

Zpracoval: Mgr. Jakub Jiříš

Stěžejním cílem platformy Museum Jinak je podněcovat a sdílet inovativní přístupy v oblasti české muzejní edukace a komunikace, nicméně k tomu je potřeba disponovat podrobnější představou o tom, co vlastně v současné době inovace na tomto poli znamená. To znamená zaměřit se na aktuální přístupy, koncepty a iniciativy, které prosazují proměny muzejních institucí, podporují udržitelnost jejich role v 21. století či detekují nové trendy. Spokojit se v případě inovace s vnímáním proměny muzea jako místa nově otevřeného digitálním technologiím, interaktivním rozhraním či imerzivním prvkům, by vnímaný potenciál budoucího rozvoje muzeí omezovalo. Samozřejmě jde o jeden z nejviditelnějších projevů proměňující se podoby jejich expozic a i u nás se silně prosazuje jako zásadní prvek renovací a nového designu muzejních prostor. Nemělo by však jít o lákavou přítomnost technologií samotných, od níž se slibují větší davy návštěvníků, jako o jejich soulad s novými funkcemi a rolí muzea.

Jedním z klíčových systémů sběru dat o trendech a inklinacích světových muzeí představuje Museum Innovation Barometer. Tento meziroční přehled usazuje inovaci světových muzeí téměř výhradně do oblasti dopadů nových technologií na organizační řešení, zprostředkování poznání a výzkum publika.¹ Barometr je založený na výzkumech vídeňské konzultační organizace Museum Booster, jež při posledním šetření zapojila na 200 institucí z celého světa (z větší části se však jednalo o evropská muzea zaměřená na umění a historii), které vyplňovaly digitální dotazník. Během posledního vyhodnoceného ročníku (2021) tento trend sledoval zejména v souvislosti s důsledky epidemie covid, jež představovala motivaci pro bezprecedentní boom digitálních a virtuálních ekvivalentů a doplňků muzejní zkušenosti. Rozšíření muzejní praxe skrze digitální platformy jako jsou sociální média, mobilní aplikace, živé streamy, virtuální prohlídky, on-line expozice či podcasty, představují dle barometru nejvýraznější přelom, kterým muzea za poslední léta prošla. Proměnila tak výrazně způsob komunikace z veřejností, včetně využívání on-line nástrojů k získávání dat o chování návštěvníků (již téměř u poloviny dotazovaných institucí), jejich cílenějšího oslovování a motivování k zájmu o sbírky.

V samotných expozicích však rovněž dochází k výrazné proměně forem prezentace – data ze zapojených institucí detekovala markantní nárůst využití digitálních technologií v muzejních prezentacích (v první řadě virtuální a rozšířená realita a zapojení trojrozměrných digitálních prvků) a také přesvědčení většiny muzeí, že zapojení nových technologií aktuálně představuje zásadní faktor úspěchu.²

Museum Booster představuje platformu spolufinancovanou zapojenými muzejními institucemi, která má ambice určovat směr pro strategické plánování muzeí a tuto činnost založit na výzkumu, který v podstatě určuje ta nejvýhodnější řešení pro muzea budoucnosti. V tomto ohledu vznikla v rámci této platformy výzkumná komunita Future Museum, kterou tvoří představitelé muzeí a vůdčí kulturní činitelé, veřejné autority, inovátoři i dodavatelé – tedy jakási elitní skupina, která má schopnost „myslet dopředu“, identifikovat a formovat

¹ Olga Tykhonova, Sofia Widmann (eds.), Museum Innovation Barometer 2021, Museum Booster 2022.

² Fei Lu, How Museums Innovated Over The Past Year (And How They Will Keep Innovating), Jing Culture and Crypto, 10. 9. 2021. <https://jingculturecrypto.com/museum-booster-museum-innovation-barometer-2021-takeaways/> (cit. 24. 2. 2023)

nejvhodnější strategii rozvoje muzejních institucí pro nadcházející roky. Jde především o sdílení rad, do jakých technologií a nových způsobů řešení by měla muzea v rámci svého plánování investovat, čemuž slouží právě identifikace a vyhodnocování trendů prostřednictvím inovačního barometru i širší výzkumné aktivity. Skupina operuje na základě výchozích otázek, které svědčí o rámci uvažování nad novými výzvami, jež mohou muzea posouvat dále: jak lépe propojit muzea s turistickou a městskou infrastrukturou, jak efektivněji komunikovat s návštěvníky během všech fází návštěvy a jak o nich shromažďovat smysluplná data, jaké jsou nejvhodnější digitální strategie pro nahrazování analogových formátů či jak může digitalizace v kombinaci se storytellingem a emočním designem povýšit návštěvnickou zkušenost.³

