. Témata literárních workshopů:

- beseda a workshop s mladým spisovatelem Markem Šindelkou;
- workshop tvůrčího psaní: literární žánry a jejich užití v prostředí internetu;
- literatura jinak – komiks.

Témata filmových workshopů:

- filmové žánry;
- téma, námět, tvorba scénáře a storyboardu;
- práce s kamerou;
- postprodukce.

Konkrétní popis náplně jednotlivých tvůrčích setkání, fotografie, další multimediální záznamy a především zpětná vazba od zúčastněných viz příloha.

5.5.5. Realizační tým výstavy

Výstava je zpracovávána v rámci diplomové práce na oboru Studia nových médií na FF UK a jsem tedy hlavní autorkou koncepce a obsahu výstavy a hlavní realizátorkou celého projektu.

Grafické zpracování výstavy měl na starosti grafický designér Jonáš Kocián. Životopisnou část výstavy připravila komiksová kreslíčka Lída Holmerová s uměleckým pseudonymem Toy_box, která absolvovala magisterské obory na Divadelní fakultě Akademie múzických umění, Katedru scénografie, a na Literární akademii, Soukromé vysoké škole Josefa Škvoreckého. O webovou prezentaci projektu se stará designér na volné noze David Birke a zároveň student informatiky na České zemědělské univerzitě v Praze.

Literární část přepracoval a upravil vedoucí katedry českého jazyka a literatury na Soukromé vysoké škole Josefa Škvoreckého PhDr. Pavel Šidák, PhD.; historické pasáže studentka magisterského studia Pedagogické fakulty UK v Praze oboru učitelství pro 2. stupeň ZŠ: český jazyk – dějepis Jana Šumberová; vlastivědné pasáže byly konzultovány s prom. hist. Karolem Bílkem z Památníku národního písemnictví Praha. Realizátoři byli v kontaktu s pracovníky Městského kulturního centra, které provozuje muzeum, s kulturní komisí města Sobotky a s místním zastupitelstvem. Kromě těchto hlavních autorů se na fotografických exponátech podíleli i jiní mladí tvůrci, především studenti nebo čerství absolventi středních škol.

5.5.6. Trvání výstavy

Slavnostní vernisáž výstavy proběhla v sobotu 17. prosince 2011. Výstava bude trvat minimálně do 31. srpna 2012. O případném ukončení výstavy bude jednáno s Kulturní komisí města Sobotky, s Radou města a novým vedoucím Městského kulturního střediska, který se zasazuje o zachování výstavy.

5.5.7. Dispozice výstavního prostoru

Výstava je, jak již bylo řečeno, umístěna v prvním patře tzv. Šrámkova. Pro výstavu bylo využito všech pět místností v prvním patře a přirozeně tak vznikl výstavní okruh. Rozmístění exponátů v prostoru naleznete v plánu výstavy, který je uveden v příloze. Popis využití interiéru, explikace použitých barev apod. jsem uváděla v teoretické části v kapitole o Komunikačních strategiích v muzeologii.

5.6. Novomediální aspekt nové výstavy v Muzeu Fráni Šrámka

V realizovaném projektu jsem využila především celkovou myšlenku nových médií týkající se zapojení uživatele, resp. návštěvníka, jeho participace na projektu a myšlenku interaktivity, která byla popsána jako zapojení mysli návštěvníka spíše než rukou. V návaznosti na teoretická východiska práce je nová výstava novomediální její celkovou koncepcí, která vyzývá návštěvníka k aktivitě pomocí pracovních listů a inspiruje k realizaci vlastních tvůrčích projektů v rámci doprovodných programů, kde je muzeum rádcem a zprostředkovatelem informací a nástrojů, jak projekt realizovat. Další novomediální aspekty, které nemusí být na první pohled tak zřejmé, jsou v následujícím textu detailně popsány.

Muzeum Fráni Šrámka je intertextuální. Výstava obsahuje poměrně velké množství textu, ale při přípravě jsem kladla důraz na to, aby byly v co největší míře užity ukázky z děl Šrámka i jiných představených literátů (Dostojevskij, Čapek, Neumann, Vrchlický), a aby byly především kulturní a literární osobnosti Šrámkovy doby vykresleny podle dobových citátů. Výstava také pracuje s různou složitostí obsahu – nejkratší a nejméně výstižnější charakteristika pojmu je třířádková, dále pak jsou literární osobnosti i literární směry představeny stručně (jako heslo ve slovníku) a následují podrobněji vymezené informace. Návštěvníci si mohou vybrat, do jaké hloubky půjdou. Na výstavě jsou také použity digitalizované dobové fotografie, které jsou zremixovány do nové podoby – je jimi vytvořena budova zámku Humprecht. Důkazem intertextuality je také spojení původní expozice s novými exponáty, přičemž obsah byl co nejvíce propojován (viz komiksový životopis v příloze).

