

PŘEDPOKLADY SPOLUPRÁCE MUZEA A ŠKOLY – PREZENTACE VÝSLEDKŮ VÝZKUMNÉHO ŠETŘENÍ

Petra ŠOBÁŇOVÁ

Univerzita Palackého v Olomouci, Katedra výtvarné výchovy,
sobanovp@pdfnw.upol.cz

ŠOBÁŇOVÁ, Petra. Presuppositions of Museum and School Cooperation – Results. The contribution presents outcomes of a research carried out among young, beginning teachers. The aim was to ascertain the respondents' attitude towards museums and museum education, but also their will to cooperate and the requests they make as a presupposition of deeper cooperation. Based on the results of the research, the concept of a "friendly museum" can be formulated, along with a notion of an ideal museum, which complies with the repeated requests of both teachers-to-be and experienced teachers.

Klíčové slová: muzeum; škola; muzejní edukace

Keywords: museum; school; museum education

Príspevek se věnuje vztahu mezi muzeem a školou, jehož kvalita je předpokladem úspěšné a smysluplné spolupráce mezi oběma institucemi. Škola přináší muzeu důležité podněty pro jednu z podstatných oblastí jeho činnosti, jíž je muzejní edukace, a školní skupiny představují významnou část návštěvníků muzea. Vycházíme-li z předpokladu, že teprve návštěvníci opodstatňují existenci a smysl této instituce, jde pro muzeum o velmi významnou cílovou skupinu. Pravidelné návštěvy škol znamenají také příslib do budoucna: žáci, kteří muzeum navštěvují pravidelně se školou nebo s rodinou, jsou i v budoucnu jeho stálými návštěvníky. V praxi jsou to právě učitelé, kteří rozhodují o tom, zda návštěvu muzea do svého tematického plánu zařadí, či nikoliv. Právě oni své žáky přivádějí do muzea a z „nenávštěvníků“ tak vychovávají návštěvníky. Role učitelů je klíčová také proto, že rodiny se kulturním aktivitám ne vždy věnují v dostatečné míře a děti podobnou instituci navštěvují často poprvé právě se školou. Muzeum by tedy mělo dbát na komunikaci s učiteli a zohledňovat jejich požadavky na svou činnost.

Cíle šetření

Cílem šetření bylo popsat vztah pedagogů k muzeu a muzejní edukaci a zjistit, jaké požadavky (coby předpoklad hlubší spolupráce) směrem k muzeu kladou a zda jsou ochotni ke spolupráci s ním. Výsledky by měly vést k formulaci jasných požadavků školy směrem k muzeu – jejich vyslyšení může ke zlepšení vzájemného vztahu výrazně přispět.

Výzkumné otázky

Na základě tématu a stanovených cílů šetření byly formulovány obecné výzkumné otázky. Vzhledem k šíři výzkumného problému jsme vymezili tři samostatné okruhy otázek, které byly postupně dále specifikovány na 32 specifických výzkumných otázek.

Obecné výzkumné otázky:

1. Jaký je vztah pedagogů k muzeím?
2. Jaký je vztah pedagogů k muzejní edukaci?
3. Co mají muzea učinit, aby více zaujala učitele a žáky?

Vzhledem k rozsahu tohoto článku se budeme věnovat pouze třetí otázce, která přinesla nejzajímavější výsledky.

METODOLOGICKÉ POSTUPY

Obecná strategie šetření a jeho průběh

Naše kvantitativní šetření je kombinací popisné a explanační studie. Příprava výzkumu a jeho následná realizace probíhala v obvyklých fázích: po teoretické analýze bylo stanoveno téma a provedena pilotáž. Následně byl sestaven dotazník a proveden předvýzkum, kterého se zúčastnilo 120 respondentů. Vlastní výzkum (400 respondentů) pak proběhl ve fázích shromažďování dat, jejich analýza a vyvození závěrů.

Popisovaný výzkum je kvantitativně orientovaným výzkumem, během něhož jsme získali značné množství dat. Tato data byla postupně zpracována běžným způsobem: uspořádali jsme je a sestavili obsáhlé tabulky četností, na základě kterých bylo možné informace o výzkumném vzorku zobecnit, graficky znázornit a interpretovat. Vztahy mezi proměnnými byly ověřovány testem statistické významnosti.

