

Jan Dolák

Jak vystavovat archeologii
Metodika k tvorbě
archeologických expozic

Recenzenti: Prof. PhDr. Pavol Tišliar, Ph.D.
Mgr. Veronika Kolaříková

2018

© Jan Dolák

© Moravské zemské muzeum Brno, 2018

ISBN 978-80-7028-508-4

Obsah

1 Základní přístupy a terminologie	5
1.1. Proč archeologické expozice?	5
1.2. Základní termíny	5
Archeologický předmět	5
Archeologická výstava	5
Archeologická expozice	6
Prezentace muzejní	6
Komentář	6
2 Krok za krokem ke zdárnému konci	7
2.1 Budovat archeologickou expozici?	7
2.1.1. Velké či malé vyprávění?	7
2.2 O čem expozice má být?	8
2.3 Prostory	9
3 Vlastní realizace expozice	10
3.1 Pojmy:	10
Námět	10
Libreto	11
Scénář	11
Technický scénář	11
Oponentura	11
Komentář	11
„Výstavní jazyk“	15
Komentář	15
3.2 Moderní technika	18
3.3 Texty	19
3.4 Světlo	21
3.5 Zapojení všech smyslů	21
3.6 Jak dlouho má trvat prohlídka?	22
3.7 Návštěvník	22
3.8 Výstavní kritika	24
3.7 Shrnutí	24
4 Nejčastější chyby při tvorbě expozic	27
Literatura	28

1. Základní přístupy a terminologie

1.1 Proč archeologické expozice?

Žádné muzeum na světě nebylo založeno pouze proto, aby něco sbíralo a uchovávalo. Smyslem muzea je co nejúplnější, vědecky správné, ale současně i pochopitelné zveřejnění sbírek s vazbou na prostředí, ze kterého byly získány. Málomocný obor v muzeích pěstovaný je tak atraktivní a zajímavý jako archeologie. Archeolog je vnímám jako „hledáč pokladů“ či objevitel neznámého. Přitom málokdo si uvědomuje, že drtivou většinu historie rodu homo poznáváme pouze archeologickými metodami. Zatímco práci etnologa, dokumentujícího staré výšivky či málo známe písně, jakoby každý rozuměl, stejně tak dokumentaci třeba okupace v roce 1968, archeolog pracuje s materiálem daleko starším, kterému téměř nikdo nerozumí a snáze se dostává na stánky tisku či do regionálních televizí. Zájem o archeologii je značný, což však nemůžeme tvrdit o muzejních prezentacích. Archeologové těmto výstupům věnují malou pozornost, někdy chybějí peníze, jindy čas, velmi často pak schopnosti atraktivně představit dobu dávno minulou. Je to škoda nejen pro kultivaci návštěvníků, ale i pro samotná archeologická pracoviště. Čím hlouběji bude potřeba archeologů pocítována veřejností, tím snadněji budou archeologové získávat prostředky na svoji činnost, o jejichž přidělení v drtivé většině případů rozhodují nearcheologové. Druhou základní připomínkou je fakt, že zatímco např. teoretický fyzik se od veřejnosti nedozví nic, archeologický materiál v mnoha případech nachází laik, bagrista či zedník při přestavbě sklepa. Na jejich povědomí pak záleží, zda nález zahrabou nebo v horším případě si nechají, nebo přivolají odborníka. Zatímco **vědomí** archeologie rozsáhle pěstujeme příslušnou odbornou literaturou, je třeba pěstovat i **povědomí**, což činíme popularizačními texty či přednáškami, ale většinou nejúčinněji expoziční činností. Archeologické expozice mají společenskovední i přírodovědný obsah, a proto disponují významným edukačním potenciálem, který lze využít pro utváření povědomí široké veřejnosti.

1.2 Základní termíny

Archeologický předmět

– jakýkoli předmět získaný a zkoumaný archeologickými metodami. **Sbírkový předmět**, vytipovaný jako medium, tedy pro prezentační účely, se pak stává **exponátem**.

Archeologická výstava

– prezentace výsledků archeologie jako vědy. Jde o prezentaci krátkodobou, o reakci na okamžitou potřebu sdělení skutečností veřejnosti.

Archeologická expozice

– prezentace interpretace archeologické tematiky ve vztahu ke sbírkotvornému i prezentačnímu profilu a poslání muzea. Měla by mít kompendiální charakter, tedy vycházet z vlastních sbírek muzea.¹ Zvláštním typem expozice je pak **archeologický skanzen** – expozice reliktnů a rekonstrukcí autentické archeologické lokality. Pro tento typ prezentace někteří autoři užívají termín muzeum pod širým nebem (open air museum) nebo dokonce muzeum v přírodě. Jiným typem je pak **arheopark** – vizuální forma zpředměňující přímo na konkrétním místě autenticky nedoložitelnou archeologickou skutečnost. Jde o vytvoření v podstatě umělých konstrukcí života před mnoha lety na místech bez přímé vazby na archeologickou lokalitu. Tvorba těchto zvláštních typů prezentace má obdobná pravidla jako expozice v „kamenném muzeu“, ale pro usnadnění přijetí tohoto textu se jimi nezabýváme.

Prezentace muzejní

– ta část muzejní komunikace, která je zaměřená na poznání momentu šíření poznatkového a hodnotového obsahu muzejních předmětů, respektive jejich dokumentační soustavy (prostředí), s cílem dosáhnout poznatkové a hodnotové mutace na straně příjemce. Vychází z autenticity muzeálie (sbírkového předmětu) jako původního, nezprostředkovaného zdroje poznání a hodnocení, tj. přímého svědka dokumentované skutečnosti.

Komentář

Prezentací muzea jsou odborné i k širší veřejnosti určené publikace, prezentace sbírkových předmětů či celých expozic na webu, přednášky a ovšemže celá paleta muzeopedagogických aktivit. Za základ prezentace muzea však považujeme expozice a výstavy. Jestliže je kladen důraz na prezentaci autentických svědků, jako nejcharakterističtějších komponentů muzejní promluvy, v žádném případě neplatí tento důraz pro jejich kvantitu. Z hlediska dlouhodobého jsme svědky spíše ubývání exponátů v expozicích s důrazem na jejich zasazení do konkrétních skutečností, tedy s důrazem na kontext.

Výstava je nepochybně dynamičtější prvkem než expozice, a to ve dvou aspektech:

- A. Její vytvoření trvá zpravidla kratší dobu, vyžaduje tedy menší nároky na čas, peníze apod. Výstava tak může pružněji reagovat na potřeby veřejnosti.
- B. Zatímco expozice je v podstatě „ukotvena“ do zvolených prostor, výstava může být mobilní a může tak oslovovat i návštěvníky jiných měst či států. Putovní výstava pak musí mít speciální design (pro použití v různých typech prostoru), jsou na ni kladeny zvláštní právní, konzervátorské a bezpečnostní požadavky. Základním problémem je, kromě převozu někdy choulostivých předmětů, hlavně instalace ve zcela jiných podmínkách, což může vážně nabourávat základní myšlenky tvůrců výstavy. Na druhé straně při prezentaci výstavy „jinde“ může dojít k jejímu roz-

¹ Při formulování naprosté většiny textu této příručky máme na mysli právě tento typ prezentace, a to v prostředí regionálního muzea.

šíření o nové předměty či sdělení s vazbou na region či zaměření zapůjčitele, a tak výstava dostává nové dimenze, novou „přidanou hodnotu“. Je spíše na škodu, že putovních výstav se zaměřením na archeologii je u nás poměrně málo. Jedním klíčovými momenty úspěšnosti komerčně pojatých výstav (Bodies, Cosmos Discovery) je právě jejich „putovnost“.

Je třeba výrazně rozlišit, pro jaké publikum tuto výstavu připravujeme. Pokud jde o výstavu jako velmi krátkodobou akci, např. jako součást odborné konference, pak kontextuální souvislosti mohou být výrazně potlačeny. Jedná se o předvedení nálezu pro odborníky, kteří tematice rozumějí. Pokud jde o výstavu určenou veřejnosti, pak prosté vystavení nálezu nestačí.

