

Petra Šobánková

Expozice jako místo pro vzdělávání

Metodika k tvorbě expozic zohledňujících vzdělávací potřeby návštěvníků

2017

Vydáno s finanční podporou Ministerstva kultury ČR.



© Petra Šobáňová

© Moravské zemské muzeum Brno, 2017

ISBN 978-80-7028-494-0

Obsah

Úvodem	5
1 Muzejní expozice jako prezentační a edukační médium	7
Shrnutí kapitoly	9
2 Typy expozičních prostředků a jejich význam pro učení návštěvníka	10
2.1 Typy muzejních exponátů	10
2.2 Typy doplňkových prvků	11
Shrnutí kapitoly	12
3 Typy expozic a možné přístupy k jejich tvorbě	14
3.1 Přístup formalistický vs. kontextuální	15
3.2 Přístup funkčně-ekologický vs. systematický	15
3.3 Expozice podle šíře tématu a jeho uchopení – geografické a chronologické hledisko	17
3.4 Expozice z hlediska účinku na diváka a návštěvnických skupin	17
3.5 Expozice z hlediska bazálního pojetí muzea	18
3.6 Přátelské a uživatelsky přívětivé muzeum	19
3.7 Princip iluzivnosti	20
3.8 Expozice z hlediska postavení muzeálie	21
3.9 Princip narativnosti	23
Shrnutí kapitoly	24
4 Inovativní prvky muzejní kultury podporující vzdělávání návštěvníků	24
4.1 Interaktivita	24
4.2 Nová média v expozicích	26
4.3 Didaktické a zábavní prvky v expozicích	28
4.4 Expoziční prvky zohledňující návštěvníky s handicapem	29
Shrnutí kapitoly	34
5 Pedagogické zásady v expozici	34
Shrnutí kapitoly	36

6	Doporučení k tvorbě expozice jako edukačního média	40
6.1	Doporučení vycházející z poznatků behaviorální psychologie	40
6.2	Doporučení vycházející z poznatků konstruktivismu	42
6.3	Doporučení týkající se textů v expozicích	44
	Shrnutí kapitoly	47
7	Muzejní expozice jako účinné edukační médium – shrnutí charakteristických znaků	48
	Závěrem	50
	Použitá literatura	51

Úvodem

Vážení čtenáři,

cílem této metodiky je pomoci tvůrcům expozic a muzejním pedagogům v jejich snaze zvýšit sdělnost muzejních expozic a zohlednit v nich vzdělávací potřeby návštěvníků přicházejících do muzea za poučením, zážitky a zábavou.

Dříve než vám nabídnu konkrétní podněty a doporučení, je potřeba objasnit jednu z premis, na níž stojí uvažování o muzejní expozici jako edukačním médiu. Je jí koncept vzdělávacích potřeb návštěvníků. Přestože se dané sousloví objevuje v různých významech, v naší metodice rozumíme vzdělávací potřebou přirozený potenciál člověka k poznávání a permanentnímu rozvoji svých vědomostí, schopností, dovedností nebo názorů. Takto chápané vzdělávací potřeby provází často touha po sebenaplnění, případně sebepřekročení, tendence k prohlubování zkušeností, znalostí i kvality duchovního, emocionálního a sociálního života. Předpokládáme, že všechny tyto potenciality může člověk naplňovat právě svou účastí na muzejní kultuře.

Přestože vzdělávací potřeby jsou u různých jedinců rozdílně intenzivní, dá se předpokládat, že návštěvníci muzeí patří k lidem, kteří obecně tyto potřeby pociťují silněji a mají snahu prohlubovat svůj intelektuální, duchovní a emocionální život, případně rozvíjet návštěvou muzeí potenciál svých rodinných příslušníků, dětí, svěřenců. Takoví lidé aktivně vyhledávají různé vzdělávací příležitosti a permanentní, celoživotní vzdělávání je pro ně životní nutností, uspokojením i potěchou.

Vzdělávací potřeby přitom pociťují děti, mládež i dospělí lidé a senioři. Domnívám se, že potřeba učit se a vyhledávat nové podněty je přirozenou potřebou, avšak vyvstává zvláště v situacích, když dosavadní, vnitřně osvojené vědění neumožňuje člověku vyrovnat se s nějakou aktuální, často intenzivní zkušeností. Takovou zkušeností může být i návštěva muzejní expozice plné různých neznámých předmětů a nových, podmanivých podnětů. Úkolem muzea je podle mého názoru připravovat podobné situace, tedy podněcovat vzdělávací potřeby návštěvníků, vycházet jim vstříc a odpovídat na ně vhodnými expozičními přístupy a zařazováním různých didaktických prvků, které učení návštěvníků usnadňují a zároveň iniciují: vybízejí k experimentu, ke hře, k ověřování informací a jejich hlubšímu pochopení.

Zastáváte-li stejný názor a chcete-li se jej pokusit aplikovat do praxe, možná se vám budou hodit některé z podnětů, jež v následujících sedmi kapitolách nabízí tato metodika. Budete-li potřebovat podrobnější informace, doporučuji vám obsažnější pojednání v podobě dvoudílné publikace Muzejní expozice jako edukační médium, jež kromě teoretických základů přináší i výzkumná zjištění o podobách současné muzejní kultury (viz Šobáňová, 2014a,b) a z níž tato metodika vychází.

Petra Šobáňová

1. Muzejní expozice jako prezentační a edukační médium

Muzejní expozice, na niž se pokusíme nahlédnout pohledem muzeologickým a zároveň pedagogickým, je jednou z hlavních podob muzejní prezentace. Představuje základní produkt výstavní činnosti muzea a oproti krátkodobým výstavám má dlouhodobý, stálý charakter. Expozice prezentují profilová témata, jimiž se muzeum zabývá v rámci své sbírkotvorné a odborné činnosti, a lze je chápat jako veřejně přístupné prostory, v nichž se nacházejí vystavované předměty, doplňkové prvky a speciální mobiliář. Zároveň fungují jako prezentační a edukační médium, protože se v nich spolu s vystavenými exponáty prezentuje dosažené vědění související se sbírkovými předměty muzea a protože si v nich návštěvníci osvojují určité vědění, zkušenosti a postoje.

Muzejní expozice se oproti jiným produktům výstavního charakteru vyznačuje specifickým charakterem exponovaných předmětů a prvků, mezi něž náležejí v první řadě muzeálie a pak další expoziční prvky (viz kapitola 2), a dále zvláštním způsobem lidského dorozumívání, k němuž dochází prostřednictvím ukazování originálů věcí nebo jevů. Pro toto dorozumívání užíváme pojem *ostenze*, jenž znamená ukazování, předvádění, prezentování. (Osolsobě, 2007) Ostenze, prvek ukazování autentických objektů zvláštního významu, a komunikace prostřednictvím tohoto předvádění je snad nejpodstatnějším aspektem muzejní prezentace a z hlediska poznávacích procesů je tím, co ji činí účinným edukačním médiem.

Podstatným specifikem muzejních expozic je dále snaha představit určitý abstraktní fakt (téma) pomocí konkrétních předmětů a zároveň skutečnost, že poznatky o tomto faktu nejen zprostředkovávají, ale pomocí muzeálií i dokládají. Přes zásadní roli vystavených muzeálií je potřebné nezapomínat na to, že moderní muzejní expozice neprezentuje pouze předměty „pro předměty“¹, nýbrž určitý široký komplex významů sdružených do souhrnného tematického okruhu. Téma je konceptem stojícím „za expozicí“, je jejím celistvým a komplexním východiskem. Téma má být mnohovýznamové a plastické, je kontextově uvažovaným základem muzejních prezentací a integrujícím faktorem expozic.²

Proces prezentace nekončí pouhým vystavením sbírkových předmětů. Prezentace slouží ke zprostředkování poznání (Stránský, 2000), a měla by proto usilovat o předávání nového vědění a hodnot spojených s muzeáliemi návštěvníkům. Také proto se do muzejních expozic zavádějí inovativní (často čistě didaktické) prvky, jež umocňují jejich výpovědní hodnotu.

Zaměříme-li se na muzejní expozici z hlediska návštěvníka a jeho poznávacích procesů, pak zaznameneáme, že v muzeu se bohatě uplatňuje poznávání smyslové, především zrakové (dotýkat se exponátů je z pochopitelných důvodů obvykle zakázáno). To také bývá označováno za hlavní

¹ Jako tomu často bylo v počátcích muzejní kultury.

² Z tohoto hlediska může být expozice jen úzce zaměřenou (prezentuje pouze izolovaný fenomén), anebo integrální (prezentuje vzájemně propojené fenomény komplexním způsobem). Na téma lze nahlížet i z hlediska jeho společenské aktuálnosti a souvislosti se životem návštěvníků nebo lze identifikovat témata absentující.

výhodu učení v muzeu – na rozdíl od učení ve škole, jež probíhá převážně prostřednictvím verbálních schémat často bez opory v konkrétních představách žáků. Muzeum zprostředkovává návštěvníkům přímou smyslovou zkušenost a nepochybně tak překonává přetrvávající verbalismus školního či jiného vzdělávání. Zároveň se ale návštěvník v muzeu může potýkat s opačným extrémem: setkává se sice s konkrétními předměty, smyslové (vizuální) vjemy však často není schopen uchopit pojmy a včlenit do stávající soustavy svého vědění. Tato situace běžně nastává během samostatné prohlídky „nedidaktické“ expozice, kdy smyslové poznávání není dostatečně doplněno potřebnou racionální komponentou.

Ukazování je tedy důležitou součástí předávání vědění v muzeu, ale samo o sobě je toto vědění mnohem širší a nelze jej obvykle nabýt pouze skrze recepci vizuální podoby vystaveného předmětu. Pouhé zhlédnutí exponátu je totiž v zásadě totéž, co přijetí jakékoliv jiné vizuální informace bez dalšího kontextu. Jednoduché odpovědi na základní návštěvníkovu otázku „co je to?“, které návštěvník zpravidla nalezne na štítku u vystaveného exponátu, jsou pouhými vstupními informacemi, nikoliv věděním. Šance na jeho získání jsou přímo závislé na zájmu návštěvníka a na způsobu muzejní prezentace a uplatněných přístupech k tvorbě expozičního celku.

Nemáme přitom na mysli pouze volbu typu mobiliáře a výtvarné a architektonické řešení expozice, případně podobu doprovodných popisků. Ani osvojení identifikačních informací o předmětech stále neznamená smysluplné poznání. Současná pedagogika si velmi dobře uvědomuje vztah mezi informacemi a poznáním: poznání nepochybně obsahuje informace, ale nelze jej redukovat jen na ně. „Lidské poznávání předpokládá teoretické struktury, aby mohlo dát informacím smysl.“ (Skalková, 2007, s. 144) Informace a fakta je proto třeba zobecňovat prostřednictvím pojmů a dále postihovat vztahy mezi nimi tak, aby postupně mohlo u návštěvníka dojít k vybudování celé soustavy pojmů v určité oblasti vědění. Izolované vědomosti jsou tak pro návštěvníka v zásadě bezcenné. Toto je podstatný aspekt problému, jenž vysvětluje malý efekt „obyčejných“ muzejních návštěv pro návštěvníkovo vědění a nejlépe opodstatňuje důležitost muzejní edukace a různých didaktických prostředků umístěných do expozice.

Fakt, že pouhým prohlížením vystavených muzeálií a evidováním informací na štítcích u exponátů ke zprostředkování poznání návštěvníkům nedochází (pokud návštěvník zrovna není odborníkem na určitý druh sbírkových předmětů), potvrzují současné poznatky psychologie o fungování lidského myšlení a mechanismech osvojování nového vědění. Poučení v tomto směru nám nabízí zvláště genetická epistemologie a kognitivní psychologie, jež zkoumají mechanismy a vývoj kognitivních schopností člověka a – mimo jiné – řeší vztah mezi myšlením a smyslovým vnímáním. Ukazují, že poznání závisí především na myšlení a neplyne z pouhého pozorování. Jedině navíc veškeré předkládané informace – vizuální či jakékoliv jiné povahy – nepřijímá pasivně, ale aktivně je filtruje a zpracovává na základě svého dosavadního poznání a dosažené úrovně myšlení. (Grecmanová, Urbanovská, 2007) Situace v muzejní expozici je o to komplikovanější, že návštěvníkovi muzeum během „obyčejné“, neasistované prohlídky poskytuje téměř výhradně právě informace vizuální povahy a jen minimum informací, tak jak je obvykle chápeme, tedy informací v pojmových schématech. Tato situace je markantní zvláště v expozicích umění, kde je stručný popis často jedinou informací – kromě té vizuální. Získat smysluplné poznání za této situace je tak pro návštěvníka velmi problematické.

Za jakých podmínek naopak může k poznávání a smysluplnému osvojování nového vědění v muzeu docházet? Za jakých okolností mohou návštěvníci vědění „z muzeálií“ nejlépe získat? Domníváme se, že ideálně během edukace, v rámci níž muzeum nabízí nejen možnost zhlédnutí vystavených předmětů, ale navíc ještě své vědění o nich, a to v didaktickém zpracování přizpůsobeném specifikům návštěvníka. Osvojování nového vědění v muzeu lze dále podpořit zohledňováním vzdělávacích potřeb návštěvníků přímo v expozicích, a to jednak celkovým pojetím expozice a vhodným přístupem k muzeálii a jednak umísťováním speciálních prvků didaktického charakteru do expozičního celku. Jde o didaktické exponáty a další typy didaktických prostředků a expozičních prvků – didaktické obrazy, textové panely, technická zařízení s e-learningovým obsahem atp. Pak lze hovořit o formativní úloze muzejní expozice a vlivné interakci muzeálie a návštěvníka. Muzejní výstava pak skutečně vede návštěvníka k objevení jisté části významu vystavovaného předmětu, a tím i k emocionální transformaci určitého aspektu návštěvníkovy osobnosti: jeho zájmů, postojů či hodnot. (Lord a Lord, 2001, s. 18) Muzejní expozice připomínající minulé i nedávné události, jevy a procesy pak mohou návštěvníky formovat jako autonomní, svobodné a zodpovědné osobnosti, které rozumějí podstatě těchto procesů a chápou svou úlohu v procesech současných. Expozice může návštěvníkům ukazovat jejich místo v dané kultuře, která se také jejich přispěním stále dynamicky vyvíjí. Návštěvníci si v interakci s muzeáliemi uvědomují sami sebe jako součást lidské komunity a spolutvůrce kulturních hodnot a jako svobodné jedince, kteří svým tvořivým přístupem ke světu mohou přispět k jeho zachování a rozvoji.

Význam muzeálie se stává skutečně reálným až vzájemným působením mezi návštěvníkem a muzejním předmětem, proto je této interakci věnována velká pozornost jak současnou muzeologií, tak muzejní pedagogikou, která na ni pohlíží jako na výchovnou situaci a na muzejní expozici jako na specifické edukační médium³.