Konceptuální schéma

Konceptuální rámec výzkumu se vyvíjel paralelně s výzkumnými otázkami a je s nimi konzistentní. Provedený výzkum zkoumá zvolený problém klasickými kvantitativními metodami, naše šetření je popisnou studií, proto také stály v popředí výzkumné otázky a obecná strategie výzkumu a jeho konceptuální schéma nepracuje s hypotézami. V šetření byly však doplňkově uvažovány také kauzální

vztahy mezi proměnnými. Pokusili jsme se sledovat, zda má na postoje respondentů k muzeu a muzejní edukaci vliv studovaný obor a praxe, dále místo jejich původu a frekvence školních návštěv muzea, které respondenti absolvovali během své školní docházky. Tyto proměnné přitom uvažujeme jako nezávisle proměnné.

Metoda získávání dat

Nástrojem pro shromáždění potřebných dat se stal dotazník, sestavený na základě definovaných proměnných a celkové hierarchie konceptů. Podle povahy proměnných a požadované formy dat jsme určili, které otázky v dotazníku vyžadují dichotomický systém odpovědí a které budou škálované. Některé otázky byly otevřené. Shromážděné výpovědi na tyto otázky byly podrobně vyhodnoceny a sdruženy do širších kategorií. Přestože šlo o náročnou metodu zpracování dat, nepřipadala zde jiná možnost v úvahu – jakýkoliv předem daný návrh možností (kategorií) by respondenty nepochybně ovlivnil a nám šlo o co nejobjektivnější zjištění.

Základní soubor

Náš výzkum se zaměřil především na stanoviska budoucích učitelů, zároveň však zkoumal také pedagogy v praxi. Znat postoje a názory nastupujících pedagogů považujeme za zvlášť užitečné – představují totiž novou učitelskou generaci, která může do stávajícího postoje škol k muzejní edukaci vnést výrazné změny. Mnozí se jako studenti měli možnost seznámit se současnými formami muzejní edukace a měli zřejmě možnost poznat vlídnější tvář muzeí – jistě lépe než generace starší. Zajímalo nás, zda jsou jejich postoje k muzeím příslibem možného rozvoje vzájemné spolupráce. Zapojení zkušenějších pedagogů z praxe bylo zase přínosné možností srovnání jejich postojů s postoji mladších či nastupujících kolegů.

Výzkumný vzorek

Jako vzorek reprezentující základní soubor byli vybráni studenti studující v letech 2007 – 2008 na Pedagogické fakultě Univerzity Palackého v Olomouci a další pedagogové z náhodně zvolených základních škol. Výzkumný vzorek lze blíže charakterizovat takto: celkový počet respondentů byl 400; respondenty byly většinou ženy (více než 97 %); věkové rozpětí respondentů bylo 19 – 51 let, přitom z celkového počtu bylo 86 % mladších než 30 let (průměrný věk byl 23,8 let); z celkového počtu bylo bez praxe 80 % respondentů (budoucí pedagogové) a 20 % s praxí (pedagogové z praxe).

Metody zpracování a analýzy dat

V této fázi výzkumu byly provedeny následující kroky: shrnutí a redukce dat, analýza na popisné úrovni a vztahová analýza. Shromážděná data byla převedena do elektronické podoby a analyzována. Na základě tabulek četností byly vytvořeny histogramy, rozkladové tabulky popisných statistik a koláčové grafy. Následně byly zkoumány dvojrozměrné vztahy mezi proměnnými. Ty jsou u nás kategoriálního typu, použity tedy byly kontingenční tabulky. Užili jsme frekvenční statistiku typu chí-kvadrát, konkrétně byl aplikován test dobré shody chí-kvadrát a test nezávislosti chí-kvadrát pro kontingenční tabulku.

Výsledky

Vzhledem k množství získaných dat a možnému rozsahu tohoto textu se nyní přímo zaměříme na odpovědi na zvolenou výzkumnou otázku a data nebudeme prezentovat v tabulkách a grafech. Zájemce o podrobné výsledky a odpovědi na další otázky lze odkázat na práci *Edukační potenciál muzea*.¹

Jaké jsou tedy odpovědi na výzkumnou otázku: *Co mají muzea učinit, aby více zaujala učitele a žáky?* Respondenti uvedli mnoho příkladů, které byly pro přehlednost sdruženy do dvanácti kategorií.

Jak a čím by podle respondentů muzea učitele a jejich žáky více zaujala?