Ve své prezentaci výzkumná skupina rámuje uvažování o současném nasměrování muzeí argumentem, jenž prosazuje jejich nutnou adaptabilitu ve společnosti formované právě novými technologiemi: „Hlavními cíli muzea je vytvářet a zachovávat sbírky, vzdělávat a bavit. Tyto aspirace procházejí hlubokými proměnami a muzea se potřebují přizpůsobit. Očekávání muzejních návštěvníků se mění v souladu s trendy ve společnosti, ovlivňovanými ekosystémem v němž muzea dnes existují – turistický průmysl, doprava, pohostinství, soukromé a veřejné podniky. Technologický vývoj – od změn v dopravě k mikroplatbám a hlasovým asistentům, to vše se stává součástí muzejního světa.“⁴

Přizpůsobování muzeí novým společenským nárokům a výzvám nemusí být ovšem závislé jen na strategické implementaci nových technologií jako záruky udržitelnosti. Tendence muzeí procházet na prahu nového milénia významnou redefinicí souvisí i s novými, individualizovanějšími pozicemi, z nichž se vztahujeme ke světu a poznáváme jeho fenomény. V nich tkví hlubší napojování muzejní prezentace a zkušenosti na nové technologické a komunikační možnosti.

Muzea začala být po roce 2000 v příslušném odborném diskursu pojímána jako otevřené a sdílné instituce, které přenášejí pozornost od sbírek a role strážců kulturního dědictví na zkušenost formující návštěvníka a prezentaci, jež je pro něj přínosná a obohacující. Na přelomu tisíciletí se progresivita muzeí spatřovala v míře jejich napojení na tzv. edukační obrat⁵, tedy na chápání muzeí jako míst podněcujících efektivní vzdělávací procesy s důrazem na motivaci a aktivizaci návštěvníků nepodléhajících již autoritativnímu způsobu předávání poznatků. Ideál muzea na přelomu milénia se z teoretického hlediska snažil postihnout koncept tzv. post-muzea, který do diskuze vnesla Eilean Hooper-Greenhill příznačně v roce 2000.⁶ Právě jeho prostřednictvím se začala formovat představa o proměňující se podobě muzeí, jejichž kurátoři nového typu směřovali pozornost na procesy získávání a produkce znalostí, jež zbavily vystavované objekty statutu činitelů mocensky založené distribuce poznání. Post-museum představuje novou fázi skrze proměnu muzea z „místa individuální produkce poznání v demokratické místo společného vytváření smyslu a definování vizuální kultury“⁷ – těžiště poznávacího procesu přenáší z jednostranně přenášených faktických informací na aktivní přístup k poznatkům zapojující emoce a imaginaci návštěvníků, jež se

³ <https://www.future-museum.com/> (cit. 24. 2. 2023)

⁴ Future Museum – prezentační materiál, https://www.future-museum.com/wp-content/uploads/2022/01/2022-01-07_FM_Phase-II_Presentation_WP_MM_lowres.pdf (cit. 25. 2. 2023)

⁵ Curatorial Dictionary, Educational Turn.

<https://tranzit.org/curatorialdictionary/index.php/dictionary/educational-turn/> (cit. 25. 2. 2023)

⁶ Eilean Hooper-Greenhill, *Museums and the interpretation of visual culture*, London: Routledge 2000.

⁷ Otto Kolless, *Designing the Post-Museum*. Zurich: Zurich University of Arts, Department Design, Interaction Design 2022, s. 9

konfrontují s více hlasy a perspektivami.⁸ Muzeum v tomto smyslu má být pluralisticky a komunikačně založeným prostorem, v němž návštěvník získává příležitost vkládat své postoje a vnímání, interpretovat a nepodléhat předkládanému výkladu poplatnému iluzorní objektivitě. V širším slova smyslu se přehodnocování role muzeí týkalo klíčové orientace na návštěvníka. Muzea stála na prahu 21. století před výzvou stávat se přístupnějšími, uživatelsky orientovanými institucemi, které jsou pro návštěvníky přívětivějším místem lépe reagujícím na jeho potřeby a také na standardy veřejné služby i hodnotu vazeb s lokálními komunitami.⁹