Shrnutí kapitoly

Expozice chápeme nejen jako jednu z hlavních prezentačních forem muzea, ale také jako prostředí, v němž se návštěvníci mohou spontánně něčemu učit anebo se mohou účastnit řízeného edukačního procesu. Připomeňme, že každá expozice je edukačním médiem, avšak různě pojaté expozice podporují vzdělávání návštěvníků nestejnou měrou a rozdílným způsobem. Účinnost daného edukačního média je přímo závislá například na tom, zda bylo již při samotné přípravě dané expozice zohledněno vzdělávací hledisko, zda tvůrci nějakým konkrétním způsobem vyšli vstříc vzdělávacím potřebám návštěvníků a zda se expozice využívají k řízenému vzdělávání během edukačních programů. Efektivnost sledovaného edukačního média – jež staví především na prezentaci muzeálií (resp. na vizuálních podnětech) – ovlivňuje rovněž to, zda muzeum či přímo expozice poskytuje dostatečné prostorové podmínky pro vzdělávací aktivity, zda k expozici existuje

³ Podrobněji o pojmu *edukační médium* a o jeho mimoškolních formách viz Jůva, 2009, nebo Šobáňová, 2014a.

diferenciovaná nabídka edukačních programů a zda k ní byly připraveny textové či jiné didaktické pomůcky. Vzdělávání návštěvníků a celkovou efektivnost daného edukačního média lze značně posílit různými dalšími formami, o nichž bude v této metodice ještě řeč.

2 Typy expozičních prostředků a jejich význam pro učení návštěvníka

Předeslali jsme, že snahou tvůrců expozic je představit určité téma a za pomoci sbírkových předmětů a současného stavu poznání v oborech, jichž se předměty dotýkají, vytvořit výstižný obraz či model reality. Přestože specifkem muzejních expozic jsou autentické sbírkové předměty – ať již se jedná o artefakty či naturfakty – stále častěji se v expozicích uplatňují také další exponáty či prvky bez muzeální hodnoty. V expozičním celku hrají vedle muzeálií doplňkovou, podpůrnou, avšak velmi důležitou úlohu. Pomáhají návštěvníkům porozumět významu vystavených autentik, pochopit jejich kontext, funkci, historickou hodnotu.

2.1 Typy muzejních exponátů

V expozicích můžeme najít tyto **typy muzejních exponátů**:

1. **exponáty-muzeálie,**
2. **exponáty nemuzeální hodnoty: (a) substituty, (b) didaktické exponáty, (c) zábavní exponáty.**

Označení exponát u předmětů nemuzeální hodnoty přitom používáme pouze v případě, že daný expoziční prvek nese vlastní význam a má podobu nějakého objektu. Exponát má obvykle prostorový charakter (jde o objekt), i když možnosti nových médií a dnešní všudypřítomná intermedialita ztěžují jakékoliv pevné vymezení.

V případě **substitutů** se může jednat o klasické kopie, faksimile, reprodukce, odlitky, imitace, rekonstrukce, modely, makety a nebo o substituty digitální povahy, např. různé podoby digitálních reprezentací muzeálií, jež se návštěvníkům prezentují na nějakých nosičích nebo pomocí speciálních projekcí. Pro vzdělávání jsou substituty neobvykle užitečné, a to nejen pro svou názornost. Umístění substitutu do expozice může být vhodným řešením problému „nedotknutelnosti“ sbírkových předmětů a nemožnosti poznávat je i jinak než jen pomocí zraku. Je přitom známo, že poznávání je účinnější, můžeme-li do něj zapojit všechny smysly. Nabídkou hmatového exponátu substitučního charakteru může být aplikována zásada „hands-on“, tedy možnost dotýkat se volně exponátů, i do expozice, jež hmatový kontakt s vystavenými předměty jinak vylučuje.

Dalším typem exponátů jsou dnes velmi oblíbené **didaktické exponáty**, tedy auditivní, vizuální, obrazové i technické pomůcky v podobě různých simulátorů, vědeckých hraček, hlavolamů, interaktivních stanovišť, ale i kiosků s digitálním obsahem typu elektronických her, animací, kvízů, databází. Může jít také o zásuvky nebo stolky s „hands-on“ exponáty, didaktickými hračkami a pomůckami, různé projekce a zvukové stopy, audiovizuální efekty aj. Důležité je, že tyto expoziční prvky často neplní pouze roli subsidiární – ba naopak se stávají plnohodnotnými reprezentanty určité skutečnosti – obdobně jako muzeálie. Postrádají sice autentičnost, unikátnost a kulturní hodnotu sbírkových předmětů, jejich výpovědní schopnost však může být i tak velmi vysoká. Do některých expozic (platí to zvláště o dětských muzeích a science centrech) se zavádějí i vyložené **zábavní exponáty**. Pod toto označení lze zahrnout předměty z různých herních nebo odpočinkových zón, stolky s hračkami, prvky s humornými aktualizacemi tématu, dětské textové a obrazové panely, „hands-on“ herní prvky apod.

2.2 Typy doplňkových prvků

Působnost exponátů podporují různé doplňkové prvky, jež nemají povahu objektů. Beneš (1981, s. 66) je označuje za **pomocné prezentační prostředky**. Lze mezi nimi rozlišit tyto typy: **(a) substituční prvky, (b) referenční prvky, (c) explikační prvky, (d) smíšené prvky**.

Kromě **substitučních prvků**, jež jsme již charakterizovali, patří k běžným prezentačním prostředkům **prvky referenční**, tedy ilustrativní materiál různého typu jako ilustrace, nákresy, dokumenty, schémata, fotodokumentace místa archeologického nálezu atd. (v tištěné nebo digitální podobě). Dále se uplatňují **prvky explikační**, jejichž funkcí je poskytnout výklad vystavených předmětů, objasnit obsahy, které nesou. Jde přitom o explikaci verbálními prostředky. Do dané skupiny patří zejména texty v expozici, ať již v tištěné, nebo digitální podobě; digitální technologie umožňují uplatnit také audiovizuální záznamy (výklady kurátorů na videu apod.). Explikační prvky se dnes běžně kombinují s prvky referenčními – viz textové panely s obrazovými doplňky, informační tabule, kiosky nebo tablety aj.

V expozicích nacházejí stále pevnější místo také různé **technické prostředky**, z nichž mnohé mají rovněž povahu exponátu, nejen doplňku muzeálie. Patří sem auditivní, vizuální a audiovizuální technika, která umožňuje různé typy projekcí, ať již na volnou projekční plochu nebo ve speciálně uzpůsobeném prostoru. Oblíbenými se staly fotorámečky, tablety, interaktivní tabule a informační kiosky obsahující data, rozšiřující informace textového, obrazového, auditivního nebo audiovizuálního charakteru, výukové a zábavní počítačové programy, trenažéry nebo e-learningové aplikace. Vzhledem k tomu, že se tyto technické prvky staly pevnou součástí expozic, plní i ony roli muzejního exponátu.

Ke všem „náhradním prostředkům“, tedy exponátům a prvkům nemuzeální povahy, Beneš (1981) poznamenává, že je nelze klást na roveň originálů a že muzeum by nemělo prezentovat problematiku, k níž nejsou k dispozici originální doklady v podobě sbírkových předmětů – takovou prezentaci nelze podle tohoto autora považovat za muzejní. Specifikem muzejních expozic a výstav je primární a nezastupitelný vyjadřovací prostředek ve formě originálního výtvaru jako auten-

tického svědectví o prezentované skutečnosti. (Viz Beneš, 1981, s. 45.) K tomu je potřeba dodat, že toto klasické stanovisko k hranicím mezi muzejní a nemuzejní prezentací dnes poněkud zpochybňují nové typy muzeí, jako např. dětská muzea, ekomuzea, archeoparky nebo science centra. V nich může být vazba na sbírky velmi volná, i ony však podle definic muzea do rámce muzejní kultury spadají. Podle našeho názoru je obecným, bazálním úkolem muzeí je podávat lidem srozumitelný obraz světa, v němž žijeme. Stejný úkol plní i vyjmenovaná netradiční muzea, ať už je role muzeálií v jejich expozicích jakákoliv. Proto nejenže tyto krajní instituce do muzejní kultury patří, ale dokonce pozitivním způsobem ovlivňují její hlavní proud.

Na závěr uvedme ještě jednu zajímavou skutečnost, se kterou se lze v muzeích setkat stále častěji. Exponátem se může stát i samotný výstavní prostor. Děje se to v případech, že jde o prostor pojatý jako umělecká instalace, nebo v případech, kdy mimořádná estetická kvalita prostoru zastihuje samotné exponáty a doprovodné expoziční prvky. To se týká i tradičních památkových objektů nebo výjimečných architektonických děl, kam návštěvník přichází obdivovat uměleckou hodnotu exteriéru nebo interiéru – a z tohoto pohledu je prostor hlavním „exponátem“.

Shrnutí kapitoly

V expozicích můžeme najít jednak originální sbírkové předměty (exponáty-muzeálie) a jednak exponáty nemuzeální hodnoty, jako jsou substituty nebo didaktické a zábavní exponáty. Působnost exponátů podporují různé doplňkové prvky substitučního, referenčního, explikačního nebo hybridního charakteru, jejichž úlohou je ilustrovat a objasnit prezentované téma a zasadit vystavené sbírkové předměty do smysluplného kontextu. Exponáty, jež nejsou muzeáliemi, dnes přitom nacházíme v expozicích stále častěji. Proměňuje se také poměr zastoupení autentických sbírkových předmětů a prvků podpůrných, a to ve prospěch prvků „doplňkových“. Lze to chápat jako snahu podpořit sdělnost vystavených muzeálií a jako reakci na slabiny klasické muzejní prezentace postavené na nekontextuálním, formalistickém vystavování sbírek. Z hlediska vzdělávání návštěvníků jsou klíčové zejména didaktické exponáty. Může jít o didaktické hračky, demonstrace či různé herní prvky, jež můžeme řadit pod kategorii didaktických prostředků. Didaktický exponát napomáhá porozumění prezentovaným skutečnostem a podporuje návštěvníkovo aktivní osvojování nového vědění v muzeu.



Obr. 1–3. Nahoře příklad substitutu v Naturkundemuseum (Universalmuseum Joanneum) v Grazu, uprostřed didaktický exponát v Science centre iQLANDIA Liberec, dole zábavní exponát v podobě tobogánu v Moravské galerii v Brně; foto Petra Šobáňová.

3 Typy expozic a možné přístupy k jejich tvorbě

Muzejní expozice, to jistě není pouze nahodilý komplex předmětů a dalších prvků vystavených v honosném sále muzea. Jako návštěvníci předpokládáme, že muzejní prezentace v podobě výstavy či expozice věrně reprezentuje soubor nějaké mimomuzejní skutečnosti, ať již v podobě historického období nebo konkrétního přírodního, společenského či uměleckého jevu. Jak jsme již uvedli: vystavené sbírky považujeme za zdroj vědění a muzejní expozice je pro nás prostředkem nabývání znalostí o světě. V muzeu hledáme srozumitelný model příliš komplikovaných skutečností, chceme vidět mimořádné, ale i běžné předměty v nějakém racionálním kontextu, který nás ujistí o řádu a smysluplnosti světa. Hledáme zde svoje kořeny, ujišťujeme se o své identitě, snažíme se porozumět sobě, druhým lidem, naší minulosti, lidské kultuře jako celku i přírodnímu prostředí, které je s našimi životy tolik provázané.

V rámci muzeologie je tvorba expozic a jiných forem prezentace pojímána jako komponování exponátů a dalších výstavních prvků a prostředků do účelných souvislostí. (Viz např. Waidacher, 1999, nebo Stránská a Stránský, 2000) Během tvorby expozice se přípravné podklady fixují do formy námětu, libreta a scénáře. Ohniskem tvorby expozice je podle Waidachera (1999, s. 165) zejména libreto, jež je základem definitivní podoby výstavy. Z libreta je zřetelná koncepce zamýšleného expozičního celku a jeho tematické pojetí formulované na základě poznatků určitých odborných disciplín. Autor zde formuluje nejen konkrétní expoziční principy a přístupy, ale počítá také s prostorovými a technickými možnostmi dislokace výstavy. Libreto obsahuje i předběžný návrh rozpočtu. Následným krokem je rozpracování libreta do podrobného scénáře výstavy, který je detailním popisem výstavního projektu a obsahuje řadu technických a jiných detailů včetně přesného seznamu exponátů a jejich rozmístění.

Současní autoři věnující se procesu tvorby expozic člení proces přípravy výstavy na tyto základní etapy: (1) koncepční fázi, (2) vývojovou fázi, (3) fázi produkce, (4) funkční fázi, (5) fázi vyhodnocování. Dean (1994) upozorňuje, že během celého procesu se permanentně uskutečňují tři hlavní okruhy činností:

- činnosti zaměřené na výsledný produkt – jde o aktivity týkající se sbírkových předmětů a jejich interpretace;
- činnosti zaměřené na management – jde o zajišťování lidských i materiálních zdrojů pro úspěšné dokončení projektu;
- koordinační činnosti – jde o koordinaci a sladění činností zaměřených na produkt i aktivit managementu, které musejí směřovat ke stejnému cíli.

Tvorba expozice je jistě složitý proces, jeho snad nejpodstatnější součástí, která nakonec rozhoduje o tom, zda se expozice stane vstřícným, podnětným a sdělným prostředkem k nabývání nových znalostí o člověku, kultuře a světě, je však rozvažování o smyslu a cílech výstavního projektu a o vhodných prezentačních přístupech, které budou při tvorbě expozice uplatněny a které pomohou stanovené cíle naplnit. V následujících podkapitolách vysvětlíme a doporučíme alespoň některé z těchto přístupů.

3.1 Přístup formalistický vs. kontextuální

Ať již je hlavním tématem expozice cokoliv, je možné jej prezentovat mnoha různými způsoby. V praxi můžeme rozpoznat zejména dva kontrastní způsoby prezentace muzeálií: **formalistický a kontextuální**. Formalistický způsob znamená, že zprostředkováváme primárně konkrétní skutečnosti vztahující se k předmětu, identifikujeme předměty pomocí datace, podle výrobce, funkce, místa původu, stylové příslušnosti nebo použité technologie. Všímáme si hlavně předmětu samotného. Vystavený sbírkový předmět odkazuje sám k sobě a ke své vnější formě a vychází se z předpokladu, že hovoří sám za sebe. Oproti tomu kontextuálním (na kontext zaměřeným) způsobem zprostředkováváme nejen informace o nějakých skutečnostech (o tom, že se staly, že existovaly), ale také o doprovodných okolnostech, o souvislostech (jak a proč se to stalo). Předměty se dávají do kontextu s idejemi, hodnotami a dalšími sociálními a historickými okolnostmi své doby. Předmět nemá informovat jen sám o sobě, nýbrž vyvolávat otázky. Nemá pouze odkazovat k sobě, nýbrž k širším okolnostem, a podněcovat hlubší úroveň uvažování o tématu. Exponáty jsou v tomto pojetí chápány jako symboly odkazující k určitým obsahům. Takto prezentované předměty nenajdeme ve formalisticky komponovaných komplexech sestavených podle nějakého umělého systému (např. podle materiálu nebo podle funkce), nýbrž v kontextuálních expozičních celcích, napříkladně v tematických dioramatech.

3.2 Přístup funkčně-ekologický vs. systematický

Waidacher s Gráfem (1987) rozlišují další možné opozitní přístupy k tvorbě expozice: **funkčně-ekologický a systematický**. Ekologický přístup znamená, že muzeálie prezentujeme ve vzájemných vztazích, jako prvky systému, v němž panují určité determinující vztahy a podmínky. Zachycujeme vztahy prvků a prostředí, v němž vznikly nebo v němž působí, jakož i vzájemné vztahy těchto jednotlivých prvků mezi sebou. Téma zobrazujeme tak, aby bylo zřejmé, které faktory ovlivnily vznik, rozvoj a stav určitého systému, ať již se jedná o společenstva rostlin a živočichů, anebo o člověka a jeho prostředí. Naproti tomu systematicky koncipovaná výstava uspořádává prvky do určité soustavy, prezentuje systém těchto prvků na základě třídění ustáleného v daném vědním oboru. Systematika třídí prvky (nejčastěji organismy v podobě živočichů a rostlin, ale i prvky neživé přírody, např. nerosty, a dokonce artefakty) např. na základě morfologie, anatomie, fyziologie, složení, materiálu aj. do taxonomie. Daný způsob vystavování je dnes předmětem kritiky. Jde o to, že v takových expozicích nacházíme spíše prezentaci vývoje nějaké vědy než prezentaci daného jevu a že je taková prezentace odtržena od přirozených zkušeností člověka.