- animacemi ... 44 % respondentů;
- lepší expozicí (lepšími tématy i jejich zpracováním) ... 24 % respondentů;
- doprovodnými programy ... 18 % respondentů;
- naplněním konceptu „přátelského muzea“² ... 13 % respondentů;
- různými formami propojení muzea se školou ... 10 % respondentů;
- expozicemi určenými přímo dětskému návštěvníkovi ... 9 % respondentů;
- zlepšením public relations muzea (tj. lepší propagací muzea a jeho činnosti, dostupnějšími informacemi o výstavách a akcích) ... 5 % respondentů;
- menším nebo žádným vstupným ... 5 % respondentů;
- moderními technologiemi v muzeu ... 3 % respondentů;
- muzea a galerie jsou v pořádku, nemusí se měnit ... 2 % respondentů;
- muzejním pedagogem ... 1 % respondentů;

Sdružíme-li příbuzné nebo překrývající se kategorie, získáme následující přehled. Muzea by učitele a jejich žáky zaujala:

- animačními a dalšími doprovodnými programy (a muzejním pedagogem, který je připravuje a vede) ... 63 % respondentů;
- lepší expozicí (sem nyní zahrnujeme i návrhy na zohlednění dětského návštěvníka při tvorbě expozic a požadavek moderních technologií v muzeu,

¹ ŠOBÁŇOVÁ, Petra. Edukační potenciál muzea. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, Pedagogická fakulta, 2009, 286 s. Disertační práce.

² „Přátelské muzeum“ budeme blíže charakterizovat v diskusi.

- které byly jistě uvažovány jako součást expozice) ... 36 % respondentů;
- naplněním konceptu „přátelského muzea“ (do něhož zahrnujeme otázku vstupného a lepšího public relations) ... 23 % respondentů;
- různými formami propojení a spolupráce muzea se školou (kam můžeme vřadit i ohled na dětského návštěvníka při tvorbě expozic) ... 19 % respondentů.

Diskuse

Náš výzkum ukázal, že vztah pedagogů k muzeu a muzejní edukaci je velmi vstřícný, pozitivní. Prakticky všichni podporují současný trend rozvoje muzejní edukace, uvědomují si, že se muzea jako hodnotný partner mohou významně podílet na naplňování cílů školních vzdělávacích programů.

Čím mohou muzea přispět ke zvýšení zájmu škol o svou nabídku? 2 % respondentů nenachází nic, co by měla muzea měnit. Jejich činnost i nabídka se jim jeví jako kvalitní, svůj postoj by měli změnit učitelé. Ostatní by muzea zaujala animacími a dalšími doprovodnými programy (vedenými muzejním pedagogem), lepší expozicí, naplněním konceptu „přátelského muzea“ či různými formami propojení a spolupráce muzea se školou.

Možnost *animace* uvedlo nejvíce, 44 % respondentů. Údaj je takto vysoký i přesto, že většina respondentů tento pojem nezná. Do této kategorie jsme však přiřadili i návrhy respondentů, které byly téměř přesným opisem tohoto pojmu. To znamená, že učitelé animaci jako formu muzejní edukace sice neznají, ale – jsou-li tázáni – spontánně formulují, že přesně takovou formu muzejní edukace by si přáli pro své žáky.

Možnost *doprovodné programy* uvedlo 18 % respondentů. Z odpovědí nebylo vždy zřejmé, jestli se ještě jedná o animaci, nebo již o jiný typ doprovodného programu a jestli jde v případě „doprovodného programu“ o program vzdělávací. Ať tak či onak, plných 62 % našich respondentů neuspokojuje pouze běžná návštěva muzea (s potenciálem informálního učení) a žádají něco více. Jistě tak uvažují s ohledem na žáky, jejichž schopnost porozumět muzejním exponátům je menší než u dospělých vzdělaných osob. Výsledky potvrzují požadavek, aby muzea ve vztahu k veřejnosti věnovala pozornost nejen přípravě kvalitních expozic, ale také přímé facilitaci vnímání návštěvníků a jejich poznávacích, resp. učebních procesů.

Do položky *doprovodné programy* patří především tyto náměty respondentů: komentované prohlídky, speciální prohlídky (*noční prohlídky*³), prohlídky spojené s aktivitami (animační etudou, praktickou činností), speciální doprovodné akce jako např. hry, soutěže, pracovní dílny, audiovizuální programy, setkání a diskuze s umělci či kurátory, přednášky. Dá se říci, že různou měrou je již nyní muzea připravují a vzhledem k zájmu respondentů by v této činnosti měla pokračovat.

