

Psychologické aspekty muzejní edukace

Lucie Jagošová

O muzeích se ve spojení s návštěvníky hovoří převážně jako o edukačních institucích, místech, kam se lidé chodí učit a rozšiřovat své intelektuální obzory, některá muzea se také profilují jako turisticky atraktivní destinace. Muzea však mohou být něčím více – také skutečným rekreativním prostředím, kam lidé přicházejí relaxovat, načerpat energii a zlepšovat svou duševní a fyzickou kondici (Wasmer Andrews 2010). Při zkoumání psychologických aspektů muzejní edukace se můžeme dotýkat celé řady klíčových témat. Z jejich množství pro potřeby tohoto textu vybíráme linii od stručného úvodního náhledu na lidský faktor v muzejní edukaci v podobě návštěvníků muzeí, přes pohled na instituci muzea jako stimulujícího a dynamického prostředí, návazné téma kulturní kompetence a percepčního potenciálu návštěvníka, optimálně směřujícího při procesu učení v muzeu k dosažení optimálního prožitku, tzv. flow effectu, až k širším otázkám na aktuální a žádoucí sociální role a společenskou odpovědnost muzea a dopady jeho působení nejen na návštěvníka ale i muzejní personál. Text si klade za cíl nastíněnými tématy především podněcovat k přemýšlení o tématu, stejně jako nasměrovávat zvědavého čtenáře k dalším souvisejícím zdrojům, jejichž výběrový soupis je zařazen na konec článku.

Muzeum a jeho publikum

Muzejní veřejnost, která představuje jedno z ústředních témat v muzejní edukaci, zahrnuje jak skupinu skutečných uživatelů muzejních služeb – návštěvníků muzeí – tak i celé spektrum potenciálních návštěvníků. Cílovou skupinu pro muzea tedy představuje široká veřejnost, ať už jde o aktivní uživatele, „sváteční“ návštěvníky, s muzeem spolupracující a muzeum podporující jednotlivce či skupiny anebo osoby s pasivním povědomím nebo pouze zprostředkovanými poznatky o instituci muzea a možnostech jeho nabídky služeb pro veřejnost. Požadavek na přístupnost a otevřenost vůči veřejnosti směřuje muzejní služby prvořadě k jejich skutečným uživatelům, jimiž jsou návštěvníci, se všemi specifickými podskupinami, které k této kategorii patří. Paralelně se zájem muzeí koncentruje také na všechny ty, kdo nespádají do kategorie pravidelných návštěvníků muzeí (srov. *Museology*:

Back to Basics 2009, s. 86). Klíčem pro rozčlenění jednotlivých segmentů publika kulturních institucí, tedy včetně muzeí, může být několik skupin kritérií:

- **geografické** (domácí publikum, turisté),
- **demografické** (věk, pohlaví, stav, socioekonomický status, sexuální orientace),
- **psychografické** (dosažené vzdělání, hodnotová orientace, životní styl),
- **četnost návštěvy**,
- **behaviorální** (tj. způsob využití nabídky),
- **zájmy** (Kesner 2005, s. 147).

Muzejní publikum představuje obrovskou škálu nejrůznějších individuálních návštěvníků a jejich skupin. Nabízí se téměř nepřehledné množství nejrůznějších hledisek a variant klasifikace návštěvníků, od nichž je možné následně odvíjet nabídku muzejních služeb. Návštěvníky mohou být externí i interní veřejnost, lidé jakéhokoliv věku, zájmů, znalostí a zkušeností, preferovaných volnočasových aktivit, dosaženého typu a stupně vzdělání, profese, socioekonomického statusu, různé fyzické a duševní kondice, se specifickými vzdělávacími potřebami nebo individuálními možnostmi percepce poskytovaných informací, odlišné frekvence návštěv, uživateli různých typů služeb muzea pro laickou a odbornou veřejnost atd. Při jejich členění je brán zřetel na aspekty nejrůznějších disciplín, a to zejména optikou **muzeologických, pedagogických, psychologických a sociálních** poznatků.

Kategorizaci účastníků muzejních služeb je věnována celá řada typologií. Jako příklad si můžeme uvést jednoduché členění Johna Falka a Lynn Dierking z hlediska tzv. sociokulturní mediace a „klíčivosti“ vazby cílových skupin na muzeum. Kritérium podle frekvence návštěv a početního zastoupení generuje dvě kategorie, kterými jsou:

- **primárně se účastníci cílové skupiny** – např. rodiny, dospělí, školní skupiny,
- **ostatní účastníci** – tj. další návštěvnické skupiny, sociální interakce s individuálním návštěvníkem, muzejní personál a dobrovolníci atd. (Falk, Dierking 2000, s. 91–112).

Podrobnou klasifikaci muzejních návštěvníků (a z ní vycházející zásady optimálního psychologicko-didaktického přístupu k dílčím kategoriím), tedy lidských jedinců a jejich skupin, je možné logicky odvíjet od relevantních oborů, které se zabývají člověkem a společností. V tomto směru hrají významnou roli poznatky **vývojové psychologie**, přinášející základní klasifikaci jednotlivých období lidského života v kontextu koncepce celoživotního učení, a další psychologické disciplíny jako např. **obecná, sociální, kognitivní, imaginativní, pedagogická psychologie** apod. Z oblasti pedagogických věd hrají v tomto kontextu podstatnou roli také poznatky spjaté se systémem formálního a neformálního vzdělávání a disciplínami jako zejm. **předškolní a školní pedagogika, andragogika, gerontopedagogika**.

