

Dolák, Jan

Archeologická expozice jako prostředek komunikace

In: *Moravskoslezská škola doktorských studií. Seminář 2.* Měřínský, Zdeněk (editor); Klápště, Jan (editor). 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2011, pp. 16-24

ISBN 9788021056718

Stable URL (handle): <https://hdl.handle.net/11222.digilib/127715>

Access Date: 16. 12. 2024

Version: 20220831

Terms of use: Digital Library of the Faculty of Arts, Masaryk University provides access to digitized documents strictly for personal use, unless otherwise specified.

ARCHEOLOGICKÁ EXPOZICE JAKO PROSTŘEDEK KOMUNIKACE

Jan Dolák

Abstrakt:

Autor nejprve zdůrazňuje nutnost komunikace archeologie s veřejností ku prospěchu obou stran. Poté se zabývá obecnou teorií komunikace a zejména teorií muzejní komunikace, zaměřenou především na tvorbu muzejních expozic a výstav. Článek končí rozkladem současných světových trendů při tvorbě muzejních expozic zaměřených na archeologickou problematiku. Autor pro potvrzení svých teoretických postulátů uvádí řadu příkladů z domova i ze zahraničí.

Klíčová slova:

muzeum – muzeologie – archeologie – expozice – komunikace

Abstract:

Archaeological Exhibition as a Means of Communication

The author addresses the importance of communication between archaeology and the public, a process that benefits both parties. He then moves on to the general theory of communication, especially as it applies to the museum environment, centring on the production of museum installations and exhibitions. The article concludes with an overview of current international trends in the creation of museum archaeology installations. To illustrate his theoretical postulates, the author supplies a number of examples from the Czech Republic and abroad.

Key words:

museum – museology – archaeology – exhibition – communication

Úvod

Význam a společenský dosah kteréhokoliv vědního oboru je závislý na uplatnění svého poznatkového přínosu jak v rámci systému vědy jako takové, tak i v povědomí společnosti.

Archeologické vědomí je bezprostředně spjata s vlastní vědeckou produktivitou a produkcí tohoto oboru, která se prezentuje tradičními komunikačními formami: tiskem, přednáškami apod. Má však omezený společenský dosah. Naproti tomu masové komunikační formy formují archeologické povědomí, které postihuje celou společnost, i když mnohdy velmi povrchně a zkráceně, a výrazně ovlivňuje kulturní povědomí společnosti, což má mnohdy negativní dopad na přístup ke kulturnímu dědictví a jeho ochraně.

Osobitou komunikační formou, která má prvořadou úlohu ve vztahu ku společenskému povědomí, ale i archeologickému vědomí, je *muzejní prezentace archeologie*, která může výrazně potlačit deformace archeologického povědomí, a přispět tak k popularizaci archeologického vědomí v zájmu zvyšování prestiže archeologie ve společnosti.

Vzhledem k významu muzejní prezentace archeologie jak pro společnost, tak především pro samu archeologii věnuje ve své práci pozornost muzejní prezentaci archeologie, a to ve vztahu k vývoji a stavu této prezentace v muzeích v různých

zemích světa i v České republice. Rozboru archeologických expozic, z nichž některé se výrazně zapsaly nebo zapisují do dějin muzejní prezentace archeologie, nebyla dosud věnována náležitá pozornost ani ze strany archeologů, ani ze strany muzeologů. Domnívám se, že základními předpoklady kvalitativní proměny muzejní prezentace archeologie jsou:

- integrace archeologie a muzeologie při profesionalizaci muzejní prezentace
- výuka muzejní prezentace
- výuka a výukové programy archeologie a muzeologie
- odborně fundovaná kritika muzejní archeologické prezentace a její publicita
- úloha archeologické prezentace v kontextu masové a virtuální komunikace z hlediska archeologického povědomí společnosti
- posilování postavení a rozvoje archeologie v podmínkách rychle se měnící společnosti
- obrana vědecké báze archeologie vůči amaterizačním tendencím.

Archeologie a veřejnost

Zájem o archeologii je značný. Řada populárně naučných časopisů má v podstatě pravidelnou rubriku či alespoň pravidelný prostor věnovaný archeologické problematice. Archeolog jako „hledáč a objevitel pokladů“ je pozitivně vnímán a daleko snáze se dostává třeba na stránky tisku, na rozdíl například od sebelepšího etnologa „coby hledáče a objevitele“ málo známých lidových písní. To je pro archeologii dobře.

Veřejnost byla s archeologií a jejími sbírkami vždy více či méně provázána. Počet zájemců z řad veřejnosti však zřejmě překračuje počet návštěvníků archeologických expozic a výstav. Proč? Zatím hypoteticky můžeme tvrdit, že tuto část své práce archeologové moc neumějí, berou ji až jako to poslední, co musejí udělat, někdy je prezentace archeologie podceňena i muzejním managementem. S veřejností můžeme vést buď dialog, poskytovat jí co možná neaktuálnější informace a využívat její schopnosti reagovat, nebo můžeme vést prostý monolog. Permanentní zájem o reakci, názory a mínění a potřeby veřejnosti pak může vést k novým přístupům archeologů a sloužit k obapolné spokojenosti a prospěchu. Tento akcent na poznání potřeb veřejnosti však v žádném případě nesmí sklouznout k pouhým výzkumům veřejného mínění! (Dolák 2008a, 115–121).

Přes všechnu vstřícnost nelze tento vztah redukovat na pouhé *Vox populi – vox dei*. Veřejnost totiž bývá jen v málo případech jednotná, ba dokonce nebývá ani výrazně většinová. Absolutizací takového přístupu bychom však v oblasti prezentace sklouzli do naprostého nihilismu. Zjednodušeně řečeno, jakákoli výstava či expozice by mohla být považována za zdařilou, protože vždy by se našel někdo, kdo by prohlásil, že se mu to

líbí nebo mu to něco přináší. Výrobní podnik, spoléhající na takovéto „hodnocení“ své produkce by šel velmi rychle do červených čísel a následně by zkrachoval. U institucí prezentujících archeologické sbírky je situace jiná. Jejich případný špatný produkt v drtivé většině případů nemá vliv na výši příspěvku ze strany zřizovatele ani na změnu vedoucího pracovníka. Ocitáme se tak v bludném kruhu. Vysoké školy věnují relativně malou pozornost přípravě budoucích archeologů pro komunikaci s veřejností. Ti pak svoji práci, tedy jak nové poznatky, tak i nové sbírkové předměty, neumějí veřejnosti „prodat“ a ta pak do expozic nechodí. A když chodí, tak buďto nerozumí vůbec, nebo pouze z části, a snadno pak podléhá zkreslujícím přístupům, někdy vedoucím až k mysterióznímu podezřívání archeologů ze záměrného zatajování poznatků, aby před prostým lidem nevyšla najevo skrývaná „PRAVDA“. V této situaci se pak archeologům obtížněji prosazují jejich vlastní cíle, neboť veřejnost je chtě nechtě jejich zákazníkem.

V celé společnosti neustále probíhá permanentní posuzování toho či onoho výrobku a služby, a to bez vyplňování dotazníků. Stejně jako posuzovatel nového léku provádí vědeckou, převážně chemickou analýzu daného vzorku bez „konzultace s veřejností“, tak existují i obecné metody posuzování expozic a výstav, které vycházejí z dlouhodobého zkoumání odborníků z oblastí výstavnictví, muzeologie, psychologie, pedagogiky apod. Dlouhověký slogan, že zákazník má vždy pravdu, byl opuštěn samotnými marketingovými odborníky a byl nahrazen základní ideou: Nápad je vždy na prvním místě (Dru 2006).