Do kategorie, již se nyní věnujeme, nepochybně patří i požadavek, aby byl učitelům k dispozici muzejní pedagog; tuto možnost sice výslovně uvedlo jen

³ Kurzívou označujeme (a budeme označovat i v následujícím textu) citace z výpovědí respondentů.

1 % respondentů, ale animace nebo doprovodný program se zajisté nemůže uskutečnit bez člověka, který je připraví a vede. Požadavek na muzejního pedagoga nebo jiného specialistu na komunikaci a práci s veřejností je tak implicitně přítomen u plných 63 % respondentů.

Do kategorie *lepší expozice* zařazujeme kromě návrhů týkajících se témat a zpracování expozice také zohlednění dětského návštěvníka při tvorbě expozic a požadavek moderních technologií v muzeu, které respondenti zajisté uvažovali jako součást expozice. Celkově tak tuto možnost uvedlo 36 % respondentů. Podněty týkající se expozic byly velmi rozdílné; někteří pedagogové navrhovali – kromě zajímavých aktuálních témat – i témata banální nebo prvoplánově populární. Podle našeho názoru by měla volba témat jistě zůstat v kompetenci muzea a jeho kurátorů – vždyť musí vycházet ze sbírek daného muzea.

Názory na to, které téma výstavy je nosné, se mohou přirozeně různit, ale záleží jistě především na způsobu jeho uchopení. Snad každé téma lze vhodným způsobem prezentace učinit zajímavým. Za podnětnější považujeme proto požadavky respondentů na zpracování expozice, její podobu a řešení. Učitelé požadují – v souladu s tím, co znají třeba ze zahraničí – příjemnou expozici, kde návštěvníka neruší a „*neznervózňují protivně hlídačky*“, kde se lze v případě potřeby posadit a zaměřit svou pozornost na zajímavý exponát. Pro podporu vnímání exponátů žádají – spíše než modernistický – kontextuální způsob prezentace (*věci doplňující výstavu plošných artefaktů, spojení se životem umělce, propojení s historickými reáliemi, obrazový nebo hudební doprovod*). Expozice by měla být interaktivní, netradiční (*venkovní expozice*), s využitím současných technologií (*simulátory, digitální panoramata*). Mnoho podnětů se týkalo specifik dětského návštěvníka, které jsme pro jejich četnost vyčlenili zvlášť.

Expozice určené či přizpůsobené přímo dětskému návštěvníkovi si žádá 9 % respondentů. Opět i zde se objevují různé návrhy a rozhodně ne všechny by měla muzea přijmout. V obecné rovině učitelé požadují ohled na specifika dětského návštěvníka, *výstavy přímo pro děti, náměty blízké dětem a jejich světu, přizpůsobení „běžných“ expozic dětem, ale i zapojení dětí do fungování galerie*. Konkrétnější návrhy témat expozic pak místy balancují na pomezí podbízivosti (*výstava obrázků z animovaných filmů a Večerníčků*): snad většina vyslovujících se respondentů navrhuje vystavovat dětské ilustrátory a autory tvořící přímo pro děti a mládež. Otázka kvality je tu nepochybně stěžejní, respondenti se k ní však většinou nevyslovují a jde jim hlavně o to, aby téma bylo pro děti atraktivní.

Jako problém se jeví pojetí toho, co je „dětské“, co se dětem líbí, nebo co se učitelé domnívají, že se dětem líbí – a ovšem otázka, zda by to mělo muzeum akceptovat, nebo spíše nabízet alternativu a rozšiřovat okruh toho, co se dětem může „líbit“. Domníváme se, že muzeum by se nemělo podbízet a podléhat pokušení zvyšovat svou návštěvnost na úkor kvality. Na druhou stranu to neznamena, že by se mělo vyhýbat populárním tématům nebo projevům pop-kultury – i ty lze zpracovávat podnětným a kritickým způsobem, který nepopularizuje již populární, ale spíše nastavuje společnosti zrcadlo a přivádí návštěvníka k zamyšlení.