Klíčového náhledu vývojové psychologie, vycházejícího z kombinace biologického věku, fyzického dospívání a vzrůstajícího porozumění, schopností, dovedností a znalostí, využívá Nina Jensen. Za tři **majoritní skupiny v muzejní edukaci** z hlediska věku a odpovídající potřebné obsahové náročnosti připravovaných programů, považuje děti mladšího školního věku, dospívající a dospělé. Každé skupině věnuje bližší charakteristiku, včetně konkrétních doporučení a poznatků pro přípravu edukačních programů v muzeu (podrobně Jensen 1994, s. 268–274; srov. Schouten [1983]a, s. 3).

Žákovské percepce na muzejněpedagogické lekci a osvědčených způsobech její podpory věnovala empirické výzkumy Marilyn Ingle. K jejím závěrům patří ověřená zjištění, že žáci rádi pracují s objekty, s oblibou si zkoušejí kostýmy, nacházejí uspokojení ve společném sdílení zážitků a přirozeně prahnou po dalších poznacích a informacích apod. Je však třeba neopomíjet odlišnosti, pramenící z věku, vyjadřovacích schopností, rozdílného náhledu a preferencí chlapců a dívek atd. Základním předpokladem však zůstává nutnost, aby žáci porozuměli účelu muzejní návštěvy (viz Ingle 1994, s. 316–323; srov. Falk, Dierking 2000, s. 102–103).

Jaký má **význam muzejní edukace pro učitele a jaký pro žáky**, popisuje Eilean Hooper-Greenhill ve své publikaci v kapitole *The Pattern of School Use of Museums* (Hooper-Greenhill 2009, s. 85–105). Nabízí zajímavé srovnání vzdělávacích výsledků žáků – jednak pohledem učitelů a jednak jako tzv. hlas žáků, jejichž závěrům zatím bývá věnována spíše okrajovější pozornost (Hooper-Greenhill 2009, s. 119–138, 139–169).

Problematice specializovaných muzeí orientovaných na dětského návštěvníka věnuje pozornost monografie *Dětské muzeum: edukační fenomén pro 21. století* (Jůva 2004).

Vzhledem k otevřenosti muzeí celé škále společenských skupin, nejrůznějších motivů a okolností návštěvy muzea, do problematiky výrazně vstupují také další disciplíny jako např. **sociální pedagogika, speciální pedagogika, didaktika** atd. Z muzeologických subdisciplín mezi relevantní patří **muzejní psychologie** (např. Schuster, Ameln-Haffke 2006) nebo tzv. **neuromuzeologie** (např. Ziębińska-Witek 2015, s. 99 an.; srov. Folga-Januszewska [201?]).

Muzeum jako stimulující prostředí: atmosféra, klima, dynamika

Prostředí muzea představuje konstantnější emocionální, intelektuální a vizuálně podnětné zázemí konkrétní muzejní instituce. Timothy Ambrose a Crispin Paine pojmenovávají především tři jeho návazné prvky: atmosféra – dynamika – prožitek (Ambrose, Paine 1995, s. 220–222). **Atmosféra a klima muzea** představují pro řadu muzeí velmi obtížně definovatelný aspekt jejich fungování a rozpačitost nad uspokojivým zodpovídáním otázek jako: proč se některá muzea těší větší oblibě než ostatní? Je to kvalitou jejich sbírek a výstavními standardy? A skutečně to postačuje, aby se stala daná instituce pro návštěvníka lépe zapamatovatelnou? Co je jednoznačně důležité: každý návštěvník by v každém muzeu měl cítit, že je vítán. Tento pocit pak umocňuje útulnost a čistota, projev zájmu o návštěvníka a příjemné řešení interiéru prostřednictvím nábytku, dekorací, barev, vůní, zvuků (srov. např. Schuster, Ameln-Haffke 2006, s. 151–168, 261–277, 303–314).

Důležitost přírodního (přirozeného) prostředí a autentických míst – oproti velmi impozantním budovám přeplněným mnoha exponáty a symboly s množstvím edukačních významů – ukazuje **teorie obnovy pozornosti**, která byla poprvé formulována psychology Rachel a Stephenem Kaplanovými v 80. letech 20. století. Podle této teorie řada běžných každodenních činností vyžaduje přímou (řízenou) pozornost, která je podmíněna velkým množstvím kognitivního úsilí. Přílišná přímá pozornost může vést k tzv. přímé únavě pozornosti (mentálnímu vyčerpání), která se vyznačuje neschopností se koncentrovat, podrážděností, impulsivitou, frustrací a únavou a sníženou výkonností při plnění povinností. Obnovení této schopnosti vyžaduje aktivizaci automatické pozornosti (Wasmer Andrews 2010). Výzkumy ověřovanou teorii Kaplanových, potvrzující efektivní dopady trávení času v přírodě (přírodní prostředí obsahuje fascinující předměty, poutající pozornost člověka automaticky, a napomáhá tak zmírnit neblahé účinky únavy z přímé pozornosti), charakterizují čtyři důležité znaky. Ta aplikoval na potenciál muzejního prostředí australský badatel Jan Packer a modifikoval do následující podoby:

- **fascinace** či bezděčná pozornost zaměřená na všechny zajímavé věci kolem nás,
- vycházka “ven” či návštěva muzea jako **místa úniku** před každodenními povinnostmi a prostor nechat se pohltit novým světem,
- záběr pozornosti či nalezení spousty **podnětů**, kterými se na chvíli zabývat nebo je držet v mysli,

- **souznění** s prostorem, či zkoumání exponátů, jež uspokojí naše osobní zájmy a potřeby (Wasmer Andrews 2010; srov. Pavlíková 2015, s. 22–23).