Obr. 4–6. Nahoře příklad formalistického způsobu vystavování (Mumok ve Vídni), dole poměrně vzácný příklad kontextuálního způsobu vystavování uměleckých děl (výstava „...diese idiotischen Untergangsjahre“ Wilhelm Thöny als Regimentsmaler im Ersten Weltkrieg v GrazMuseum v Grazu) – portréty vojáků zprostředkovávají informace o kontextu válečných událostí; foto Petra Šobáňová.



Obr. 7–8. Expozice v Naturkundemuseum (Universalmuseum Joanneum) v Grazu, v níž se uplatňuje jak systematický (vlevo), tak i funkčně-ekologický (vpravo) přístup – viz živé mraveniště; foto Petra Šobáňová.

3.3 Expozice podle šíře tématu a jeho uchopení – geografické a chronologické hledisko

Expozice se různí také podle **šíře tématu**. Mohou existovat expozice **úzce zaměřené** (prezentující nějaký izolovaný fenomén), anebo **integrální** (komplexně prezentující vzájemně propojené fenomény). Tvůrci mohou rovněž uplatnit **geografické** nebo **chronologické hledisko**. U výstavy geografické je určujícím geografický výskyt nějakého prvku či fenoménu, u výstavy chronologické je podstatné hledisko časové: zobrazuje se zde časový průběh nějakého jevu a nebo vývoj určitého prvku. Oba tyto způsoby prezentace se hojně uplatňují a z hlediska vhodnosti, resp. jejich možného pozitivního či negativního vlivu na návštěvníkův prožitek a porozumění výstavě, jsou považovány za neutrální. Jsou kritériem výběru exponátů a zužují prakticky nekonečnou množinu reprezentantů nějaké skutečnosti na ty, jež se týkají nějakého vymezeného časového období nebo území. (Waidacher a Gräf, 1987)

3.4 Expozice z hlediska účinku na diváka a návštěvnických skupin

Expozice můžeme klasifikovat také **podle účinku na diváka**, resp. podle toho, jaké typy zážitků v něm vyvolává. Rozpoznat můžeme expozice zaměřené na uspokojení návštěvnickových potřeb duchovních, emocionálních, intelektuálních, sociálních a relaxačních. Zůstaneme-li u návštěvnického hlediska, expozice můžeme třídit také přímo **podle návštěvnických skupin**, mezi nimiž je vhodné zohlednit návštěvníky se specifickými potřebami. Velmi hrubé třídění vycházející z nejčastěji zohledňovaných skupin rozeznává expozice uzpůsobené pro:

- dospělé návštěvníky,
- děti a mládež, resp. rodiny s dětmi,
- školní skupiny,

- návštěvníky s postižením hybnosti,
- návštěvníky se zrakovým postižením.

K tomu dodejme, že stálá expozice by měla být – více než jiné typy muzejních prezentací – určena co nejširší cílové skupině návštěvníků. Proto by měla zohledňovat rozdíly v potřebách těchto skupin a alespoň určitým způsobem vycházet vstříc každé z nich.

3.5 Expozice z hlediska bazálního pojetí muzea

Expozice lze třídit také **na základě bazálního pojetí muzea**. Rozpoznáváme tak např. typ *museum contemplativum* a opozitní typ *museum activum*. První typ pojímá prostor muzea jako kontemplativní, tichý „chrám Múz“, zatímco druhý jako živou, neustále se měnící instituci pro lidi a jejich setkávání. V muzeu-chrámu setrváváme v hlubokém a tichém usebrání, zatímco v „aktivním“ muzeu řešíme zajímavé problémy, s něčím manipulujeme, něco děláme, tvoříme, vyrábíme – jsme aktivní a expozici aktivizováni. Zůstaneme-li u bazálního pojetí muzea, v literatuře můžeme objevit ještě členění na **muzea introvertní** a **extrovertní**. Tuto klasifikaci navrhuji Lordová a Lord (2001), kteří balancování mezi oběma póly považují za jeden z důležitých úkolů muzea. Diskuse nad těmito odlišnými pojetími se týká toho, jak dosáhnout rovnováhy mezi požadavky na ochranu sbírkových předmětů a na uspokojování potřeb veřejnosti. Za introvertní se považují muzea orientovaná primárně na sbírky a upřednostňující potřeby sbírkových předmětů před potřebami návštěvníků (kri-



Obr. 9–10. Vlevo příklad musea activa (VIDA! science centrum v Brně), vpravo příklad musea contemplativa (Museum für Ostasiatische Kunst v Kolíně nad Rýnem); foto Petra Šobáňová.

tériem úspěšnosti je badatelská činnost, dobře vedené depozitáře a kvalitní katalogy). Naopak extrovertní muzea jsou orientovaná na lidi, určující je snaha uspokojit potřeby veřejnosti, nalézat co nejefektivnější způsoby, jak tyto potřeby dávat do souvislostí se sbírkovými předměty a jejich významy. Kritériem úspěchu extrovertního muzea je účinné zprostředkování sbírek a kladný ohlas od návštěvníků, a to i od těch, kteří nedisponují žádným povědomím o tématu. (Lord a Lord, 2001)

3.6 Přátelské a uživatelsky přívětivé muzeum

S orientací na návštěvníka souvisí také uplatňování zásad „**visitor friendly**“ muzea – jež se samozřejmě týkají celého muzea, nejen expozice samotné. Na tomto místě uvedeme pouze vybrané teze „přátelského muzea“, týkající se tvorby expozic: v přátelském muzeu jsou expozice a výstavy nápadité, zajímavé, interaktivní, umožňují „sáhnout si“, zapojují kromě zraku také další smysly. Přátelské muzeum si je vědomo svého edukačního potenciálu a v expozici jej naplňuje různými formami včetně nejrůznějších didaktických prvků. K expozicím jsou k dispozici kvalitní a profesionálně vedené edukační programy, zvláště animace; kromě výstav muzeum nabízí také doprovodné akce, během nichž jsou návštěvníci motivováni praktickými tvůrčími činnostmi, mohou se dotýkat buď exponátů, nebo alespoň modelů a replik, setkávají se s umělci či tvůrci expozic. **Přátelské muzeum** je jako celek a rovněž v rámci svých expozic orientováno na návštěvníka a panuje v něm příznivé sociální klima. Expozice předem počítají se spoluprací se školami a při jejich přípravě se dbá na to, aby vhodně navazovaly na kurikulum. V expozicích přátelského muzea se alespoň dílčími prvky pamatuje i na dětského návštěvníka, zohledňují se jeho zvláštnosti a potřeby, dětem a dětské kultuře se věnuje zvláštní pozornost. Expozice podporuje interakci mezi návštěvníkem a muzeálieři zapojením nových technologií a celkově naplňuje spíše koncept *musea activa* než *musea contemplativa*, takže aktivizuje návštěvníky, facilituje jejich zážitky a umožňuje také jejich přirozenou živou reakci na zhlédnuté exponáty.

Judy Randová (Rand, 2001, s. 13–14) k vyjmenovanému přidává ještě další **znaky uživatelsky přívětivého muzea**, resp. expozice:

1. pohodlí (snadný přístup, čistota, odpočinkové zóny, nepřítomnost překážek),
2. snadná orientace (dostatek srozumitelných informací týkajících se orientace v budově i směru prohlídky),
3. vřelé přivítání a péče o návštěvníky,
4. zábavné prvky (a to nejen v podobě zábavných doprovodných aktivit a úkolů),
5. sociální interakce (podpora interakce a sdílení zážitků a poznatků s ostatními lidmi),
6. respektování všech lidí neohledně na původ, vzdělání, společenský statut apod.,
7. komunikace (vstřícný přístup ke všem návštěvníkům, jasné vyjadřování průvodců, přístupné interpretování prezentovaného obsahu, možnost komentovat výklad a dotazovat se),
8. získání nových poznatků (možnost něčemu novému se naučit, ohled na to, že lidé se učí různými způsoby),
9. možnost volby a vlastní kontrola nad návštěvou (návštěvníci se chtějí sami rozhodovat, mít autonomii a svobodu pohybu, chtějí mít možnost vybrat si, co chtějí zhlédnout a absolvovat),

10. nabídka výzev a důvěra muzea v návštěvníky a jejich schopnosti (návštěvníci oceňují různé stimulační podněty, např. výzvu ke splnění nějaké úlohy, prokázání určitého umu, chtějí mít možnost ověřit si své dovednosti, vyzkoušet si něco nového a dosáhnout nějakého smysluplného cíle),
11. relaxace, osvěžení (návštěvníci oceňují možnost „nabít si baterky“, osvěžit se, přijít na nové myšlenky, a to nejen díky příjemnému zážitku, ale především díky vlastní aktivitě, novým zkušenostem a radosti z osvěžujících podnětů). (Rand, 2001, upraveno)



Obr. 11–12. Příklady prvků přátelských k návštěvníkům – herní a relaxační zóny v National Maritime Museum v Greenwich; foto Petra Šobářová.

3.7 Princip iluzivnosti

Tvůrci expozic se také rozhodují, zda ve výsledném díle uplatní **princip iluzivnosti**. Mnoho z nich se snaží, aby byla expozice věrná a dokonale rekonstruovala určitý dobový nebo přírodní fenomén. Vychází se z přesvědčení, že iluzivní prezentace posiluje věrohodnost expozice a její názornost. Dojem skutečnosti lze přitom v návštěvníkovi vyvolat různými prostředky a iluzivností v tomto směru nemusíme myslet pouze dokonalou imitaci nějakého jevu, jako spíše výmluvnost a maximální přesvědčivost způsobu prezentace, který na určitou dobu nechá zcela zmizet bariéru mezi návštěvníkem a podávanou skutečností a vtáhne pozorovatele do svého světa. Iluzivní muzejní expozice přenáší návštěvníka pomocí různých prostředků do fikční reality a ruší na nějakou dobu svět reálný, v němž se návštěvník stále fyzicky nachází. Vedle klasických prostředků, jako jsou dioramata nebo autentické interiéry, se k tomu využívají rovněž projekce, hyperrealistické multimediální simulace reality atd. Lze samozřejmě využít také různých symbolických, stylizova-

ných a schematických zobrazení. Někdy mohou mít uměleckou povahu, ať již jde o architektonické a výtvarné řešení expozice, nebo přímo o určitou uměleckou intervenci. Také tyto prostředky mohou podat dokonale výmluvný a hodnověrný obraz prezentované skutečnosti a zinscenovat silný a přesvědčivý zážitek.



Obr. 13–14. Příklad uplatnění iluzivnosti – diorama ševcovské dílny a model kamenolomu v Městském muzeu ve Skutči; foto Petra Šobáňová.

3.8 Expozice z hlediska postavení muzeálie

Muzeálie disponuje přitažlivostí, vzbuzuje zájem, zvědavost, fascinaci, přesto však má její vypovídací hodnota své hranice. Proto se také ve stále větší míře uplatňují přímo v expozicích různé doprovodné prvky, ať již v tradiční podobě kopií, modelů, textových panelů, obrazových informací, nebo v méně tradiční podobě speciálně konstruovaných didaktických nebo zábavních prvků. Ty mohou doplňovat, objasňovat a zpřístupňovat dané skutečnosti a nebo je jejich funkce primárně relaxační. Nejčastěji jsou určeny dětem, ale oblíbené jsou i u dospělých, protože reagují na sociální a relaxační potřeby návštěvníků, k nimž patří potřeba rozptýlení, odpočinku a uvolnění. Z tohoto pohledu se mohou expozice členit na ty, v nichž **(1) dominují muzeálie**, na **(2) expozice smíšené** a na **(3) expozice, v nichž dominují předměty nemuzeálního charakteru**. Poslední ze jmenovaných typů nacházíme obvykle v dětských muzeích, ve science centrech a nebo v archeoparcích, jež jsou postaveny na rekonstrukcích nebo modelech.

* * *

V dosud představených přístupech můžeme rozpoznat důležitý šev mezi expozicemi formalistickými (tedy těmi, jež zjednodušeně řečeno vznikají tak, že se vybrané předměty ze sbírek

umístí do expozice a popíší) a expozicemi, jež se pokoušejí prezentovat také kontext vystavených předmětů. Lze tedy jednoduše rozlišit **expozice kontextuální** vs. **expozice formalistické**, jak ukázala hned první podkapitola.

Připomeňme, že kontextuální expozice nabízí popis a explikaci nějakého jevu v souvislostech, prezentované exponáty mají významovou spojitost a spolu s hojnými doplňky utvářejí komplexní obraz prezentované přírodní nebo kulturní skutečnosti; různými klasickými i současnými prostředky (dioramata, multimediální scény) se zde vytváří dobová nebo přírodní atmosféra, skrze vystavený předmět se podává širší jev a kontext. Formalistická expozice je oproti tomu nekontextuální, ne-nabízí žádné vysvětlení nebo příběh, soustředí se pouze na předmět samotný a vystavuje jej, aniž by jakkoliv posílila jeho výpovědní hodnotu; předmět doprovázejí pouze identifikační popisky, maximálně se zde uplatňují neosobně pojaté textové prvky nebo ilustrace.

Zatímco v expozicích, které jsou převážně formalistické, muzeálie dominují, v expozicích kontextuálních se tvůrci neobejdou bez různých doprovodných prvků a didaktických exponátů. Uvědomění si této souvislosti mezi postavením muzeálie v expozici a uplatněným přístupem k její tvorbě považujeme za velmi důležité: doprovodné prvky (dnes se nejvíce zavádějí interaktivní a digitální elementy) mají v muzejní prezentaci svůj skutečný smysl teprve ve spojení s celkovým zá-



Obr. 15–17. Nahoře pohled do klasické prezentace zbraní (Plzeňská městská zbrojnice v Západočeském muzeu v Plzni), dole a vpravo kontextuální zobrazení toho, co zbraně způsobují (Militärhistorisches Museum der Bundeswehr v Drážďanech – fotografie válečného dokumentaristy Jamese Nachtweye a dobové protězy pro válečné veterány); foto Petra Šobáňová.

měrem tvůrců expozice sdělit návštěvníkům víc, nezůstat na povrchu, neopomíjet souvislosti. Bez této snahy mohou zůstat i napohled atraktivní, multimediální expozice formalistickými.