Velmi časté byly návrhy, aby muzeum umožnilo prezentaci dětské tvorby, zajímavým podnětem je návrh vystavovat dětský výtvarný projev v konfrontaci

s výtvarným projevem dospělých umělců. Hlavně se však – v souvislosti s dětmi v muzeu – objevuje požadavek skrze expozici *děti vzdělávat* (vhodným, nenásilným způsobem), přizpůsobit formu návštěv jejich možnostem a respektovat jejich specifika a potřeby (*krátké prohlídky přístupné dětem, přizpůsobení věku, dostatek prostoru, možnost volnějšího pohybu, možnost dotýkat se exponátů, nebo alespoň replik a modelů, motivovat, stimulovat vnímání, aktivizovat, „něco dělat“ – nejen se dívat*).

Odpovědi sdružené do této kategorie úzce souvisejí s problematikou dětských muzeí, které se u nás průkopnickým způsobem věnuje V. Jůva.⁴ Z Jůvy knihy *Dětské muzeum* namátkou vybraná charakteristika Švýcarského dětského muzea v Badenu přesně odpovídá návrhům našich respondentů: zmíněné muzeum se specializuje „na genezi dětské hry a hraček... Muzeum dětem umožňuje vystavovat jejich vlastní práce a ve svých prostorách nabízí řadu aktivizačních programů.“⁵ Fenomén dětského muzea, založený na změně v postavení dětí ve společnosti a na předpokladu, že děti mají právo na vlastní kulturu, se již rozvíjí i u nás a – jak potvrzuje naše šetření – má velký potenciál učitele a jejich žáky oslovit.

3 % respondentů by přivítala moderní technologie v muzeu, které mohou výrazně přispět k atraktivitě a interaktivitě expozic. Současné výtvarné výtvarky v podobě moderních komunikačních prostředků, počítačů, audiovizuálních přístrojů, stejně jako fenomén digitalizace a virtuality otevírá muzeím a jejich návštěvníkům mnoho možností. Zdá se, že limity jsou pouze finanční a že moderní technologie mohou být kreativně uplatněny ve všech typech muzejních činností.

Koncept „přátelského muzea“

Pod tuto kategorii jsme zahrnuli odpovědi 23 % respondentů, které přes svou rozmanitost měly cosi společného. V mnoha aspektech podobné a opakující se návrhy spojovala vize muzea, které je maximálně otevřené, „nizkoprahové“ (smíme-li použít označení, které se používá v práci s ohroženými dětmi a mládeží a které znamená, že kdokoliv z ulice může beze strachu a překážek vejít) a k návštěvníkovi přívětivé. Ovšemže by do tohoto bodu mohly být zařazeny i odpovědi sdružené ve výše uvedených kategoriích, ale návrhy a požadavky směrem k muzeu, o kterých hovoříme nyní, se netýkaly pouze kvalitních expozic či edukačních a jiných programů pro návštěvníky. Respondenti zde spíše verbalizovali svou touhu po vlídném přijetí, po pozornosti, po příznivém sociálním klimatu v muzeu.

Návštěvníci chtějí být v muzeu vítáni, nechtějí a nemají zapotřebí zažívat pocit, že jsou na obtíž, že vyrušují a obtěžují. Vliv na celkový dojem z muzea mají z tohoto pohledu i jednotlivé, zdánlivě nepodstatné detaily, které často ovlivní dojem z návštěvy více než sebekvalitnější expozice a sbírky. Máme na mysli např. otevřený, lákavý vstup do muzea (eliminující „bariéru prahu“, o níž hovoří např. L. Kesner⁶), vlídné přijetí ze strany pomocného personálu a kustodů (přivítání

⁴ JŮVA, Vladimír. *Dětské muzeum: Edukační fenomén pro 21. století*. Brno: Paido, 2004, 264 s.

⁵ JŮVA, ref. 4.

⁶ KESNER, Ladislav. *Muzeum umění v digitální době: Vnímání obrazů a prožitky umění v soudobé společnosti*. Praha: Argo a Národní galerie v Praze, 2000, 258 s.

na recepci či v pokladně a šatně muzea, při vstupu do expozice), návštěvnický servis v podobě sociálního zařízení, dětského koutku, kavárny, občerstvení atp.