Nejrůznější typy obsahu dělají revitalizovanou výstavu multimediální. Na výstavě jsou tradičnější informační panely umístěné na zdech, ale i v prostoru a fungují tak spíše jako oboustranné 3D objekty. Informační panely obsahují kresby komiksově kreslířky Toy_box, což textové informace doplňuje o emocionální význam, odlehčuje je a zpřístupňuje i mladším návštěvníkům, kteří ke komiksu a vizuální prezentaci více inklinují. Samotný komiks je realizovaný nejen pomocí klasických orámovaných obrázků, ale i formou objektů, jejichž instalace je rozličná. Někdy je komiksovým exponátem jen bublina s textem, jindy bublina zcela chybí. V jednom případě je komiksem pouze bílá deska zavěšená na zdi. Na výstavě je možné shlédnout i film s autentickými a pravděpodobně jedinými dochovanými záběry Fráni Šrámka z jeho návštěvy v Sobotce v roce 1937. Audio umožňuje návštěvníkovi zaposlouchat se do

přednesu Šrámkových básní v českém i esperantském znění. Dalším médiem užitým na výstavě je fotografie, které vznikly k vybraným básním a jsou jejich interpretací. 3D instalací by mohly být chápány i dvě původní rekonstruované a obytné místnosti.

I mobilita charakterizující nová média je přítomna v revitalizované výstavě – samozřejmě je stále muzeum vázáno ke své budově, ale informace o muzeu už můžeme získat v podstatě odkudkoli díky expanzi muzea na internet do sociálních sítí. Virtuální prohlídkou si může návštěvník připomenout návštěvu ze svého domova nebo prostřednictvím telefonu. Výstava je mobilní i v tom, že literární workshopy byly uspořádány na půdě Gymnázia dr. Emila Holuba v Holicích – aktivity současného muzea se nemusí omezovat jen na fyzické prostory objektu.

5.6.1. Celkové hodnocení projektu Revitalizace muzea Fráni Šrámka

Realizace projektu byla provázena mnohými komplikacemi způsobenými především konzervativním postojem místní Kulturní komise, a proto bylo nutné přistoupit z mé strany k mnoha kompromisům, protože velká část staré expozice musela být zachována v původní podobě. Ve výsledku mám však dojem, že to novou výstavu obohatilo a stala se tak intertextuálnější. Návštěvníci, kteří se do muzea vrací, mají pocit, že se vrací do jim blízkého prostředí, kde nacházejí něco nového. Revitalizovaná výstava tak díky začlenění původní expozice nepřichází o starší cílovou skupinu, pro které byly důvod k návštěvě spisovatelova pracovna s knihovnou a Milčin obývací pokoj. Podařilo se vytvořit novou výstavu, která více odpovídá požadavkům moderního návštěvníka, prostor je lépe využit, zmodernizován a je čistším a jasnějším; celkově revitalizovaná výstava zohledňuje potřeby více cílových skupin návštěvníků.

Doprovodné programy stále pokračují, soutěže ještě nebyly uzavřeny, proto je zatím nemohu zahrnout do hodnocení programu. Workshopy uspořádané v rámci literární a filmové soutěže předčily mé očekávání – žáci a studenti ocenili především možnost kreativního využití díky novým podnětům, kamarádský přístup a atmosféru jednotlivých setkání a možnost týmové spolupráce, díky které se objevily nové kvality a schopnosti jednotlivců a došlo tak k oživení kolektivu. Podle jejich hodnocení se náplň průběhu workshopů velmi odlišoval od klasického vyučování, čímž byly naplněny teze neformálního vzdělávání, na jejichž principech se učení v muzeu realizovalo a byl tak naplněn potenciál, který muzejní vzdělávání skýtá. (Podrobné zhodnocení workshopů účastníky a jejich pedagogickým doprovodem viz příloha). Měla jsem

v plánu vítězné soutěžní práce začlenit do výstavy, ale bohužel Kulturní komise města byla proti tomuto návrhu, ale budu se zasazovat o to, aby byly soutěžní práce k dispozici návštěvníkům alespoň během blížícího se festivalu Šrámkova Sobotka a na webových stránkách muzea.

5.6.2. Možnosti dalšího rozvoje Muzea Fráni Šrámka

Prosadit první změnu po dlouhých desetiletích, kdy se expozice téměř neměnila, bylo dle mého názoru nejtěžší. V současnosti největším problémem a překážkou je, že není vytvořena pracovní pozice, která by se soustavně věnovala Muzeu, rozvíjela ho, věnovala se mediální prezentaci, snažila se získat nové návštěvníky, komunikovala s nimi a organizovala speciální programy a nejrůznější akce. Z mého pohledu má výstava a celkově Muzeum Fráni Šrámka velký potenciál, který bohužel není plně využit. Na tomto místě bych chtěla představit několik projektů, které by bylo možné s minimem nákladů realizovat. Budu se snažit nabídnout studentům oboru Studia nových médií některé projekty realizovat v rámci předmětu Multimediální projekt nebo v rámci praxe, kterou musí povinně student během studia absolvovat. Návštěvníci v současné době preferují dočasné výstavy oproti stálým expozicím, pokud se muzeum mění, vyvíjí a stále nabízí něco nového, mají tendenci se do něj více vracet. Dále oceňují možnost se aktivně zapojit. (Proctor, 2010, str. 39-40) Toto je hlavním důvodem, proč by bylo vhodné neustrnout a realizovat další dílčí projekty a oživovat tak odkaz spisovatele, básníka a národního umělce Fráni Šrámka, který je důležitou součástí naší kulturní historie.