3.9 Princip narativnosti

S kontextuálností souvisí i další přístup, který nazýváme **narativností**. Oba přístupy se prolínají, protože uplatnění narativnosti může napomoci vytvoření kontextu vystavených předmětů a snaha o kontextualitu zase může vyústit v uplatnění narativnosti. Můžeme říci, že kontextuálnost spolu s narativností jsou opozitními vůči formalismu. **Narativní expozice** charakterizuje to, že podávají prezentovanou skutečnost skrze příběh a chronologii. Příběh zde slouží jako model nějakého obecnějšího jevu a vystavený předmět je dokladem tohoto příběhu. Základem narativního přístupu je vyprávění chronologicky uspořádaných a vzájemně provázaných událostí, jež zahrnuje také jejich účastníky a jejich osobní prožívání událostí. Narativní expozice stavějí svou účinnost na osobních příbězích běžných lidí (tedy těch, kteří dějinné události neiniciovali) a na dramatickosti těchto příběhů. Snaží se návštěvníkům ukázat, jak určité dějinné peripetie lidé prožívali a jak se během nich cítili. Osobně, subjektivně podaný příběh má vysokou výpovědní hodnotu, protože dokáže stimulovat emoce návštěvníků a přivést je k propojení prezentovaných událostí s jejich vlastními životy. Vyprávění příběhů tak jednoznačně staví na schopnosti empatie a představivosti návštěvníků a velkou výhodou narativnosti je, že skrze příběh je možné dobře vysvětlit i složité abstraktní skutečnosti. Příběh vede návštěvníky k tomu, aby si představili sami sebe v neznámém světě minulosti nebo odlišné kultury, a skrze příběhy mohou narativní expozice ukázat různé perspektivy, z nichž lze určitý dějinný jev posuzovat, a tím i relativní povahu mnohých našich východisek. Opakem narativního přístupu může být pořádání obsahu na základě popisu, logiky nebo výkladu jevu. (Podrobnosti o narativnosti viz Šobáňová, 2015.)



Obr. 18–19. Příklad uplatnění narativnosti ve vzdělávacích počítačových hrách Museum of London (vlevo Velký požár Londýna, kterým procházíme s chlapcem Tomem Porterem, vpravo Středověká hra o život, která zprostředkovává středověké realie skrze životní osudy fiktivních postav).

Shrnutí kapitoly

Principy a strategie uplatňované v expozicích představují celou škálu možných přístupů k vystavování, jež zásadně ovlivňují výslednou podobu expozice a její sdělnost. Expozice mohou být formalistické, anebo kontextuální, mohou se zaměřovat pouze na samotné předměty, anebo na širší vědění, mohou uplatňovat funkčně-ekologický, anebo systematický přístup, mohou prezentovat pouze izolovaný fenomén, anebo být integrální a zobrazovat téma v jeho komplexitě. Expozice mohou uplatňovat geografické měřítko nebo princip chronologie, mohou reprezentovat typ *musea contemplativa*, anebo *musea activa*, může se v nich různou měrou uplatňovat iluzivnost nebo různé „visitor friendly“ prvky. Podobu expozice ovlivňuje rovněž primární cílová skupina návštěvníků. Je-li naším cílem vytvářet muzejní expozice jako účinná edukační média, upřednostníme jednoznačně přístup kontextuální, funkčně-ekologický nebo narativní. Učení návštěvníků podporují také expozice, v nichž se kromě muzeální prezentují i různé další doplňky a exponáty nemuzeálního, didaktického charakteru, expozice, v nichž se uplatňuje výběr a zohledňuje receptivní a mentální kapacita návštěvníka. Takové expozice jsou nejen „didaktičtější“, ale pro návštěvníka také zajímavější a přitažlivější.

4 Inovativní prvky muzejní kultury podporující vzdělávání návštěvníků

K principům a strategiím uplatňovaným v expozicích náleží rovněž aplikace různých inovativních prvků, jež většinou souvisejí s celkovým obratem muzeí k návštěvníkovi a jeho potřebám. Patří k nim např. uplatňování principu interaktivity a zásady „hands-on“, využití digitálních médií nebo didaktických a zábavních prvků, příp. zohledňování specifických vzdělávacích potřeb návštěvníků s postižením. Aplikace těchto inovativních prvků a principů činí z expozic téměř dokonalé edukační médium.

4.1 Interaktivita

Interaktivita znamená, že návštěvník může do expozice skutečně aktivně „vstoupit“, vyvíjet v ní nějakou fyzickou aktivitu (nejenom pohyb od jednoho exponátu k druhému), manipulovat s předměty či didaktickými prvky v expozici, přímo komunikovat s expozičními prvky např. v podobě informačních a herních kiosků, vybírat si jejich obsah nebo volit činnosti, jimiž se bude v expozici zabývat. Interaktivní prvky expozice podporují vzájemnou komunikaci mezi jejich obsahem a návštěvníkem a díky nim se zásadně proměňuje podoba a kvalita návštěvy v muzeu. Namísto pouhé

zrakové recepcce jde o tvůrčí, experimentální nebo pracovní činnosti návštěvníků, manipulaci s předměty, volbu a aktivování prvků expozice – a tím také přizpůsobení podoby návštěvy zájmům návštěvníka.

Z neznalosti se někdy za interaktivní vydává i expozice, v níž je možné obsluhovat informační kiosky s digitálním obsahem, např. s databází sbírky muzea. V tomto případě jde však o interaktivitu minimální, jež je srovnatelná s „interaktivitou“ volby směru prohlídky expozice nebo otevírání zakrytých vitrín. Skutečná interaktivita znamená totiž nejen možnost volby obsahu, ale také nabídku smysluplné, s obsahem výstavy související akce, nabídku experimentálních činností a často i zapojení dalších smyslů kromě zraku. Kvalita návštěvy interaktivní expozice tak závisí nejen na podobě a obsahu expozice, ale i na míře návštěvníkova zapojení, na jeho otevřenosti a schopnostech. Návštěvník není pouze pasivním příjemcem informací, ale je aktivizován a na hloubce a kvalitě poznávání sám participuje. Poznávání má být také hlavním smyslem interaktivních prvků, jež by neměly být samoučelné a pouze zvyšovat atraktivitu výstavy, aniž by měly jasný cíl související s obsahem expozice. Každý interaktivní prvek by měl být koncipován s jasným záměrem, jenž je pro návštěvníka srozumitelný buď sám o sobě, anebo díky přiloženým textovým instrukcím a vysvětlení. Interaktivita totiž neslouží pouze ke hře, ale spíše pobízí k účinnějšímu, aktivnímu poznávání – proto také přestává být pouze znakem expozic určených dětem. Uplatňuje se všeobecně, protože praxe ukazuje, že interaktivitu upřednostňují stále více i dospělí.



Obr. 20–21. Příklady interaktivity v Science Centre iQLANDIA Liberec a Techmania Science Center v Plzni; foto Petra Šobáňová.

4.2 Nová média v expozicích

Uplatnění interaktivity je mnohdy spojeno s novými médii (digitálními technologiemi) a někdy se oba pojmy i ztotožňují, protože se předpokládá, že zapojení nových médií do expozice zvyšuje její interaktivitu. I když je toto spojení zjednodušující, faktem je, že díky novým médiím se objevují inovativní podoby expozic a prosazují se zcela nové způsoby komunikace s návštěvníky.

V oblasti prezentace sbírek nabízejí nová média donedávna nedostupné možnosti jak při tvorbě expozic, tak i při různých formách alternativní prezentace sbírek (viz virtuální muzea). V expozicích se uplatňují videoprojekce, digitální zvukové smyčky, projekce statického obrazu i různé speciální efekty. Uplatnit můžeme počítačové stanice s dotekovými displeji, elektronicky ovládané pohyblivé modely a různé další didaktické pomůcky. Návštěvníci, zvláště cizinci, s oblibou využívají audioguidy, standardním doplňkem expozic se stává i různorodý digitální obsah umístěný na internetu.

Je zřejmé, že moderní reprodukční technika umožňuje budovat atraktivní expozice zcela jinak než doposud: extrémem mohou být expozice postavené pouze nebo především na digitálním obsahu, ať již jde o digitální reprezentace muzeálií nebo o nejrůznější simulace jevů a dějů a prezentační prostředky vycházející z filmového průmyslu (např. 3D projekce v planetáriích, rekonstrukce bitev, popularizační projekce na principu living history, prezentující např. naše představy o životě pravěkých lidí). Takový přístup, jakkoliv může být problematický svým potlačováním autentických muzeálií, umožňuje muzeu expandovat i do veřejného prostoru a oslovit širší spektrum návštěvníků. Zároveň nová média umožňují prezentovat i skutečnosti, k nimž se z různých důvodů nedochovaly autentické doklady nebo jejichž klasická prezentace není možná (příliš vzácné předměty, citlivé dokumenty, skutečnosti přesahující lidské měřítko, jako např. vesmírné jevy atp.).

Neopominutelné je, že sbírky lze díky novým technickým možnostem prezentovat i mimo expozici: off-line na nějakých nosičích dat, on-line na stránkách muzeí, na zastřešujících portálech nebo různých dalších úložištích a také na stále oblíbenějších sociálních sítích. V současnosti mají snad všechna muzea své vlastní internetové stránky, pomocí nichž mohou návštěvníky nejen informovat, ale i vzdělávat. Vznikají dokonce celé e-learningové platformy muzeí nebo jednotlivé digitální produkty vzdělávacího charakteru.

Uplatnění digitálních technologií přímo v expozici přináší řadu výhod, jež podporují didaktičnost expozice:

- umožňují odlehčit a zjednodušit expozici a zároveň zařadit mnoho doplňkových informací pro zájemce,
- mohou nahradit klasické popisky a doprovodné texty a vhodnou strukturací dávají návštěvníkovi možnost zvolit si rozsah těchto textů (nabídka základní, stručné informace a dále možnost podrobnějšího textu),
- umožňují uplatnit více jazykových mutací včetně znakového jazyka pro neslyšící návštěvníky nebo auditivní stopy pro zrakově postižené (vzdělávací efekt se pak týká i těchto skupin návštěvníků),
- umožňují uplatnit bohatý obrazový a multimediální obsah podporující kontextualitu,
- zvyšují atraktivitu expozice pro mladé lidi, kteří jsou uvyklí přijímat informace touto cestou.

Možností, jak v expozicích využít nová média, je však daleko více. Umožňují realizovat téměř jakýkoliv nápad, uplatnit invenci a kreativitu. Z hlediska návštěvníka zvyšují dramatickost prezentace a její iluzivnost a vůbec umocňují celkový prožitek z expozice. Jejich výhody jsou však i další: svou interaktivitou umožňují participaci návštěvníků na obsahu a vyznění expozice. Možnosti, jež se dnes tvůrcům expozic díky informačním a komunikačním technologiím nabízejí, jsou nepřeberné a je jen potřeba je uchopit.



Obr. 22–23. Využití nových médií v expozicích: nahoře Pevnost poznání – Interaktivní muzeum vědy Univerzity Palackého v Olomouci, dole Science Centre iQLANDIA Liberec; foto Petra Šobáňová.

4.3 Didaktické a zábavní prvky v expozicích

Obrat ke vzdělávání, jež sledujeme v muzejní kultuře již řadu desetiletí, se projevuje nejen proměnou celkového zaměření muzea a důrazem na vytváření různých vzdělávacích příležitostí v podobě speciálních edukačních programů, ale také inovacemi obsahu muzejních expozic. Už jsme konstatovali, že stále častěji v nich nacházíme nejen sbírkové předměty, ale i další exponáty a expoziční prvky, jež mají za úkol podpořit vzdělávání návštěvníků a umocnit názornost expozice. Často stojí na pomezí vzdělávání a zábavy, někdy mají vyloženě zábavní nebo relaxační charakter. Jsou projevem proaktivity muzeí vůči návštěvníkům a ukazují, že se pozvolna opouští koncept klasických statických výstav a nahrazuje se výstavami aktivizujícími, komunikativními, kde je návštěvník obklopen nabídkou praktických aktivit a vzdělávacích možností. Ustavuje se tak zároveň nový charakter muzejní prohlídky, která se z pasivního prohlížení exponátů a čtení popisků mění na akci ve smyslu „learning by doing“, tedy učení se vlastní činností, poznávání na základě zkušeností.

Realizace tohoto konceptu (jehož úspěšnost v praxi přesvědčivě ověřila dětská muzea a science centra) by nebyla možná bez různých didaktických prvků, jež jsou umístěny přímo v expozici a jejichž funkcí je podpořit vzdělávání návštěvníků, usnadnit jejich pochopení prezentovaných jevů a umocnit celkový prožitek z výstavy. Nazvali jsme je didaktickými exponáty a vymezili jako předměty, jež v expozici nebo na výstavě plní funkci didaktického prostředku a jsou nositeli a zprostředkovateli určitého didaktického obsahu.

V současnosti lze v expozicích najít širokou škálu didaktických exponátů zahrnující auditivní, vizuální, obrazové i technické pomůcky, pomocí nichž lze návštěvníkům lépe a účinněji zprostředkovat prezentovaný obsah výstavy, význam vystavených sbírkových předmětů a jejich kontext. Zřejmě nenajdeme typ didaktického prostředku, který bychom při edukaci v muzeu nemohli využít. Zvláště při práci s mladšími návštěvníky se doporučuje užívat různých **zvukových záznamů, modelů statických, funkčních nebo stavebnicových**, případně různých **zobrazení v podobě didaktických obrazů (tabulí), fotografií, map či zobrazení prezentovaných prostřednictvím didaktické techniky**. Taková zobrazení jsou často přímo součástí muzejních expozic, stejně jako zvukové záznamy, nebo dokonce zdroje podnětů čichových. Také nejrůznější **technické prostředky** nacházejí v muzejní edukaci své bohaté využití, v současnosti jde zvláště o počítačové stanice s dotykovými displeji, datové projektory, interaktivní tabule, ale i běžné přehrávače CD a videotechniku.

Snad nejčastějšími didaktickými prostředky jsou v praxi **textové pomůcky**, které představují zavedený způsob, jímž muzea pomáhají návštěvníkům v pochopení expozice a v osvojování si vědomostí o exponátech. V poslední době se kromě klasických textových materiálů v podobě průvodců, katalogů nebo výpravnějších publikací těší velké oblibě pracovní listy. Nejen pro mladé lidi je velmi atraktivní využití nejrůznějších technologických novinek. Příkladem mohou být např. interaktivní digitální průvodci a různé další mobilní aplikace pro chytré telefony či tablety, v nichž je text doplněn bohatým multimediálním obsahem.

Zcela speciální pomůckou je tzv. **muzejní kufřík**. Je to v podstatě soubor didaktických pomůcek, uložený do kufříku nebo vhodného boxu, který návštěvník obdrží při vstupu do expozice nebo

při začátku edukačního programu. V muzejních kufřících jsou často běžné pomůcky jako nůžky, barvy, hlína či další výtvarné nebo jiné pomůcky, mohou zde být připraveny také materiály muzea v podobě katalogů či pracovních listů anebo se zde může skrývat některý typ muzejního substitutu či didaktická hra. Didaktické exponáty tohoto typu aktivizují návštěvníka a ukazují, že v muzeu se nemusíme pouze dívat, ale že tam lze něco „dělat“, tedy tvořit a aktivně poznávat. Jsou příkladem praktické aplikace soudobých poznatků o poznávacích procesech.

Někdy je nesnadné odlišit didaktickou hračku od ryze **zábavních prvků**, se kterými se v muzeích rovněž setkáváme čím dál častěji. Někdy mají podobu objektu, resp. exponátu, jindy jde o instalaci nebo o celou aktivní zónu či hernu. Občas se takový zábavní prvek ocitne i za hranicí vkusu nebo s tématem expozice nijak nesouvisí, jindy je následováníhodným a nápaditým projevem zájmu muzea o dětské návštěvníky a zohledněním jejich potřeby volného pohybu, hry a relaxačních aktivit. Mnoho výše popsaných didaktických exponátů je zároveň zábavných (však se také nejlépe učíme pomocí hry a se zapojením emocí), ryze zábavním, a nikoliv didaktickým prvkem jsou pouze takové exponáty či expoziční prvky, jež nezprostředkovávají vzdělávací obsah a nemají hlubší souvislost s obsahem expozice. Primárně slouží k relaxaci, odpočinku a ke hře. Hodnocení takových prvků na obecné rovině není možné, protože mohou mít jak velmi zdařilou a nápaditou podobu (viz herny v dětských muzeích a science centrech), tak i vyloženě trapný charakter (expozice strašidel na některých českých hradech). Hra jako taková i humor jsou legitimní a vítané, problémem je, když nesouvisejí se sbírkami nebo jsou samoučelné. Například humor může být vhodným prostředkem popularizace určitého otažitého tématu, v některých případech je však zcela nevhodný.