2. Krok za krokem ke zdárnému konci

2.1. Budovat archeologickou expozici?

Nejprve si musíme položit zdánlivě kacířskou otázku, zda budování expozice zaměřené na archeologii má vůbec smysl. Je očividné, že v muzeích s nevelkou či nevýznamnou kolekcí těchto sbírkových předmětů, od takového záměru upustíme. Ale ani v muzeu bohatém na tento typ sbírek není samostatná archeologická expozice samozřejmou nutností. Dnešním moderním trendem expozičních počínů není striktní dělení na etnologii, přírodovědu, archeologii apod. Expozice jsou pojímány v celostním holistickém smyslu, představují konkrétní časový úsek, jako vzájemnou kombinaci geologických a klimatických jevů, vývoje flory a fauny, a v tom života člověka, jako integrální součást všech předchozích jevů. Nutno přiznat, že snad v každé archeologické expozici je spojení člověka, flory, fauny a klimatu představeno, avšak výstavní trendy vedou k ještě silnějším zdůraznění těchto vazeb. Stejně tak expozice věnované ranému středověku jsou především archeologického charakteru, ale i historického, do pravděpodobného stylu odívání promlouvají etnologové, do zemědělského charakteru života pedologové apod.

Příklad skutečný: Národní muzeum ve Wellingtonu představuje expozici o zemětřesení, kterou připravili odborníci nejen na geologii, ale i zoologové, historici, ekonomové i archeologové.

Příklad vymyšlený. Kdyby se někdo rozhodl vytvořit třeba expozici „Moravan a jeho země“, jistě by to byla výzva pro odborníky napříč vědeckými obory.

Chybou není ani integrace poznatků „pomocných věd archeologických“ (paleobotanika, zoologie, geologie, antropologie, klimatologie apod.) a jejich představení přímo v expozici (Zámeček Pohansko).

2.1.1. Velké či malé vyprávění?

Klíčovým rozhodnutím je, zda scénář koncipujeme jako „velké vyprávění“, tj. deskripci celého dějinného úseku od nejstarších dob po středověk nebo se soustředíme na vybrané nejdůležitější mikrosnímky.

Příklad: Historické muzeum ve Stockholmu ve své expozici představuje časový úsek od nejstaršího osídlení Švédska po ranou dobu dějinnou použitím pouze osmi významných nálezů jako klíčových bodů pro deskripci konkrétních období. Návštěvník není zahlcován množstvím údajů, letopočtů, lokalit apod. Pomocí „mikrosnímku“ si může udělat vcelku zdařilý obraz života lidí na daném teritoriu v osmi konkrétních obdobích, stovky či dokonce tisíce let od sebe vzdálených. Nevýhodou může být ztráta kontinuity vývoje mezi těmito periodami.

Vhodným může být kompromis, tedy představit všechny časové etapy, ale se zdůrazněním mimořádných skutečností. Snahu o „vyváženost“ všech časových úseků za každou cenu, významných úseků, ke kterým máme dostatek informací (exponátů) i těch, kde výsledky našeho zkoumání jsou dosud slabší, považujeme spíše za problém.

Příklad: Takto „vyvážená“ je například expozice v Historickém muzeu v Moskvě, kde klíčové souvislosti (část Ruska je kolébkou zřejmě nejen Slovanů ale i Indoevropanů) se poněkud ztrácejí ve velkém množství informací daleko marginálnějšího charakteru.

V „archeologických obdobích“ se nám často stává, že pro zásadní ideje (význam Sámovy říše) nemáme dostatek silně působivých exponátů, ty však máme pro okrajové informace z hlediska celkového záměru. Pak je třeba napravit tento nepoměr výstavními, v pravém smyslu „nearcheologickými“ zásahy, aby došlo k pochopení prezentovaného záměru.

2.2. O čem expozice má být?

V širokém pojetí musí muzeum při komunikaci s veřejností myslet na velké spektrum problémů. Jde o celkovou reklamní politiku muzea, budování vlastní značky a image, fyzickou, časovou a cenovou dostupnost, příjemnost prostředí, tj. temperování, klimatizace prostor, dostupnost a kapacita zázemí pro návštěvníky (šatny, WC, prodejny suvenýrů), možnost občerstvení se a odpočinku, starost o bezpečnost návštěvníka, vnímání potřeb dětí, dospělých i seniorů, lidí handicapovaných (imobilních či s omezenou orientací), lidí nekomunikujících česky, příprava obecně zaměřených, ale i speciálních programů pro děti, školy, seniory, příslušníky menšin apod. Už při přípravě a realizaci expozice musíme myslet na její údržbu, úklid, čištění, snadnost výměny popisek či vadných žárovek apod. To je důležité i pro případnou částečnou či celkovou demontáž, modernizaci apod. Nikoliv bezvýznamná je ochrana exponátů před krádeží, mechanickým poškozením, faktory poškozujícími předměty (světlo, biologičtí škůdci), ochrana proti ohni. Na stejné, ne-li větší úrovni stojí ochrana návštěvníků proti úrazu. Důležitými faktory jsou i teplota a relativní vlhkost, pro exponáty jsou optimální konstantní podmínky s co nejmenšími výkyvy.

Vlastní úvahy „o čem“ má expozice být, odvíjíme od složení vlastního sbírkového fondu, případně s kombinací lehce získatelných výpůjček. Příprava expozice tedy začíná skutečně důkladným **poznáním vlastní sbírky**. Náš vlastní fond je v naprosté většině případů velmi heterogenní. Tedy materiálu z jednoho období máme dost, z jiného málo. Také náš region někdy hrál významnou roli, jindy daleko méně, ale ani to se nemusí zrcadlově odrážet ve složení našeho fondu. Neměli bychom sami ze sebe dělat otroky svého zdrojového materiálu (sbírky). Expozice není zrcadlem kvantitativního složení sbírky.

Je třeba si jasně uvědomit, že **expozice není učebnicí**. Návštěvník přichází do muzea si rozšířit svoje znalosti, o něčem se poučit, zažít i potěšení, radost a rozptýlení. Lidí, kteří přicházejí do muzea zkoumat přesnou lokalizaci všech keltských oppid v regionu, je mimořádně málo. Právě „učebnicovost“ je jednou z nejčastějších chyb při tvorbě scénářů. Bohužel často začínáme tím, co se z paleolitu (často jen ojedinělé nálezy) v našem regionu našlo a končíme někdy ve vrcholném středověku. Ještě horší je, když k domodelování období používáme nálezy ze vzdálených míst, tedy „u nás“ představujeme kultury naprosto odlišné.

Příklady: Ve slovenském prostředí je evergreenem kopie sošky Moravanské venuše, jako by tato gravettienská kultura byla doloženě rozšířená daleko od Váhu. Expozice v Národním muzeu v Rio de Janeiro a Městském muzeu v Pekingu začínají představením Willendorfské venuše.

Netvrdíme, že jde vyložení o chybu, ale časté představování notoricky známých památek (např. pyramidy) vede ke stereotypu. Srovnávání je vhodné a dokonce žádoucí, pokud srovnáváme podobné či dokonce stejné kultury. Pokud se domníváme, že neandrtálci na Moravě a na území dnešního Uzbekistánu žili podobně, pak je srovnání na místě.

Vůbec není škodlivé, když si zvolíme za naše téma **pouze jeden časový či kulturní úsek**. Pokud je naším územím nejvýraznější piliňská a kyjatická kultura, klidně můžeme vše před dobou bronzovou i po ní shrnout do nemálo panelů a věnovat se jen vzrušujícímu období, kdy se začaly výrazněji zpracovávat rudy, máme doložena jeskynní obydlí i hradiště, tajemné masky ze zvířecích i lidských kostí a kultura zaniká zřejmě pod vlivem nově přichozích z jihu. Odborně správně, ale přitom poutavě, realizovaná expozice na toho téma by jistě přilákala velmi širokou paletu návštěvníků a mohla by se stát významem příkladem v rámci středoevropského regionu.

2.3. Prostory

Pokud jsme se rozhodli, že skutečně archeologickou expozici realizujeme, jde o důležitý krok, protože tento komunikační výstup bude sloužit 10-20 let, někdy (bohužel) výrazně déle. Důležitý je výběr prostor, v čemž jsme většinou dosti limitováni. Prostory jsou prostě dány, často jsou to hrady, zámky, radnice, bývalé církevní či školské objekty, šlechtická či měšťanská sídla apod. Tedy prostory postavené pro něco zcela jiného, než je moderní expozice. I budovy účelově pro muzea postavené (Státní historické muzeum v Moskvě, Naturhistorisches museum ve Vídni apod.) jsou sice samy o sobě krásné, ale pro naše záměry málo vhodné.