V kurátorské a edukátorské praxi lze inklinaci k hodnotám post-muzea dlouhodobě sledovat v oslabujícím se zaměření prezentace na materiální povahu objektu a v novém vnímání jejich role jako prostředků využívaných k objevování myšlenkových konceptů, témat a nových souvislostí. Právě tento ohled v posledních letech představuje nejvýraznější indikátor proměny v našem prostředí, kde hrají stěžejní roli možnosti, jak skloubit setrvačné kladení klíčového důrazu na sbírkotvornou činnost muzeí s otevíráním muzejní zkušenosti konceptuálnějším vazbám. Příkladem těchto přístupů může být expozice Naši Němci v Ústí nad Labem či současná prezentace sbírek Muzea dělnického hnutí na výstavě Zneužitá muzea v Národním muzeu. Stěžejní trend u nás tedy naplňuje představu Hooper-Grenhill, že artefakty mají v progresivních muzeích podléhat kontextualizaci, stávat se součástí narativního celku, získávat i osobní interpretace, jež proměňují materiální hodnotu objektu jako takového¹⁰

Post-museum však sebou nese i rozměr nalézání společenského přesahu muzea, které není jen nositelem poznání uzavřeného od současných životů. V Singapuru se dokonce Post-museum zhmotnilo v podobě nomadické instituce, která zcela boří zažitě představy o tradičních funkcích muzejní instituce a je spíše kulturně-sociálním centrem podporujícím rozvoj pro-aktivní komunity a nabízejícím podněty pro akční setkávání obyvatel, jež skrze ně mají příležitost definovat, tvořit a přetvářet tvář svého města.¹¹ Sociální hodnota konceptu post-muzea spočívá především v možnostech bezprostředního propojování mezi nabízeným obsahem a návštěvníkem motivovaným k participaci a identifikaci se sdílenými poznatky – historie by se tak měla přibližovat jeho současné zkušenosti, představovaná témata globálního významu směřovat k měřítku odpovídajícímu vlivu na komunitu, s níž se návštěvníci identifikují a v jejímž rámci se s dopady problémů setkávají.

Přístup k muzeím jako místům plurality podnětů otevírající možnosti koprodukcí poznání a formování vlastní zkušenosti představuje jakýsi ideál vnášený z muzeologické perspektivy, jež svá východiska nezakládá na faktorech ovlivňujících redefinování muzeí v měřítku spjatém se společensko-politickými i finančními zájmy. Právě ty hrají klíčovou roli mezi modelem post-muzea, který především menší muzejní instituce v současné době stále aplikují jako progresivní a dostatečně otevřený pro nové komunikační formy, a institucionálním trendem tzv. „nových muzeí“, jež mají velký vliv na určování globální představy o muzeích 21. století. Typickými představiteli tohoto trendu jsou nedávno zakládaná muzea, která se stávají „místy morálního privilegia“, často spjatá s politickými konflikty a formováním představy o jejich aspektech – nicméně bez příslibů debaty, interpretačního zapojení, kladení otázek či vůbec zpochybňování situování návštěvníků do narativů viny,

⁸ Eilean Hooper-Greenhill, *Museums and the Interpretation of Visual Culture*, London: Routledge 2000, s. 144.

⁹ Tania Cleary, *The New Museum: Function, Form and Politics*. Dizertační práce obhájená na School of Arts, Media and Culture of Griffith University, s. 9–10.

¹⁰ Eilean Hooper-Greenhill, *Museums and the Shaping of Knowledge*, London: Routledge 1992, s. 215.

¹¹ Christiana Ahmas, *Museum in the transmodern era*. In *Museology in the 21st century: problems of learning and teaching*. Materials of the International scientific conference, Saint Petersburg, May 14–16, 2008. Saint Petersburg: 2009, s. 131.

hodnotového selhání a morální zodpovědnosti. Což určuje i vzorce chování a jistou sebecenzuru návštěvníků, jež se stávají pevnou součástí jejich zkušenosti. Nová muzea sice svým designem nabízejí komplexní ztvárnění témat s obsahovými kontradikcemi, ale juxtapozice vytvářejí již hotové významy pro návštěvníka – je stanovena rovnováha mezi poznáním, pravdou a také chronologickou daností.

Prioritou tak není návštěvník s jeho potřebami, otázkami a vlastním hlasem, ale způsob, jakým je daný příběh komunikován, tak, aby dosáhl náležitého efektu.¹²