Kruciálním problémem současných věd je značný úpadek na jejich podstatu, na systém jejich poznávací soustavy, na jejich pravdivost, archeologii nevyjímaje. Je to dáno některými proudy v současné filozofii. Řešení této situace příliš nenapomáhá ani samotná teorie vědy, ať ji chápeme prizmatem Khunových paradigmat, Popperových falzifikací, Lakatošova pevného a proměnlivého jádra vědy či Feyerabendova „Anything goes“. Jeden z argumentů proti vědě však je založen na lidské komunikaci. „Věda používá odborný jazyk, který je normálnímu člověku nesrozumitelný. V důsledku toho přináší problém porozumění vědeckým výsledkům a vytváří bariéry pro lidi, kteří komunikují v přirozeném jazyce. To uzavírá vědce do jakési izolované komunity, která je schopna výměny informace jen uvnitř úzké společnosti zasvěcených.“ (Fajkus 1997, 9) Tento názor lze celkem úspěšně částečně zpochybnit. „Je pochopitelné, že porozumění vědeckým poznatkům předpokládá jistou přípravu nebo studium a souvisí se stále aktuálním problémem všeobecného vzdělání populace.“ (Fajkus 1997, 9) Břetislav Fajkus však má zcela pravdu, když píše: „Na druhé straně vystupuje stále intenzivnější požadavek, aby přenos vědeckých poznatků do společnosti nalezl i potřebnou vstřícnou aktivitu vědců. Dobrá vědecká popularizace je stále vzácným jevem a vyžaduje, aby sami vědci věnovali tomuto úkolu patřičnou pozornost. Vstřícná aktivita obou účastníků komunikace je jistě předpokladem a prostředkem k překonání komunikační bariéry mezi vědci a uživateli výsledků vědy v praktickém životě.“ (Fajkus 1997, 9) Dodal bych, že necítím striktní rozdělení archeologů na „vědce“ a „popularizátory“.

V českém prostředí se objevila polemika nad „dvojí archeologií“ (Neustupný 2000). Domnívám se, že archeologie by měla být jedna, ale měla by postihovat všechny svoje specifické aspekty včetně vědeckého výzkumu, výchovy nastávající

generace, participace na památkové péči, tvorby muzejních tezaurů i otázky komunikace s veřejností. Zabývání se komunikací archeologie neposune naše poznání v oblasti pravěku či středověku ani o krok. Přesto se domnívám, že není zbytečné.

Koho oslovujeme? Některé výstavní počiny v oblasti archeologie jsou směřovány k úžejí stanovené skupině návštěvníků (děti, senioři apod.), ale většinou tomu tak není. Snažíme se podchytit co možná nejširší vrstvy „zákazníků“, jako třeba mobilní operátor či Český rozhlas. Proto považují častý akcent na stanovení cílové skupiny, pro kterou expozici či výstavu tvoříme, ve většině případů za mechanické přejímání obecných marketingových pouček, jejichž standard je mimořádně kolísavý a mnohdy sklouzává do úrovně pouhých foskulí. Z hlediska frekvence návštěv a intenzity vztahu k muzeu někdy rozlišuje anglicky psaná literatura tzv. občasně návštěvníky (*visitors*), pravidelně návštěvníky (*attenders*) a lidi, kteří prostě potřebují muzea ke svému životu (*users*).

Muzejní sféra je mnohdy označována za málo výkonnou a jejím protiargumentem je poukazování na nedostatek finančních prostředků (Žalman 2006, 12–13). To je sice neoddiskutovatelné, ale i se stávajícím stavem pracovníků a technickým vybavením je možné udělat pro návštěvníky více. Bez celkového přehodnocení vztahu muzeí k veřejnosti se to však neobejde. Informovanost s sebou nese důvěru, přináší spokojenost a z tohoto pohledu můžeme „odkomunikování“ výsledků bádání považovat za jeden ze základních pilířů demokratizace archeologie jako vědy.

Přítomnost vědy v muzeích a možnosti jejího pěstování v těchto institucích si však neuvědomují ani mnozí odborníci. Smutným, ale signifikantním příkladem tohoto druhu je nedávno vyšla sociologická studie *Obraz vědy v českém veřejném mínění* (Šamanová–Škodová–Vinopal 2006). Zde není o muzeích ani zmínka a početným respondentům výzkumu nebyla ani nabídnuta možnost odpovědi, že se s vědou setkávají i v muzeích. Dokud si však nutnost zcela jinak komunikovat s veřejností neuvědomí samotná muzea, nemůžeme očekávat jiné přístupy „zvenčí“.

Situace je komplikována skutečností, že v Česku neexistuje výstavní kritika na odborné bázi. Pokud se objeví posudky výstavních akcí, pak jsou zaměřeny jen na vědeckou správnost z hlediska archeologie jako vědní disciplíny. Je to způsobeno jak neznalostí „jak na to“, tak i nezájmem (muzejníků, archeologů i muzeologů) a pseudosolidaritou v rámci oboru. Zatímco nad publikovaným textem dokáží archeologové živě diskutovat, nad archeologickými expozicemi se vlastně nediskutuje vůbec. Je to částečně způsobeno i evaluačními kritérii v rámci univerzit a vědeckých ústavů, kde je v naprosté většině případů monografie nebo dokonce i jen článek hodnocen zřetelně výše než příprava a tvorba sebenáročnější výstavy.

Potřebu komunikovat s veřejností pociťují i samotní archeologové, na tato témata se konají celé mezinárodní konference. Ve sbornících z nich však slovo muzeologie nenajdeme, a dokonce i zmínek o muzejních expozicích je zde minimální množství (Veřejná archeologie I. 2005). Ani jiní obdobně naladěni badatelé potřebu znalostí z oboru muzeologie příliš nezmiňují (Gogová 2005).

Zatímco v Evropě je archeologie řazena většinou k historickým vědám, například v Severní Americe je spíše považována za součást antropologie a třeba v Latinské Americe je velmi blízká etnografii. Proto předměty jednoznačně archeologické

povahy můžeme najít v muzeích etnografického zaměření (Antropologické muzeum v argentinské Córdobě), v řadě historických muzeí po celé Evropě, ale i třeba v Muzeu dějin přírody ve Vídni.

Jaký předmět vystavený v muzejní expozici vlastně ještě můžeme považovat za archeologický a jaký již ne? Časté jsou přesahy archeologie do jiných věd, třeba do umění a naopak. Proto za archeologickou prezentaci považují i stovky či tisíce let staré rytiny amerických indiánů v kanadském open air muzeu Writting on Stone v provincii Alberta. Z druhé strany za hraniční pak považují kamenné artefakty vystavené v Národním muzeu Nového Zélandu ve Wellingtonu, Te papa Tongarewa, které věrně dokumentují styl nejstarších obyvatel ostrova, přestože mohly být vyrobeny relativně velmi nedávno (třeba v 19. století, ale i později), a dokonce mohly být získány od domorodců i jinými metodami než archeologickým výzkumem, tedy patřily by spíše do sféry etnologie.

Základní rozdělení archeologických expozic, podle mého názoru, musí být na „in situ“ a „in fondo“. Ty první představují zachování nálezové situace na místě samém. Někdy jsou doplněny pouze jednoduchým textovým vysvětlením (Island – bývalé biskupství Skálholt), jindy je zde poblíž či dokonce nad nálezovou situací vybudováno zařízení muzejního typu (Mikulčice). Sem musíme organicky zařadit i tzv. archeoskanzeny (polský Biskupin). Ty druhé jsou pak vytvořením umělé situace v umělém prostředí muzea.

Komunikace

Původní latinský význam komunikace zahrnuje sdělení, sdílení, spojování, společnou účast. K. Jaspers vymezuje komunikaci existenciální, kdy si v izolovaném pojetí nejsme vědomi sama sebe a teprve v komunikaci nám pohled druhého říká, kdo jsme a jací jsme pro druhé. Jde tedy o základ veškerých vztahů mezi lidmi. Jde tedy o proces sdělování (a také sdílení), přenosu a výměny významů a hodnot.