Zejména mladí návštěvníci preferují multimediální a audiovizuální obsah, a proto by mohla vzniknout videoupoutávka na výstavu, takový trailer. Zajímavé by mohlo být zapojit do upoutávky komiksové postavy Fráni Šrámka a Milky Hrdličkové, které jsou téměř v životní velikosti a tak by je mohl na výstavu pozvat vlastně sám spisovatel.

Považuji za konstruktivní a obohacující přibližovat literaturu nejen skrze texty samotných literárních děl, ale např. prostřednictvím ilustrací a vystavením různých vydání stejných knih (vystavení tohoto druhu exponátů bohužel nebylo z prostorových důvodů možné, i když v mojí původní koncepci bylo obsaženo). V rámci této výstavy by bylo možné zorganizovat přednášky či besedy s ilustrátory a ilustrátorské workshopy. Výsledkem by mohla být výstava ilustrací Šrámkových děl, které vytvořili právě samotní návštěvníci během workshopů.

Z výše uvedených příkladu aplikace principů Webu 2.0 do muzeí mě velmi zaujalo vytváření audio podcastů mladými návštěvníky. Z hodnocení filmových workshopů vyplynulo, že

účastníci oceňovali kreativní práci s technologií (kamerou a počítačem). Nové technologie jsou skupině dospívajících opravdu vlastní, pracují s nimi v běžném životě a rádi se jejich prostřednictvím učí něco nového. Dalším zajímavým projektem by mohlo být právě vytváření návštěvnických audioprůvodců muzeem, převyprávění komiksového příběhu Šrámkova života či nahrávání komentářů k jednotlivým exponátům (jak na mě působí Šrámkova pracovna, návštěva Šrámkovy knihovny, jak bydlím já a jak bydlela Milka apod).

S předchozíma dvěma projekty souvisí i možnost uspořádání audio výstavy. Jedním z poloh literatury je právě přednes, recitace a rétorika. Mohly by být uspořádány workshopy zaměřené na recitaci, práci s hlasem, prezentační schopnosti a výsledkem by mohla být právě audio výstava nových recitací Šrámkových děl či rétorických cvičení na různá témata s jen volně související se Šrámkem.

Jelikož byl mladý Šrámek politicky aktivní a zastával v jednom období svého života anarchistické ideje, skýtá Muzeum možnosti pro realizaci nejrůznějších projektů angažovaného umění. Komiks má rovněž blízko ke street artu, tak by bylo možné vytvořit projekt ve městě a jeho nejbližšímu okolí a to ještě v kontextu s faktem, že Šrámek velmi rád chodil na procházky a do přírody. Mohly by tak vzniknout interaktivní výletnické trasy po stopách Šrámka s geolokačním aspektem a gamifikačním potenciálem. Jedním ze současných trendů novomediálního prostředí je právě gamifikace neboli zapojování herních principů do běžného života. Dalším gamifikačním projektem by mohlo být vytvoření pexesa či mobilní pexesové hry, v níž by návštěvníci, resp. hráči, spojovali obrázky z komiksu se stručnou charakteristikou doby, přiřazovali by literární díla k literárním směrům nebo básně k jednotlivým sbírkám apod.

Velkou roli v programu festivalu Šrámkova Sobotka hraje divadlo. Divadlo skýtá velký potenciál i pro muzeum – ve workshopech by mohly vzniknout nové inscenace Šrámkových dramát nebo jejich částí s důrazem na zpřítomnění díla a destilaci témat, která jsou relevantní pro současného člověka. Inscenace by byly natočeny a uveřejněny na webových stránkách muzea a prostřednictvím sociálních sítí.

Zajímavým projektem by mohla být i tvorba folksonomie ke Šrámkovým dílům, čímž by vznikla síť tagů, označení a asociací reflektující zážitek a prožitek moderního čtenáře. Jeho dílo by bylo znovu přečteno, analyzováno, zaktualizováno a stalo by se přístupnějším.

Závěr

Záměrem práce bylo ověřit teoretická východiska týkající se muzea, jeho role ve vzdělání a ověřit použitelnost konceptu nových médií v muzeologii. K realizaci tohoto záměru jsem zvolila následující postup – nejprve jsem se zaměřila na muzea, jejich tradiční i nové role, na jejich vývoj v otevřené komunikační instituce, v jejichž středu stojí návštěvník, a na komunikační strategie, kterých muzea třetího tisíciletí využívají. Druhá kapitola se věnuje právě vzdělávání v muzeu, které je realizováno pomocí principů neformálního vzdělávání, staví návštěvníky do nových rolí a situací a podněcuje je k vlastní aktivitě. Následuje kapitola o návštěvníku muzea, diferenciaci cílových skupin a způsobu interakce, která vychází z požadavků a potřeb návštěvníků. Čtvrtá kapitola provázala předešlá témata s teorií nových médií a obsahovala konkrétní příklady využití novomediálních principů. V poslední části práce jsem představila realizovaný projekt Revitalizace Muzea Fráni Šrámka, popsala jeho novomediální aspekty a zhodnotila jeho úspěšnost.