V historických objektech se tvůrce muzejních expozic často dostává do schizofrenní situace. Na jedné straně chce vybudovat moderní, pravdivou a přitom atraktivní expozici, na druhé straně považuje potlačení historizujících prvků budovy (pilastry, malby apod.) za svatokrádežné. Výsledkem je pak přehlídka exponátů ze středoevropského pravěku doplněná malbami jásajících děvčat v oblečení z 19. století, Taj Mahalu, Stonehenge či stylová vitrína korespondující s interiérem budovy, ve které jsou rostliny, po kterých šplhá živá ještěrka, teče zde voda apod. (vše v Naturhistorisches museum ve Vídni). V těchto případech je nezbytné např. prosadit dočasné potlačení nežádoucích architektonických prvků. Nemáme tím na mysli stavební úpravy, které by narážely na odpor orgánů památkové péče a byly by koneckonců obecně nekulturní, ale odvážnější řešení

architekta expozice vytvořením umělých podhledů snižujících stropy, zamaskování některých prvků fundusem apod. Vysoké sály historizujících budov jsou nevhodné i pro vnímání předmětů drobných, které se jakoby ztrácejí v obrovském prostoru a při prezentaci nevyniknou požadovaným směrem.

Optimální je realizovat vhodný nástup do expozice (vstupní hala se šatnou, sociální zařízení, prodejna suvenýrů apod.). Flexibilita sálů, střídání malých a velkých prostor, vnitřní členění výstavních prostor, střídání barevnosti sálů apod. zamezuje únavě.

V historických objektech je obtížné docílit optimálních světelných a teplotních podmínek, jinak krásná gotická klenba je od věci při prezentaci pravěku apod. Novostaveb či generálních přestaveb pro muzejní účely je minimálně a často díky nepromyšlené koncepci hned po kolaudaci nastává období přestaveb a dostaveb.

Není dogma, že v místnosti, kde po mnoho desetiletí byla archeologická expozice, nutně musíme v tomto trendu pokračovat. Snahou dnešního muzea je integrace do sociální a urbánní struktury města, často přímo do profánních zón. Někdy expozice jakoby vycházela z muzea ven, aby nalákala návštěvníka a připravila ho na přeladění se z rytmu města do rytmu muzea. Expozice může začínat či končit venkovním lapidáriem, náznakem archeoskanzeny apod.

3. Vlastní realizace expozice

Je pak členěna do několika fází, pro které se vžily pojmy:

3.1. Pojmy:

1. Námět.
2. Libreto.
3. Scénář
4. Technický scénář.

Představují vyjádření povahy a zaměření výstavy nejen z hlediska obsahu, ale i z hlediska formy, výstavního projevu. Všechny tyto kroky by měly mít své písemné vyjádření, což se však velmi často neděje. Tyto písemné projevy jsou z administrativního pohledu považovány za tvůrčí činnost, mohou podléhat autorskému právu a bývají i honorovány. U externích scénáristů v podstatě vždy, u zaměstnanců muzea zcela výjimečně.

Námět

Prvním krokem je vytvoření námětu výstavy, což je program, cíl muzejního sdělení. Řeší se zde i prostorové, případně základní finanční náležitosti.

Libreto

Dalším krokem je pak libreto – interpretace tématu, základní výběr exponátů, výkladových prostředků a techniky.

Scénář

Termín, nikoli náhodnou převzatý z oblasti divadelní či filmové tvorby, analyzuje cíle, prostředky a předpoklady připravované akce a strukturu expozice. Jde o „návod k použití“, návod k instalaci. Je zde již jasně napsáno, kde bude konkrétní vitrína, ve které budou tyto a tyto exponáty, s těmito popiskami a texty.

Technický scénář

Zejména při větších akcích je nezbytný technický scénář jako detailní popis celé prezentace, prostorového a výtvarného řešení, jako přímý podklad pro realizaci, jdoucí až do detailních informací, např. požadovaný způsob ukotvení nadrozměrných předmětů, použitá technika při adjustaci, textáž, typ a velikost písma apod.

Oponentura

Scénář logicky musí procházet náležitou oponenturou, která posoudí, jak se ho scénáristovi podařilo realizovat z hlediska celkového záměru, z hlediska oborové správnosti, z hlediska muzeologického a výtvarného. V praxi dochází k oponentuře scénáře jen zřídka, často pro nedostatek času, někdy z důvodů prostého zanedbání, někdy také proto, že kvalifikovaných, muzeologicky na výši, oponentů, není mnoho. V takovýchto případech je minimálním požadavkem dát přečíst scénář alespoň budoucímu „průměrnému“ návštěvníkovi, což je u nás osoba se středoškolským vzděláním. Ta by mohla, alespoň částečně, reflektovat (ovšemže laicky), zda všem sdělením, včetně textů rozumí, zda by ji taková expozice lákala apod.

U větších prezentačních akcí (což je každá expozice) by scénář měl podléhat oponentuře dvojího druhu.

1. Oborový specialista posoudí, zda je scénář po odborné stránce v pořádku, zda jsou reflektovány i nálezy z nejnovější doby, současná literatura či posun vnímání a hodnocení některých souvislostí. Dále posoudí, zda některé časové období není protěžováno (často jako osobní hobby scénáristy) na úkor jiných.
2. Specialista na muzejní prezentaci. Měl by posoudit, že předložený scénář je z hlediska muzeologického dobře napsán. Tedy posoudit, jak je sdělení pochopitelné, atraktivní, komunikačně na výši apod.

Komentář

Scenárista by se měl snažit (stejně jako scénárista filmu) o dramatické podání tématu, o jistou gradaci sdělení.

Příklad: Městské muzeum v Ljublani začíná představením života v neolitu a eneolitu a celá expozice postupně graduje k poslední místnosti, kde je vystaveno údajně nejstarší kolo na světě.

Kolik předmětů má vlastně v expozici být? **Kvantita** je velmi frekventovaným tématem odborných diskusí, neexistuje jednotný názor, neexistuje jednotná metodika či dokonce norma. Zde je třeba rozlišovat dva základní přístupy. Někdy je nutná multiplikačnost. Nález mincí není pro návštěvníka zdrojem poučení o detailech ražby ani o spektru používaných mincí v dané době na daném místě. Je to poklad, je to vyjádření nejistoty například válečných vřav, které nutily majitele ukryt své peníze a jen náznakově si můžeme představit další, zřejmě neblahé, osudy této osoby. Vystavujeme tedy velké množství mincí, pokud možno úplný poklad jako autentické svědectví věcí, které „patří k sobě“. Ale i zde žádoucí kontext, např. co by se v danou dobu za tyto mince dalo koupit, respektive jaký byl příjem osob žijících v této době atd.

Většinou je však multiplikačnost nežádoucí. Nekonečné řady střepů, seker a podobně, tedy předmětů, které vlastně nikdy spolu nebyly, přináší jen minimum užítku. Vystavení více jak čtyřiceti seker na brokátové podložce (Ostrów Lednický – obr. č. 1) jakoby navádělo ke studiu typologie těchto seker, což by byl náročný úkol i pro specialistu.

Důležitá je už správná **volba samotného názvu** výstavy či expozice. Doby tradičních názvů – archeologická expozice – pomalu mizí. Někdy je možné použít vzletnější název, originální, upoutávající, zejména u krátkodobých forem, raději však vždy s podtitulkem vyjadřujícím podstatu vystavovaného tématu. Název nesmí být příliš dlouhý a plný cizích slov. U stálých expozic bychom



Obr. 1 Ostrów Lednicki, Polsko.



Obr. 2 Shi-San-Hang museum na Taiwanu.

raději doporučovali konzervativnější, tedy didaktičtější názvy, jako např. Pravěk jižních Čech (České Budějovice). Zdálnivě prostý požadavek, aby byl užíván jednotný název expozice, nebývá v praxi až tak samozřejmý.

Zatímco scénář i technický scénář musí být velmi pečlivě připraveny při větší akci realizované dodavatelskou firmou, při menší výstavní akci, často realizované svépomocí, může mít scénář poměrně nenáročný charakter a dílo bývá operativně dotvářeno i v průběhu aranžování. Ani velká muzea nemívají zaměstnance, který by se zabýval jen scénáristikou.

Tvorba muzejní expozice je většinou **kollektivní dílo**; členové týmu pak podléhají pravidlům projektového řízení. Za celkovou realizaci výstavy pak zodpovídá garant. V projektovém týmu je na prvním místě třeba jmenovat autora námětu (ideového záměru), tedy scénáristu. Začínáme prověřením fyzického stavu exponátů, což souvisí s prací konzervátora. Vystavování pouze zkonzervovaných či zrestaurovaných předmětů je samozřejmostí. Ruku v ruce s ním pracuje oborový specialista, případně další experti, interní i externí. Důležitými členy týmu jsou pak dokumentátor, architekt, hlavní výtvarník spolu se svým týmem, aranžér, písmomalíř, fotograf, produkční (někdy označovaný jako komisař výstavy), pracovníci technické projekce, propagační pracovník, případně další. Již v této fázi by se nemělo zapomínat na budoucí muzeopedagogické aktivity. Obr. č. 2.