Didaktické pomůcky a zábavní prvky v prostředí muzea jsou odpovědí na přirozenou potřebu člověka bavit se, experimentovat a poznávat prostřednictvím doteku, hry a manipulace. Tuto potřebu přitom pociťují nejen děti, ale i dospělí. V klasickém muzejním prostředí bývá nemožné tuto potřebu naplnit, protože vzácné a citlivé muzeálie k doteku a manipulaci určeny nejsou. Didaktické hračky tak představují možnost, jak tento problém řešit a jak expozici přiblížit široké skupině návštěvníků a naplnit současný požadavek interaktivity. Edukační pomůcky mají kromě vzdělávacího efektu ještě jeden přínos: činí expozice atraktivnějšími a sdělnějšími a v dětech i dospělých pomáhají utvářet vztah k muzeu jako přátelskému místu, jehož návštěva je nejen poučná, ale i příjemná.

4.4 Expoziční prvky zohledňující návštěvníky s handicapem

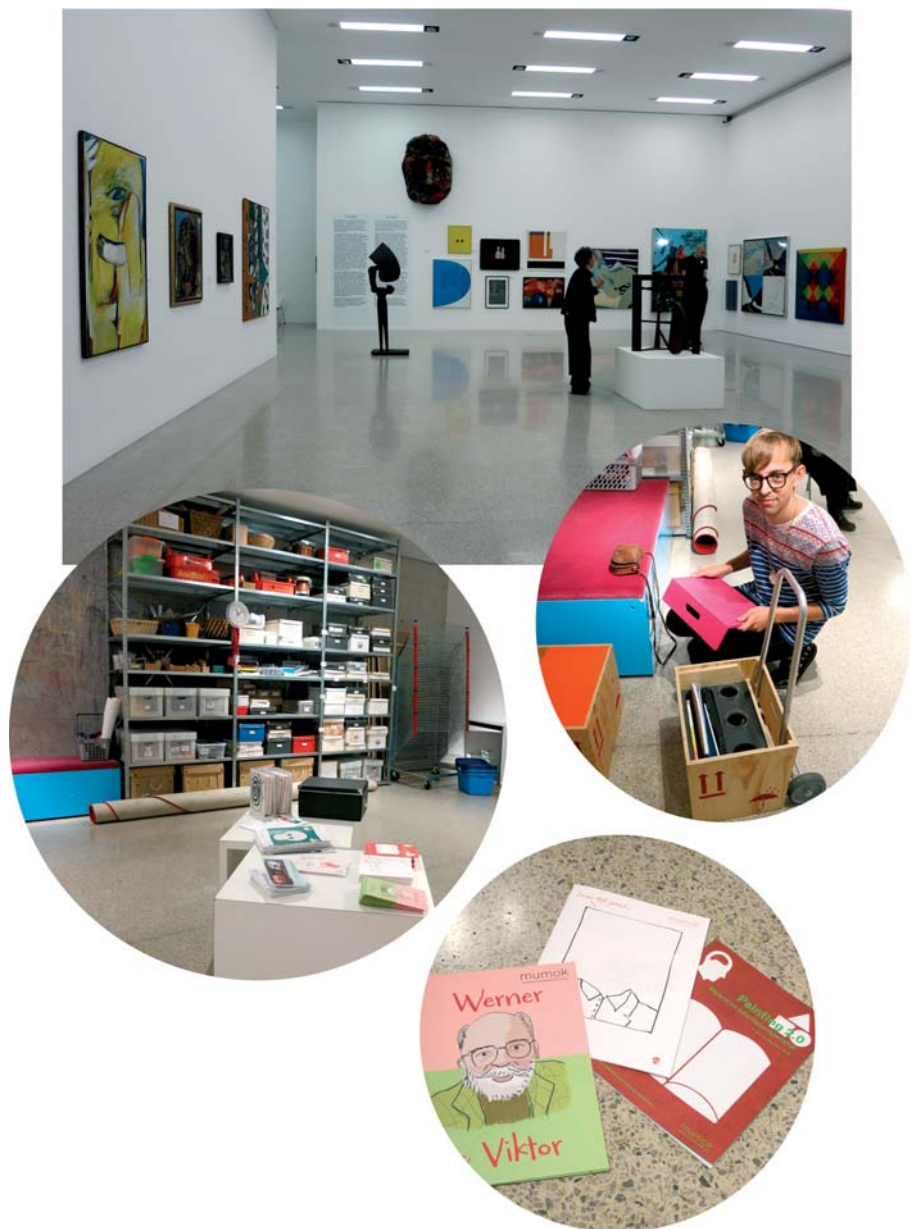
Jedním ze znaků vyspělých společností je vytváření co nejpríznivějších podmínek, tak aby se také jedinci s handicapem mohli podle svých schopností a zájmů zapojit do běžného života, vzdělávání i kultury. Muzea v tomto směru nezůstávají stranou a své expozice uzpůsobují lidem s postižením mnoha způsoby. Na jedné straně mohou vytvářet speciální výstavy určené primárně různým skupinám handicapovaných, např. nevidomým, na straně druhé integrují různé speciální expoziční prvky nebo principy do běžných expozic. Zvláštním projevem pozornosti těmto skupinám občanů je i shromažďování, tezaurace a prezentace sbírek dokumentující kulturu těchto skupin a další tematické okruhy související s daným postižením.



Obr. 24. Biologická expozice v Naturkundemuseum (Universalmuseum Joanneum) v Grazu – napohled klasická expozice s dermoplastickými exponáty a systematicky řazenými vzorky hmyzu nabízí řadu průmyslových didaktických prvků – od modelů až po vzorky ke zkoumání pod mikroskopem nebo k porovnávání; foto Petra Šobáňová.



Obr. 25. Geologická expozice v Naturkundemuseum (Universalmuseum Joanneum) v Grazu – napohled statická expozice ovládaná systematikou oboru nabízí řadu interaktivních didaktických prvků a dostatek prostoru pro vlastní zkoumání a učení; foto Petra Šobáňová.



Obr. 26. Přestože v expozicích galerijního typu nebývá integrování didaktických prvků běžné, podpora návštěvníků může být i v nich různorodá; viz např. ateliér, textové pomůcky a nápaditý muzejní kufřík na kolečkách v Mumok ve Vídni; foto Petra Šobáňová.

Autoři metodické publikace s názvem *Overcoming the Barriers* (2002) definují osobu s postižením jako jedince trpícího fyzickou nebo duševní poruchou, jež má závažný a dlouhodobě nepříznivý vliv na jeho schopnost provádět běžné denní činnosti.

Z praxe by bylo možné uvést řadu zdařilých příkladů toho, jak vypadají expozice zohledňující jedince s postižením (ať již se jedná o osoby na invalidním vozíku, nevidomé nebo slabozraké osoby či neslyšící a sluchově postižené osoby) a nač je třeba myslet při jejich přípravě. Tato problematika je však již mimo možný rozsah této metodiky; snaha věnovat pozornost vzdělávacím potřebám návštěvníků se však jistě vztahuje i na tyto specifické skupiny. Pozornost věnovaná návštěvníkům s handicapem tak dnes patří k jednomu z ukazatelů kvality muzejní instituce. Přístupnost muzeí se přitom netýká pouze fyzické přístupnosti budov a expozic, ale i celé koncepční proměny muzejního myšlení a výstavní řeči ve prospěch zapojení více smyslů a zařazování příslušných prvků určených handicapovaným lidem přímo do expozic. Co nejširší přístupnost je přitom oprávněným požadavkem, neboť jak připomíná Ellen Giusti (2008, s. 97), „nálepkování“ nebo vyčleňování tělesně postižených je dávno přežilé – vždyť osoby s různým zdravotním postižením jsou všude kolem nás, ve skutečnosti „oni jsou my“, protože se od zdravých lidí ničím skutečně podstatným neliší. Mnozí ze zdravých lidí navíc řady handicapovaných v důsledku nemoci, věku nebo úrazu brzy rozšíří. Handicapovaní tvoří významný segment obecné populace a prakticky každý, kdo žije dost dlouho, se v budoucnu stane jeho součástí.



Obr. 27–30. Příklady hmatových exponátů (nahore návrhy studentů muzejní a galerijní pedagogiky na Univerzitě Palackého v Olomouci, dole model z Kunsthaus Graz) a prvku zohledňujícího potřeby neslyšících – „vítací“ video ve znakovém jazyce na recepci muzea Schnütgen v Kolíně nad Rýnem; foto Petra Šobánková.

Shrnutí kapitoly

Současná muzejní kultura se vyznačuje řadou inovací vycházejících jak ze změny přístupů k poslání muzea a k tvorbě expozic, tak i z dnešních technických a technologických možností. Mnohé z inovativních prvků muzejní kultury významně podporují vzdělávání návštěvníků, ať již se jedná o široké uplatňování interaktivity, o aplikaci nových médií do expozic, o zavádění didaktických a zábavních prvků do expozic nebo o zohledňování návštěvníků s handicapem.

5 Pedagogické zásady v expozici

Každá muzejní expozice může být pokládána za edukační médium – vždyť učit se něčemu novému se lidé mohou v různých situacích i prostředích, a to i v mnohem méně podnětných, než jsou i ty nejméně sdělné a ryze formalistické muzejní prezentace. Na druhou stranu předpokládáme, že expozice může vyjit návštěvníkům aktivně vstříc a odpovědět na jeho vzdělávací potřeby nějakými konkrétními opatřeními. Zkrátka: některé expozice jsou účinnějším edukačním médiem než jiné. Tato kapitola se pokusí poukázat na to, co může učení v expozici ovlivňovat, a odpovědět na otázku, jak lze vzdělávací účinnost expozic podpořit uplatněním známých pedagogických zásad.

Jakou expozici je možné považovat za účinné a podnětné edukační médium? Jde o expozici, která co nejvíce vychází vstříc vzdělávacím potřebám návštěvníků a uspokojuje je různými formami: nabídkou zajímavých témat a konkrétních podnětů v podobě muzeálií, substitutů, didaktických či zábavních exponátů a hojnými pomocnými prezentačními prostředky, jež usazují prezentované exponáty do souvislostí a objasňují jejich význam. To, zda je muzejní expozice efektivním nebo jen málo účinným edukačním médiem, však ovlivňuje nejen téma a obsah expozice. Důležité jsou rovněž přístupy a strategie, které jejich tvůrci uplatnili při prezentaci tématu. Jediné téma lze prezentovat stovkou rozličných přístupů a některé z nich jsme již představili. Konstatovali jsme přitom, že vystavování muzeálií bez podání kontextu a jakékoliv explikace významu prezentovaných předmětů (tedy formalistické vystavování) patří k nejméně efektivním, protože podpora vzdělávání návštěvníků je zde nulová. Naopak expozice kontextuální učení návštěvníků usnadňují. Existují však také expozice, jejichž tvůrci zohledňovali vzdělávací potřeby návštěvníků cíleně již během jejich přípravy a v nichž se předem počítá s různými didaktickými a podpůrnými prvky. To je samozřejmě ideální stav, stejně jako stav, kdy se na tvorbě expozice podstatnou měrou podílí i muzejní pedagog. Podpůrné prvky jsou v takových expozicích integrovány přímo ve scénáři výstavy a spolu s muzeáliemi a pomocnými prostředky tvoří koherentní komplex. Takovéto expozice úmyslně připravují podněty, které podporují zvědavost návštěvníků a jejich touhu poznávat nové věci a různými konkrétními způsoby usnadňují pochopení prezentovaných skutečností. Přirozeně se přitom drží ověřených pedagogických zásad, jež lze samozřejmě aplikovat nejen na práci pedagoga, ale i na práci tvůrců expozic a na expozici samotnou. K hlavním pedagogickým zásadám patří zejména tyto:

zásada vědeckosti, zásada uvědomělosti a aktivity, zásada přiměřenosti, zásada zpětné vazby, zásada přiměřenosti k věku a schopnostem, zásada individuálního přístupu, zásada komplexního rozvoje, zásada spojení teorie s praxí, zásada postupného, „didaktického“ podáváníí tématu, zásada emocionálnosti, zásada názornosti, zásada reflexivity a problémového způsobu podání obsahu.

Pomineme-li zásadu **vědeckosti**, jež patří snad k jediné pedagogické zásadě v muzeu důsledně uplatňované, připomenout je potřeba zejména **zásadu uvědomělosti a aktivity**. Její aplikace znamená, že se tvůrci expozic snaží udělat maximum pro to, aby získali zájem návštěvníka, tak aby přijal expozici za svou a považoval ji za hodnou pozornosti. Tvůrci expozic vždy koncipují výstavní celek tak, že jeho prohlídka má svůj začátek, určitý optimální směr a také svůj závěr – málokdy však promýšlejí, jak udržet pozornost návštěvníka ve všech dílčích expozičních celcích, jak ho zaujmout a motivovat, tak aby expozici prošel skutečně celou a věnoval jí svou pozornost. Pokud návštěvník výstavou pouze projde, aniž by se u dílčích expozičních celků zastavil a pokusil se jim porozumět, snaha muzejníků tak přichází vniveč. Úspěchem jsou z tohoto pohledu vysoce zaujatí návštěvníci, kteří se v expozici zdrží delší čas, procházejí pozorně její dílčí části a nad prezentovaným obsahem přemýšlejí. Na základě připravených podnětů pak sami vyvíjejí žádoucí aktivitu, která rozvíjí a obohacuje jejich osobnost.

Jako jedna z nejdůležitějších se uvádí **zásada přiměřenosti**, již lze v kontextu muzejní expozice chápat jednoduše jako nepřetěžování návštěvníka nadbytkem nepodstatných informací nebo příliš „přetíženým“ tématem, které zahrnuje mnoho různých konceptů. Receptivní a mentální kapacita návštěvníka by se samozřejmě neměla překračovat. Jak ale stanovit optimum informací a podnětů? Lze k němu vůbec dojít? Jde samozřejmě o subjektivně pociťovanou míru, avšak zcela rezignovat na snahu o její určení není vhodné. Za tímto účelem se v mnoha zahraničních muzeích (zvláště při přípravě dlouhodobých expozic) nově připravené prezentace testují a vyhodnocují, což souvisí s další pedagogickou zásadou, již je **zásada zpětné vazby**. Jejím uplatněním lze diagnostikovat slepá místa expozic nebo momenty, jež nebyly pochopeny, a přístupy, jež nejsou účinné.

V této souvislosti vidíme, že je zcela nezbytné návštěvníky diferencovat – a to minimálně na děti a dospělé, protože jejich receptivní a mentální kapacita je zcela odlišná. Jde pak o uplatnění **zásady přiměřenosti k věku a schopnostem** lidí přicházejících do muzea. Zásadu přiměřenosti je přitom důležité aplikovat nejen ve vztahu k počtu podnětů (konceptů a vystavených předmětů), ale i v otázce odbornosti. Stále ještě existuje velké množství příliš odborně pojatých expozic, které jako by vznikaly pro muzejníky samotné, nikoliv pro veřejnost. Někdy se zdá, že uplatnění zásady přiměřenosti k věku a schopnostem návštěvníků, resp. **zásady individuálního přístupu**, není dost dobře možné. Úspěšné realizace výstav, které zohledňují různé skupiny návštěvníků (kromě „univerzálního“ návštěvníka jde většinou o děti, školní mládež nebo handicapované) však ukazují, že to možné je.