Jak se ukazuje, právě duševní pohoda získaná během volnočasových “procházek” (užívání si umění, obdivování se vědě nebo zahloubávání se do vzdálených časů a míst) může napomoci k individuálnímu pocitu úlevy a “znovunadechnutí se.”

V Packerově výzkumu z roku 2008, na němž participovalo 60 návštěvníků Queensland Museum prostřednictvím rozhovorů o jejich zážitcích z muzea. 57 % uvedlo **přínosy spjaté s obnovou pozornosti** jako je relaxace, duševní pohoda, poklid a kontemplace. Části návštěvníků v muzeu vyhledávají pozornost obnovující zážitky spíše než je tomu u návštěvníků příležitostných. A právě ona důvěrná známost tohoto prostředí jim může přinášet předpoklady pro automatickou pozornost nebo se cítí návštěvou muzea zrelaxovaní a odpočinutí a o to raději se pak vracejí (Wasmer Andrews 2010).

Na atmosféru muzea návazný prvek, tzv. **dynamika prostoru a muzejní prezentace**, pomáhá udržovat zájem návštěvníka o muzeum, a to zejména prostřednictvím proměnlivosti muzea, tempem prohlídky a ohledem na potřeby návštěvníků (v případě prohlídek s průvodcem), včetně předjímání a schopnosti odhalení počínající únavy nebo znučenosti. V případě samostatných prohlídek návštěvníků po muzeu musí zvládnout bdělost a zájem návštěvníků udržet daná výstava či expozice. Osvědčují se především prezentace interaktivní, podnětné, didaktické a s prvky humoru, stejně tak jako nutnost poskytnout dostatek odpočinkových zón pro možnou relaxaci, posezení a občerstvení (Ambrose, Paine 1995, s. 220–222; srov. Kaiser 2006, s. 97–172). Nežádoucí muzejní únavový syndrom (hovorově přezdívaný jako tzv. „muzejní nohy“), tedy zvláštní typ vyčerpání z dlouhého stání či pomalé chůze při prohlídce muzea bez možnosti odpočinku, postihující muzejní návštěvníky, naopak způsobují a dále zhoršují především:

- proces učení absolvovaný vestoje, charakteristický právě pro muzea,
- dezorientace ve výstavních prostorách a exponátech,
- použití zraku bez déle trvající vazby na další smysly jako hmat, sluch, čich,
- déle trvající prohlížení odlišných ale přitom podobně vypadajících předmětů,
- nedostatek kontrastů, jednotvárnost prostředí,
- davy lidí,

- nepřiměřená teplota (Ambrose, Paine 1995, s. 223).

Třetí návazný prvek, kterým je očekávaný **prožitek** v muzeu, pak úzce souvisí se samotnou osobností návštěvníka. Určující jsou jeho kulturní kompetence a vnitřní i vnější okolnosti spojené s návštěvou muzea (např. motivace, osobní preference a jejich proměny v průběhu života, očekávaný přínos), kterým se věnuje následující kapitola textu.

Kulturní kompetence a percepční potenciál návštěvníka

Kulturní kompetence návštěvníka je charakterizována jako schopnost vnímat a prožívat kulturní produkt. Zohledňuje percepční a kognitivní schopnosti jedince a osobní výběr způsobu trávení volného času a relaxace. Klíčovou roli hraje návštěvníkova **motivace** (Kesner 2005, s. 102–115). Vnímání konkrétních návštěvníků a jejich kulturní kompetence vykazují velké individuální odlišnosti, stejně tak jako motivace nebo naopak bariéry muzejní návštěvy. Vedle výchovné, vzdělávací a relaxační roviny návštěvy muzea pak spočívá úspěch muzejní instituce neméně v tom, jaké a jak kvalitní zázemí a další služby návštěvníkům poskytuje (Ambrose, Paine 1995, s. 56–58; srov. Potter 1986, s. 35–39). Návštěvu muzea a její efekty významně ovlivňuje také samotná fyzická a smyslová dostupnost muzea, informovanost, cena, množství času, vnímaná image instituce a její nabídky (Kesner 2005, s. 102–115), stejně tak jako příležitost uplatnit vlastní uvažování, zapojit emoce, rozvíjet sociální kontakty a mít možnost odpočinout si a občerstvit se (Hooper-Greenhill 1996, s. 96).