Samotný termín komunikace je poněkud nejednoznačný. Může být používán ve smyslu pozemní komunikace (silnice, dálnice, chodníky, cyklostezky), může znamenat obecně dopravní cestu (železnice, vodní či letecká cesta). Komunikačním systémem jsou například i dopravní značky, komunikují i rostliny a zvířata. Komunikace se odehrává v rámci tzv. první signální soustavy (pachy, taneční obřady zvířat apod.), ale lidé komunikují i v rámci tzv. druhé signální soustavy (jazyk, řeč). Kromě verbálních jazykových systémů existují i neverbální jazykové systémy, což jsou i muzejní expozice. Pro naše potřeby můžeme termín komunikace chápat jako dorozumívání, tj. sdělování myšlenek, informací, názorů a pocitů mezi lidmi. Součástí komunikace je pak logicky i *feedback*, tj. zpětná vazba. Termín komunikace se však užívá i v kontextu, kde je očekávána minimální nebo vůbec žádná přímá zpětná vazba, jako je třeba rozhlasové vysílání. Zpětná vazba může být i značně opožděna. Sem, do kategorie s menší mírou zpětné vazby, umísťují i muzea. Teorie komunikace se částečně prolíná s teorií informace. Zatímco však informatici více dbají na samotný předmět informace a nezáleží jim tolik na zdroji sdělení, teorie komunikace si naopak více všímá přenosových mechanismů. Z hlediska muzeologie je právě nosič informace středem pozornosti.

Občas se setkáváme s termíny přímá a nepřímá komunikace, které považují za mimořádně problematické a terminologicky

nejasné. Maximálně lze, podle mého názoru, použít termíny osobní či neosobní komunikace. Naše pozornost by měla být upřena na komunikaci muzeí s návštěvníkem prostřednictvím muzejních expozic a výstav jako soustav bezprostředního působení. Řetězce informací nazýváme sdělení. Sdělení segmentované do významových a prostorových bloků pak nazýváme promluva. Typickou muzejní promluvou je pak výstava nebo expozice (Šuleř 1997).

Za zakladatele teorie komunikace je považován americký filozof Charles Sanders Pierce, který mimo jiné významně přispěl k poznání v oblasti znaku, významu a komunikace. Jeho přístupy pak byly rozpracovány dalšími odborníky v oblasti sémiotiky, nauky o znakových systémech. Za jednoho z prvních muzeologů, který použil termín „muzejní komunikace“, bývá považován Kanaďan D. Cameron; jinak k této problematice přistupuje Angličanka E. Hooper-Greenhill či Čech Z. Z. Stránský. Srovnání ruských a „západních“ přístupů k muzejní komunikaci se věnovala i ruská filozofka O. V. Bezzubova (Bezzubova 2004).

Na téma komunikace dnes existuje veliké množství dostupné literatury, často s tímto slovem přímo v názvu. Nutno však předeslat, že naprostá většina této produkce je zaměřena na komunikaci verbální a problematiku komunikace prostřednictvím předmětů, tedy buď zahrnuje do všeobecné kategorie „obrazové symboly“, nebo ji neřeší vůbec. Přitom: „Předmětem komunikace může být jakýkoli výtvar (lidský, přírodní, verbální i neverbální, hmotný i duševní), představený (prezentovaný) jednou osobou nebo institucí a vnímaný druhou stranou.“ (Foret 1994, 18)

Forma komunikace prostřednictvím věcí (v našem případě exponátů) je tedy buď výrazně potlačena, nebo absentuje úplně (Mikuláščík 2003). Přitom ukazování věcí, ostenze, je prázkladem lidské komunikace, jak přesvědčivě dokázal český vědec Ivo Osolsobě. Za prvního teoretika ostenze je považován svatý Augustin; Kierkegaard a Wittgenstein dokonce nadřazovali ostenzi všemu verbálnímu (Osolsobě 1997). Jiný český vědec, muzeolog Karel Boženek, před časem použil krásný příklad z Gulliverových cest od Jonathana Swifta, kde je popsána země, v níž odstranili řeč, všichni s sebou vozili věci a své myšlenky si sdělovali prostřednictvím těchto věcí. Ostenzivní definice zavedená v logice Ludwigem Wittgensteinem a Bernardem Russellem je vlastně základní nejprimitivnější způsob, jak zvest význam termínu ukázáním věci, kterou termín označuje, neboť je to definice designátem samým. Logika sama nám však v oblasti muzejní prezentace nepomůže (Boženek 1997). Ruská muzeoložka S. V. Pšeničnaja rozbořením komponentů nejstarších forem „jazyka“, předmětně-vizuálního a předmětně-akustického, dochází k závěru, že právě zde musíme hledat prameny, zdroje (*istoki*) „muzejního jazyka“, jeho prvních „praforem“ (Pšeničnaja 2001).

Muzejní expozice je jistě jakýsi druh textu, a proto hodně závisí na jejím porozumění a interpretaci. Tím se dostáváme k hermeneutice, vědě o výkladu a rozumění. Těmito otázkami se na filozofické rovině zabýval především německý filozof H. G. Gadamer (Gadamer 1994). Člověk dospívá k porozumění tak, že si nejprve vytvoří předběžnou představu čili předsudek, který potom s textem nebo věcí konfrontuje, a na základě takového porovnání si vytváří představu lepší. Nikdy se neobejde bez předběžného mínění čili *předporozumění*. Podstatné

je právě to, že si toto mínění ověřuje a je ochoten je změnit. Protože tento postup se obvykle opakuje, lze mluvit o „kruhovém“ procesu či „kruhu“.

Hermeneutický kruh má nejméně tři stadia:

1. předporozumění, s nímž interpret k vykládanému jevu přistupuje;

2. hermeneutická zkušenost, která tomuto předporozumění neodpovídá;

3. opravený rozvrh, s nímž se lze vrátit k prvnímu kroku.

Tedy řečeno s Alphonsem Bertillonem: Člověk vidí jen to, čeho si všimne, a všimne si jen toho, co jeho vědomí dávno zná.

Tyto procesy však nejsou lineární. Martin Fuchs správně upozorňuje, že: „It is necessary to recognize more than one mode of hermeneutic appropriation.“ (Fuchs 1999, 152) „The right to be different includes the option to reject hermeneutical understanding and the communication of certain aspects. (...) What I have been arguing for is a switch from a unidirectional, in the even mono logical, hermeneutics to a reciprocal and multidirectional one.“ (Fuchs 1999, 153) Aplikací hermeneutiky na informační vědu se zabývala ve své disertaci Lenka Hořínková-Kouřilová (Hořínková-Kouřilová 2006).

Muzejní komunikace

V širokém, holistickém pojetí musí muzeum při komunikaci s veřejností myslet na velké spektrum přístupů, otázek a problémů. Jde o celkovou reklamní politiku muzea, budování vlastní značky a image, fyzickou, časovou a cenovou dostupnost, příjemnost prostředí, tj. temperace, klimatizace prostor, dostupnost a kapacita zázemí pro návštěvníky (šatny, WC, prodejny suvenýrů), možnost odpočinku a občerstvení se, 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.

Muzea pro svoji komunikaci používají nejrůznější formy, ať už jsou to besedy, přednášky, publikace nejrůznějšího druhu apod. Podle mého názoru jsou (a měly by zůstat) základní formou muzejní komunikace expozice a výstavy, vždy pokud možno co nejvíce navazující na sbírkový fond.

Archeolog vyjímající předměty ze skutečnosti a přemísťující je do muzea pořízuje podobnou úplnou průvodní dokumentací, nálezovou zprávou. Přes sebepečlivější provedení jde vždy o dekontextualizaci těchto předmětů a jejich přemístění do umělého světa muzejních sbírek, řečeno se Z. Z. Stránským, do metasvěta. Při prezentaci je naprosto nezbytné předměty znovu kontextualizovat, představit nejen je, ale i světy, ve kterých vnikly a sloužily. K tomu je třeba znát a ovládat specifický muzejní výstavní jazyk (*exhibition language*), jehož prostřednictvím budou naplněny cíle muzejním scénáristou sledované. Tak jako přednes hudebního či divadelního díla může být pojat rozličně a může ve všech případech být úspěšný, tak i úspěšných muzejních přístupů k prezentacím může být několik. Ale jako hudebníci musejí znát noty a nemohou skladbu zahrát jakkoliv, tak i muzejní scénárista nemůže jakkoliv pojmut přípravu expozice a odkazovat se pouze na „osobní přístup“ či „vkus“ tvůrce i návštěvníka expozice. I zde platí určitý řád, který nevylučuje originalitu.