K dalším důležitým zásadám patří zajisté **zásada komplexního rozvoje**. Tuto zásadu muzea často porušují s odkazem na charakter svých sbírek, které obvykle konvenují buď s kognitivní

stránkou osobnosti návštěvníka anebo s jeho životem duchovním či emocionálním. I zde však existuje řada příkladů expozic, které jednostrannost vhodnými způsoby vyrovnávají a zařazují prvky, jež (obvykle) převažující intelektuální zaměření expozic poněkud vyvažují.

Velmi důležitou zásadou je i **zásada spojení teorie s praxí**, jejíž zanedbávání v muzeu znamená, že obsah expozice nijak nesouvisí se zkušeností návštěvníka a jeho životem. Bez této souvislosti může být pro návštěvníky obtížné vidět smysluplnost muzeí pro společnost. Ke všem dosud zmíněným zásadám přidejme ještě **zásadu postupného, „didaktického“ podávání tématu**: vždy je lépe postupovat od návštěvníkům blízkých a známých skutečností k těm vzdáleným a neznámým. Je vhodné pokračovat od konkrétního k abstraktnímu, od jednoduchých skutečností k těm komplikovaným, od snadno pochopitelných k těm obtížným.

Další zásadou je **zásada emocionálnosti** vycházející z poznatku, že na učení mají velký vliv emoce. Muzejní expozici lze charakterizovat jako prostředí, jež ovlivňuje a proměňuje návštěvníkův názor na prezentovanou skutečnost, utváří jeho povědomí o tématu. Je-li tvůrce výstavy zvolen vhodný způsob podání (anebo nabízejí-li mimořádné, emoce stimulující předměty či unikáty), pak mohou expozice působit na city návštěvníků velmi silně a ovlivňovat tak trvale jejich hodnotový systém. Je známo, že emoční stavy mají pozitivní vliv také na paměť, což je další z důvodů, proč muzea často inscenují prožitkově silné situace. Emoce jsou stimulovány např. uplatněním narativnosti nebo umísťováním různých zábavních prvků nebo stanovišť nabízejících hru a další stimulační aktivity. V tomto případě jde o vyvolání radosti, optimismu nebo překvapení, tedy pozitivních emocí.

Snad nejdůležitější zásadou je **zásada názornosti** a díky své podstatě (ukazování reálných předmětů) patří muzeum k nejvíce názorným edukačním médiím. Podnět, který lze využít, přitom nemusí být pouze zrakový, ale i sluchový, čichový, chuťový, hmatový nebo pohybový. Podstatné je vytvořit spoj mezi smyslovým orgánem zachycujícím nějaký podnět a mozkem, jenž vjem zpracovává na úrovni pojmového myšlení. Hlubší poznatky lze totiž získat pouze tehdy, když s muzeálieři vstoupíme do interakce a osobně je interpretujeme, když je smyslové poznávání doplněno racionální složkou. Názornější jsou proto kontextuálně či ekologicky pojímané expozice.

Z hlediska vzdělávání je velmi účinnou strategií také **reflexivní** nebo **problémový způsob vystavování**, kdy je prezentované téma podáváno skrze konfrontaci různých stanovisek a expozice tónem svého „vyprávění“ návštěvníka nevede k jednoznačnému názoru. Pokud expozice klade otázky, návštěvník se zde učí kriticky hodnotit daný jev nebo problém a zaujímat k němu osobní stanovisko. Uplatnění problémového způsobu podávání obsahu znamená, že návštěvníkovi nepředkládáme hotové poznatky, ale umožňujeme mu, aby je sám objevil.

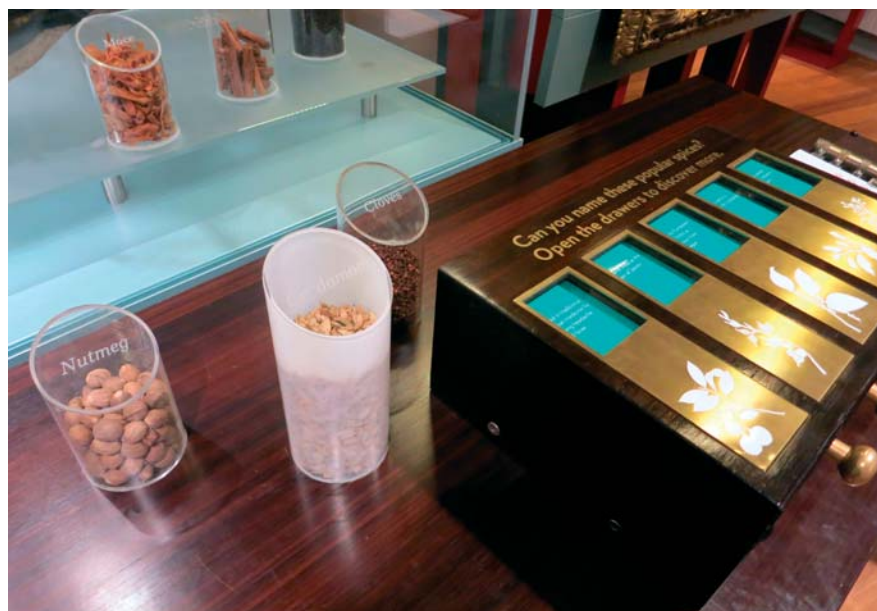
Shrnutí kapitoly

Tvorba muzejní expozice – přestože má řadu dalších specifík – je podobně jako edukace založena na snaze transformovat, účinně „přetavit“ a pomocí vhodných metod předat návštěvníkům nějaký obsah. Proto je vhodné, aby expozice zohledňovala alespoň některé z osvědčených pedagogických zásad, jako je např. zásada přiměřenosti, zásada zpětné vazby, zásada individuálního

přístupu a komplexního rozvoje, zásada spojení teorie s praxí, zásada postupného, „didaktického“ podávání tématu nebo zásada emocionálnosti a názornosti. Aplikace těchto a dalších pedagogických zásad usnadňuje porozumění obsahu expozice a napomáhá k uvádění muzeálií a s nimi souvisejícího vědění zpět do života lidí.



Obr. 31–32. Příklady aplikace zásady názornosti, aktivity, přiměřenosti k věku a schopnostem; nahoře názorná vizualizace informací o lidském těle v Natural History Museum v Londýně, dole interaktivní magnetická tabule s folklórními motivy v Muzeu jihovýchodní Moravy ve Zlíně; foto Petra Šobáňová.



Obr. 33–34. Příklad aplikace zásady názornosti (zapojení všech návštěvnickových smyslů), aktivity, spojení teorie s praxí, přiměřenosti k věku a schopnostem a zpětné vazby v National Maritime Museum v Greenwich; foto Petra Šobánková.



Obr. 35–36. Příklad aplikace zásady názornosti, aktivity, spojení teorie s praxí, přiměřenosti k věku a schopnostem v interaktivní zóně výstavy Císař Karel IV. 1316–2016 ve Valdštejnské jízdárně v Praze; foto Petra Šobánková.

6 Doporučení k tvorbě expozice jako edukačního média

Má-li se muzejní expozice stát skutečně úspěšným edukačním médiem, měla by nejen vycházet vstříc očekávání návštěvníků, ale také zohlednit současné poznatky – ať již se týkají poznatků o psychologii návštěvníků nebo zákonitostí kognitivních procesů. I když nelze jednoduše říci, že určitý přístup je lepší než jiný, muzejní praxe i poznatky souvisejících disciplín (sociologie, psychologie, pedagogika) umožňují formulovat různá doporučení, jimiž by se tvůrci expozic měli řídit, pokud chtějí podpořit jejich komunikační a poznávací účinek. Za tímto účelem byla realizována i řada výzkumných šetření, přinášejících poznatky o chování návštěvníků v expozicích a jejich preferencích.

6.1 Doporučení vycházející z poznatků behaviorální psychologie

První skupinou jsou doporučení, jež vycházejí z poznatků behaviorální psychologie. Behaviorální vědy, tedy vědy zabývající se studiem lidského chování ve společnosti, se uplatňují především v americkém prostředí, takže s řadou doporučení vycházejících ze záznamu závislosti mezi podněty (např. prvky expozic) a reakcemi (návštěvníků), se setkáváme především u amerických autorů. Shettel (1973) na základě svého výzkumu doporučuje soustředit pozornost tvůrců na celkem šest klíčových oblastí, jež jsou pro efektivitu expozic zásadní. Jde o:

1. stanovení cílů,
2. výběr obsahu,
3. pořadí a strukturu informací,
4. aktivní participaci,
5. techniky fixující získané informace,
6. testování efektivnosti.

Expozice musí mít v první řadě **jasně vymezené cíle**, protože bez nich není zřejmé, čeho chceme dosáhnout, ani zda jsme cíle dosáhli. Cílem by přitom nemělo být pouze získání nové informace, ale např. i změna v chování, postojů nebo v přístupu k danému tématu. Vzhledem k tomu, že jsou návštěvnícké skupiny většinou heterogenního charakteru, doporučuje citovaný autor stanovit víceúrovňové cíle – některé zaměřené na odborníky, jiné na vzdělané amatéry a další na laiky.

Stěžejním je zajistě **výběr vhodného obsahu** expozice. K němu se může dojít, jakmile mají tvůrci jasno, čeho chtějí dosáhnout a u jaké cílové návštěvnícké skupiny či skupin. Jejich specifikům je totiž podřízen výběr vhodného obsahu, pomocí něž lze cílů dosáhnout. Toho se týká i množství informací, které lze návštěvníkům jednorázově předat, a Shettel (1973) připomíná, že existuje tzv. „operant span“, tedy určité maximální množství nových informací, které lze jednorázově pojmout. Toho by si měli být tvůrci expozic vědomi a receptivní a mentální kapacitu návštěvníků nepřekračovat.

Dále je důležité zamyslet se nad **pořadím, v němž budou nové informace návštěvníkům prezentovány** a při navrhování expozice dbát na to, aby bylo toto pořadí dodržováno. Shettel zmiňuje množství strategií, které lze zvolit: od jednoduchého ke složitému, od začátku do konce, od všeobecného ke konkrétnímu, postup induktivní, deduktivní, zeměpisný apod. V této fázi se jedná o pokročilé plánování, během nějž se stanovuje základní přístup k prezentaci tématu. Autor (tamtéž) dále zdůrazňuje jeden z důležitých principů vyplývajících z poznatků behaviorální psychologie, jímž je **aktivní participace**. Také ji lze podpořit (anebo ji naopak nevědomky ztížit) pojetím expozice. Aktivní participace zvyšuje schopnost návštěvníků získat a udržet si nové informace, nejedná se však o jakoukoli participaci, nýbrž o participaci v rámci nějaké aktivity, konkrétní pracovní nebo tvůrčí činnosti, jež významně umocňuje vzdělávací efekt expozice. Hned po participaci přichází na řadu volba a uplatnění technik přispívajících k **udržení nově získaných informací**. Cílem je upevňování získaných informací, k němuž může napomoci mj. fakt ověřený behaviorální psychologií, že lidé mají tendenci opakovat takové chování, za něž jsou pochváleni, a vyvarovat se takového, za něž jsou potrestáni. Je nutno dodat, že tento poznatek lze v muzeu využít ne snad v tom smyslu, že bychom měli trestat návštěvníky, kteří se nevěnují obsahu expozic. Spíše v opačném smyslu můžeme lépe pochopit, proč někteří lidé do muzea chodí neradi: možná byli v muzeu v dětství „potrestáni“ např. nepříjemnými pocity z neznámého, velkého a nepřívětivého prostoru, okřikováním nebo nepříjemnou pozorností dozírajícího personálu. Nemají pak pochopitelně tendenci se do takového prostředí vracet. Naopak určitá forma pochvaly (symbolická odměna dětem za vykonané úkoly, uznání za vykonanou aktivitu) působí jako stimul další návštěvy.

Posledním opatřením, jež podle Shettela (1973) přispívá k efektivnosti expozice, je **důsledné prověřování a testování veškerých součástí výstav** včetně doprovodných materiálů, a to ještě před otevřením expozice. Tento krok je zvláště důležitý proto, že mnohé součásti expozice nebo doprovodné materiály jsou finančně náročné a přidělenými prostředky nelze plýtvat za neefektivní položky.

Zajímavé je, že lidé uplatňují jisté přirozené reakce na různé podněty. Behavioristé jim přikládají velký význam, tyto reakce zaznamenávají a sledují závislosti mezi těmito podněty (např. barevností nebo osvětlením různých částí expozic) a reakcemi návštěvníků. Na základě tohoto pozorování se pak mohou vydávat konkrétní doporučení, týkající se třeba vstupu do dílčích částí expozice: Dean (1994) např. uvádí, že pokud mají lidé na výběr, vždy si zvolí ten nejširší otvor nebo vstup. V americkém muzejním prostředí, známém aplikacemi behaviorálních teorií a poznatků, se počítá s celou řadou vypořádaných tendencí lidského chování. Jsou poučné, proto je uvedme ve stručném přehledu:

- lidé mají jasnou tendenci dát se po vstupu do otevřeného prostoru bez vnitřní organizace doprava a volí obvykle chůzi podél pravé stěny;
- mají tendenci zastavit se u prvního exponátu na pravé straně;
- zastavují se spíše u prvního než u posledního exponátu;
- exponáty umístěné blízko východu jsou sledovány nejméně;
- lidé upřednostňují dobře viditelné východy a preferují nejkratší trasu;
- čtou výhradně zleva doprava a odshora dolů, proto se nedoporučuje experimentovat se sledem textů;

- lidé mají averzi vůči tmě, a naopak jsou přitahováni jasnými barvami, velkými rozměry a jasnějším osvětlením;
- nadměrné množství podnětů způsobuje únavu z exponátů a má kontraproduktivní účinek;
- byl vypořazován 30minutový limit průměrné délky udržení pozornosti u dospělých lidí;
- lidé čtou více velké nápisy, resp. je-li nějaký nápis velký, lidé si ho spíš přečtou. (Conroy, 1988)

Nelze pochopitelně jednoznačně říci, zda se mají tvůrci výstav všem těmto tendencím přizpůsobit, anebo některé ze stereotypů úmyslně narušovat (např. vést prohlídkovou trasu doleva nebo přitažlivý exponát umístit do závěru, tak aby díky umístění do úvodní části expozice přilákala pozornost i k méně atraktivním předmětům). Dean (1994) však jednoznačně doporučuje využívat hodně světla a barev, významné exponáty rozmísťovat průběžně, hojně používat výstižné heslovité nápisy psané velkým písmem nebo využívat diagonálního a křivkového uspořádání exponátů, jež považuje za aktivizující.⁴

6.2 Doporučení vycházející z poznatků konstruktivismu

Doporučení plynoucí z aplikace poznatků behaviorální psychologie lze doplnit doporučeními vycházejícími z poznatků konstruktivismu, široké skupiny sociologických, psychologických a pedagogických směrů, které mj. vysvětlují, že poznání není odrazem skutečnosti, stejně jako sociální realita není objektivním faktem, nýbrž je v mysli jedince neustále znovu konstruována v procesu sociální interakce a komunikace (viz Berger a Luckmann, 1999). Poznání je závislé zejména na myšlení, nikoliv pouze na styku smyslů s nějakými podněty. Smyslové vnímání totiž není nezávislou, objektivní registrací nějaké neměnné skutečnosti, v muzeu příkladně souborů muzeálií, ale spíše poněkud nejistým základem pro vlastní návštěvníkovo konstruování poznatků, v němž mohou hrát mnohem důležitější roli prekoncepty jedince, jeho dosavadní představy, znalosti a zkušenosti. (Z toho také plyne, že každý jedinec vstřebává nabídnuté smyslové podněty a informace rozdílným způsobem a s jiným výsledkem.)