Jak ukazují starší, ale zjevně stále platné výsledky výzkumu **percepce návštěvníka v muzeu**, návštěvníci nečtou popisky, zřídka si exponáty podrobně prohlížejí, nemění svůj úhel pohledu a postoje a také se při procházení výstavou v jejich návštěvníckém chování projevuje chování typu „hledám cestu ven“ (Schouten [1983]b, s. 38). Muzeum je primárně vizuální institucí, se všemi výhodami směrem k veřejnosti, které z toho vyplývají.

Optimální využití tohoto potenciálu souvisí s vystavením exponátů takovým způsobem, aby se mohla rozvíjet jejich komunikace s návštěvníkem. **Evokativní výstavy** efektivně aktivují pravou mozkovou hemisféru, zejména prostřednictvím zvuků, aromatických vjemů a umožnění taktilních zážitků. **Kognitivní znalosti** jsou získávány zapojením levé hemisféry a kombinovány s percepcí světa pomocí pravé hemisféry a muzeu tak umožňují poskytovat živé vjemy a zážitky (Schouten [1983]b, s. 42–43).

Stejně tak jako samotná muzea, také návštěvníci ve svém vlastním zaměření tvoří určitou typologii, profilaci. Rozsah a kvalita jejich prožitků a **osobní přínos z návštěvy muzea** výrazně souvisejí s preferencemi typu muzea podle obsahového zaměření a s ním spjatých očekávaných zážitků. Linda Wasmer Andrews s odvoláním na výzkum Smithsonian Institution charakterizuje čtyři typy prožitků, které návštěvník muzea vnímá jako **nejvíce sebeuspokojující**:

- **objektové prožitky** – umožňující pozorování unikátních, hodnotných nebo esteticky cenných věcí,
- **kognitivní prožitky** – ovlivňující získávání znalostí nebo prohlubování porozumění,
- **introspektivní prožitky** – ovlivňující představitost v čase a prostoru nebo porozumění smyslu událostí,
- **sociální prožitky** – ovlivňující interakci s druhými nebo sledování procesu učení u dětí.

Většina muzeí nabízí kombinaci části nebo všech čtyř těchto typů, přičemž objektové prožívání častěji dominuje v muzeích umění, kognitivní prožívání v technických muzeích, introspektivní prožívání v historických muzeích a sociální prožívání v dětských muzeích (Wasmer Andrews 2010).

Vedle v čase stabilnějších návštěvníkových preferencí může docházet individuálně v průběhu života, v souvislosti s právě prožívanými fázemi života, k **proměnám preferencí** při výběru z nabízených muzejních programů podle témat a námětu, které v daný moment považuje za zajímavé, atraktivní či přínosné. Tyto preference jsou úzce provázány s jeho měnícími se sociálními rolemi (Jensen 1994, s. 272).

Jak shrnula Nina Jensen, profesní a rodinný život jsou hlavním zájmem především v rané dospělosti a věku mezi 18 a 35 lety, naopak střední dospělost (zejména období od 35 do 55 let) často přináší vzrůstající zájem o témata spojená se zdravím a občanskými a sociálními aktivitami. Blížící se seniorský věk a odchod do starobního důchodu zaměstnává myšlenkami souvisejícími se snahou interpretovat kulturu a život v měnící se zdravotní situaci, ovlivněné přibývajícím věkem (Jensen 1994, s. 272).

Na základě analýz terénních deníků a dat z rozhovorů s **dospělými návštěvníky** během návštěvy muzea a opakovaně s časovým odstupem, John H. Falk a Lynn D. Dierking formulují závěry, že pro velkou část dospělých je dominantním důvodem pro návštěvu muzea právě onen sociální rozměr sdílení kultury, skrze nějž muzeum pomáhá oživovat osobně důležité momenty vlastní minulosti i současných vztahů a preferencí a posiluje vnímání osobní identity jako takové (podrobněji Falk, Dierking 2000, s. 99–101).

Zastřešujícím aspektem při zvažování individuálních či skupinových preferencí ve výběru volnočasové aktivity zůstává fakt, co je skutečným **důvodem** pro **participaci návštěvníků na kultuře a umění**. Podle amerického výzkumu Chrise Walkera, Stephanie Scott-Melnyk a Kathy Sherwood (2002) respondenti uváděli jako podstatné být s přáteli či rodinou, doprovázet rodinného příslušníka či přítele, podpořit svou účastí organizaci či akci důležitou pro svou komunitu, získat neobyčejný umělecký zážitek (Kesner 2005, s. 156). Je však třeba počítat s rozličnými a ne vždy ryze pozitivními motivy k návštěvě muzea. Muzeum tak může být také prostorem pro ukrácení dlouhé chvíle, úkrytem před špatným počasím, místem inspirace, ukojení obyčejné zvědavosti nebo uspokojení touhy po dalších poznacích, prostorem pro výchovu dětí, místem které je považováno za „in“ nebo prostředím pro společné chvíle s rodinou nebo přáteli (Ambrose, Paine 1995, s. 68).

Existující ambivalenci popisuje Ladislav Kesner následovně: *„Na složitou dynamiku různých bariér a motivačních faktorů, které spolurozhodují o volbě kulturní spotřeby, upozorňují i výsledky některých komplexnějších návštěvnických studií. Ty zjistily, že pozitivní obraz muzea sdílí i část lidí, kteří jej nicméně vůbec nenavštěvují, a naopak nemalá část návštěvníků muzea – pokud je dotázána – opakuje negativní **stereotypy o muzeu** a současně přiznává, že je návštěva uspokojila“* (Kesner 2005, s. 108).