Zvláštní místo pak sehrávají lidé zodpovědní za tvorbu, umístění a fungování zařízení pracujících s nejmodernějšími technologiemi. Některá (často ta menší) muzea, jakoby se předem zaštiťovala proti případnému negativnímu ohlasu, si na přípravu scénáře objednávají významné oborové specialisty, třeba z univerzitní sféry. Jejich znalost pravěku či středověku regionu je nezpochybnitelná, ale vůbec neznamená, že tito špičkoví vědci jsou schopni napsat dobrý scénář expozice muzea.

Případné spory uvnitř týmu pak musí řešit produkční, který dohlíží na vlastní realizaci, sleduje časové harmonogramy i čerpání rozpočtu. Používáme-li typizovaný muzejní mobiliář a nedochází-li k výrazným úpravám výstavního prostoru, často se obejdeme bez služeb externího architekta.

Je vinou nedostatečného muzeologického vzdělání muzejních archeologů, ale i jejich neumění prosadit své názory, že velmi často v „souborí“ muzejního odborníka a výtvarníka (zejména z externích zdrojů) nedochází k dialektickému střetu vedoucímu k nové hodnotě, ale prostě výtvarník vítězí. Pak samoučelné výtvarné triky přehlušují zamýšlené sdělení, expozice je show za každou cenu, hlavní role připadne výstavnímu podání, grafice, samoučelným solitérům, které jsou však málokdy levné. Expozice pak vypadá jako prezentace v obchodním domě. Někdy dokonce si výtvarníci neuvědomí, že život expozice je počítán na roky, kdežto jejich obvyklá činnost na veletrzích či v obchodních domech je směřována na daleko kratší dobu a díví se reklamacím svého díla po nedlouhé době. Zdůrazňujeme, že architekt se musí maximálně podřídit scénáři, nikoli naopak.

Příklad: Městské muzeum v Pekingu. Zde byly nejprve po celém rozsáhlém patru stereotypně umístěny vitríny, do kterých pak muzejníci hledali vhodně velké předměty z dané doby.

Někdy je vedena diskuse o (ne)vhodnosti umísťování květin do interiérů, což je obecně značný problém, v archeologických expozicích se domníváme více než jinde. Většinou to nejsou květiny, které by měly oživit strnulou expozici.

Tak jako kniha je členěna na kapitoly, což usnadňuje vstřebání pouhého textu, obdobné je i členění expozičního výrazu. Na druhé straně by návštěvník měl mít povědomí i o celku, o vazbách a vztazích. Jde tedy o vzájemnou vazbu integrace a separace v rámci pojetí expozice.

Každá expozice má svoji řeč, specifický výstavní projev. Jde o „specifický prostorový artefakt“. Pro vnímání podnětů však musí být návštěvník vybaven určitými schopnostmi, což přirovnáme ke čtení románu ve francouzštině, ke kterému nestačí jen znalost abecedy, ale nezbytná je i znalost francouzštiny. Tedy poselství, které v předmětech vidí specialista, není přímo sdělitelné ve stejné kvalitě i kvantitě laikovi.

Přirozené soubory věcí jsou někdy sestaveny do tzv. **dioramat** – celků ukazujících výsek historické skutečnosti (třeba tábor lovců mamutů) s částečným využitím originálů a s náznakem původního prostředí. Tento komplet, pokud je dobře vytvořen, má vysokou působivost. Seriózní přístup s využitím náležitých výtvarných ztvárnění zabraňuje nebezpečí panoptikálnosti. Vzhledem k určité archaičnosti muzejních budov je však důležité tento celek (komplex) buď dotáhnout do konce, nebo se o něj vůbec nepokoušet. Pravěcí lovci v Naturhistorisches museum ve Vídni, kteří se téměř opírají o litinové topení a moderní žaluzii či o pseudobarokní skříň nejsou požadovaným celkem, a proto působí spíše jako „muzeální kousky“ či panoptikum. Stejně tak krásné pseudoslohové dveře, u kterých je obydlí lovců mamutů či ze kterých vyrůstá mamutí lebka (opět Natur-

historisches museum ve Vídni). Jinými požadovanými celky jsou pak interiérové komplexy (např. řemeslnická dílna).

„Výstavní jazyk“

Jak vlastně v základní rovině scénář expozice koncipovat? Odborná literatura používá termín „výstavní jazyk“ tzv. „exhibition language“. Z mnoha typologií expozic předních muzeologů vybíráme tuto:

1. Estetický výstavní jazyk – je zaměřen na formu objektů a usnadňuje potěšení z umění.
2. Didaktický výstavní jazyk – zdůrazňuje význam předmětů a přenos znalostí. Expozice obsahuje velké množství map, ilustrací, názorných vyobrazení, časté je použití kopií apod.
3. Divadelní (theatristický) výstavní jazyk – vytváří scény jakoby ze života, podporuje emocionální participaci. Časté je užívání dioramat, i muzejní personál může hrát přímo „divadelní role“.
4. Asociativní výstavní jazyk – kombinuje předměty s cíli spouštění zamýšlených procesů. Předměty jsou scénovány v nezvyklých významech či spojeních tak, aby spouštěly nové myšlenkové procesy, tyto expozice mají největší potenciál právě v kreativě, mohou být značně manipulační. U návštěvníka se předpokládá aktivní účast na dekódování expozice identifikováním skrytých konotací

Komentář

Estetický (galerijní) přístup má v oblasti archeologie výrazné limity. Lze tak prezentovat to, co archeolog považuje za umění. Krásný předmět sám o sobě, bez mnoha doplňujících informací. Představujeme takto např. kamenné artefakty v lapidáriích. Ale po zhlédnutí x-té vitríny s podobnými starověkými nádobami (Národní muzeum v Soulu) či dokonce x-té místnosti (Archeologické muzeum v Madridu) takto scénované, se dostavuje únava, vše má tendenci splývat v jedno.

V našem prostředí je nejčastěji používán didaktický přístup, tedy pomocí originálních předmětů, ale i modelů, map, zobrazení, technických zařízení apod. se snažíme vysvětlit konkrétní situaci. I zde jsou vítána dioramata. Snad žádné muzeum nedisponuje dostatečným výběrem vlastních originálních exponátů, proto je zcela běžné užívání náhražek (kopií, maket, modelů, odlitků). Je však vhodné, aby muzeum takový předmět jako náhražku označilo, neboť zatajování je z hlediska profesionálního neúnosné. Jakékoli náhražky však musí být věrohodné. Je tedy nepřipustné vystavovat např. zbraně z papíroviny či dřeva, které na první pohled působí nevážně. Na druhé straně nezatajujeme doplnění chybějících dílů (např. nádoby), které dotvářejí celkový tvar, ale jsou odlišeny barevným odstínem od originálu.

Nad „věrností kopií“ by dále mohly být vedeny spory. Například hygienické podmínky života dříve a dnes jsou výrazně odlišné. Dotáhnout představení života třeba v obydlí, kde lidé žili přímo s domácími zvířaty, by jistě bylo záslužné, na druhou stranu by možná všudypřítomný trus odrážoval některé návštěvníky.

Divadelní přístup je náročný na přípravu i dlouhodobou realizaci. Je postaven na vyvolávání emocí, samotná přítomnost „herců“ (souboje, živý hrnčíř či hudebník) je většinou atraktivní. V oblasti archeologie použitelnější spíše u krátkodobějších výstav než u stálých expozic. Průvodkyně v tajwanském Shi-San-Hang muzeu mají tváře pomalované ornamenty keramiky z doby železné. Obr.č. 3.



Obr. 3 Shi-San-Hang museum na Taiwanu.

Asociativní přístup zvolilo např. v jedné své expozici Historické muzeum ve Stockholmu. Po představení vyléčené kosti člověka, který dlouhodobě nebyl tlupě lovců „k užítku“, se ptá na postavení současných lidí s handicapem. Po představení jednoznačně ženských předmětů (např. šperky) se ptá po dnešním postavení ženy ve společnosti.

Co to tedy vlastně dobrý „exhibition language“ je? Je to optimální mix vědy, výstavnických znalostí i znalostí potřeb a možností návštěvníka. Muzejní prezentační jazyk má vlastní „slovníkovou zásobu“ – prostor, předměty, texty, grafy, barvy, zvuky, světla, pohyby.