Muzejní komunikace, ale i komunikace předmuzejních zařízení, se vždy odehrávala formou ukazování, což můžeme

doložit historicky. Ukazování je nepochybně sdílení, dokonce „klasické sdílení“, jak přesvědčivě dokázal I. Osolsobě. Je to dávání něčeho někomu k dispozici jeho poznávání. Ukazování má tedy výrazně poznávací, gnoseologický charakter. Musí však jít ruku v ruce se základní sdělovací lidskou formou, tj. jazykem. Muzejní prezentaci tedy nemůžeme chápat pouze jako prosté ukazování. Nesmí nám jít o věci samé, ale o to, „co je za nimi“. „Věci v muzejně prezentačních formách nesdělují tedy samy sebe, ale přejímají zároveň určité role, prostě hrají.“ (Stránský 1984, 103) Divadlo je také postaveno na ostenzi, ale samotná ostenze je nulový bod divadla, tam, kde začíná skutečné divadlo, už není jen sama ostenze, ale je zde „i druhá, vlastní, specifická podstata divadla, převtělování, hra, umělý svět, model“. (Stránský 1984, 103)

Pokud jsme se rozhodli, že naše muzeálie vybraná za exponát má hrát nějakou výpovědní roli o skutečnosti, musí být do této role určena, navedena, zprostředkována a režirována. Není třeba zdůrazňovat, že smyslem muzejní prezentace je harmonické vyvážení projevu, tak jako je hudební dílo souladem jednotlivých hudebních nástrojů. To si vyžaduje vytvoření, pochopení a následnou explikaci muzejního prezentačního jazyka. Podle Stránského muzejní prezentace

- znovuzpřítomňuje skutečnost prostřednictvím relativně autentické dokumentace,
- znovuzpřítomňuje ji však v kvalitativně nové rovině, která je výrazem vědeckého poznání a hodnocení (Stránský 1984, 104).

Základní, nejvlastnější formou muzejní prezentace je expozice, která má tyto hlavní rysy:

- a) komunikuje obsahové jádro tezauru, tím se ztotožňuje se základním dokumentačním zaměřením ústavu, není pouhým ukazováním sbírkových fondů, ale přináší explikaci poznání skutečnosti,
- b) je to zvláštní druh názorného sdělování, který je postaven na autentických dokladech, sbírkový předmět se po pečlivém výběru stává exponátem,
- c) je to forma dlouhodobá (Stránský 1984, 105).

Expozice by měla prezentovat profilovou bázi muzea a obsahově by měla mít kompendiální charakter. Výstava je pak forma krátkodobá, zpravidla reagující na aktuální úspěchy či problémy oboru. Archeologické výstavy jsou někdy „doplňkovým produktem“ velkých grantů a pak se k jejich realizaci přistupuje jako k „nutnému zlu“. Výsledky pak někdy bývají žalostné.

Tvorba expozice i výstavy je závislá na odborných znalostech, ale v určité míře i na nadání. Podstata tvorby pak spočívá na schopnostech „vizualizovat myšlené“ (Stránský 2005, 128).

Muzeum je jako ledovec. Většina toho, co má, je ukryto před zraky veřejnosti. Proto je tolik důležité pečlivě vybírat to nejvhodnější pro expoziční využití a pokud možno co nejčastěji expozice inovovat.

Muzejní prezentace archeologie je založena na vystavování předmětů. Jsou to však vždy fragmenty a relikty původní skutečnosti, která byla daleko bohatší, než jak ji archeologie dokáže zachytit. Některé znaky skutečnosti jsou pak ve sbírkách muzea zastoupeny celými sériemi (keramika), některé jsou zastoupeny řídky nebo vůbec ne, protože hmotné doklady z oné konkrétní skutečnosti buď vůbec neexistují, nebo se nedochovaly. Archeologickou sbírku tedy vždy můžeme vidět jako redukovanou. Prezentační aktivity muzea, a to jakékoliv (včetně

muzejních programů, přednášek, besed), nesmí být otrockou snahou o zrcadlový odraz složení sbírky.

Přístupy k tvorbě archeologických expozic se v nejednom případě setkaly s malým pochopením ze strany muzeologů, někdy i archeologů. Například: „(...) archeologická muzea mají tendenci ukazovat množství nalezeného materiálu místo názorného podání obrazu života pravěkého člověka.“ (Beneš 1981, 31) „Archeologické nálezy se prezentují v historickém pojetí, nikoli v již překonaném pojetí archeologickém, kdy určení kultury a datování vyčerpávalo všechny zájmy. Požadavkem je uplatnit jen takové nálezy, jež jsou k podání názorného obrazu potřebné a nepřepřilňovat vitríny množstvím podobných nádob, nástrojů, zbraní, šperků apod.“ (Beneš 1981, 279) „Vzpomeňme si jen na archeologické expozice, které ve většině případů jsou stále stavěny tradičně na artefaktech zastupujících vybrané kultury bez oné rekonstrukce či modelů.“ (Stránský 2001, 315) K. Sklenář vidí archeologickou expozici Národního muzea jako depresivní (Sklenář 1998, 23). Kritickými slovy nešetří ani V. Matoušek (Matoušek 2000), který však zcela správně poznamenává: „(...) tvorba muzejní expozice je rovnocenná s jakoukoliv jinou formou vědecké práce.“ (Matoušek 2000, 454)

Při tvorbě expozic „in fondo“ jde o vytvoření umělé situace v umělém prostředí muzea. Dean formuluje dva základní extrémy při tvorbě těchto expozic:

- *object content*: bez interpretativních informací, jako sbírka váz či keramiky doma na polici,
- *information content*: předměty buď chybějí, nebo mají minimální význam (Dean 1996).

V muzeích se nejčastěji setkáváme s tzv. objektovým přístupem, což není nic jiného než eufemistický výraz pro prostou prezentaci velkého množství mimořádně podobných předmětů s minimální snahou o kontextualizaci (Naturhistorisches museum ve Vídni, Regionální muzeum K. A. Polánka v Žatci apod.). S určitým váháním lze tento přístup přijmout u předmětů galerijní umělecké hodnoty (Národní archeologické muzeum v Madridu), rozhodně ne však u běžných pravěkých či středověkých nálezů. Někdy tyto prezentace nepřekračují úroveň školního kabinetu (University of Newcastle), někdy jsou postaveny na zcela liché chronologii (Fort Jesus, keňská Mombasa). Někdy dochází až k rezignaci na hledání optimální cesty k prezentaci archeologie, když jsou starověké nálezy doplněny expozicí moderních knoflíků (Regionální muzeum v Celje).

Opačným extrémem je pak tvorba show, kdy význam exponátů je naprosto minimální a veškeré sdělení je svěřeno promítání filmu, doprovázeného sofistikovaným slovem bez jakékoliv návaznosti na vystavené předměty. Exponáty zde hrají roli pouze stafáže, ilustrace, nadbytečnosti (polské Hnězdo).

Archeologická expozice se většinou neobejde bez prezentace keramiky, kamenných či kostěných nástrojů, tj. předmětů, které vizuálně, na rozdíl například od dřeva či textilu, působí chladně. Tyto nezměnitelné atributy je tedy nutno vhodně vyvažovat jinými výstavními výrazovými prostředky. Je třeba si uvědomit, že původní přirozená atraktivita je archeologickému materiálu většinou odepřena. Tyto předměty působí nezáživně, zejména pokud jsou vystavovány ve stereotypních sériích. I proto vyžadují osobitý přístup při prezentaci.