Zvláště kustodi byli vícekrát jmenováni jako ti, kteří návštěvníkům dokáží výrazně znepríjemnit jejich chvíle v expozici (*protivné hlídačky, přísné důchodkyně, „bachaři“ ve Veletržním paláci*). Rolí kustoda je samozřejmě v první řadě chránit exponáty, často nenahraditelné a mající nevyčíslitelnou hodnotu. Ale přesto: nutná ochrana exponátů je věcí a starostí muzea, nikoliv návštěvníků. Ti jsou zváni, aby se dívali na vystavené předměty, a nikoliv aby „si hlídali“ alarm, aby úzkostlivě sledovali, zda nestojí u exponátů příliš blízko, zda do něčeho při chvilce nepozornosti nevráží a pod. Je věcí architekta výstavy, aby zajistil opravdu vzácným exponátům vhodnou ochranu (nenásilnou bariérou, vitrínou apod.) a také aby přitom dbal na to, že lidé (a zvláště děti) na prohlídku potřebují dostatek prostoru a jistou volnost pohybu. Vyžadují-li si exponáty opravdu přísný způsob ochrany a zvláštní režim návštěv, měli by být návštěvníci vhodnou formou upozorněni předem, a nikoliv v expozici okřikováni a pronásledováni ochrankou. Působení kustodů by se mělo řídit určitými pravidly a jejich vystupování by mělo být za všech okolností profesionální, příjemné a taktní.

Do této kategorie jsme zahrnuli i otázku vstupného a lepšího public relations, i když jsme je kvůli přesnému vyčíslení sledovali původně zvlášť. Otázku vstupného uvedlo 5 % respondentů, kteří navrhuji buď vstupné zcela zrušit, anebo vybírat jen nízké. Domníváme se, že muzea v ČR vybírají vstupné v rozumné výši a pro návštěvníky snad neznámá výraznější překážka. Sledujeme-li značnou návštěvnost různých putovních výstav komerčního charakteru (Leonardo da Vinci, Bodies Revealed) se vstupným podstatně vyšším než u většiny běžných muzejních expozic, pak se jen potvrzuje, že jeho výše není hlavním faktorem návštěvnosti. Ani výzkumy, které cituje např. F. Waidacher⁷ neprokazují, že by se návštěvnost muzeí výrazněji zvýšila poté, co konkrétní instituce umožnila veřejnosti volný vstup. Ovšem u školních skupin je situace poněkud jiná: pro učitele je organizace návštěvy muzea náročná, a to i bez vybírání peněz od žáků. Vstupné může přispívat k tomu, že mnozí raději zůstávají ve škole. Volný vstup pro školní skupiny by tak muzea mohla zvážít, anebo se alespoň držet tradičního pravidla, že pro děti platí slevy a že pro pedagogický doprovod je vstup zdarma. Domníváme se však, že vybírání dalších peněz za lektora a animaci se již může stát výraznou překážkou, která učitele od využití edukačních služeb muzea odradí.

Respondenti požadují také lepší propagaci muzea a jeho činnosti, dostupnější informace o výstavách a doprovodných akcích. Nabídka mnohých muzeí je již nyní velmi bohatá a kvalitní, jen je třeba o ní veřejnost informovat. Každá informace v médiích nebo na jiném sledovaném místě zájem návštěvníků velmi ovlivňuje. Ve vztahu ke škole a učitelům považujeme za vhodné také adresné oslovení (prostřednictvím postupně vytvořené databáze spolupracujících učitelů), pravidelné zasílání aktuální nabídky, nabídku speciálních akcí, které propagují a popularizují muzeum atd.

⁷ WAIDACHER, Friedrich. Příručka všeobecné muzeologie. Bratislava: Slovenské národné múzeum - Národné múzejné centrum, Vydavateľstvo SNM, 1999, 477 s.

V čem tedy spočívá koncept „přátelského“ muzea, zformulovaný na základě připomínek a návrhů našich respondentů?

„Přátelské“ muzeum:

- je tu především pro své návštěvníky, ke kterým je vlídné a přátelské;
- je směrem k nim aktivní a komunikativní;
- je kreativní ve své snaze oslovit návštěvníky, dává o sobě vědět, informuje o své činnosti a nabídce;
- je otevřené, blízké životu návštěvníků, všímá si aktuálních společenských problémů;
- je přístupné nejen odborníkům, ale i laikům, je „nízkoprahové“ v tom smyslu, že eliminuje „bariéru prahu“, není elitářské;
- zvažuje pečlivě otázku vstupného, aby nebylo pro určité návštěvnické skupiny překážkou;
- disponuje širokým spektrem nabídky směrem k návštěvníkům (pořádá jednorázové i pravidelné akce, organizuje kroužky, workshopy, pravidelná setkání okruhu příznivců muzea);
- svou komunikaci s návštěvníkem přizpůsobuje jeho specifikům (např. jeho věkové kategorii, vzdělání, specifickým potřebám – zajistí bezbariérový vstup, speciálně-pedagogickou přípravu svých muzejních pedagogů, alespoň základní jazykové znalosti personálu, který přichází do styku s návštěvníky);
- své návštěvníky aktivizuje a zapojuje do dění uvnitř instituce i do svých problémů;
- v expozici si všímá více „pohody“ návštěvníků než exponátů;
- nabízí kontakt s originálem a přitom samo vyřeší ochranu exponátů tak, aby návštěvníka nestresoval strach z jejich poničení;
- nabízí zážitek a umožňuje také přirozenou živou reakci návštěvníků na shlédnuté exponáty;
- věnuje zvláštní pozornost dětem a dětské kultuře (vytváří speciální programy pro děti, které jsou zajímavé, mají zábavnou, hravou formu, vhodně zpřístupňují exponáty, jsou spojeny s praktickými tvůrčími činnostmi);
- nabízí návštěvníkům bohatý servis: od možnosti získat podrobnější informace o muzeu i expozici, zakoupit si publikace k výstavám, přes nabídku pracovních listů k výstavám, kvalitní webové stránky, až po sociální zázemí v budově muzea;
- motivuje návštěvníka k příštím návštěvám a k jeho dalšímu úsilí o poznání.

Další poznatky

Kromě požadavku přátelského muzea respondenti navrhují také další možnosti – vzhledem k rozsahu článku se jim však nelze věnovat podrobněji. Respondenti např. navrhují různé formy propojení a spolupráce muzea se školou, často zmíněna byla žádoucí souvislost expozic a doprovodných programů se školním učivem. Domníváme se, že stávající či nové expozice není potřeba násilně „didaktizovat“ či volit témata přesně shodná s kurikulem. Záleží na kreativité

a profesionalitě muzejního pedagoga, aby dokázal na tématu výstavy či dílčím motivu tuto souvislost nacházet a také aby byl schopen vybrat vhodný exponát či námět, který z tohoto pohledu skrývá největší potenciál. Znalost kurikula a také specifika různých školních skupin je tak pro muzejního pedagoga nutností.

Nabídka edukačních programů také nemusí směřovat pouze k žákům, ale i k učitelům, jak se již v některých českých muzeích stalo dobrým zvykem. Hlubší spolupráce se školou je tak přínosem nejen pro žáky, ale i pro pedagogy samotné, protože rozšiřuje také jejich poznatky a rejstřík způsobů, jimiž lze určité učivo s žáky nahlížet.

Výzkumné šetření přineslo ještě další zajímavý poznatek, byť pro jeho zjišťování nebyla formulována specifická výzkumná otázka ani položka v dotazníku. „Mezi řádky“ většiny výpovědí lze však číst fakt, že respondenti jako celek dávají přednost muzeu jako otevřenému, živému společenskému centru, nikoliv muzeu kontemplativnímu a tichému. Respondenti by si se svými žáky v muzeu rádi povídali, něco dělali, vyráběli, tvořili – nechtějí se jen dívat.

Toto vskutku bazální pojetí muzea je problém, který řeší jak teorie, tak i muzejníci v praxi. Jde o spor koncentrovaný v otázce, zda má být muzeum spíše *templum*, nebo *forum*, tedy chrám, anebo veřejné komunikační centrum.⁸ J. Žalman pro uchopení dvou pólů, mezi nimiž se pojetí muzea může pohybovat, používá Aristotelovu tezi o dvou protichůdných životních stylech: „*vita contemplativa*“ a „*vita activa*“.⁹ Použijeme-li tuto myšlenku, pak lze mezi muzei rozpoznat dva typy a označit je latinskými výrazy *museum contemplativum* a *museum activum*.

Tradiční je ovšem typ první, vždyť muzeum i samotný svůj název odvozuje od svatyně, antického chrámu bohyně Múz. Také chování subjektů muzealizace samotné – ve všech jejích fázích – často připomíná náboženské chování, náboženství se často přímo týkají také objekty muzealizace. Je známo, že tezaury – původní chrámové pokladnice (sbírky votivních předmětů) – byly jedním z historických zhmotnění muzealizační tendence člověka a staly se součástí sbírek mnoha muzeí. Lidé od pradávna shromažďovali muzeálie-sakrální předměty, muzeálie-ostatky, umělecká díla s náboženským obsahem, umělecká díla jako votivní předměty.