Plné uplatnění kulturní kompetence motivovaným a koncentrovaným návštěvníkem může navodit tzv. **optimální prožitek** (tzv. flow effect), který představuje žádoucí stav při vnímání muzejní prezentace. Jde o jakési duševní hnutí, v němž se návštěvník dokáže koncentrovat ve svém vnímání tak intenzivně, že přestává vnímat čas a okolní vjemy, a v procházení muzeem přirozeně a intuitivně (bez nutnosti další vnější motivace) následuje svůj zájem a nadšení. Takto vzniklé pohybové vzorce (návštěvnické trasy) je užitečné zkoumat prostřednictvím metody pozorování, protože mohou výrazně napomáhat následné evaluaci expozice nebo výstavy (Ambrose, Paine 1995, s. 222; srov. Jagošová 2013).

Psycholog Mihaly Csikszentmihalyi charakterizuje optimální prožitek jako *„činnost, která sama v sobě zahrnuje vlastní cíl a motivaci pro konání“* a vysvětluje *„pojem proudu či plynutí (flow). Proud je hluboké zaujetí a nenucené plynutí psychické energie, která vyplňuje celý stav vědomí a vytěsňuje pocity nudy a úzkosti.“* Optimální prožitek je proto *„cosi více než potěšení, neboť člověku přináší uspokojení, vycházející z jeho vlastní aktivity. Uspokojení provází pocit, že dotyčný má schopnosti a dovednosti adekvátní požadavkům, které na něj daná činnost klade“* (Kesner 2005, s. 114–115).

Někteří autoři se věnují podrobnější typologii prožitků, např. Neil a Philip Kotlerovi specifikují rekreační, společenské, vzdělávací, estetické (vizuální a smyslové), oslavné a

okouzlující prožitky v muzeu. Ty popisují John Falk a Lynn Dierking jako výsledek interakce tří kontextů – osobního (divákova), sociálního a fyzického (muzeum) (Kesner 2005, s. 117). Ladislav Kesner však současně také upozorňuje na nadužívání pojmu prožitek ve spojitosti s muzeem (což může souviset také s možnou záměnou pojmů zážitek a zkušenost při nepřesné interpretaci textů z anglického do českého jazyka – pozn. LJ) ve smyslu nejrůznějších interaktivních, adrenalinových, autentických a aktivitu vyžadujících činností, na úkor „obyčejného“ vidění a prohlížení. Vytváří se tak nebezpečný protiklad mezi „aktivním prožitkem“ a pouhým „díváním se,“ tj. „*vnímáním statických objektů nebo prožitku prostoru památkového objektu*“ (Kesner 2005, s. 116).

Sbirkotvorné instituce by proto „měly všemi cestami usilovat o to, aby rehabilitovaly dnes stále méně běžné prožitky údivu, hlubokého smyslového a imaginativního potěšení či silné emocionální reakce, doslovného prozření, které může vyvolávat „pouhé“ vidění exponátů – statických obrazů a objektů – a které nikde jinde mimo muzeum, galerii či památkový objekt nelze získat [...] i toto „pouhé vidění“ tvoří komplexní interakci mysli, těla a prostředí. Estetický prožitek (či prožitek objektu) se neodehrává jen v hlavě, je psychosomatickou zkušeností.“ A proto „také „obyčejné“ vidění či prohlížení může být formou zcela výjimečného a jinak nepřístupného prožitku a svrchovanou odměnou za jejich rozhodnutí muzeum, výstavu či památku navštívit“ (Kesner 2005, s. 117).

Společensky odpovědné a přínosné muzeum

Základním kamenem prohlubujícího se vztahu muzeí ke své veřejnosti, ať už jde o muzejní veřejnost externí či interní – návštěvníky stávající nebo potenciální – představuje uvědomování si významu a pozitivních dopadů **využívání poznatků psychologických disciplín a neurověd** (neuromuzeologie) pro instituci muzea v procesu prezentace muzeálního fenoménu zejména při:

- utváření vhodného muzejního prostředí (muzejní architektura),
- důrazu na respektování poznatků o psychickém (kognice, percepce) a emocionálním vývoji člověka:
 - při koncipování výstav a expozic (muzejní výstavnictví, muzejně-výstavní psychologie a didaktika, muzejně-výstavní kritika),
 - přípravě edukačních programů a projektů (muzejně-prezentační psychologie a didaktika, evaluace v muzejní edukaci),
 - v profesním vzdělávání a osobnostně-sociálním rozvoji (budoucích) muzejních pedagogů (muzejněpedagogická pedeutologie).