Teoretická i praktická část práce ukázala, že koncept interakce a novomediality v muzeích funguje. Návštěvníci se rádi aktivně zapojují do výstavy samotné, ale i do její přípravy online i offline, a také do doprovodných programů. Aktivní zapojení je výhodné jak pro návštěvníky, kteří se díky tomu lépe učí, tak i pro muzeum. Díky reinterpretaci obsahu skrze aktivní účast návštěvníků vznikají nové kulturní hodnoty, protože ve výsledku muzeum prezentuje širší a komplexnější pohled na svět, než kdyby návštěvníky a jejich názory nezahrnulo.

Koncept nových médií a realizace interaktivních expozicí není v České republice ani ve světě zcela běžnou praxí, jelikož vyžaduje zásadní změnu přístupu k muzeu. Proto tato v Českém prostředí ojedinělá práce otevírá cesty k dalšímu zkoumání problematiky a především by mohla inspirovat pracovníky muzeí na základě uvedených příkladů, jak z odborné literatury, tak z příkladu realizovaného projektu a popsaných možností dalšího rozvoje.

7. Seznam použité literatury

§ 12 odst. 6 zákona č. 122/2000 Sb. Česká republika. Zákon o ochraně sbírek muzejní povahy a o změně některých dalších zákonů: 122/2000 Sb. In: *Sbírka předpisů České republiky*. 2000, roč. 2000, č. 122, 36/2000 Sb. Dostupné z:

http://knihovnam.nkp.cz/sekce.php3?page=03_Leg/01_LegPod/ZakOchrSb.htm

ADAMS, Marianna, Cynthia MORENO, Molly POLK a Lisa BUCK. The Dilemma of Interactive Art Museum Spaces. *Art Education*. 2003, roč. 56, č. 5, s. 42-52. ISSN 0004-3125.

Albertina [online]. Viena, 2011 [cit. 2012-04-07]. Dostupné z: <http://www.albertina.at>

BEANE, Deanna Banks. Museums and Healthy Adolescent Development: What We Are Learning from Research and Practice. *The Journal of Museum Education*. 2000, roč. 25, č. 3, s. 3-8. ISSN 1059-8650.

BERTALANFFY. *General System Theory: Foundations, Development, Applications*. 13. vyd. USA: George Braziller, Inc., 2001. ISBN 0-8076-0453-4.

BOAL, Augusto. *Theatre of the Oppressed*. 6. vyd. USA: Theatre Communications Group, Inc., 2001. ISBN 0-930452-49-6.

BOLTER, Jay David; GRUSIN, Richard. *Remediation – Undertanding New Media*. London, England: The MIT Press, 1999. ISBN 0-262-02452-7.

BOURDIEU, Pierre a Alain DARBEL. *The Love of Art: European Art Museums and Their Public*. 2. vyd. UK: Blackwell Publishers, 2002. ISBN 0-7456-0598-2.

BRANDER, Patricia, Rui GOMES, Ellie KEEN, Marie-Laure LEMINEUR, Bárbara OLIVEIRA, Jana ONDRÁČKOVÁ, Alessio SURIAN a Olena SUSLOVA. *Kompas: Manuál pro výchovu mládeže k lidským právům*. 1. vyd. Praha: Argo, 2006. ISBN 80-7203-827-3.

BRESSLER, Denise, Kate Haley GOLDMAN, Gary HETZEL a Kirk RAHUSEN. Science Now, Science Everywhere: Interact and Learn More Using Your Phone. *Museums and Web 2008: the international conference for culture and heritage online* [online]. USA, 2008, 27. 10. 2010 [cit. 2012-04-29]. Dostupné z:

http://www.museumsandtheweb.com/mw2008/abstracts/prg_335001836.html

DOX: Centrum současného umění. *Továrna na umění: proměny industriální architektury* [online]. 2008 [cit. 2012-05-02]. Dostupné z: <http://www.dox.cz/cs/skoly-a-skupiny/tovarna-na-umeni-promeny-industrialni-architektury-1>

FALK, John H. a Lynn D. DIERKING. *The Museum Experience*. USA: Left Coast Press, Inc., 1992. ISBN 0929590066.

GOLDMAN, Kate Haley. Cell Phones and Exhibitions 2.0: Moving beyond the Pilot Stage. In: *Museums and Web 2007: the international conference for culture and heritage online* [online]. 2007, 28. 10. 2010 [cit. 2012-05-02]. Dostupné z:

<http://www.museumsandtheweb.com/mw2007/papers/haleyGoldman/haleyGoldman.html>

ICOM: Mezinárodní rada muzeí [online]. 2010 [cit. 2012-05-02]. Dostupné z: <http://www.cz-icom.cz/>

ICOM. Mezinárodní rada muzeí ICOM [online]. 18. 5. 2010 [cit. 2010-11-06]. Profesní etický kodex muzeí. Dostupné z: <http://www.cz-icom.cz/doc0008.html>.