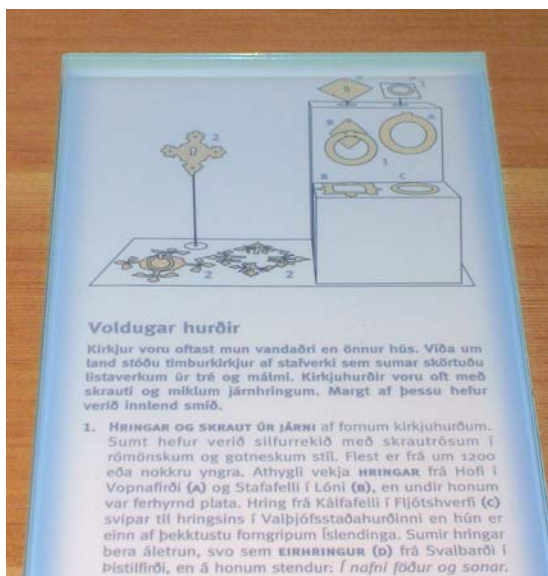
Za základní muzejní fundus bývá považována **vitřina**. Téměř vždy jsou některé části vitríny mimo přirozené pohledové pole návštěvníka. Jsou buď příliš vysoko, nebo většinou příliš nízko. Proto umístění malých předmětů ke dnu vitríny, což nutí návštěvníka se zohýbat, je téměř vždy chybou.

Zdánlivě jednoduchou otázkou je umístění **popisků**. Většinou je dáváme přímo do vitřiny k předmětům, nebo na vitřiny s číslem, které pak provází samotný předmět ve vitřině. V naprosté většině případů popisky, případně další texty, ruší pohled na vystavené exponáty. *Příklad*: Osobitě řešení nabízí např. Národní muzeum v Reykjavíku, kde vystavené předměty nenesou žádný popis, ale v naprosté blízkosti jsou předměty schematicky namalovány s příslušným textovým doprovodem (obr. č. 4 a 5).

Obr. 4 Národní muzeum
na Reykjavíku.



Obr. 5 Národní muzeum
na Reykjavíku.



Na práci scénáristy navazuje činnost dalších specialistů. Architekt navrhne výtvarné prostorové rozvržení expozice, přičemž je limitován scénářem, prostorem a v neposlední řadě též rozpočtem celé akce. Navrhuje rozmístění jednotlivých prvků v prostoru, barevné řešení, způsob cirkulace návštěvníků, dílenské výkresy atypických prvků apod. Na práci scénáristy a architekta navazuje grafik, který navrhne formu textů a popisek a jejich umístění, grafické doplňky a dekorace. Jakýkoli text musí splňovat alespoň základní grafické normy dnešní doby. Rukou psané popisky mohou znehodnotit i ten nejcennější exponát.

3.2. Moderní technika

Archeologická expozice se většinou neobejde bez prezentace keramiky, kamenných či kostěných nástrojů, tj. předmětů, které působí vizuálně chladně. Původní přirozená atraktivita je archeologickému materiálu, na rozdíl třeba od umění, většinou odepřena, působí nezáživně, zejména pokud je vystavován v stereotypních sériích. Z těchto důvodů, ale zejména pro dosažení vhodného kontextu, je nutno tyto atributy vhodně vyvažovat jinými výstavními výrazovými prostředky, včetně využití moderní techniky (např., tzv. fog screen, ale řada dalších). Kromě vysokých pořizovacích nákladů je nevýhodou každé techniky její rychlé morální zastarávání. Co se nám zdálo před deseti lety moderní, je dnes už běžné.

Z hlediska užití techniky můžeme expozice dělit na zcela statické (neznamená automaticky špatné) a dynamické. Ty druhé pak je možno dělit na tři stupně:

1. automatické – využití třeba filmové smyčky na videu, tzv. nekonečná smyčka
2. operované (řízené) – mohou být jednorázově aktivovány uživatelem
3. interaktivní – vtahují návštěvníka do jistého druhu dialogu.

Třetí jmenované pak můžeme dále dělit na simulační, jejichž mód dovoluje mnohonásobné (nekonečné) množství řešení (do určité míry podobné hraní her na počítači) a výukové – s předurčenou předpokládanou šíří „dialogu“. Někdy je kvalitní prezentace bez užití nejmodernější techniky v podstatě nemožná.

Příklady: Historické a archeologické muzeum v Montrealu umožňuje omezený „dialog“ s hologramem znázorňujícím ženu, která kdysi žila v domě, jehož zbytky muzeum vystavuje.

Expozice Reykjavík 871±2 prezentuje v podzemí hotelu zbytky objektu z 9. st. Pouze moderní technikou je navozován dojem komplexního vnímání místa a okolí.

Muzejní scénárista nemůže začít své uvažování tím, že expozice musí být plná multimediálních zařízení nebo haptických prvků, tedy kolik televizí či počítačů do expozice dá. Užití těchto technologií v expozici by mělo být pouze doplňkem k vysvětlení toho, co prostřednictvím autentika není možné. Muzea potřebují moderní technologie, nikoli však technologickou doktrínu.

3.3. Texty

Součástí expozice jsou i **texty**, „nutné zlo“. Míra jejich kvantity je nesmírně důležitá pro celkové vyznění expozice. Text v expozici by měl být jakousi analogií ilustrace v knize, nikoli naopak. Zatímco v esteticky orientovaných expozicích (Národní archeologické muzeum v Madridu či Kunst-historische museum ve Vídni) je textů málo, velká část archeologických expozic jimi spíše plývá. Texty musí být nejen věcně správné, ale i jazykově na úrovni a srozumitelné.

Je třeba rozlišit slovní sdělení do tří rovin. Tyto roviny je žádoucí graficky či barevně odlišit:

1. Základní popisky. Jednoduché sdělení jednou či několika větami. Podá nejzákladnější vysvětlení, návštěvník může pokračovat dál, pokud mu toto sdělení stačí. Ne vždy je naprostá stručnost na místě. Pouhý název „tutuli“ laik nemusí znát.
2. Stručný text vysvětlující základní souvislosti, bez kterých by sdělení příslušného panelu či vitríny nebylo úplné.
3. Podrobné vysvětlení problematiky s případnými dalšími odkazy pro skutečného zájemce.

Poslední třetí rovina nemusí být přímo součástí vitríny či panelu, informace mohou být poskytovány prostřednictvím moderní techniky vedle nebo poblíž prezentované skutečnosti. Kromě již klasického PC jsou modernější technikou pro tuto třetí rovinu tzv. Near Field Communication (NFC), tzv. QR. kódy, s problémy snad i Radio Frequency Identification Device (RFID) apod., kdy si návštěvník prostřednictvím třeba „chytrého mobilu“ snímá další rozšířené informace. Je třeba si uvědomit, že nadšení z komunikace prostřednictvím mobilů rozhodně nesdílí veškerá populace. Zejména starší lidé neumí tuto techniku používat, na malém displeji mobilu se jim nechce číst texty nebo prostě na ně dobře nevidí. Vhodné jsou audioguidy, dokonce třeba jiné pro dospělého a jiné pro dětského návštěvníka.

Textům škodí přílišná odbornost a délka. Je třeba si uvědomit, že podstatná část populace má určité problémy se zrakem, které může krátkodobě zhoršovat únava, špatné osvětlení apod. Proto bychom se měli maximálně snažit o čitelnost textů. Používáme proto spíše bezpatkové písmo (Arial, Verdana) než patkové. Text nesmí prosvítat, a pokud je členěn to odstavců, tak maximálně do dvou, od sebe jasně oddělených. Text musí kontrastovat, ideálně černý tisk na bílém pozadí. Bílý tisk na černém pozadí je méně vhodný. Vyhýbáme se příliš tenkým či naopak příliš tučným písmenům. Snažíme se, aby text neobtěžoval obrázek. Nepoužíváme ozdobné písmo či simulaci rukopisu. Velikost písma volíme podle stávajících podmínek. U dobře osvětleného exponátu, ke kterému může návštěvník přijít velmi blízko, může jít o velikost 14, třeba při řádkování 1,5. U vzdálenějších exponátů, třeba za ochranou šňůrou, při horších světelných podmínkách apod., volíme písmo větší². Přednost má rovné písmo před kurzívou znesnadňující čtení. Častou chybou je umístění textů na lesklý či průhledný podklad či obrázkové pozadí. Texty strukturujeme tak, že je zarovnávané vlevo, souborný text je pak vhodné zarovnávat do bloku. Debaty, zda

² Základní vodítko jak psát čitelné texty najdeme na stánkách Unie nevidících a slabozrakých Slovenska: <https://www.unss.sk/jasna-tlac.php>

užívat spíše činný nebo trpný rod jsou v případě archeologie od věci. Při prezentaci archeologie většinou nevíme „kdo to udělal“, kdo byl „činným“. Proto běžně užíváme pro předměty deskriptci typu: byl vyroben, užíván, loven apod.

Hlubokým nepochopením scénického pojetí expozice by byla snaha délku textů nějak „optimálně kvantifikovat“. Každá expozice je jiná. Uvádí se, že návštěvník málokdy čte texty delší než 60 – 65 slov, stejně jako optimální délka promítání filmů (přímo v expozici bez možnosti si sednout) je přibližně do 5 minut.