Také kupř. konzervace muzeálií nápadně připomíná zacházení s ostatky zbožštěných vládců anebo křesťanských světců. Klasická prezentace muzeálií zase nese rysy náboženské adorace. Vše posvátné je společností zpravidla chráněno důmyslným systémem zákazů a je od profánního izolováno¹⁰ – podobně jako muzeálie. Muzeum může být jedinečným prostorem pro usebrání a estetický či náboženský prožitek, které k sobě mohou mít až překvapivě blízko.

Přesto: „pozdvihování“ mlčících exponátů a pobídka k jejich tiché „adoraci“, tedy rysy klasické muzejní prezentace, není způsob, který vyhovuje všem a zvláště ne dětem. Tento způsob prezentace totiž předpokládá, že návštěvník

⁸ HORÁČEK, Radek. Galerijní animace a zprostředkování umění. Brno: Akademické nakladatelství Cerm, 1998, 142 s.

⁹ ŽALMAN, Jiří. Má hlava je muzeum aneb Dupání lehkou nohou v muzeologii. Praha: Asociace muzeí a galerií České republiky, 2004, 64 s.

¹⁰ MONTOUSSÉ, Marc – RENOARD, Gilles. Přehled sociologie. Praha: Portál, 2005, 336 s.

sám o usebrání usiluje a je ho takřka na povel, tj. po překročení prahu mezi ulicí-běžným životem a muzeem-chrámem schopen.

Změnu tradičního pojetí ve prospěch typu *museum activum* přináší novodobý trend demokratizace muzeí, které se zvláště v zahraničí postupně stávají skutečně veřejnými a široce přístupnými institucemi, společenskými centry. Navštívíme-li muzea na západ od našich hranic, ihned nás překvapí, že jsou rušná, že se v nich živě komunikuje, že je v nich mnoho čilých dětí, které nikdo nenapomíná a které nikomu nevadí. Naši respondenti z pochopitelných důvodů dávají jednoznačně přednost typu *museum activum*: zatímco v muzeu-chrámu se nesmí mluvit, křičet, hrát si, běhat, muzeum jako živé, společenské centrum tyto typické projevy dětí toleruje.

Souhrn

Výzkum přináší řadu poznatků o vztahu nastupující generace pedagogů k muzeu a muzejní edukaci. Poskytuje také konkrétní podněty pro práci muzeí v podobě návrhů a připomínek, kterými respondenti podmiňují svůj hlubší zájem o muzeum a svou spolupráci s ním. Učitelé si pro sebe a své žáky přejí muzeum, které si je vědomo svého edukačního potenciálu a naplňuje ho mnoha nejrůznějšími formami, nabízí podle vlastní edukační koncepce kvalitní a profesionálně vedené edukační programy, zvláště animace. Nabízí expozice a výstavy, které jsou nápadité, interaktivní, umožňují „sáhnout si“, zapojují kromě zraku také další smysly. Mimo výstav by muzeum mělo připravovat také doprovodné akce, během nichž jsou návštěvníci motivováni praktickými tvůrčími činnostmi, mohou se dotýkat buď exponátů, nebo alespoň modelů a replik, setkávat se s umělci či tvůrci expozic. Muzeum by mělo naplňovat koncept „přátelského muzea“ – svou orientací na návštěvníka a příznivým sociálním klimatem. Mělo by spolupracovat se školou při přípravě programů a expozic, tak aby vhodně navazovaly na kurikulum, připravovat také expozice přímo pro dětského návštěvníka, nebo alespoň zohledňovat jeho zvláštnosti, věnovat dětem a dětské kultuře zvláštní pozornost, být aktivní ve své snaze oslovit návštěvníky, informovat o své činnosti a nabídce. Muzeum by mělo také pečlivě zvažovat otázku vstupného (aby se nestalo pro školní skupiny překážkou) a interakci mezi návštěvníkem a muzeálieři podporovat zapojením nových technologií. Nezbytností je muzejní pedagog, zodpovědný za edukační koncepci muzea a komunikaci s učiteli. Učitelé preferují spíše „*museum activum*“ než „*museum contemplativum*“, žádají aktivizaci návštěvníků, facilitaci jejich zážitků a možnost přirozeně reagovat na shlédnuté exponáty.