ELOTTOL, Read M. A. a Azizi BAHAUDDIN. A Participal Step towards Integrating Elderly Pathway Design into Museum Space Planning: Framework of Satisfaction Assesment. *International Transaction Journal of Engineering, Manegement, Applied Sciences and Technologies*. 2011, roč. 2, č. 3, s. 265-285. ISSN 2228-9860.

GOLDMAN, Kate Haley. *Museums and Web 2007: the international conference for culture and heritage online* [online]. USA, 2007, 28. 10. 2010 [cit. 2012-04-29]. Dostupné z:

<http://www.museumsandtheweb.com/mw2007/papers/haleyGoldman/haleyGoldman.html>

HEATH, Christian, Dirk Vom LEHN a Jonathan OSBORNE. Interaction and interactives: collaboration and participation with computer-based exhibits. *Public Understanding of Science*. 2005, roč. 14, č. 1, s. 91-101. ISSN 0963-6625.

ILLICH, Ivan. *Deschooling society*. London: Marion Boyars, 1973. ISBN 10: 0714508799.
Dostupné z: <http://www.preservenet.com/theory/Illich/Deschooling/intro.html>

COMBS, Marianne. The new Walker -- more than a museum. In: *Minnesota Public Radio* [online]. Minnesota, 15. 4. 2005, 2012 [cit. 2012-04-08]. Dostupné z: http://news.minnesota.publicradio.org/features/2005/04/15_combsm_walkeropens/

COPPOLA, Paolo, Raffaella LOMUSCIO, Stefano MIZZARO a NAZZI. M-Dvara 2.0: Mobile & Web 2.0 Services Integration for. In: *SWKM'2008: Workshop on Social Web and Knowledge Management* [online]. 2008 [cit. 2012-04-29]. Dostupné z: <http://km.aifb.kit.edu/ws/swkm2008/coppola-et-al.pdf>

DUDZINSKA-PRZESMITZKI, Dana a Robin S. GRENIER. Nonformal and Informal Adult Learning in Museums: A Literature Review. *The Journal of Museum Education*. 2008, roč. 33, č. 1, s. 9-22. ISSN 1059-8650.

EAKLE, A. Jonathan. Museum Literacies and Adolescents Using Multiple Forms of Texts "On Their Own". *Journal of Adolescent Adult Literacy*. 2009, roč. 53, č. 3, s. 204-214. ISSN 1936-2706.

FALK, John Howard ; DIERKING, Lynn Diane . *Learning from museums : visitor experiences and the making of meaning*. 2000. United Kingdom : Altamira Press, 2000. 273 s. ISBN 0-742-0294-5.

FISHER, Matthew a Beth A. TWISS-GARRITY. Remixing Exhibits: Constructing Participatory Narratives With On-Line Tools To Augment Museum Experiences. *Museums and Web 2007: the international conference for culture and heritage online* [online]. 2007. vyd. USA, 2007, 28. 10. 2010 [cit. 2012-04-29]. Dostupné z: <http://www.museumsandtheweb.com/mw2007/papers/fisher/fisher.html>

Folksonomy. In: *Wikipedia: the free encyclopedia* [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2001-2012, 24. 4. 2012 [cit. 2012-04-28]. Dostupné z:

<http://en.wikipedia.org/wiki/Folksonomy>

FORGAN, Sophie. Building the museum: knowledge, conflict and the power of place. *Isis*. 2005, roč. 96, č. 4, 572-585. ISSN 1545-6994.

FREIRE, Paulo. *Pedagogy of the Oppressed*. USA: The Continuum International Publishing Group Inc, 2005. ISBN 0-8264-1276-9.

Galerie Rudolfinum [online]. 2012 [cit. 2012-04-07]. Dostupné z:

<http://www.galerierudolfinum.cz>

GIDDENS, Anthony. *Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age*. USA: Standford University Press, 1991. ISBN 978-0804719445.

GIEBELHAUSEN, Michaela. The architecture is the museum. *New Museum theory and Practise: An Introduction*. Janet Marstine. USA: Blackwell Publishing, 2006, 41 - 60. ISBN 978-1-4051-0558-3.

GRIMMICH, Šimon. Zážitková pedagogika jako umění. *Gymnasion: Časopis pro zážitkovou pedagogiku*. 2011, roč. 2011, č. 21. ISSN 1214-603X.

GYMNASION. Co je zážitková pedagogika?. *Gymnasion: Časopis pro zážitkovou pedagogiku*. 2004, roč. 2004, č. 1. ISSN 1214-603X.

HANKOVÁ, Zdena. Zážitková pedagogika jako dar učitelům. *Gymnasion: Časopis pro zážitkovou pedagogiku*. 2010, roč. 2010, č. 3. ISSN 1214-603X. Dostupné z:

<http://www.gymnasion.org/archive/article/zazitkova-pedagogika-jako-dar-ucitelum-0?page=6>

HEIN, George E. . *Learning in the Museum*. 1998. London : Routledge Publishing, 1998. 203 s. ISBN 0-415-09775-4.