V „archeologických obdobích“ se nám často stává, že pro zásadní ideje (význam Sámovy říše či Velké Moravy) 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 byl prezentovaný záměr pochopen. I z těchto důvodů je už samotná příprava a tvorba „čistě archeologických“ expozic vysoce problematickou záležitostí.

Každá muzejní expozice musí být umístěna ve vhodném prostoru. Na téma muzejního prostředí existuje rozsáhlá literatura, jejíž hodnocení přesahuje možnosti tohoto příspěvku. Jen chci zmínit v Česku stále rozšířený omyl, že čím je budova archaičtější, bývalý zámek, hrad, klášter, radnice, tím je vhodnější pro potřeby muzea. Opak bývá pravdou. Budova tohoto typu je sice divácky atraktivní, působí jako „exponát“ sama o sobě a bývá umístěna na dobrém místě. Z hlediska námi sledované tematiky však umístění muzei do těchto objektů brání moderní a působivé prezentaci sbírkového fondu. Obtížné je zde docílení optimálních světelných a teplotních podmínek, jinak krásná gotická klenba není při prezentaci pravěku nijak přínosná apod.

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 (stropy, pilastry, malby apod.) za svatokrádežné. Zde je nezbytné dočasné potlačení nežádoucích architektonických prvků prosadit. Nemáme tím na mysli stavební úpravy, které by narážely na odpor orgánů památkové péče a byly by koneckonců obecně nekulturní, jako spíše odvážnější řešení architekta expozice vytvořením umělých podhledů snižujících stropy, zamaskování fundusem apod. Vysoké sály historizujících budov jsou nevhodné i pro vnímání předmětů drobných, které se jakoby ztrácejí v obrovském prostoru a při prezentaci nevyniknou.

Vystavování archeologie má svoji architektonickou, výtvarnou i technickou podobu. Výtvarně technická stránka věci je jen jednou ze složek vedoucích k úspěchu a rozhodně ne rozhodující. Vystavování je názorné sdělování myšlenek a ze strany návštěvníka absorpce informací a osvojování si hodnot. „Nebude-li tedy výstava účinně ovlivňovat lidské vědomí, není dobrá ani v případě, že je svým formováním efektivní a v technickém vybavení nákladná. Krásně zformovaná, ale komunikativní potenci slabá výstava je vlastně zmetek asi jako krásné auto, které nejezdí (...).“ (Beneš 1981, 13) Je to vinou nedostatečného muzeologického vzdělání tvůrců archeologických expozic, ale i jejich neuměním prosadit své názory, že velmi často v „soubor“ muzejního odborníka a výtvarníka nedochází k dialektickému střetu vedoucímu k nové hodnotě, ale prostě vítězí výtvarník. Samoučelné výtvarné triky pak přehlušují zamýšlené sdělení, expozice je show za každou cenu, hlavní role případně grafice, samoučelným solitérům, které jsou však málokdy účinné. Archeologická expozice má svoji řeč, specifický výstavní projev. Pro vnímání podnětů však musí návštěvník být vybaven určitými schopnostmi. J. Beneš to přirovnává ke čtení románu ve francouzštině, ke kterému nestačí jen znalost abecedy, ale nezbytná je i znalost francouzštiny (Beneš 1981, 47). Tedy poselství, které v předmětech vidí specialista, není přímo sdělitelné ve stejné kvalitě i kvantitě laikovi.

Nelze interpretovat archeologický doklad jako výtvar „an sich“, ale jako doklad „pro nás“, s vyjádřením vazeb a vztahů, s objasněním okolností a podmínek existence a role v původním prostředí. Jeho funkce se mnohdy měnily nebo zanikly, jsou typické pro určité prostředí a dobu, a tedy jsou pro dnešního

člověka často nepochopitelné nebo alespoň nejasné. Interpretace předmětů nemusí být oborově jednoznačná, protože vystavení může sledovat určitý záměr a z těchto důvodů zdůrazňovat jen některou složku jejich výpovědi. Z archeologických dokladů může například šperk charakterizovat etnikum, zdůrazňovat bohatství, uměleckou zručnost, obchod (třeba i dovoz materiálu), diferenciaci společnosti apod.

Přirozené soubory věcí jsou někdy sestaveny do tzv. diorammat, celků ukazujících výsek historické skutečnosti. Snažíme se tak o náznak původního prostředí. Tento komplet, pokud je dobře vytvořen, má vysokou působivost.

Seriózní přístup s využitím náležitých výtvarných ztvárnění zabraňuje nebezpečí panoptikálnosti. Vzhledem ke zmíněné archaičnosti mnoha 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, moderní žaluzii či skříň, nejsou požadovaným celkem, a proto působí spíše jako „muzeální kousky“ či panoptikum.

Předměty mají velmi často rozdílnou vědeckou a komunikační potenci. Některé předměty jsou z hlediska archeologické vědy nesmírně důležité, ale jako exponáty se neuplatní, a naopak, předměty, z hlediska vědy běžné, mohou hrát při expozičním působení významnou roli. 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 mapa výskytu určitého jevu (třeba specifické kultury) než soupis lokalit. Zde je však třeba dát velice přísně pozor na nepřejímání těchto znaků z běžné archeologické praxe bez pečlivého prozkoumání srozumitelnosti pro návštěvníka. Mapky s výskytem určitých jevů, kde jsou jedinými orientačními body názvy místních kopců, by zamotaly hlavu i nejednomu archeologovi. Stejně tak mapky neoznačených vodotečí evropské části Ruska se značkami výskytu jednotlivých kultur vyžadují extrémní zeměpisné znalosti (Historické muzeum v Moskvě).

Součástí prezentace expozice jsou i texty, dle J. Beneše „nutné zlo“ (Beneš 1981, 71). Jejich kvantita je nesmírně důležitá pro celkové vyznění expozice. Zatímco v esteticky orientovaných expozicích (Národní archeologické muzeum v Madridu) je textů podle mého názoru málo, jiné expozice jimi spíše plývají. Texty musejí být nejen věcně správné, ale i jazykově na úrovni a srozumitelné, což často samozřejmostí není.

Je třeba, podle mého názoru, rozlišit slovní sdělení do tří rovin, které je žádoucí graficky či barevně odlišit.

1. Základní popis. Jednoduché sdělení jednou či několika větami. Podá nejzákladnější vysvětlení, návštěvník jde často dál, protože mu toto sdělení stačí. Ne vždy je naprostá stručnost na místě. Pouhý text „přeslen“ či „hřivna“ laikovi nesdělí nic.

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. Tato rovina nemusí být přímo součástí vitríny či panelu, informace tohoto druhu mohou být poskytovány prostřednictvím techniky (počítače) umístěné poblíž.

Nadměrná textáž návštěvníka vyčerpává, bere mu dopředu chuť, odpoutává jej od autentického sdělení. Je žádoucí komunikovat i s návštěvníky, kteří neumějí česky, ale snaha umístit

popisky či texty přímo v expozici vícejazyčně naráží na některé zásadní problémy. Jednak se celková textáž v expozici znásobuje a zaručit pro všechny čtenáře optimální výšku všech textů ve výši očí je v podstatě nemožné. Zde je vhodnější užití přenosných technických zařízení, poskytujících informace o všech třech rovinách v příslušném cizím jazyku. 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 XY IV., ve vrstvě 5a, případně že ji našel docent ten či onen. Jde o informace z hlediska návštěvníka zcela podružné, odvádějící jeho pozornost a jemu naprosto nic nepřinášející.

Opačným extrémem je absence textů. V expozici v Archeologickém muzeu v Poznani jsou pouze zcela obecné texty, které se plně hodí na situaci kdekoli v Polsku, ba dokonce ve střední Evropě. Ve vlastních vitrínách však není ani jeden popis! Řada souvislostí, ale i základních sdělení tak zůstává návštěvníkovi zcela skryta.