Především ve spojitosti se zaváděním pracovního postu muzejních pedagogů v muzejních institucích a z toho plynoucího kvalitativně **hlubšího zacílení muzeí na návštěvníka** – jeho preference, specifika i vyplývající potřeby – opouštějí muzea hlavní proud zaměřenosti na nicneříkající kategorii tzv. univerzálního návštěvníka (tj. širokou veřejnost bez jakékoli bližší specifikace). Naopak se zapojují zejm. do reflexe témat jako:

- **muzeum, speciální návštěvník a realita života** – specifické (návštěvníci se speciálními potřebami) a také dříve zcela marginalizované skupiny jako jsou lidé na okraji společnosti, stejně jako zohlednění zdravotně-sociálně-psychologické roviny, s přesahem „outreach“ (tj. mimo zdi muzea) působení (inkluzivní muzejní pedagogika),
- **muzeum a tabu** – společensky nebo individuálně ožehavá a kontroverzní témata a otázky jejich vhodné prezentace (muzejní etika) spojené jak s globální/národní/lokální, tak rodinnou/osobní historií,
- **muzeum a současný svět** – reflexe nejen historických ale i současných témat, reagujících na aktuální dění ve společnosti, s využitelností získaných poznatků do běžného života,
- **muzeum a lidské zdraví** – spoluodpovědnost muzeí za fyzické a duševní zdraví ve společnosti (duševní hygiena).

„Společensky přínosné muzeum je dynamickou, živou institucí udržující cíle vztahy s různými typy publika, která zároveň podporuje aktivní účast a spolupráci veřejnosti. Je běžnou součástí života lidí, snaží se pěstovat sociální hodnoty a současně poskytuje místo pro dialog a diskusi. Spolupracuje s mnoha různými institucemi z oblasti kultury i mimo ní, a to za účelem vytváření živé, otevřené a spravedlivé společnosti“ (Dodd 2015, s. 28).

V současnosti aktuálním inovativním přístupem a již částečně rozšířenou praxí jsou otázky podílu muzeí na společenské spoluodpovědnosti a výchově v oblasti zdraví a duševní pohody – jedná se však stále o nedostatečně vytěženou oblast, která skýtá značné rezervy. Zvyšuje se porozumění tomu, jak účast na kulturních a kreativních aktivitách může přinášet zjevné a měřitelné dopady na fyzické zdraví a duševní pohodu, nebo jak pravidelná kulturní spotřeba (návštěva muzea, muzea umění nebo koncertu) poskytuje „výrazný stimul pro lidskou existenci, který má dopady na jeho vyrovnanost, představující hodnotu, která prodlužuje jeho život.“ Ačkoli řada otázek zatím zůstává nezodpovězena, představuje toto téma pro muzea obrovský potenciál (Dodd, Jones 2014, s. 7).

V muzejní praxi můžeme na příkladu britské analytické studie sledovat rostoucí základnu koncentrace na veřejné zdraví a duševní pohodu, podporu zdravého životního stylu a edukaci a také odkrývání nerovností v oblasti zdraví. Postupně tak dochází ke vzniku řady projektů, inovativních a experimentálních, které působí jako podnět pro nové cesty ve využívání muzejních sbírek nebo formulaci specifických témat, skupin nebo otázek.

Manchesterská muzea a galerie vytvořily program iniciující zdraví a duševní pohodu. Mezi konkrétní projekty patří *Who Cares?*, projekt v oblasti zdraví a duševní vyrovnanosti (2009–2011), konzultovaný se specialisty v oblasti zdraví, vědci a šesti muzei v severozápadní Anglii, zahrnující Whitworth Art Gallery, jehož výstupem bylo vytvoření terapeutického prostoru v galerii, poskytujícího podnětné prostředí pro zvědavost, bádání, reflexi a meditaci. Dalším příkladem je *Culture Shots*, jednodenní program kreativních aktivit realizovaný v pěti manchesterských univerzitních nemocnicích, které podporovaly posilování profesionální praxe a pacientova zdraví a duševní vyrovnanosti.

Meet Me at MoMA je název projektu Muzea moderního umění v New Yorku – programu pro lidi v raných fázích demence nebo onemocnění Alzheimerovou chorobou a pro jejich pečovatele, který byl vytvořen za účelem zprostředkování hlubšího pochopení a porozumění umění. Jeho cílem je poskytnout „těm, kteří žijí s degenerativním onemocněním, prostor pro vlastní expresivní vyjádření a dialog“ (Dodd, Jones 2014, s. 7).

Role muzeí v podpoře zdraví a celkové životní vyrovnanosti je předmětem zájmu odborníků z praxe i vědců. Vedle Helen Chatterjee nebo Marka O’Neilla se problematice věnuje např. také Jocelyn Dodd, a to podporou role muzeí ve veřejných diskusích nad otázkami zdraví a sociálními otázkami prostřednictvím muzejních sbírek (více Dodd, Jones 2014, s. 7; srov. Dodd 2015).

Problematika fyzického a duševního zdraví se v kontextu muzejní edukace obrací nejen směrem ven, ale také dovnitř, tj. na samotné pracovníky muzeí. V kontextu personálu s pravidelným každodenním kontaktem s návštěvníky se hovoří o rizicích a prevenci syndromu vyhoření a nezbytné podpoře relaxace a zachování duševní rovnováhy u nejrizikovějších muzejních profesí, jimiž jsou obvykle především průvodci, lektori a muzejní pedagogové (Hrubíšová 2014).

Zohledňování psychologických principů v působení dovnitř i vně muzea výrazně přesahuje kompetence muzejní pedagogiky (a muzejních pedagogů). Ve snaze o co nejkompaktnější a nejefektivnější dopady působnosti muzea na veřejnost umožňuje

prohlubovat vazby muzejní edukace na další obory a oblasti (např. muzejní výstavnictví, muzejní architektura, muzejní marketing a management apod.), s potenciálem pro širokou a systematickou spolupráci napříč muzejními profesemi.