Historie Britského muzea (The British Muzeum): *The British Muzeum* [online]. 1993 [cit. 2012-04-07]. Dostupné z: http://www.britishmuseum.org/the_museum/history/general_history.aspx

- HOOPER-GREENHILL, Eilean. *Museums and Education: Purpose, Pedagogy, Performance (Museum Meanings)*. e-book. New York: Routledge, 2007. ISBN 0-203-93752.
- HORÁČEK, Radek. *Galerijní animace a zprostředkování umění*. 1. vyd. Brno: CERM, 1998. 142 s. neoznačeno. ISBN 80-7204-084-7.
- HORÁČKOVÁ, Hana. *Výzkum muzejních návštěvníků*. Brno, 2010. Diplomová práce. Filozofická fakulta Masarykovy univerzity, Ústav archeologie a muzeologie. Vedoucí práce Mgr. Lucie Jagošová, DiS.
- HORNBY, A. S. *Oxford Advanced Learner's Dictionary*. 7. vyd. USA: Oxford University Press, 2005. ISBN 0-19-431649-1.
- CHISHOLM, Lynne. *Bridges for recognition: Recognising non-formal and informal learning in the youth sector*. 2005. Dostupné z: http://youth-partnership-eu.coe.int/youth-partnership/documents/EKCYP/Youth_Policy/docs/Youth_Work/Policy/Bridges_for_recognition_n.pdf
- Interaction. In: *Wikipedia: the free encyclopedia* [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2001-2012, 11. 4. 2012 [cit. 2012-04-24]. Dostupné z: <http://en.wikipedia.org/wiki/Interaction>
- JEŘÁBEK, Jaroslav a Jan TUPÝ. *Rámcový vzdělávací program pro základní vzdělávání*. 3. vyd. Praha: Výzkumný ústav pedagogický v Praze, 2007. Dostupné z: <http://www.msmt.cz/vzdelavani/skolskareforma/ramcove-vzdelavaci-programy>
- JEŘÁBEK, Jaroslav, Stanislava KRČKOVÁ a Lucie HUČÍNOVÁ. *Rámcový vzdělávací program pro gymnázia*. Praha: Výzkumný ústav pedagogický v Praze, 2007. ISBN 978-80-87000-11-3.
- JIRÁSEK, Ivo. Vymezení pojmu Zážitková pedagogika. *Gymnasion: Časopis pro zážitkovou pedagogiku*. 2004, roč. 2004, č. 1, s. 6-16. ISSN 1214-603X.
- KAVANOVÁ, Lucie. Nejdřív práce, potom zábava. In: *Respekt.cz* [online]. 2012 [cit. 2012-05-02]. Dostupné z: <http://respekt.ihned.cz/c1-54366280-nejdriv-prace-potom-zabava>

KELLY, Lynda. How Web 2.0 is Changing the Nature of Museum Work. *Curator: The Museum Journal*. 2010, roč. 53, č. 4, s. 405-410. ISSN 2151-6952.

KELLY, Lynda. Family visitors to museums in Austria. In: *National Museum Austria: Understanding Museums* [online]. 2011 [cit. 2012-05-02]. Dostupné z: http://www.nma.gov.au/research/understanding-museums/LKelly_2011.html

KELLY, Lynda a Angelina RUSSO. From Ladders Of Participation To Networks Of Participation: Social Media And Museum Audiences. In: *Museums and the Web* [online]. 2008, 27. 10. 2010 [cit. 2012-05-02]. Dostupné z: http://www.museumsandtheweb.com/mw2008/papers/kelly_1/kelly_1.html

KESNER, Ladislav. Expozice jako prostor aktivního vnímání: Teoretická východiska, strategie realizace. *Bulletin Moravské galerie v Brně*. 2003, 58/59. ISSN 0231-5793.
Klíče pro život: Slovník pojmů projektu Klíče pro život. 2009. Dostupné z: [http://userfiles.nidm.cz/file/KPZ/O_projektu/slovník-pojmu\(1\).pdf](http://userfiles.nidm.cz/file/KPZ/O_projektu/slovník-pojmu(1).pdf)

KONEV: Konference neformálního vzdělávání. Michal Urban, Martina Janská. Praha: Česká národní agentura Mládež, ž, Národní institut dětí a mládeže MŠMT, 2007. Dostupné z: http://www.mladezvakci.cz/fileadmin/user_upload/publikace/Sbornik_KONEV.pdf

KOTTOVÁ, Karin. Demokratizace umění. In: *Metodický portál RVP: Inspirace a zkušenosti učitelů* [online]. 12. 10. 2011 [cit. 2012-05-02]. Dostupné z: <http://clanky.rvp.cz/clanek/c/G/13933/demokratizace-umeni.html/>

KRŠEK, Miroslav. Nová média. In: *KISK: Kabinet informačních studií a knihovnictví* [online]. 2010, 21. 12. 2010 [cit. 2012-05-02]. Dostupné z: http://kisk.phil.muni.cz/wiki/Nov%C3%A1_m%C3%A9dia

KUBÍČKOVÁ, Michaela. *Zprostředkování umění v malých a velkých galeriích*. Brno, 2008. Diplomová práce. Masarykova univerzita, Pedagogická fakulta, Katedra výtvarné výchovy. Vedoucí práce doc. PaedDr. Radek Horáček.