Tak jako se vedou rozsáhlé spory o délku a přístupnost textů, stejná, ne-li větší polemika je vedena o případném využití techniky, a to audiovizuální, multimediální, počítačové apod. Velice zjednodušeně a často velmi nepřesně se pak užívá termín virtualita. Metodicky a terminologicky zaměřená práce k této problematice nedávno vyšla ve Věstníku AMG (Šura–Cigánek 2006). Specifické pojetí muzejní prezentace umožňuje jen dílčí využívání těchto přístrojů. „Neprezentaci“ autentických svědků konkrétní skutečnosti by pak muzeum ztrácelo smysl. Na druhé straně však strach muzejníků, že zveřejněním svých sbírek třeba na internetu přijdou o své návštěvníky, je zcela lichý.

Mezi smysly, na které působíme svými výstavními počiny, je na prvním místě zrak, ovšem pro optimální percepci je žádoucí zapojit i další smysly. Josef Beneš uvádí, že po hodině v muzeu se obvykle dostavuje útlum (Beneš 1981, 212). Za posledních třicet let se však mnohé změnilo. Dnešní lidé, a netýká se to jen mladé generace, mají tzv. *attention span limited*, tedy časovou omezenost soustředění se. Tyto psychologické jemnosti je třeba brát na zřetel i při muzejní práci. 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, a když se jejich zájem podaří podchytit, mají tendenci se dostávat do hloubky představené problematiky.

Důležitým prvkem je i způsob a intenzita osvětlení. Je nutné skloubit požadavky na intenzitu osvětlení exponátů (většinou spíše méně) s nutností vidět jak exponáty, tak i přiložené texty, což může být někdy nelehké. Můžeme volit osvětlení seshora, z boku, diagonální (šikmo shora). Přirozenost tohoto osvětlení je dána zákonitostmi přírody, na které jsme po tisíciletí zvyklí. Bohužel, občas se setkáváme s „revolučním“ osvětlením zespu, které způsobuje nezvyklé stíny a je celkově nevyhovující.

Progresivním přístupem je pak snaha přitáhnout návštěvníka, v prostorách k tomu určených, k vlastní aktivitě, často manuální činnosti. Tyto aktivity zdaleka nejsou určeny pouze pro děti a mládež. Mají-li návštěvníci možnost vidět například 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 literatura používá pro tento přístup termín *participatory exhibit* a pokud v muzeu nejsou pro tyto

aktivitu podmínky denně, je dobré takové dílny, *workshopy*, či předvádění alespoň názorově pořádat.

Někdy archeologie jakoby usiluje o svoji aktuálnost za každou cenu. V Historickém muzeu ve Stockholmu najdeme i předměty z archeologických vykopávek doplněné popiskem: „neidentifikovatelné předměty z 20. století“, doplněné fotografií lokomotivy. Tento přístup by jistě stál za hlubokou a kritickou analýzu, zda se má archeologie a její prezentace ubírat tímto směrem. Je docela možné, že šlo o přirozenou obrannou reakci archeologů poukázáním na skutečnost, že některé objekty (i moderní, natož pak stovky či tisíce let staré) je mimořádně obtížné interpretovat. Ne každý návštěvník to však pochopí správně.

Budoucnost archeologické komunikace bude jistě záviset na dostupných prostorových, technických, personálních a finančních podmínkách, ale také znalostech „jak na to“. 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, podle mého názoru, zůstat muzejním produktem. Je nezbytné najít svoje vlastní hřiště, niku, kterou neobsazují jiná kulturně vzdělávací zařízení, tedy vytvářet expozice a na ně vázané programy, které nebudou suplovat či dublovat něco jiného. Naprosto lichá je představa změnit muzeum na multimediální zařízení, tj. nahradit předměty pouze obrazem, počítači či zvuky a videem, to vše řízené z nějakých složitých pultů řídicích jednotek. Na druhé straně vyhýbat se moderní technice by znamenalo ochuzovat muzejní výrazové prostředky o nové dimenze.

Současné trendy muzejního výstavnictví

Jaké jsou tedy současné trendy muzejního výstavnictví a nejčastější chyby při tvorbě muzejních expozic a výstav?

1. Pokud bychom chtěli co nejstručněji vyjádřit současné moderní trendy muzejního výstavnictví, pak bychom měli na prvním místě užít slovo kontextuálnost. Tvůrce muzejní expozice si musí uvědomit, že každý náš exponát má rozdílnou komunikační schopnost. Obraz byl ve většině případů namalován proto, aby se na něj někdo díval. Je do určité míry sám o sobě finálním artefaktem. Tvůrce středověké nádoby však nebyl výrobcem exponátu. Proto jeho nádobu (její střepy) musíme narežít tak, aby sděloval to, co chceme. Nikoliv náhodou zde muzejní výstavnictví přejala termíny z divadelní vědy, tedy libreto, scénář apod. Nutný je posun od vysvětlení (jak rozumět) směrem k instrukci (jak užívat). Občas je kritizována lineární, postupná „type of story line“ (časová přímka), což najdeme například u teoretika komunikace Marshala McLuhana již v roce 1967 (van Mensch 1992). McLuhan dokonce navrhuje vytvářet expozice bez linky příběhu a popisek, abychom získali vyšší stupeň participace návštěvníka. Jiní autoři na druhou stranu varují před redukcí role originálních artefaktů na nějakou drobnou roli ve velkém divadle názorů a mínění.

Přestože důraz na kontextuálnost není nic nového, v nejednom případě stále v muzeích nacházíme nekonečné řady pravěkých nádob, střepů apod., prezentované s minimální nebo dokonce nulovou snahou o zařazení těchto předmětů do nějakého kontextu, srozumitelného návštěvníkovi. Velmi často s rigidním přístupem k možnosti pořizování si amatérských fotografií (Dolák 2008b).

Jestliže do vitríny umístíme několik desítek seker (archeologická expozice v Ostrów Lednicki, Polsko), co jsme vlastně tímto návštěvníkovi sdělili? Že někdo někdy měl u sebe desítky seker a chodil s nimi po lese? Nebo chceme po návštěvníkovi, aby se orientoval v typologii seker, což je náročný úkol i pro profesionála? Vystavili jsme ukázky hmotné kultury z jistého období, jistě, ale je to dostačující, ba dokonce je to zajímavé? Každou z vystavených seker musíme chápat podobně jako slovo, jako součást nějakého proslovu, sdělení. Když v mluvené řeči použijeme desetkrát totéž slovo, řekneme skutečně desetkrát více? Někdy se dopouštíme chyb už při stanovení základních cílů. Archeologická expozice na Chebském hradě není věnována archeologii regionu (to by jistě bylo zajímavé), ale prezentuje dějiny archeologických výzkumů na Chebsku. Jde tedy o desítky let starou přehlídku informací o tom, který náleze byl nalezen kterým badatelem. Věnovat takto specifickému tématu stálou expozici považuji za mimořádně problematické.

Většinou naše záměry bývají správné, ovšem realizace bývá původním cílům na hony vzdálená. Téma života v neolitu zdaleka není totéž jako přehlídka nálezů z této doby. Proto považuji nekontextuálnost za jednu z nezákladnějších chyb muzejních expozic. Módním trendem je zpřístupňování depozitářů, což bývá někdy z pohledu návštěvníka přijímáno pozitivně. Jde o naplňování lidské touhy vidět zázemí, to, co je běžně nepřístupné apod. Příležitostně může jít o vhodný marketingový tah. Pokud však z depozitáře uděláme běžnou prohlídkovou trasu (např. některá muzea na Islandu), tak co vlastně touto „expozicí“ sdělujeme?