Pro tvůrce muzejních expozic z toho plyne závažný důsledek: nelze předpokládat, že by významy byly ve vystavených objektech předem pevně dány a že by mohly být takto unifikované předány návštěvníkům; je to spíše tak, že jsou jim připisovány sociálními aktéry, a mohou se proto měnit člověk od člověka. S tímto poznatkem je třeba aktivně pracovat a hledat způsoby, jak proces připisování významů předmětům v expozici pozitivně ovlivnit. Podněty pro aplikaci těchto poznatků lze najít zejména v tzv. sociokognitivním konstruktivismu, který kromě sociální podmíněnosti veškerého poznávání zdůrazňuje i **význam vlastní aktivity subjektu v nabývání poznání**. (Jandourek, 2001) Proces předávání muzejního obsahu by dále mohl stavět na ověřeném

⁴ Otázkou také je, zda jsou vypořazované vzorce chování lidí v expozicích a reakce návštěvníků univerzálně platné a zda lze zkušenosti amerických muzeí aplikovat i u nás, anebo zda platí pouze v určitém kulturním prostředí. Dolák (2012, s. 99) např. přesvědčivě polemizuje s Deanovým tvrzením o „pravotčivosti“ návštěvníka. Odpověď na tuto otázku nelze získat bez dílčích pozorování návštěvníků nebo – ještě lépe – bez reprezentativního výzkumu.

konstruktivistickém postupu, jenž je uvozen **evokací** (člověk je veden k tomu, aby si vybavil, co už o tématu ví a co si o něm myslí, a aby si uspořádal své dosavadní znalosti a motivoval se k nabývání dalších), pokračuje **uvědoměním si významu** informace (návštěvník aktivně pracuje s novou informací a propojuje ji s dosavadními znalostmi) a vrcholí **reflexí** (jedinec reflektuje uskutečněný proces učení, uvažuje nad tím, co se naučil, a zasazuje nabyté znalosti do komplexu svého vědění, formuluje nový obraz tématu nebo problému). (Podrobněji o procesu E–U–R např. Hausenblas, Košťálová, 2001)

Neméně důležitý je poznatek, že kognice a učení se nejlépe rozvíjí **v dialogu, v sociální skupině a v kooperaci s ostatními subjekty**. Z toho plynou pro tvůrce expozic tato doporučení:

- věnovat maximální pozornost výběru předmětů a způsobu narace doprovodných textů (uplatňovat přitom dialogičnost);
- volit témata anebo způsob jejich prezentace tak, aby bylo možné obsah muzejní expozice vztáhnout ke zkušenosti lidí;
- podporovat v muzejní expozici sociální interakci návštěvníků a nebo ji simulovat;
- doplnit do expozice prvky aktivizující návštěvníky např. formou tvořivých úloh, manipulace s předměty, kooperativních činností.

Řadu doporučení k tvorbě konstruktivistické expozice vypracoval Hein (1999). Objasňuje, jak proces nabývání poznání v muzejní expozici ovlivňuje (často negativně) samotná muzejní budova a výstavní prostor. Návštěvník potřebuje svobodu pohybu, pocit bezpečí, kontrolu nad prostředím. Prostředí by mělo být přívětivé, senzoricky stimulující, avšak nikoliv dráždivé nebo agresivní – pokud to není úmyslem tvůrců, kteří takto chtějí přesvědčivěji podat nějaké téma (např. válečné události, katastrofické jevy). Množství podávaných informací by mělo zohledňovat mentální kapacitu lidí, jinak má na kognici negativní účinek. Dalším způsobem, jak stimulovat kognitivní procesy návštěvníků, je zohlednění jeho potřeby soukromí a pohodlí k učení. Hein (tamtéž) navrhuje vnitřní prostor expozic koncipovat a upravit tak, aby působil menším dojmem a obsahoval koutky, v nichž lze rozjímát, relaxovat nebo se v relativním soukromí věnovat nějakým činnostem. Vyzývá k tomu, aby se muzejní expozice staly pro návštěvníky příjemným prostředím. Potřebu člověka mít kontrolu nad určitým prostorem je možné zohlednit také pomocí kvalitního orientačního systému.

Ani vyvolání příjemného pocitu a příprava podmínek pro dobrou orientaci v muzeu však nezajišťují, že návštěvníci porozumějí sdělení expozice. Musí jim být k dispozici řada různých vodítek, a to i k obecně známým informacím. Prezentace neznámých a neuchopitelných předmětů doprovázených textem, jenž hovoří k návštěvníkovi neznámým jazykem, má za následek, že se návštěvník nic nenaučí, že k poznání nedojde. Jak tedy lidem pomoci, aby byli schopni na základě expozice vytvořit ve své mysli nové smysluplné celky? Hein (1999) navrhuje tato dvě opatření:

- spojit známé skutečnosti s těmi novými, neznámými;
- anebo zapojit do hlavní části expozice i obyčejné, návštěvníkům známé věci.

Opatření mají zajistit, aby se vytvořily v návštěvníkově mysli spoje mezi známými a novými skutečnostmi. Tak například v expozici o starověké méně mohou být umístěny i soudobé mince nebo v expozici na téma parní energie může být umístěna čajová konvice. Konstruktivisticky koncipovaná expozice představuje nové komponenty tak, že vědomě rozšiřuje dosavadní vědění náv-

štěvníků. To ovšem předpokládá jejich dobrou znalost, kterou nelze získat jinak než jejich soustavným zkoumáním, příp. běžnými evaluačními aktivitami.

V řadě prací se dají najít výčty specifických vlastností předmětů, jež obecně lákají pozornost lidí, proto k nim návštěvníci spontánně přicházejí nebo u nich déle setrvávají. I tyto poznatky lze pedagogicky využít. Lákavé jsou zejména předměty nadměrné velikosti, pohyblivé předměty, něco nového, nezvyklého nebo senzačního (takové předměty pak obvykle slouží jako „tahák“ výstavy a marketingový nástroj, resp. ikonický předmět daného výstavního projektu). Divácky atraktivním činí předměty také jejich cennost nebo nebezpečnost; přitažlivost zvířecích mláďat se využívá i v televizním zpravodajství a reklamě a obdobně funguje i v muzejní expozici. (Conroy, 1988, Dean, 1994) Invenční tvůrci toho mohou samozřejmě vhodně využít pro posílení vzdělávacího efektu expozice.

Při přípravě expozice je vhodné důsledně zohlednit i fyziologické a další „lidské“ faktory, např. průměrnou velikost lidského těla. Je třeba uplatnit běžné standardy, jako je průměrná výška člověka ve stoje, úroveň očí, šířka ramen, předpažení, vzpažení, rozpažení, rozsah otočení aj. Dále je třeba počítat s výškou dětí a úrovní očí lidí používajících invalidní vozík, jakož i s šířkou a délkou invalidního vozíku, jež je nutné zohlednit, aby byla expozice považována za bezbariérovou. Pozorovací výška je vůbec důležitá, protože lidé budou vždy přirozeně pozorovat a pročitat materiály umístěné v jejich „zóně pohodlí“. Naopak nevhodně umístěné materiály budou lidé opomíjet. Na volné plochy nebo prostory umístěné v adekvátní výšce mají lidé tendenci si sedat, opírat se o ně nebo si na ně dávat nohu – i s tím je dobré počítat, ať již při ochraně míst, která k tomu nejsou vhodná, nebo při snaze učinit expozici „visitor friendly“. Návštěvníkům je rovněž třeba poskytnout dostatečný osobní prostor pro sledování předmětu. Zónu, kde předpokládáme větší koncentraci lidí, by měli proto tvůrci výstavy zvolit co největší (podrobněji Dean, 1994).

Je známo, že na učení a paměťové procesy vůbec mají velký vliv emoce. Znamená to, že pokud je nějaká skutečnost (např. návštěva muzea) spojena s určitou pozitivní nebo negativní emocí, v paměti člověka zůstane déle a hlouběji. Proto také mnoho tvůrců přistupuje k využívání různých dramatických prvků anebo usiluje o iluzivní podání tématu, které návštěvníky více vtahuje do fikčního světa a pomyslně ruší bariéru mezi prezentovanou skutečností a divákem. Jde sice o iluzi, avšak s mocným účinkem, jejíž uplatnění dnes umožňují nová média. Emoce návštěvníků lze však vzbudit i zcela jednoduchými prostředky. Prosté vystavení emocionálně působivých dokladů (dopisy z války, oblečení obětí katastrofy), fotografií, výpovědí skutečných lidí – to vše a mnoho dalšího může na divákovy emoce působit silně i bez užití iluzivních nebo přehnaně dramatických prvků. Volba všech prostředků, jež mají zvyšovat iluzivnost a vyvolávat u diváků emoce, by měla být uvážlivá – nalezení jejich správného poměru je věcí tvůrců expozic, jejich invence a vkusu.



Obr. 37–38. Příklad aplikace konstruktivistické zásady spojení prezentované skutečnosti s návštěvníkovou zkušeností a známými předměty – plastová láhev v geologické expozici v Naturkundemuseum (Universal-museum Joanneum) v Grazu upozorňuje na vliv lidské činnosti na přírodu a zároveň klade (i prostřednictvím doprovodného textu) znepokojivé otázky: Co zůstane po člověku v kamenných archivech? Nezanedbávají ropné produkty a radioaktivní odpad nesmazatelnou stopu? (Foto Petra Šobáňová).

6.3 Doporučení týkající se textů v expozicích

Několikrát byla vyzdvížena důležitá role textů v expozicích, proto přidejme ještě několik doporučení, která se týkají právě jich.

Texty v expozicích zahrnují jak stručné útvary, tak souvislý textový materiál. Všechny bez rozdílu ale mají být výstižné, čitelné a stručné, aniž by ovšem byly příliš obecné. Hlavní je srozumitelnost, a tvůrci by se proto měli vzdát příliš odborného jazyka. (Dolák, 2010)

Co se týká názvů, jsou velmi důležité, protože návštěvníkům poskytují primární informace. Proto by měly být poutavé. Název upozorňuje na hlavní téma a obsahové zaměření expozice a má budit pozornost a zájem. Tvůrci výstavy by se měli vyhnout ořepaným frázím, klišé a mnohomluvnosti. Záměrem je podnitit představivost lidí, přimět je k zastavení a návštěvě muzea. Název má být stručný a navozovat odpovídající atmosféru – ať již humornou, nebo vážnou, kontroverzní, důstojnou apod. Názvy by neměly slibovat něco, co expozice nenabízí, nesmějí být klamavé. Neméně důležité jsou i podtituly, jež fungují jako sjednocující vizuální a verbální průvodce výstavou, jako její orientační body. Dean (1994) je přirovnává k novinovým titulům, protože mají podobnou funkci: jsou ukazateli navigujícími návštěvníka a jejich úkolem je strukturovat výstavu a stručně informovat o jejích jednotlivých částech. Mohou využívat i slovní hříčky, jež vzbuzují imaginaci návštěvníků; pro stimulaci zájmu se často používají protiklady, metafora aj. Zatímco název výstavy se pro svou metaforičnost a obecnost často neobejde bez dalšího vysvětlení, význam podtitulů by měl být na první pohled jasný.

Co se týká vstupního textu, jde o pomyslnou „předmluvu“ k expozici, seznámení návštěvníka s tématem, hlavní myšlenkou výstavy a motivací jejího vzniku. Je to první obsáhlejší textový úsek v expozici, a proto by měl podat úvodní informace, potřebné pro pochopení obsahu výstavy. Obvykle je umístěn v blízkosti vstupu do výstavního prostoru anebo vpravo na jeho začátku. Dean (1994, s. 113) doporučuje, aby úvodní text nebyl delší než 200 slov, aby byl členěn do několika výstižných odstavců a aby byl uceleným prohlášením o hlavní myšlence prezentace a důvodech, jež vedly k jejímu vytvoření.

Také všechny další souvislé texty na výstavě mají vedle identifikační role především vysvětlující funkci. Textový panel nebo menší banner umístěný kdekoli v blízkosti exponátů bývá obvykle součástí každého obsahového segmentu výstavy, resp. skupiny předmětů, jež mají nějakou společnou vlastnost nebo ilustrují určitý konkrétní jev. V expozicích, jež jsou tvořeny didaktickými exponáty určenými k manipulaci, bývají umístěny texty u každého z nich – tak aby bylo zřejmé, jaký jev daný exponát prezentuje, a aby bylo jasné, jak s exponátem zacházet. Texty by měly být výstižné, jednoznačné a na vysoké jazykové a stylistické úrovni. Dean (tamtéž, s. 114) doporučuje využití tzv. „kickeru“, jenž text uvozuje a jehož úlohou je zaujmout a přilákat čtenáře. Jde o nějaký prvek (slovo, myšlenku, otázku), který poutá pozornost nebo vyvolává překvapení. Každý text bude srozumitelnější, pokud bude obsahovat didaktické prvky jako oslovení čtenáře a dialogičnost, problémové otázky, motivační prvky, přehledné strukturování – grafické, ale i obsahové (od toho základního až po podrobnosti).

Stěžejní je i text popisů, přestože se mu někdy věnuje menší pozornost. I dobře připravenou výstavu mohou málo promyšlené a obsahově příliš „chudé“ popisky značně poškodit. Popisky

spolu s dalšími texty pojmově uchopují vzdělávací obsah výstavy a, jak uvádí Dean (1994, s. 110), „dávají sbírkovému předmětu hlas“. Už jsme připomněli, že poznání nových skutečností je závislé zejména na myšlení, nejen na styku smyslů s nějakými smyslovými podněty, a právě souvislé texty a popisky pomáhají verbalizovat obsah, který je skryt „za“ vystavenými předměty.

Není přehnané tvrzení, že právě popisky a další doprovodné texty v expozicích mají zásadní vliv na porozumění výstavě. Texty pomáhají usadit obsah do pojmových schémat a začlenit do stávajících struktur návštěvníkova vědomí. Proto má být příprava všech textů ostře sledovanou částí přípravy výstavy a má – stejně jako edukace – počítat s prekoncepty návštěvníků a zákonitostmi učení. Text popisků a textů na panelech nebo v různých dalších informačních zdrojích na výstavě vysvětluje, rozšiřuje a odhaluje důležité aspekty výstavy. Zatímco popisky spíše identifikují a specifikují vystavené předměty, další doprovodné texty slouží jako hlavní, detailní vzdělávací zdroj výstavy. Upozorňují na důležité aspekty tématu a objasňují význam a poselství vystavených předmětů. Úlohou textů je pomáhat interpretovat výstavu a kromě názvů, popisků a doprovodných textů k nim patří i různé distribuční materiály, jako jsou brožurky, vzdělávací (pracovní) listy, programy anebo podrobné katalogy. Ty obvykle obsahují reprodukce stěžejních exponátů a přinášejí další informace. Tento druh materiálů podporuje zájem lidí o dané téma a podněcuje jejich další studium; plní také roli smysluplného suvenýru.