LEACH, Denice Blair. Dynamic Museum Place: Exploring the Multi-Dimensional Museum Environment. *The Journal of Museum Education*. 2007, roč. 32, č. 3, s. 199-209. ISSN 1059-8650.

LIEWROW, Leah A. a Sonia LIVINGSTONE. *The Handbook of New Media: Social Shaping and Consequences of ITCs*. UK: SAGE Publications, 2002. ISBN 0-7619-6510-6.

MANOVICH, Lev. *The Language of New Media*. Cambridge: MIT Press, 2001. ISBN 0262632551.

MARTY, Paul F. Museum Websites and Museum Visitors: Digital Museum Resources and their Use. *Museum Management and Curatorship*. 2008, roč. 23, č. 1, s. 81-99. ISSN 0964-7775.

MAXWELL, Lorraine E. a Gary W. EVANS. Museums as Learning Settings: The Importance of the Physical Environment. *The Journal of Museum Education*. 2002, roč. 27, č. 1, s. 3-7. ISSN 1059-8650.

MAXWELL, L. E. a J. P. KILLEEN. Museum Visits: Experiences of Special Education and Typically Developing Children. *Journal of Museum Education*. 2002, roč. 27, č. 1. ISSN 1059-8650.

McLUHAN, Marshall In CHUN, Wendy Hui Kyong a Thomas KEENAN. *New media, Old Media: A History and Theory Reader*. USA: Routledge, 2006. ISBN 0-203-64383-6.

McLUHAN, Marshall. *Člověk, média a elektronická kultura: výběr z díla*. 1. vyd. Brno : JOTA, 2000. 415 s. ISBN 80-7217-128-3.

McQUAIL, Denis In LIEWROW, Leah A. a Sonia LIVINGSTONE. *Handbook of New Media: Social Shaping and Consequences of ITCs*. London: SAGE Publications, 2002, s. 34-49. ISBN 0-7619-6510-6.

Metodická centra Ministerstva kultury ČR. *Asociace muzeí a galerií České republiky* [online]. 2011 [cit. 2012-05-02]. Dostupné z: http://www.cz-museums.cz/web/deni_v_oboru/metodicka-centra-mk-cr

Museums and the Web: the online space for cultural informatics [online]. 2012 [cit. 2012-05-02]. Dostupné z: <http://www.museumsandtheweb.com/>

Muzeum antického sochařství a architektury v Litomyšli [online]. 2004 [cit. 2010-11-06].

Neznámé antiky z českých a moravských sbírek. Dostupné z WWW:

<http://litomysl.ff.cuni.cz/data/Nezname_antiky_z_ceskych_a_moravskych_sbirek.pdf>.

NOORDEGRAAF, Julia. *Strategies of Display: The Boijmans Van Beuningen Museum in Nineteenth and Twentieth Century Visual Culture*. Rotterdam: NAI Publishers, 2004. ISBN 978-9056623784.

O'DOHERTY, Brian . *Inside the white cube : the ideology of the gallery space*. USA : University of California Press, 1999. ISBN 0-520-22040-4.

PACHMANOVÁ, Martina. *Kdo je to kurátor/ka?*. A2 [online]. 2007, roč. 2007, č. 39 [cit. 2012-04-06]. ISSN ISSN 1803-6635. Dostupné z: <http://www.advojka.cz/archiv/2007/39/kdo-je-to-kurator/ka>

PARIS, Scon G. Situated Motivation and Informal Learning. *The Journal of Museum Education*. 1997, roč. 22, 2/3. S. 22-27. ISSN 1059-8650.

PETŘÍČEK, Miroslav. *Sít' aneb tělo bez orgánů*. Filosofický časopis, Praha: 46, 1, s. 67-71. ISSN 0015-1841. 1996.

PLOCHOVÁ, Hana. *Transformace výstavních prostor novými médii: Dům umění města Brna*. Brno, 2010. Bakalářská diplomová práce. Masarykova univerzita, Filozofická fakulta, Ústav hudební vědy, Teorie interaktivních médií. Vedoucí práce Mgr. Jan Zálešák, Ph.D.

PRINGLE, Emily. *Learning in the gallery: context, process, outcomes*. 1. vyd. UK: Engage Publishing, 2006. ISBN 0953680169.

PRIOR, Nick. *Art and its publics : museum studies at the millennium*. United Kingdom : Blackwell Publishing Ltd, 2003. Having One's Tate and Eating It: Transformations of the Museum in a Hypermodern Era, s. 51 - 71. ISBN 0-631-23047-5.

PROCTOR, Nancy. Digital: Museum as Platform, Curator as Champion, in the Age of Social Media. *Curator: The Museum Journal*. 2010, roč. 53, č. 1, s. 35-43. ISSN 2151-6952.

PROCULTURE. Slovníček. *ProCulture: výzkumné, informační a vzdělávací centrum pro kulturu* [online]. 2008 [cit. 2012-04-17]. Dostupné z: <http://www.proculture.cz/slovnicek/>

PROKOPCOVÁ, Petra. *Práce s dětským návštěvníkem v muzeích zřizovaných Jihočeským krajem*. Brno, 2010. Magisterská diplomová práce. Masarykova univerzita, Filozofická fakulta, Ústav archeologie a muzeologie, Muzeologie. Vedoucí práce Mgr. Lenka Mrázová Krajíčková.