2. Další častou chybou je snaha „říci co nejvíce“. I v jinak vydařené archeologické expozici v Historickém muzeu v Hongkongu najdeme „zásadní“ sdělení, že toto se našlo v hrobu C12 a toto zase v hrobu C42. Přítom rozlišení nálezů z těchto hrobů by jistě zamotalo hlavu nejednomu profesionálovi. Tyto informace jsou pro běžného návštěvníka naprosto marginální. Nápad prezentovat kopie rukopisných textů z období Velké Moravy, které jsou prezentované ukázkami z Kyjevských listů, Kodexu Assemanova a Sinajského žaltáře a Sinajského euchologia (expozice Velkomoravské Mikulčice – druhý kostel a sakrální architektura knížecího hradu) je jistě dobrý. Uvádět u všech kopií, ve které folii jsou uloženy je však již nadbytečné. Vzhledem k tomu, že u všech popisek je pouze název rukopisu a číslo folie, ale zcela absentuje označení archivu (města, světa-dílu), ve kterém je originál uložen, nemůžeme výsledek označit jinak než jako panoptikální.

3. Další chybou je tzv. „strach z mála (malosti)“. Jako by námi zvolené téma bylo samo o sobě okrajové, a proto musíme bezpodmínečně naše exponáty zařadit do „širších souvislostí“. Jako velmi diskutabilní příklad uvádím archeologickou expozici v polském Ostrów Lednicki, která je doplněna časovou přímkou (fotky, obrázky) vedoucí od předchůdců homo sapiens až k fotografií budovy opery v Sydney.

V řadě archeologických expozic v Rakousku najdeme fotografii Věstonické Venuše či známého trojhrubu z téže lokality. Naše expozice, ale třeba i Národní muzeum v Rio de Janeiro, jako by se zase neobešly bez Willendorfské Venuše. Vzhledem k relativně malému množství nálezů z doby kamenné lze tento přístup přijmout, ale při řešení jiných témat je třeba velmi zvážit často nadbytečné používání „srovnávacích materiálů a údajů“. Naopak stockholmské Historické muzeum v jedné komornější

expoziční při představování pravěkých dějin země programově rezignovalo na „velké vyprávění“, na snahu zmínit vše. Na několika nálezech z různých období, prostřednictvím jakýchsi historických mikrosnímků, s pomocí moderní techniky, přibližuje klíčová období v dějinách země. Tento přístup považují za zamýšlení hodný.

4. O textech v expozičních toho bylo v odborné literatuře napsáno hodně (např. Douša 2008), bohužel však často na velmi kolísavé úrovni. Tvrzení Laury Giascione, že popisky mají ve všech typech expozičních obsahovat 30–50 slov a texty 100–150 slov je hlubokým nepochopením muzejního scénování (Giascione 2007, 51).

5. Moderní muzejní výstavnictví se snaží oprostit od rigidního dělení expozičních na etnografickou, historickou, přírodovědnou nebo „čistě“ archeologickou.

6. Občas se můžeme setkat s poněkud křečovitou snahou o aktuálnost za každou cenu. Viz např. archeologická expozice ve stockholmském Historickém muzeu.

7. Za další neuralgický problém považují nevyjasněný vztah k využívání techniky, včetně té nejmodernější. Technika je vítána ve všech oblastech muzejní práce. Poněkud opatrnější musíme být v oblasti muzejní prezentace. I zde je moderní technika vítána, některé expozice by bez ní snad ani nemohly být zpřístupněny (Reykjavík 871±2, Te Papa Tongarewa, podzemí Archeologického a historického muzea v Montrealu ad.). Technika však musí být pouze prostředkem k lepšímu představení námi zvoleného tématu, a nikoliv cílem. Jedinou větou vystihl tento problém čínský muzeolog Donghai Su: „Muzea potřebují moderní technologie, ale nikoliv technologickou doktrínu.“ (Su 2008)

Zajímavé podněty může přinést 3D projekce, v této souvislosti upozorňují na zajímavý britsko-polský projekt ARCO, podporovaný miliony eur z Evropské unie, představený například na nedávné konferenci *Směrem k modernímu muzeu*, konané ve Varšavě v březnu 2008. Někdy však nadšení z moderní techniky opouští meze reality, podle mého názoru tedy i meze muzea, neboť muzeum je především realita (Dolák 2008; 2008a; 2009). Na varšavské konferenci totiž zaznělo, že pomocí techniky můžeme „obohacovat historii“ a potom zvat návštěvníka na historický piknik. Jsem přesvědčen, že technika nám může pomoci historii lépe poznat či vysvětlit, ale naprosto ji nemůže nijak obohatit. Boje mezi starověkými říšemi přece nemohou být předváděny jako nějaký historický piknik.

8. Řada muzeí se natolik snaží vtáhnout návštěvníka „do hry“ tím, že mu umožňují si prostřednictvím techniky vytvářet vlastní soubory sbírek, vlastní katalogy, ba dokonce i vlastní expozice (např. Historické a archeologické muzeum v Montrealu). Možná jde o celkem zajímavý reklamní tah, ale z hlediska tvorby muzejních sbírek a potažmo expozičních jde o mimořádně diskutabilní příklad. Zde narážíme nejen na praktické, ale především teoretické problémy (Dolák 2009a). Divadelní libreto a scénáře jsou psány profesionály a profesionální herci pak ztvárňují vytvořený příběh. Našimi herci jsou naše sbírkové předměty, které do smysluplné role musíme navést, narežirovat, aby pak mohly „profesionálně hrát“, tedy komunikovat. Vtahování návštěvníka do činnosti ve světě muzeí je jistě chvályhodné, ale má a musí mít, podle mého názoru, své limity.

9. Bolestivou realitou, o které již delší dobu mluvíme, je neexistence fundované výstavní kritiky, jak na tuto skutečnost

nedávno poukázala například Dana Veselská (Veselská 2006). Kritika by podle J. Beneše měla být oproštěna od fetišizace muzeálie, které jako by mohly zázračně změnit svět a lidstvo, ale na druhé straně také od lhostejnosti k autentickému svědectví exponátů o skutečnosti (Beneš 1996). Je nepochybně dobře, že v rámci soutěže Gloria musaealis jsou posuzovány i výstavy a expozice. Domnívám se však, že by mělo dojít k zamýšlení se nad kritérii soutěže i nad způsobem práce komise. Hned první kritérium, hodnotící až deseti body „nadčasové nebo naopak aktuální poznatky o přírodě nebo společnosti“ představené výstavou či expozicí, budí rozpaky. Jak tento problém řešit z muzeologického hlediska? A jiné vědní obory nám při tom nepomohou. Expozice Velkomoravské Mikulčice – druhý kostel a sakrální architektura knížecího hradu, stejně jako mikulovská expozice věnovaná období Germánů a Římanů, jistě musely být úspěšné i v rámci tohoto kritéria, jinak by nemohly zvítězit. Je tematika Velké Moravy, Germánů a Římanů nadčasová či aktuální? Možná obojí. Ale pak tyto hodnoty má snad jakékoliv výstavní téma v českém muzejnictví.

Při tvorbě muzejních expozičních se bez znalosti teorie prezentace a trendů v muzejním výstavnictví prostě neobejdeme. Naše země má dlouhou a kvalitní tradici pěstování muzeologie a nedomnívám se, že bychom my dnes za každou cenu museli vytvořit nějaký vlastní systém. Nedomnívám se, že každá generace či desetiletí má mít svoji teorii prezentace. Na stávající systém však musíme roubovat nové poznatky, opravovat a doplňovat to, co už bylo napsáno. S okamžitou aplikací v praxi.