Použité zdroje:

AMBROSE, Timothy a Crispin PAINE. *Museum Basics*. London: Routledge, 1995. ISBN 0-415-05770-1.

CAULTON, Tim. *Hands-on Exhibitions: Managing Interactive Museums and Science Centres*. London, New York: Routledge, 2002. ISBN 0-415-16522-9.

DODD, Jocelyn. The socially purposeful museum. *Museologica Brunensia*, 2015, roč. 4, č. 2, s. 28 – 32. ISSN 1805-4722 (print), ISSN 2464-5362 (online).

DODD, Jocelyn a Ceri JONES. *Mind, body, spirit: How museums impact health and wellbeing* [online]. Leicester: University of Leicester, School of Museum Studies, Research Centre for Museums and Galleries, June 2014 [cit. 2015-11-19]. Dostupný z [www: <http://www2.le.ac.uk/departments/museumstudies/rcmg/publications/mind-body-spirit-report>](http://www2.le.ac.uk/departments/museumstudies/rcmg/publications/mind-body-spirit-report). ISBN 978-1-898489-49-8.

ELLARD, Colin. What Happens When You Take a Psychologist to a Museum?: New methods can help us understand how we act and feel in galleries and museums. *Psychology Today* [online]. 26. 2. 2013 [cit. 2015-11-18]. Dostupný z [www: <http://www.psychologytoday.com/blog/mind-wandering/201302/what-happens-when-you-take-psychologist-museum>](http://www.psychologytoday.com/blog/mind-wandering/201302/what-happens-when-you-take-psychologist-museum).

Effects of creative museum outreach sessions on measures of confidence, sociability and well-being for mental health and addiction recovery service-users. *Arts & Health: An International*

Journal for Research, Policy and Practice [online]. 2015, roč. 7, č. 3, s. 231–246 [cit. 2015-11-18]. Dostupný z [www: <http://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/17533015.2015.1061570>](http://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/17533015.2015.1061570).

EVANS, Jody, Kerrie BRIDSON a Joanna MINKIEWICZ. *Branding the Arts: Demonstrating Impact – Four Case Studies of Public Art Museums* [online]. Asia Pacific Social Impact Leadership Centre, Melbourne Business School, November 2013, 151 s. [cit. 2015-11-18]. Dostupný z [www: <http://www.google.cz/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0ahUKEwjQ75HA2Z7JAhVDqxoKHYPtBekQFggkMAA&url=http%3A%2F%2Fcreative.vic.gov.au%2Ffiles%2F7757aec4-184b-4651-be89-a2b300e78ce5%2FDemonstrating_Impact_in_Public_Art_Museums_Report.pdf&usg=AFQjCNEyy2pGpKK73gF7bJhcTuwfXiyCFQ&bvm=bv.108194040,d.bGg>](http://www.google.cz/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0ahUKEwjQ75HA2Z7JAhVDqxoKHYPtBekQFggkMAA&url=http%3A%2F%2Fcreative.vic.gov.au%2Ffiles%2F7757aec4-184b-4651-be89-a2b300e78ce5%2FDemonstrating_Impact_in_Public_Art_Museums_Report.pdf&usg=AFQjCNEyy2pGpKK73gF7bJhcTuwfXiyCFQ&bvm=bv.108194040,d.bGg).

FALK, John H. a Lynn D. DIERKING. *Learning from Museums: Visitor Experiences and the Making of Meaning*. Oxford: AltaMira Press, 2000. ISBN 0-7425-0295-3.

FASSATI, Tomáš. Skupinové a individuální aktivity učí návštěvníka muzea interpretaci umění: výzkumná práce Muzea umění Benešov u Prahy ve spolupráci s FF UK Praha, katedra psychologie 1997. *Muzejní obzory 4-5/1998: příloha Věstníku Asociace českých a moravskoslezských muzeí a galerií*. Praha: Asociace českých a moravskoslezských muzeí a galerií, 1998.

FOLGA-JANUSZEWSKA, Dorota. *Muzeologia neuronalna. Inne spojrzenie na muzeum XX wieku* [online]. [201?], 12 s. [cit. 2015-11-18]. Dostupný z [www: <http://www.neurohistoriasztuki.umk.pl/pliki/dfj1.pdf>](http://www.neurohistoriasztuki.umk.pl/pliki/dfj1.pdf).

HOOPER-GREENHILL, Eilean. *Museums and Education: Purpose, Pedagogy, Performance*. 3. vyd. London, New York: Routledge, 2009. ISBN 0-415-37936-9.

HOOPER-GREENHILL, Eilean. *Museums and their Visitors*. 2. vyd. London, New York: Routledge, 1996. ISBN 0-415-06857-6.

HORÁČKOVÁ, Hana. *Výzkum muzejních návštěvníků*. Brno: Masarykova univerzita, Filozofická fakulta, Ústav archeologie a muzeologie, 2010. Magisterská diplomová práce. Vedoucí práce Mgr. Lucie Jagošová, DiS.