PUNAR, Tomáš. *Digital divide v informační společnosti*. Brno, 2009. Magisterská diplomová práce. Masarykova univerzita v Brně, Fakulta sociálních studií, Katedra sociologie. Vedoucí práce prof. PhDr. Petr Mareš, CSc.

RUSKIN, John. *Modern Painters II*. UK: FQ Books, 2010. ISBN 1149866055.

RUSSO, Angelina, Jerry WATKINS, Lynda KELLY a Sebastian CHAN. Participatory Communication with Social Media. Curator: *The Museum Journal*. 2008, roč. 51, č. 1, s. 21-31. ISSN 2151-6952.

SAHLBERG, Pasi. *Conceptualising non-formal education*. European Youth Forum, 1999.

Dostupné z: <http://www.pasisahlberg.com/downloads/Building%20Bridges.pdf>

SCHWARTZ, Deborah F. Dude, Where's My Museum? Inviting Teens to Transform Museums. *Museum News*. 2005, roč. 2005, 9/10. ISSN 1361-3626.

SEMPER, Rob. Museum Education Roundtable. *The Journal of Museum Education*. 1997, roč. 22, č. 1, s. 17-18. ISSN 1059-8650.

SOBOTKA. *Oficiální stránky města Sobotka* [online]. 2012 [cit. 2012-05-02]. Dostupné z:

<http://www.sobotka.cz/>

SPARACINO, Flavia; LARSON, Kent; MACNEIL, Ron, DAVENPORT, Glorianna, PENTLAND, Alex . *Technologies and methods for interactive exhibit design: from wireless object and body tracking to wearable computers*. MIT [online]. [cit. 2010-8-06]. Dostupné z WWW:

<<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.39.4861&rep=rep1&type=pdf>>

Splav [online]. 2009 [cit. 2012-05-02]. Dostupné z: <http://www.splav.cz/>

ŠEBOROVÁ, Silvie. Zprostředkovat umění. *Art+Antiques: Měsíčník o umění, architektuře, designu a starožitnostech* [online]. 2009, roč. 2009, č. 6 [cit. 2012-04-07]. ISSN 1213-8398. Dostupné z: <http://antiques.fontai.net/clanky/zprostredkovat-umeni>

ŠŤASTNÁ, J. Místní společenství – komunita – jako výchozí kontext aktivit muzea. In BRABCOVÁ, A. (ed.). *Brána muzeí otevřená. Průvodce na cestě muzea k lidem*. Náchod: Juko, 2003. ISBN 80-86213-28-5.

ŠTĚTKA, Václav; ŠMAHEL, David. Nová média v perspektivě sociálních věd. *Sociální studia: časopis Fakulty sociálních studií MU* [online]. 2009, roč. 6, č. 2 [cit.2010-07-12], s. 7. Dostupné na WWW: <http://socstudia.fss.muni.cz/hledat.php?ukol=2&rejst=&id=330&pageno=&co=nov%C3%A1%20m%C3%A9dia>.ISSN 1803-6104.

TALLON, Loïc; WALKER, Kevin. *Structuring Visitor Participation in Digital Technologies and the Museum Experience : Handheld Guides and Other media*. USA : Altamira Press, 2008. 264 s. ISBN 0-7591-1119-7.

TALLON, Loic a Kevin WALKER. *Digital Technologies and the Museum Experience: Handheld Guides and Other Media*. USA: Altamira Press, 2008. ISBN 978-07591-1119-6.

VELCOVÁ, Eva. *Muzeum a návštěvník*. Brno, 2010. Diplomová práce. Masarykova univerzita, Filosofická fakulta, Ústav hudební vědy, Management v kultuře. Vedoucí práce Mgr. Lucie Jagošová.

Národní galerie v Praze: Veletržní palác - Stálá expozice umění 20. a 21. století [online]. 2011 [cit. 2012-04-07]. Dostupné z: <http://www.ngprague.cz/cz/5/sekce/veletrzni-palac/>

Web 2.0. In: *Wikipedia: the free encyclopedia* [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2001-2012, 28. 4. 2012 [cit. 2012-04-28]. Dostupné z: http://en.wikipedia.org/wiki/Web_2.0

WEIL, Stephen E. From Being about Something to Being for Somebody: The Ongoing Transformation of the American Museum. *America's Museums*. 1999, roč. 128, č. 3, s. 229-258. ISSN 15496503.

WENGER, Etienne. *Communities of Practice: Learning, Meaning, and Identity (Learning in Doing: Social, Cognitive and Computational Perspectives)*. 1. vyd. UK: Cambridge University Press, 1998. ISBN 978-0521663632.

ŽALMAN, Jiří. Muzealizace jako nástroj k odžití minulých jevů. In: DOLÁK, Jan. *Muzea v procesu transformace: 24. - 26. listopadu 2003 Brno*. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2004, s. 199-203. ISBN 80-210-3594-3.

ŽALMAN, Jiří. *Příručka muzejníková I*. Praha: Asociace muzeí a galerií České republiky, 2002. ISBN 80-86611-00-0.