Seznam literatury

- BENEŠ, J., 1981: Muzejní prezentace. Praha.
- 1996: Návštěvníci muzea jako předmět muzejní péče o rozvoj člověka. In: Muzea a návštěvníci, aneb Jsou návštěvníci v muzeích vítáni či na obtíž?, 37–46. Hodonín.
- BEZZUBOVA, O. V., 2004: Teorija muzejnoj komunikacii kak model sovremennovo obrazovatel'nogo processa. In: Kommunikacija i obrazovanie, 418–427. Sankt-Petersburg.
- BOŽENEK, K., 1997: Problémy výuky muzejní prezentace. In: Muzea a návštěvníci, aneb Je výstava zábava či otrava?, 40–43. Hodonín.
- DEAN, D., 1996: Museum exhibition. Theory and practice. London–New York.
- DOLÁK, J., 2008: K některým obecným aspektům tvorby muzejních expozičních. In: Muzejní výstavní tvorba. Sborník přednášek ze semináře 26 – 27. 6. 2007, 87–93. Hodonín.
- 2008a: A Museum is the Reality. In: Museums, Museology and Global Communication. ICOFOM Study Series 37, 115–121. Changsha.
- 2008b: Nepřeháníme to občas s tou konzervací? In: Muzea, památky a konzervace 2008, 193–194. Brno.
- 2009: Muzeologija – nastojaščee i buduščee. In: Muzeologija – muzevedeniije v XXI. veke. Problemy izučeniija i prepodavaniija, 12–19. Petrohrad.
- 2009a: Neprofesionalita jako program? In: Muzeologie na začátku 3. tisíciletí; Museology at the Beginning of the 3rd Millennium, 28–34. Brno.
- DOUŠA, P., 2008: Text ve výstavě, Múzeum 1, 11–13.
- DRU, J. M., 2006: Změňte pravidla bysnyu ve svůj prospěch. Metoda disruption. Praha.

- FAJKUS, B., 1997: Soudobá filozofie a metodologie vědy. Praha.
- FORET, M., 1994: Komunikace s veřejností. Brno.
- FUCHS, M., 1999: Textualising Culture: Hermeneutics of Distanciation. In: The contemporary study of culture, 145–156. Wien.
- GADAMER, H. G., 1994: Problém dějinného vědomí. Praha.
- GIASCIONE, L., 2007: Text messages, *Museum Practice* 39, 50–52.
- GOGOVÁ, S., 2005: Muzeológia a archeológia, *Studia Historica Nitriensia* 12, 207–212.
- HOŘÍNKOVÁ-KOUŘILOVÁ, L., 2006: Příspěvek k recepci a roli hermeneutiky v informační vědě. Brno: Masarykova univerzita. Nepubl. diplom. práce. Citováno z: http://is.muni.cz/th/6240/ff_m/.
- MATOUŠEK, V., 2000: Archeologické muzejní expozice v Čechách jako odraz koncepce studia pravěku a středověku, *Archeologické rozhledy* 3, 453–463.
- MENSCH, P. van, 1992: Towards a methodology of museology: PhD thesis. Zagreb.
- MIKULÁŠTÍK, M., 2003: Komunikační dovednosti v praxi. Praha.
- NEUSTUPNÝ, E., 2000: Dvě archeologie. In: *Acta historica et museologica*, 60–64. Opava.
- OSOLSOBÉ, I., 1997: Svatý Augustin a kniže Potěmkin. In: *Muzea a návštěvníci, aneb Je výstava zábava či otrava?*, 35–39. Hodonín.
- PŠENIČNAJA, S. V., 2001: Muzejnyj jazyk i fenomen muzeja. In: *V dipazoně humanitarnogo znanja. Zbornik k 80-letiu profesora M. S. Kagana*, 4. Sankt-Petersburg.
- SKLENÁŘ, K., 1998: Archeologické expozice Národního muzea: z Čech do Evropy – a zpátky?, *Muzejní a vlastivědná práce. Časopis společnosti přátel starožitnosti* 1/98, 15–30.
- STRÁNSKÝ, Z. Z., 1984: Úvod do studia muzeologie. Brno.
- 2001: Reliktní skutečnost a poznávací doména archeologie aneb archeologie a muzeologie po padesáti letech analýzy. In: *50 let archeologických výzkumů Masarykovy univerzity na Znojemsku. 50 Jahre archäologischer Forschungen der Masaryk-Universität im Gebiet von Znaim*, 311–316. Brno.
- 2005: Archeologie a muzeologie. Brno.
- SU, D., 2008: Museum, Museology. Be cautious of the Technology Doctrine. In: *Museums, Museology and Global Communication. ICOFOM Study Series* 37, 17–19. Changsha.
- ŠAMANOVÁ, G. – ŠKODOVÁ, M. – VINOPAL, J., 2006: *Obraz vědy v českém veřejném mínění*. Praha.
- ŠULEŘ, P., 1997: Jak mluví expozice aneb Vizír efekt. In: *Muzea a návštěvníci, aneb Je výstava zábava či otrava?*, 4–6. Hodonín.
- ŠURA, J. – CIKÁNEK, D., 2006: Bojíme se virtuality?, *Věstník Asociace muzeí a galerií* 2, 10–12.
- VESELSKÁ, D., 2006: Nedostatek kritiky-aktuální problém výstavní tvorby. In: *Kritika muzejní výstavní tvorby*, 4–9. Hodonín.
- VEŘEJNÁ ARCHEOLOGIE I., 2005: Příspěvky ke konferenci Archeologie a veřejnost 2004. Praha.
- ŽALMAN, J., 2006: Jakou cenu mají a kolik nás stojí muzejní sbírky, *Věstník Asociace muzeí a galerií* 6, 12–13.

ZUSAMMENFASSUNG

Die archäologische Exposition als Kommunikationsmittel

Das archäologische *Gewissen* ist unmittelbar auch mit der wissenschaftlichen Produktion des Faches verbunden, seine gesellschaftliche Reichweite ist jedoch begrenzt. Hingegen sind es Massenkommunikationsformen, von denen das archäologische *Unterbewusstsein* geprägt wird, das – wenn auch teils sehr oberflächlich und verzerrt – die gesamte Gesellschaft erreicht.

Eine der wirksamsten Formen, die Archäologie einer breiten Bevölkerungsschicht nahe zu bringen und ihre Rolle in der Gesellschaft aufzuwerten, ist die museale Präsentation, insbesondere dann Spezialexpositionen und Sonderausstellungen. Diese erfordern sowohl Kenntnisse in der allgemeinen Kommunikationstheorie (Hermeneutik, Semiotik), als auch und vor allem Kenntnisse in der Theorie der musealen Kommunikation, der sogenannten Exhibition Language. Expositionen lassen sich grundsätzlich unterteilen in solche „in situ“ und solche „in fonfo“. Erstere stellen eine erhaltene Fundsituation am Fundort selbst vor. Sie werden bisweilen nur durch einen einfachen Text erläutert, in manchen Fällen wird in ihrer Nähe oder sogar direkt über der Fundsituation eine Einrichtung musealen Typs errichtet. Die anderen stellen dann eine künstlich hergestellte Situation in der künstlichen Umgebung eines Museums dar.

Einige Grundprobleme bei der Gestaltung von musealen Expositionen und Ausstellungen ist das Fehlen einer fundierten Ausstellungskritik, das häufige „Bemühen, so viel wie möglich zu sagen“, das Zerkauen des Ausstellungsthemas durch undurchdachte Nutzung sogenannten Vergleichsmaterials, krampfhaftes „Aktualität um jeden Preis“, zu viel oder schlechtes Textmaterial, mechanisches Übernehmen von Informationen über Gegenstände oder Fundstellen (Karten) aus der Fachliteratur, ungeeignete Museumsräumlichkeiten oder Beleuchtung, ungeeignetes museales Umfeld u.ä. Die Grundtrends des musealen Ausstellungswesens sind Kontextualität und die Preisgabe einer rigiden Unterteilung in ethnographische, historische, naturwissenschaftliche oder archäologische Expositionen. Die Schlüsselrolle der Museums-Drehbuchautoren ist es, sich mit der modernen Technik auseinanderzusetzen, die völlig neue Präsentationsmöglichkeiten mit sich bringt, andererseits aber nicht dem Selbstzweck dienen und einen ausgestellten Gegenstand als authentischen Zeugen der Wirklichkeit nicht an den Rand drücken darf, denn der museale Vortrag gründete sich immer auf Ostension gerade jenes authentischen Zeugen. Ostensive Definition ist streng genommen die primitivste primäre Art und Weise, wie man die Bedeutung eines Terminus durch Zeigen der Sache, die der Terminus bezeichnet, einführt, denn es ist die Definition durch das Designat selbst. Ostension ist die Urgrundlage zwischenmenschlicher Kommunikation.