Přestože bylo zdůrazněno, že expozice má porozumění návštěvníka napomáhat různými podpůrnými prostředky, jež smyslové vjemy usazují do pojmů a souvislostí, přehlacení texty není rovněž žádoucí. Muzejní expozice by rozhodně neměla text využívat jako primární prezentační prostředek (viz neúčinnost tzv. panelových expozic). Je nutné najít rovnováhu mezi formalistickým vystavováním předmětů a verbalismem, vhodné je zapojit také další nápadité prezentační prostředky.

Shrnutí kapitoly

Nad mnohými doporučeními z této kapitoly lze živě diskutovat a u některých rozhodně neplatí, že jejich aplikace je vhodná vždy a všude. Doporučení plynoucí z aplikace poznatků behaviorální psychologie nebo návrhy vycházející z konstruktivismu, stejně jako doporučení plynoucí z fyziologických daností návštěvníka nebo ověřená pravidla tvorby textů je však třeba brát vážně, protože vycházejí z výzkumů i z běžného pozorování návštěvníků a jejich přirozených potřeb a reakcí. Jejich neznalost je v praxi častým zdrojem zbytečných chyb. Mnohá z uvedených doporučení by se měla zohledňovat i v případě, že autoři koncepčně neuvažují o vytváření expozice jako edukačního média. Úkolem všech výstav bez rozdílu je totiž oslovit návštěvníka a zprostředkovat mu nějaký obsah. Ať už se muzea intencionálně hlásí ke své vzdělávací úloze, anebo pouze usilují o sdělnost, předložená doporučení by měla zvažovat.

7 Muzejní expozice jako účinné edukační médium – shrnutí charakteristických znaků

V tomto metodickém materiálu je uvedena řada doporučení a zásad, jejichž aplikace činí z expozic účinnější edukační médium. Podstatným rysem expozic, v nichž si návštěvníci snadněji osvojují nové vědění, postoje, hodnoty nebo dovednosti, je zejména to, že vystavené předměty jsou zasazeny do nějakého smysluplného kontextu a doprovází je doplňkový didaktický materiál, ať již textový a nebo obrazový či multimediální. Obsah zde navíc není předložen prostým, informačním způsobem, ale pro jeho zprostředkování je využita nějaká metoda či strategie; tvůrci konkrétním, rozpoznatelným způsobem podporují osvojování nových informací nebo dovedností, učení uživatelů podporují – dialogem, úkoly, otázkami, motivačními prvky, propojováním muzejního obsahu s jejich dosavadní zkušeností.

Na závěr uvedme desatero podstatných a v praxi vyzorovaných znaků, jimiž se vyznačují úspěšné expozice koncipované jako místo pro vzdělávání:

1. Téma prezentují kontextuálně, narativně nebo funkčně-ekologicky.
2. Při podání tématu uplatňují zásadu názornosti a další pedagogické zásady, jejichž aplikace zajišťuje rozumnou míru podnětů v expozici a zapojení emocí, aktivizuje návštěvníky a vyvolává a udržuje jejich zájem.
3. Vystavují nejen muzeálie, ale také didaktické exponáty a doplňkové prvky.
4. Všechny uplatněné explikační a referenční prvky jsou didakticky koncipovány a uzpůsobeny pro cílového návštěvníka (např. textové panely mají nejen informativní funkci, ale i vzdělávací rozměr na základě promyšlené didaktické transformace obsahu).
5. Nabízejí návštěvníkům nejen pasivní prohlídku exponátů, ale také smysluplné aktivity a přitažlivé vzdělávací příležitosti se zábavními prvky, podporují sociální interakci.
6. Uplatňují různé inovativní prvky např. v podobě interaktivních exponátů, nových médií, projekcí, prvků zohledňujících potřeby jedinců s postižením aj.
7. Diferencují návštěvníky podle jejich potřeb a dosavadních zkušeností – podle věku, míry zájmu o téma, příp. podle specifických vzdělávacích potřeb (příkladně se jedná o zavádění dětských tras, jež obsahují speciální referenční a explikační prvky určené dětem).
8. Disponují dostatečnými prostorovými podmínkami pro vzdělávací aktivity (nejlépe speciálními místnostmi, dostatečným prostorem přímo v expozici, příp. dalšími multifunkčními nebo specializovanými prostory, jako je herna, promítací sál, dílna apod.).
9. Nabízejí diferencované edukační programy různých typů (samoobslužné i řízené programy, edukační programy v minimální škále od komentované prohlídky po animace, programy pro rodiny s dětmi, pro děti a mládež, dospělé, seniory, občany s postižením atp.).
10. K programům připravují řadu vhodných edukačních pomůcek (textové a jiné didaktické pomůcky, substituty, různá demonstrační zařízení, muzejní kufíky apod.) a vzdělávání podporují také na webových stránkách muzea (např. nabízejí pracovní listy ke stažení nebo celé zpracované e-learningové portály).

Je potěšitelné, že obdobně koncipovaných expozic v rámci české muzejní kultury přibývá a že některá muzea vzdělávací hledisko zohledňují důsledně již při jejich přípravě. Inspirativní mohou být v tomto směru nové typy muzejních institucí (příkladně science centra a dětská muzea), jež vznikají přímo s cílem návštěvníka vzdělávat a v expozicích za tímto účelem uplatňují řadu speciálních exponátů a dalších prvků, jež podporují sdělnost expozice a její názornost. Přestože každý typ muzea a sbírky je specifický a mnohé výstavní principy nelze jednoduše přenášet z jednoho typu instituce na druhý, podstatné je rozhodnutí aktivně reagovat na vzdělávací potřeby návštěvníků a podporovat sdělnost expozic konkrétními opatřeními a všemi dostupnými prostředky. Návštěvníci tuto snahu nepochybně ocení.

Závěrem

Vážení čtenáři, metodický materiál, k jehož závěru jsme společně dospěli, pracuje s konceptem expozice-edukačního média. Z tohoto pohledu je expozice chápána jako prostředí, v němž se návštěvníci mohou spontánně něčemu učit a nebo se mohou účastnit řízeného edukačního procesu. Připomeňme, že každá expozice je edukačním médiem, avšak různě pojaté expozice podporují vzdělávání návštěvníků nestejnou měrou a rozdílným způsobem. Účinnost daného edukačního média je přímo závislá například na tom, zda bylo již při samotné přípravě dané expozice zohledněno vzdělávací hledisko, zda tvůrci nějakým konkrétním způsobem vyšli vstříc vzdělávacím potřebám návštěvníků a zda se expozice využívají k řízenému vzdělávání během edukačních programů. Efektivnost sledovaného edukačního média ovlivňuje rovněž to, zda muzeum či přímo expozice poskytuje dostatečné prostorové podmínky pro vzdělávací aktivity, zda k expozici existuje nabídka edukačních programů a zda k ní byly připraveny didaktické pomůcky. Vzdělávání návštěvníků a celkovou efektivnost daného edukačního média lze značně posílit také různými materiály či e-learningovými aplikacemi na webových stránkách muzea, jež didakticky redukuje a podávají vědění související se sbírkami muzea a umožňují rozšířit působnost muzea a expozice i na další cílové skupiny.

Jsem si vědoma toho, že snahu o lepší využití expozic pro vzdělávací účely mohou v praxi brzdit různé překážky, jako např. zakořeněné formalistické a nekontextuální pojmání expozic, nedostatečná podpora konceptu muzea jako prostoru pro vzdělávání ze strany vedení muzea nebo kurátorů, absence kvalifikovaných muzejních pedagogů nebo nedostatek financí a prostor pro vzdělávací aktivity. Přesto však věřím, že změna je možná – podstatná je vůle a chuť reagovat na vzdělávací potřeby návštěvníků a podpořit jejich poznávací aktivity konkrétními opatřeními.

Naše muzejní kultura je pestrou mozaikou, jež zahrnuje širokou škálu různých typů muzeí a pestrou paletu prezentačních přístupů. Najdeme zde klasická vitrinová muzea i interaktivní herní centra, muzea „zkamenělá“ i muzea inovativní. Těší mě, že stále častěji se lze setkat s muzei, jež koncipují své expozice od počátku jako otevřená, přívětivá místa pro vzdělávání různých skupin návštěvníků. Jsem totiž přesvědčena o tom, že to je ta správná cesta do budoucna a způsob, jak smysluplně působit ve společnosti.

České muzejní expozice jako celek mají ohromný vzdělávací potenciál – pro jeho využití je však potřeba činit konkrétní kroky. Tato metodika snad případným zájemcům poskytuje dostatek námětů k tomu, jak expozice inovovat a učinit je inspirativním a poučným místem. Sledování současných trendů muzejní kultury a ohled na návštěvníka budou i do budoucna důležité – vždyť muzea dnes fungují uprostřed vysoce konkurenčního prostředí a tlak na kvalitu jejich prezentační i edukační činnosti se zvyšuje.

Na závěr vám přeji hodně úspěchů při vaší snaze zvyšovat kvalitu muzejních expozic a přibližovat je lidem!

Vaše autorka

Použitá literatura

- BENEŠ, Josef. 1981. *Muzejní prezentace*. Praha: Národní muzeum, 383 s. ISBN neuvedeno.
- BERGER, Peter L. a Thomas LUCKMANN. 1999. *Sociální konstrukce reality: pojednání o sociologii vědění*. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury, 214 s. ISBN 80-859-5946-1.
- CONROY, Pete. 1988. Chapter 20: Cheap Thrills and Quality Learning. In: BITGOOD, Steve, ed. *Visitors Studies 1988*. Jacksonville: AL Center for Social Design, s. 198–191 [online]. [cit. 2014-10-18]. Dostupné z: http://informalscience.org/images/research/VSA-a0a1p0-a_5730.pdf
- DEAN, David. 1994. *Museum Exhibition: Theory and Practice*. London and New York: Routledge, 177 s. ISBN 978-04-150-8016-3.
- DOLÁK, Jan. 2010. Expozice jako prostředek muzejní komunikace. In: *Muzeum a změna III./ The Museum and Change III*. Praha: Asociace muzeí a galerií České republiky, s. 59–67. ISBN 978-80-866-1134-1.
- DOLÁK, Jan. 2012. *Prezentace archeologie*. Brno. Disertační práce. Masarykova univerzita, Filozofická fakulta, Ústav archeologie a muzeologie.
- ETTEMA, Michael J. 1987. History Museums and the Cultur of Materialism. In: BLATTI, Jo. *Past Meets Present: Essays About Historic Interpretation and Public Audiences*. Washington: Smithsonian Institution Press, s. 77–83. ISBN 978-08-747-4272-5.
- GIUSTI, Ellen. 2008. Improving Visitor Access. In: TALLON, Loïc, ed. *Digital Technologies and the Museum Experience: Handheld Guides and Other Media*. Rowman Altamira, s. 97–108. ISBN 07-591-1237-1.
- GRECMANOVÁ, Helena a Eva URBANOVSKÁ. 2007. *Aktivizační metody ve výuce, prostředek ŠVP*. Olomouc: Hanex, 178 s. ISBN 978-80-857-8373-5.
- HEIN, George E. 1999. The constructivist museum. In: HOOPER-GREENHILL, Eilean. *The educational Role of the Museum*. London: Routledge, s. 73–79. ISBN 04-151-9826-7.
- JANDOUREK, Jan. 2001. *Sociologický slovník*. Praha: Portál, 285 s. ISBN 80-7178-535-0.
- JŮVA, Vladimír. 2009. Mimoškolní edukační média. In: PRŮCHA, Jan, ed. *Pedagogická encyklopedie*. Praha: Portál, s. 282–286. ISBN 978-80-7367-546-2.
- HAUSENBLAS, Ondřej a Hana KOŠTÁLOVÁ. 2001. Co je E–U–R. In: *Kritické listy* [online]. [cit. 2014-10-18]. Dostupné z: http://www.kritickemysleni.cz/klisty.php?co=klisty24_eur
- LORD, Barry a Gail Dexter LORD, eds. 2001. *The Manual of Museum Exhibitions*. Walnut Creek, Lanham, New York, Oxford: Altamira Press, 544 s. ISBN 07-591-0234-1.
- OSOLSOBĚ, Ivo. 2007. *Principia parodica: totiž Posbírané papíry převážně o divadle*. Praha: Akademie múzických umění, 358 s. ISBN 978-80-7331-082-0.
- Overcoming the Barriers: providing physical access to historic buildings*. 2002. Cardiff: CADW [online]. [cit. 2014-10-18]. Dostupné z: http://cadw.wales.gov.uk/docs/cadw/publications/Overcoming_the_Barriers_EN.pdf

- RAND, Judy. 2001. Visitor's Bill of Rights: An open letter to museums, parks, aquariums and zoos. In: ADAMS, Roxana, ed. *Museum Visitor Services Manual*. Washington: American Association of Museums, Professional Practice Series, 200 s. ISBN 978-09-312-0177-6.
- SHETTEL, Harris H. 1973. Exhibits: Art Form or Educational Medium?. *Museum News*, (32) 32–41. Dostupné z: http://www.randikorn.com/library/Shettel_Exhibits_Art_Form_or_Educational_Medium.pdf
- SKALKOVÁ, Jarmila. 2007. *Obecná didaktika*. Praha: Grada, 328 s. ISBN 978-80-247-1821-7.
- STRÁNSKÝ, Zbyněk Z. 2000. *Úvod do muzeologie*. Brno: Masarykova univerzita, 169 s. ISBN 80-210-1272-2.
- STRÁNSKÁ, Edita, STRÁNSKÝ, Zbyněk Z. 2000. *Základy štúdia muzeológie*. Banská Bystrica: Univerzita Mateja Bela Banská Bystrica, 130 s. ISBN 80-8055-455-2.
- ŠOBÁŇOVÁ, Petra. 2015. Uplatnění narativnosti v muzejních expozicích aneb dotýkat se bytí prostřednictvím příběhu. *Kultura, umění a výchova* [online], 3(2) [cit. 2015-11-02]. Dostupné z: http://www.kuv.upol.cz/index.php?seo_url=aktualni-cislo&casopis=9&clanek=130.
- ŠOBÁŇOVÁ, Petra. 2014a. *Muzejní expozice jako edukační médium. 1. díl, Přístupy k tvorbě expozic a jejich inovace*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 361 s. ISBN 978-80-244-4302-7.
- ŠOBÁŇOVÁ, Petra. 2014b. *Muzejní expozice jako edukační médium. 2. díl, Výzkum současných českých expozic*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 467 s. ISBN 978-80-244-4394-2.
- WIDACHER, Friedrich a Walter GRÄF. 1987. *Einführung in die Museumskunde*. Graz: Landesmuseum Joanneum, 74 s. ISBN neuvedeno.
- WIDACHER, Friedrich. 1999. *Príručka všeobecnej muzeológie*. Bratislava: Slovenské národné múzeum – Národné múzejné centrum, Vydavateľstvo SNM, 477 s. ISBN 80-8060-015-5.

Expozice jako místo pro vzdělávání

Metodika k tvorbě expozic zohledňujících vzdělávací potřeby návštěvníků

Text: doc. Mgr. Petra Šobáňová, Ph.D.

Redakce: Mgr. Tomáš Drobný

Sazba: Michaela Tomsová

Návrh obálky: PhDr. Šárka Fidrichová

Foto na obálce: doc. Mgr. Petra Šobáňová, Ph.D.

Vydalo a vytisklo Moravské zemské muzeum

Metodické centrum muzejní pedagogiky

Zelný trh 6, Brno

Brno 2017

ISBN 978-80-7028-494-0