Nadměrná textáž návštěvníka vyčerpává, bere mu dopředu chuť, odpoutává ho od autentického sdělení. Je žádoucí komunikovat i s návštěvníky, kteří neumějí česky, ale snaha umísťovat popisky či texty přímo v expozici dvoj, případně trojjazyčně naráží na některé zásadní problémy. Jednak se celková textáž v expozici zdvoj, případně ztrojnásobuje a zaručit pro všechny čtenáře optimální výšku ve výši očí je v podstatě nemožné. Zde je vhodnější užití přenosných technických zařízení, poskytujících informace v příslušném cizím jazyku.

Příklad: Nahrazení textů audioguidy ve Starém městě u Uherského Hradiště umožňuje návštěvníkovi popocházet po expozici a nestát pouze na jednom místě čtoucí text.

Rozsáhlý, v tuto chvíli pro osobu nezvladatelný, psaný text návštěvník vnímá jako celek a může čtení celého textu „vzdát“. Moderní audioguidy již informují o délce mluveného slova, tedy návštěvník se rozhodne, zda si ho vyposlechne celý či ne.

Problémem archeologů (ale nejen jich) je, že cítí nepřekonatelné nutkání říci „všechno“ nebo alespoň „co nejvíce“. Výsledkem je pak sdělení, že dotyčná věc byla nalezena na lokalitě Pravlov IV. b, případně docentem XY. Jde o informace z hlediska návštěvníka podružné, odvádějící jeho pozornost a jemu málo přinášející. Běžný návštěvník není schopen (ani po návštěvě muzea) rozlišovat třeba lokalitu Dolní Věstonice II. od lokality Dolní Věstonice IV.

3.4.Světlo

Při presentační činnosti je důležitým prvkem způsob a intenzita osvětlení. Nutná je diferenciacie osvětlení podle vystavených exponátů, způsobu jejich naaranžování, i jako prvek bránící únavě. Je nutné skloubit požadavky na intenzitu osvětlení exponátů (většinou spíše méně) s požadavky vidět jak exponáty, tak i přiložené texty. Světlo nesmí návštěvníkovi svítit přímo do očí apod. Doporučované hodnoty závisí na druhu vystaveného materiálu. Jelikož většina archeologických expozic prezentuje různorodý materiál, a princip ochrany předmětu je vždy nadřazen požadavkům prezentace, pak musíme osvětlovat na úroveň toho nejcitlivějšího materiálu. Z fyziologického hlediska je lepší denní světlo. Umělé osvětlení se snadněji reguluje a zároveň umožňuje usměrnění spektrálního složení a tím i lepší ochranu exponátů.

Můžeme volit osvětlení seshora, z boku, šikmo seshora (diagonální). Přirozenost tohoto osvětlení je dána zákonitostmi přírody (slunce, měsíc), na které jsme po tisíciletí zvyklí. Bohužel, občas se setkáváme s „revolučním“ osvětlením zespodu, což způsobuje nezvyklé stíny a je celkově nevyhovující. Při osvětlení používáme celou škálu teplých i studených (ty druhé jsou preferovány odbornou literaturou) svítidel, světlo rozptýlené či naopak bodově soustředěné na skupinu exponátů, osvětlení celé místnosti či jednotlivé vitríny apod.

Nejde však jen o světlo jako technologický parametr. Světelná pohoda prostředí má vliv na namáhání zraku. Pro lidské oko je obtížná adaptace při přechodu ze světla do tmy a opačně (někdy i několik minut). Je třeba se proto vyvarovat extrémů a snažit se o pozvolné přechody.

Světlo působí jako jeden z nejvýznamnějších faktorů poškozujících sbírky, proto musíme používat celou řadu opatření, žaluzie či závěsy na oknech, použití filtrů přímo na světelných zdrojích, ochranné filtry na skle potlačující ultrafialové a infračervené záření. V případě radikální odlišnosti požadavků na osvětlení předmětů (citlivý je zejména papír a textil) s požadavky návštěvníka je možné ponechat exponáty v přišerí, ale veškeré doprovodné informace (texty) prezentovat mimo, vedle vitríny s exponátem, s větší intenzitou světelného záření.

3.5. Zapojení všech smyslů

Mezi smysly, na které působí naše výstavní počiny, je na prvním místě zrak. Jeho podíl je až 90% všech přijímaných informací, na druhém místě je sluch. V archeologii zatím nedostatečně využívaným smyslem je hmat. Přitom archeologický výzkum poskytuje nepřeborné množství nálezů, které doslova vypadají jako ony vzácné relikty ve vitrínách expozice, ale přitom jejich vědecká hodnota je téměř nulová a do stálých muzejních sbírek by v některých případech vůbec neměly být zařazovány. Mohou tedy být dotýkány, využívány v celé řadě edukativních programů a v případě potřeby nebo nehody i zničeny. Žádoucí je zapojení dalších smyslů, tedy čichu a chuti.

3.6. Jak dlouho má trvat prohlídka?

Skutečně soustředit jsme schopni cca. 10 minut, žáci a studenti jsou zvyklí na časový úsek 45 minut, většinou nejpozději po hodině prohlídky se obvykle dostavuje útlum. Dnešní lidé, a netýká se to jen mladé generace, mají tzv. attention span limited, tedy časovou omezenost soustředění se. Co nezaujme na první dojem a nedokáže udržet soustředěnou pozornost návštěvníka má jen malou naději na úspěch. Na druhé straně je nutno vnímat, že dnešní lidé jsou postupně stále vzdělanější, když se jejich zájem podaří podchytit, mají tendenci se dostávat do hloubky představené problematiky.

Návštěva expozice je poměrně namáhavá a únavná duševní i fyzická činnost. Proplétání se mezi vitrínami, nepravidelné postávání, přerušování chůze a pak zrychlování je zřetelně více vyvolávající než pravidelná chůze po stejnou dobu v přírodě. K minimalizování pocitu únavy přispívá stejným dílem jak architektura muzea, tak instalace výstavy. Expozice by měla kdykoliv návštěvníkovi umožnit bezproblémový a nekomplikovaný odchod.

Pokud máme expozici ve více patrech, pak je velmi vhodný výtah a postavení prohlídkové trasy tak, aby se sestupovalo se shora dolů. Nabídka možnosti se posadit, občerstvit je samozřejmostí. V ideálním případě si návštěvník může své „místo odpočinku“ udělat kdekoliv. Máme na mysli např. děti, které si svoji lehkou stoličku či polštář nosí sebou (Wawel – Krakow). V jihokorejských, čínských či brazilských muzeích je běžné zapůjčení si invalidních vozíků či „golfového kočárku“ pro dítě, samozřejmě zdarma.

Příklad: Národní muzeum v Reykjavíku dokonce nabízí možnost využití tzv. Rest room, kde se návštěvník (třeba malé dítě) může i vyspat.

3.7. Návštěvník

Zcela kruciólním rozhodnutím je, zda umožníme návštěvníkovi individuální prohlídku (v naprosté většině případů se tak děje), nebo jej donutíme chodit s průvodcem ve skupině (častější na hradech a zámcích). Průvodcovské slovo podává informace pro návštěvníka pohodlněji. Na druhé straně však každý návštěvník má zcela individuální potřebu tu či onu část expozice projít rychleji nebo naopak. Pak bývá často jakoby „znásilněn“ průvodcem, který ho nutí odejít od zajímavého exponátu dříve nebo naopak zůstat déle v méně atraktivní části expozice. Dochází často, zejména u větších skupin, k časovému nesouladu mezi tím, co říká průvodce a na co se právě návštěvník dívá. K optimálnímu vyznění pak nenapomáhá ani značně kolísavá úroveň muzejních průvodců.

Nezbytnou součástí samotné expozice jsou didaktické a podpůrné prvky, které návštěvník dle vlastní volby využívá k naplnění svých vzdělávacích potřeb. Mohou to být třeba tištěné materiály umístěné přímo v expozici. Můžeme např. v samotné expozici omezit texty na panelech a toto rozsáhlejší sdělení poskytovat třeba pomocí textů zatavených ve foliích, které po přečtení návštěvník vrátí na určené místo. Ovšemže vhodnější jsou takovéto krátké texty určené k volnému rozebrání. Můžeme poskytnout mluvený či reprodukováný výklad, lektorské slovo pro skupinové nebo individuální návštěvníky apod. Často k expozici vytváříme průvodce a katalogy určené ke koupi. Varujeme před více jazyčnými průvodci. Kdo si text přečte v češtině, téměř nikdy ho nebude porovnávat s anglickým překladem. Vícejazyčná brožura zvyšuje náklady na tisk, tedy i na prodejní cenu. Vhodnější je více brožur, každá v jiné jazykové mutaci. Naprostá většina tzv. „muzejních průvodců expozic“ je stručná charakteristika pravěku a středověku v daném regionu. Jde o běžný archeologický text, který s expozicí koresponduje většinou jen velmi málo. Mezi další didaktické a podpůrné prvky, které umožňují aktivizaci návštěvníkovy zvědavosti, usnadňují pochopení sdělení výstavy a podporují učení, patří: didaktické exponáty, technické pomůcky, interaktivní zóny jako jsou koutky, kiosky a herny.