HRUBIŠOVÁ, Jana. *Syndrom vyhoření u muzejních průvodců a lektorů*. Brno: Masarykova univerzita, Filozofická fakulta, Ústav archeologie a muzeologie, 2014. Magisterská diplomová práce. Vedoucí práce Mgr. Lucie Jagošová, DiS.

INGLE, Marilyn. Pupils' perceptions of museum education sessions. In HOOPER-GREENHILL, Eilean. *The Educational Role of the Museum*. London, New York: Routledge, 1994, s. 316–323. ISBN 0-415-11287-7.

JAGOŠOVÁ, Lucie. Evaluace v muzejní edukaci – teoretická východiska. *Museologica Brunensia*, 2013, č. 2, s. 15–21. ISSN 1805-4722.

JENSEN, Nina. Children, teenagers and adults in museums: a development perspective. In HOOPER-GREENHILL, Eilean. *The Educational Role of the Museum*. London, New York: Routledge, 1994, s. 268–274. ISBN 0-415-11287-7.

JAGOŠOVÁ, Lucie, Vladimír JŮVA a Lenka MRÁZOVÁ. *Muzejní pedagogika: Metodologické a didaktické aspekty muzejní edukace*. Brno: Paido, 2010. ISBN 978-80-7315-207-9.

JŮVA, Vladimír. *Dětské muzeum. Edukační fenomén pro 21. století*. Brno: Paido, 2004. ISBN 80-7315-090-5.

KAISER, Brigitte. *Inszenierung und Erlebnis in kulturhistorischen Ausstellungen: Museale Kommunikation in kunstpädagogischer Perspektive*. Bielefeld: transcript Verlag, 2006. ISBN 3-89942-452-2.

KESNER, Ladislav. *Marketing a management muzeí a památek*. Praha: Grada publishing, 2005. ISBN 80-247-1104-4.

MRÁZOVÁ, Lenka. Poznámky k pojmu motivace v práci muzejního pedagoga. *Museologica Brunensia*, 2013, č. 3, s. 26–31. ISSN 1805-4722.

Museology: Back to Basics / Muséologie: revisiter nos fondamentaux / Museologia: retorno a las bases. Morlanwelz : Musée royal de Mariemont, 2009. ISBN 978-2-930469-26-3. ICOFOM Study Series, Issue 38. Working Papers.

PAVLÍKOVÁ, Václava. *Psychologické výzkumy vlivu kontaktu s přírodou na duševní zdraví člověka* [online]. Brno: Masarykova univerzita, Fakulta sociálních studií, Katedra environmentálních studií, 2015 [cit. 2015-12-18]. Magisterská diplomová práce. Vedoucí práce PhDr. Jan Krajhanzl, Ph.D. Dostupný z [www: <http://is.muni.cz/th/416461/fss_m/DIPLOMOVA_PRACE_-_VACLAVA_PAVLIKOVA.pdf>](http://is.muni.cz/th/416461/fss_m/DIPLOMOVA_PRACE_-_VACLAVA_PAVLIKOVA.pdf).

POTTER, Mary Grace. The Care of the Museum Visitor. In *Public View: the ICOM Handbook of Museum Public Relations*. Paris: ICOM, 1986, s. 35–39. ISBN 92-9012-107-6.

SCHOUTEN, Frans. Target groups and displays in museums. In *Reinwardt Studies in Museology: Exhibition Design as an Educational Tool*. Leiden: Reinwardt Academy, [1983]a, s. 1–10.

SCHOUTEN, Frans. Visitor perception: the right approach. In *Reinwardt Studies in Museology: Exhibition Design as an Educational Tool*. Leiden: Reinwardt Academy, [1983]b, s. 37–46.

SCHUSTER, Martin a Hildegard AMELN-HAFFKE (eds.). *Museums-Psychologie: Erleben im Kunstmuseum*. Göttingen: Hogrefe Verlag, 2006. ISBN 3-8017-1682-1.

TALBOYS, Graeme K. *Museum Educator's Handbook*. Aldershot, Brookfield: Gower, 2000. ISBN 0-556-08173-3.

TRAN, Lynn Uyen a Heather KING. The Professionalization of Museum Educators: The Case in Science Museums. *Museum Management and Curatorship*, 2007, č. 2, s. 131–149. ISSN 0964-7775.

WASMER ANDREWS, Linda. Museums as Healing Places: Musings on the mind-body health benefits of museums. *Psychology Today* [online]. 22. 12. 2010 [cit. 2015-11-18]. Dostupný z [www: <https://www.psychologytoday.com/blog/minding-the-body/201012/museums-healing-places>](https://www.psychologytoday.com/blog/minding-the-body/201012/museums-healing-places).

ZIĘBIŃSKA-WITEK, Anna. Muzea wobec nowych trendów w humanistyce: refleksje teoretyczne. *HISTORYKA. Studia Metodologiczne* [online]. 2015, č. 45, s. 97–115 [cit. 2015-11-18]. Dostupný z [www: <http://www.historyka.org.pl/>](http://www.historyka.org.pl/)

<[http://historyka.edu.pl/fileadmin/user_upload/news/Historyka_45_PLEN/6MUZEA_WOBE
C.pdf](http://historyka.edu.pl/fileadmin/user_upload/news/Historyka_45_PLEN/6MUZEA_WOBE_C.pdf)>. ISSN 0073-277X.