Návštěvník procházející expozice individuálně musí být směřován tak přirozeně, že si to ani sám neuvědomí, pestrost řešení expozice zajišťuje biologicky rytmizovanou cirkulaci. Expozice by měla ponechat návštěvníkovi jistou možnost volby, možnost někde být déle, někde krátce, aniž by ztratil potřebné souvislosti. Nemůžeme návštěvníka vystavovat pocitům neuspořádanosti, nepřehlednosti, nezvladatelnosti po stránce množství či odbornosti prezentovaného, pocitům labyrintu. Žadoucí je aktivizace návštěvníka, což můžeme realizovat prostřednictvím samoobslužných map, realizace programů spočívajících v hledání konkrétních údajů, jejichž konečný souhrn vede k „objevu“ něčeho (např. Regionální muzeum a galerie v Jičíně). V některých muzeích si návštěvník musí sám otevřít zásuvku či skříň apod. Někdy můžeme vést návštěvníka k hledání záměrně vytvořených chyb. Nejaktivnější je pak vtáhnout návštěvníka v prostorách k tomu určených k vlastní aktivní, často manuální činnosti. Může jít třeba jen o opracování pa-

zourku, ale i o střelbu z luku a drcení prosa (skanzen Ngomongo Villages poblíž keňské Mombasy) nebo ukázky kompletního zpracování zabitého bizona (Head Smashed in Buffalo Jump). Tyto aktivity zdaleka nejsou určeny pouze pro děti a mládež. Mají-li návštěvníci možnost vidět např. výrobní proces nějakého pravěkého nástroje nebo ještě lépe si ho sami zkusit, jsou vtaženi „do věci“ daleko více a lépe než prostřednictvím sebelepšího výkladu či prohlížení exponátů. Anglicky psaná odborná literatury používá pro tento přístup termín participatory exhibition a pokud v muzeu nejsou pro tyto aktivity podmínky denně, je dobré takové dílny (workshopy) či předvádění alespoň nárazově pořádat.

Výstavy někdy zaměřujeme na cílové skupiny (např. děti či senioři), expozice většinou ne. Jako například telekomunikační operátor se snažíme podchytit co možná nejširší vrstvy návštěvníků. Každý návštěvník je však jiný. Proto by každá expozice měla (alespoň v některých svých částech) poskytovat informace pro porozumění objektům, prostor pro vyzkoušení si „jak to pracuje“, prostor pro imaginaci, interakci, kombinaci i soutěžení.

Další významnou formou využití edukačního potenciálu výstav pak mohou být muzejně edukační programy realizované v expozici, ale i mimo ní, jako jsou besedy s odborníky, promítání obrazových záznamů se vztahem k tématu expozice, různé tematicky zaměřené workshopy, řemeslné díly a další programy pro dětské, ale i dospělé návštěvníky.

Teoretikové výstavnictví upozorňují na to, že drahé věci (z drahých kovů), mláďata, velké či pohyblivé exponáty či dokonce živá zvířata jsou prohlíženy déle.

Dále tvrdí:

1. Lidé v novém prostředí vyкроčí na levou stranu a točí se tedy zleva doprava okolo výstavní místnosti, respektive okolo vystavených exponátů.
2. Pokud si mají vybrat ze dvou dveří vedle sebe – vyberou si pravé dveře.
3. Čím blíže jsou lidé východu, tím méně věnují pozornost exponátům.
4. Lidé podvědomě touží uniknout z pasti, proto preferují viditelný východ.
5. Ta část exhibice, která je nejkratším směrem k východu, je nejvíce preferovaná. Upřednostňování světla před tmou, světlých barev před tmavými.
6. Průměrná maximální pozornost dospělých je 30 minut.

3.8. Výstavní kritika

Tvorba expozic je komplikována skutečností, že v Česku neexistuje výstavní kritika na odborné bázi. Zatímco nad archeologickými texty se diskutuje živě, nad expozicemi téměř vůbec. Kritika je mnohdy apriorně odmítána, a to především ze dvou důvodů:

1. Kritika je zbytečná, upozorňuje na nedostatky, o kterých sami víme, ale nemůžeme je z různých (subjektivních či objektivních) příčin odstranit.
2. Kritika je potenciálně nebezpečná, neboť na nedostatky upozorňuje nejen muzejníky, ale i veřejnost, včetně zřizovatelů, poskytovatelů účelových grantů apod.

Pokud se už někde na stránkách tisku nějaká kritika objeví, většinou jde o popis zobrazovaného období (neolit, eneolit apod.). Divadelní kritika se však jen minimálně zabývá obsahem díla,

tedy o čem Brechtova Matka je. Hlavní pozornost věnuje scénickému pojetí, kostýmům, osvětlení, originalitě či naopak konzervativnosti pojetí díla z hlediska scénáristy a režiséra. To v oblasti muzejní kritiky absentuje.

3.9. Shrnutí

Preferovat celky před jednotlivostmi, vystavení volné před krytým (ve vitríně), viditelnost je nutná, nebo alespoň vhodná ze všech stran, preferovat vystavení spíše vertikální před horizontálním (kvůli očím, pohledu), 80 – 220 cm od podlahy, ve vzájemných vazbách, vhodné texty, pokoušet se o změny v prohlídkové trase (proti stereotypu), dramatické podání tématu. Předměty je třeba vystavovat v přirozené poloze, plakát nejraději na stěně, vázy či zásobnice postavené na dnech apod.

4. Nejčastější chyby při tvorbě expozic

Pokud bychom chtěli co nejstručněji vyjádřit současné moderní trendy muzejního výstavnictví, pak bychom mohli užít slovo kontextuálnost. Tvůrce muzejní expozice si musí uvědomit, že každý náš exponát má rozdílnou komunikační schopnost. Vhodný je posun od vysvětlení (jak rozumět) směrem k instrukci (jak užívat). Téma života třeba v neolitu zdaleka není totéž jako přehlídka nálezů z této doby. Jestliže naše matky neměly jinou možnost jak poznat sekeromlat či bronzovou sekeru než návštěvou muzea, dnes je situace jiná. Internet nám kdekoli nabídne nepřeborné množství fotografií těchto artefaktů i s popisem. Nejjednodušší rada pro muzejní expozice je: předvádět něco jiného než je dostupné na internetu. Expozice, nebo ještě častěji výstavy, jsou vlastně odborným textem, článkem či knihou, kde místo obrázků jsou autentické předměty. Jde o chybu nejčastější.

Někdy se dopouštíme chyb už při stanovení našich základních cílů. Namísto představení konkrétní doby v daném regionu prezentujeme dějiny archeologických výzkumů v regionu.

Další častou chybou je snaha „říci co nejvíce“.

Příklady: Sdělení, že tento nález je z hrobu C12 a jiný v hrobu C42. (Historické muzeum Hongkong), by nemuselo být zcela pochopitelné ani profesionálnímu archeologovi.

Tajuplná zkratka KNM + číslo (evidence v Kenyan National Museum v Nairobi) je málo pochopitelná a přínosná. Najdeme v Pavilonu Anthropos.

Největší prostor představení deseti hrnků na vaření je dán inventárním číslem o celkem čtyřiceti devíti znacích. Najdeme v Historickém muzeu v Amsterdamu. Obr. č. 6.

Pro běžného návštěvníka jsou tyto informace, jinak nezbytné v odborném textu, naprosto marginální.

Board with unbaked cooking pots, 1999

Ceramics Paulus Florizoone, Diksmuide, Belgium

Ten cooking pots, c. 1400

Inv. no's OL-24/25/30/35/105/118; WEY-124-9/10; PH-71-9; DA-51

Obr. 6 Historické muzeum v Amsterdamu, Nizozemí.

S tím úzce souvisí tzv. „strach z mála (malosti)“, tedy nadměrné užívání tzv. srovnávacího materiálu. Jakoby námi zvolené téma samo o sobě nestačilo a je nutné je stále srovnávat se skutečnostmi jinde. Jednoznačně archeologická expozice v polském Ostrów Lednický „neopomíjí“ pyramidu a končí fotografií Opery v Sydney.

Častou chybou jsou i nevhodné texty. Příliš krátké, většinou však příliš dlouhé a přehnaně odborné. Vyobrazení užívání předmětu (třeba přelenu) může být srozumitelnější více než pouhé jedno slovo či naopak sáhodlouhý text. V některých případech pak můžeme nalézt příklady nucené „lidovosti“ textů („neandrtálec byl takový matěj“). Je žádoucí používat i znaky a symboly (jakési dopravní značky) v podobě náčrtů, kreseb, plánů, map, rekonstrukcí, schémat, diagramů a značek. Kresba archeologické situace je vždy sdělnější než dlouhý text o ní, stejně jako mapka výskytu určitého jevu (třeba specifické kultury) než soupis lokalit. Zde je však třeba dát velice přísně pozor na přejímání těchto znaků z běžné archeologické praxe (náleznová zpráva, odborná publikace) bez pečlivého prozkoumání srozumitelnosti pro návštěvníka. Mapky, kde jedinými orientačními body jsou názvy místních kopců, by zamotaly hlavu i nejednomu archeologovi. Bohužel, jde o velmi častý prohrěšek.

Stejný důraz na srozumitelnost musí být kladen na další doprovodná sdělení, jako jsou třeba mapy či grafy, které jsou často mechanicky (tedy chybně) přejímány z odborného tisku.

Za další neuralgický problém považujeme nevyjasněný vztah k využívání techniky, včetně té nejmodernější. Technika je vítaná ve všech oblastech muzejní práce, včetně prezentace, avšak musí být pouze prostředkem k lepšímu představení námi zvoleného tématu a nikoli cílem vedoucím k filmové show, jak bohužel můžeme vidět např. v archeologicko-historické expozici v polském Hnězdu. Bolestivou realitou je neexistence fundované výstavní kritiky.

5. Závěr

Jsme přesvědčeni, že archeolog i návštěvník muzea mají v podstatě stejný cíl, přístup k situaci. Archeologovi nejde apriorně o nějaký nález (střep, kostra, stavba apod.). Archeolog chce poznat minulost, chce svojí prací k tomuto poznání přispět, nalézt nové a vyvrátit neplatné. K tomu používá určité metody, kterými se dostává k novým nálezům, které interpretuje a jejichž prostřednictvím posouvá svoje (potažmo dalších lidí) poznání vpřed. Archeolog se touto prací seberealizuje a nachází v ní „krásno“. Návštěvník také chce něco poznat, rozšířit své znalosti, poznání, ale i nechat expozici působit na svoje emocionální já. Zatímco pro archeologa je archeologie prací, pro návštěvníka muzeí jde spíše o aktivní formu zábavy a poučení. Pro oba, archeologa i návštěvníka muzea, je nálezová situace, nález, pouhým prostředkem k něčemu. Za největší nedostatek muzejních expozic vidíme to, že v muzejních expozicích jako by tomu bylo naopak. Jakoby nekonečné řady nálezů doplněných textem (popiskou) byl konečný cíl. Josef Beneš správně postřehl, že ti, kteří chtějí muzea „odmuzejnit“ (zbavit muzejní sály mrtvolné prázdnoty) a ti, kteří je chtějí „zmuzejnit“, popřípadě „zmuzeologizovat“ (zapojit do života společnosti), chtějí vlastně totéž.

Spoléhat na samozřejmou vypovídací schopnost archeologických nálezů umístěných v jakémsi chrámu vědění by bylo bláhové. Muzejní archeologické expozice musí být živým mostem pro pochopení návštěvníků, mostem mezi vědeckovýzkumnou základnou a veřejností. Na druhé straně musí, zůstat muzejním produktem. Je nezbytné najít svoje vlastní hřiště, niku, kterou neobsazují jiná kulturně vzdělávací zařízení, tedy vytvářet expozice a na ně navázané programy, které se nebudou vyplovat či dublovat se s něčím jiným. Optimálním projevem pak není ani krátká výstava bez výraznějšího odrazu v očích veřejnosti, ani letitá mrtvolná expozice. Vzhledem k rychlému vývoji jak archeologie jako vědy, tak i výstavních postupů a praktik, nemůžeme veřejnost oslovovat tím samým produktem dlouhé roky. Při přípravě výstavní akce tedy musíme přejít od živelného prakticismu, od individuálního amatérství ke kolektivnímu, vysoce profesionálnímu výkonu a od živelného momentálního nápadu ke dlouhodobému plánování, bez nadsázky, k promyšlené strategii. Rozmístit vitríny, naplnit je předměty s popiskami a texty vlastně ani nedá tolik práce. Tato metodická příručka nabádá k cestě složitější, ale smysluplnější. Muzeum, jako každý produkt kultury, chce mít osobitou tvář. Proto, když naplníme základní muzeologické postuláty formulované v této příručce, je cesta k vlastní kreativitě otevřena.

Literatura

- BENEŠ, J. 1981: Muzejní prezentace. Praha: Národní muzeum.
- DOLÁK, J. 2015: Muzeum a prezentace. Bratislava: Muzeológia a kultúrne dedičstvo, o.z. Dostupné na: http://www.muzeologia.sk/index_htm_files/Dolak_J_muzeum%20a%20prezentace.pdf
- DOLÁK, J. 2013: Prezentace archeologie. Doktorská práce obhájená na MU Brno, Dostupné na: <https://is.muni.cz/th/a1ez0/>
- STRÁNSKÝ, Z. Z. 2005: Archeologie a muzeologie. Brno: Masarykova univerzita.
- ŠOBÁŇOVÁ, P. 2014: Muzejní expozice jako edukační médium. Olomouc: Univerzita Palackého Olomouc. Dostupné na: <http://kvv.upol.cz/images/upload/files/sobanova%20muzejni%20expozice%201%20tisk%20blok.pdf>

Doporučená literatura

- BEZZUBOVA, O. V. 2004: Těeoria muzejnoj komunikaciji kak moděel sovremennovo obrazovatělnogo processa. In: *Dudnik, S. I.* (ed.), *Kommunikacija i obrazovanie* 6, Sankt Petersburg: Sankt –Peterburgskojke filosofskojke obščestvo, s. 418–427.
- DEAN, D. 1996: *Museum exhibiton: Theory and practice*. London - New York: Routledge.
- DOLÁK, J. 2009: Expozice jako prostředek muzejní komunikace. In: A. Komárková – M. Buriánková (eds.), *Muzeum a změna III.*, Praha: Asociace muzeí a galerií České republiky, s. 59–67.
- HERREMAN, Y. 2004: Display, Exhibits and Exhibitions. In: *Boylan P.* (ed.), *Running a museum: A Practical handbook*, Paris: ICOM, pp. 91–103.
- HOOPER–GREENHILL, E. 1999: Communication In Theory And Practice. In: *Hooper–Greenhill E.* (ed.), *The Educational Role Of The Museum*. London: Routledge, pp. 28–43.
- MAROEVIĆ, I. 2002: What is it that we are presenting in a museum: objects or ideas? In: *Vieregg H. K.* (ed.), *Museology and Presentation: Original or Virtual?*, ICOFOM Study Series 33b, Zagreb: ICOM, pp.74–78.
- MATOUŠEK, V. 2000: Archeologické muzejní expozice v Čechách jako odraz koncepce studia pravěku a středověku, *Archeologické rozhledy* 3, s. 453–463.
- MCMANUS, P. 2000: *Archaeological Displays and the Public*. London: Archetype Publications.
- Plokhotnyuk V. –, Mitrofanenko L. (2018) Semiotic models in museum communication. In: *Muzeológia a kultúrne dedičstvo*, č. 1., s. 21.–31.
- Schärer, M. R. 2003: *Die Ausstellung. Theorie und Exempel*. München.
- Sklenář, K. 1998: Archeologické expozice Národního muzea: z Čech do Evropy a zpátky?, *Muzejní a vlastivědná práce* 1, s.15–30.
- SU, D. 2008: Museum, Museology : Be cautious of the Technology Doctrine. In: *Desvalées, A. – Nash, Suzanne* (eds), *Museums, Museology and Global Communication*. ICOFOM Study Series 37, Changsha: International Council of Museums, pp.17–19.
- SVANBERG, F. – WAHLGREN, K. H. 2007: *Publick archeologi*. Lund: Nordic Academic Press.

Jak vystavovat archeologii

Metodika k tvorbě archeologických expozic

Text: Jan Dolák
Fotografie: Jan Dolák
Grafická úprava: Silvie Straková
Návrh obálky: Milan Mačinec
Vydavatel Moravské zemské muzeum
Tisk Moravské zemské muzeum
Metodické centrum muzejní pedagogiky
Zelný trh 6, Brno
Brno 2018

ISBN 978-80-7028-508-4