S těmito inklinacemi se setkáváme u současných muzeí, které mají prominentní společenské postavení – především v případě velkolepých židovských muzeí či muzeí holocaustu, muzeí věnovaných diskriminačním tématům, také u fenoménu polských historických muzeí vznikajících se štědrou podporou vlády. K nim často vzhlíží i menší instituce a památníky, pro něž je důležitější emocionalita a hodnotové stvrzení než reflexe události. Tento typ muzeí se spíše pohybuje na vlně transmodernity, která reaguje na prožitek emoční prázdnoty v postmoderní společnosti – vzrůstá tak touha po silných dojmech, pocitech, zkušenostech, které současný svět a vztah jedince vůči němu postrádá¹³ – právě muzea odkazující k minulým zkušenostem pocitovými a imerzivními prostředky tuto touhu stimulují i naplňují – jak předpokládá představitel transmoderního hnutí R. Jonsen, „informace budou přenášeny za pomoci obrazů, příběhů, mýtů a legend namísto písmen a číslic osvojených informační společností.“¹⁴ A právě prezentace volené v typu „nových“ muzeí, jdou tomuto vnímání světa naproti – jejich efekt tkví spíše v naplnění vnitřní touhy než v impulsech skutečné odpovídajícím společensky uživatelné zkušenosti.

Svět ovšem v současné době stojí před novými výzvami, které začínají hrát stěžejní roli v novém volání po redefinici muzea, jež příliš zřetelné závorky pro historické příběhy v „nových muzeích“ a koncept Post-musea, zaměřený především na demokratický a pluralitní přístup institucí, přesahuje. Zásadním globálním trendem se v poslední době stává vnímání muzeí jako prostorů angažované společenské akce. Zásadním zdrojem podnětů pro aktivistickou orientaci muzeí se stala publikace Roberta R. Janese *Museums in a Troubled World* vydaná roku 2009. Autor se zaměřil především na prohlubující se irelevanci muzeí jako sociálních institucí a prosazuje představu o nich jako klíčových intelektuálních a občanských zdrojů v čase hluboké sociální a environmentální změny. Respekt a důvěra, kterou si muzea vysloužila, podle Janese v současné době erodují pod korporátními vlivy a tlakem tržní ideologie¹⁵, pod byznysovými modely upřednostňujícími konzumpci, edutainment a pozici doplňkového zdroje poznání.¹⁶ Muzea se pod nadvládou těchto přístupů ocitají podle Janese ve vysoce riskantní pozici na hranici další udržitelnosti a Janes v zaměření řady významných muzeí na růst sbírek shledává analogie s monokulturní produkcí potravin, jež může selhat, stejně jako k tomu dochází u blockbusterových expozic. Odolnost muzeí narušuje jejich současné zaměření na větší růst, rozměrnější budovy a stále vyšší náklady¹⁷, nicméně objevují se významné instituce, jež

¹² Tania Cleary, *The New Museum: Function, Form and Politics*. Dizertační práce obhájená na School of Arts, Media and Culture of Griffith University, s. 132, 172

¹³ Elena Mastenitsa, Lyudmila Shlyakhtina, *The Museum's Mission in Contemporary Social and Culture Realities*. *Museologica Brunensia* 7, 2018, č. 2, s. 27–28.

¹⁴ *Museology in the 21st century: problems of learning and teaching*. Materials of the International scientific conference, Saint Petersburg, May 14–16, 2008. Saint Petersburg: 2009.

¹⁵ Robert R. Janes, *Museums in a Troubled World: Renewal, Irrelevance or Collapse?* London: Routledge 2009, s. 122

¹⁶ Tamtéž, s. 174.

¹⁷ Tamtéž, s. 141–142

prosazují i v onom větším měřítku novou, uvědomělejší cestu. Jejich základem je nový interdisciplinární přístup, v němž se propojuje komunitní zapojení, současné environmentální problémy či přínosy akademicky založeného dlouhodobého zhodnocování činnosti.

Zásadní krok vpřed vnímá Janes ve schopnosti muzeí obsáhnout ve své rozšířené činnosti environmentální, sociální a kulturní témata – představovat problémy světa v holistickém celku, v němž nedochází k oddělování člověka a jeho činnosti (v měřítku dané komunity) od přírodních jevů a procesů.¹⁸ Dosud zažitou typologii muzeí rozšiřuje o iniciativu „economuseí“, jež vznikla jako soukromá síť v Kanadě a postupně se rozšířila i na evropský kontinent. Mísí těchto muzeí je zachovávat řemesla a adaptovat jejich produkty na současné nároky, know-how předávané po generace a vytrácející se v současném světě konfrontovat se vzrůstající neschopností řešit řadu problémů vznikajících kvůli „slepé víře v technologie“. V této vizi zachovat věky prověřené praktiky nachází Janes silný potenciál i předzvěst dlouhodobé udržitelnosti, kterou muzea mohou sofistikovaně podporovat.¹⁹

Na základě svých úvah představuje koncept tzv. Mindful muzea, jež věnuje pozornost záležitostem, které obvykle ignorujeme, jež přesahují náš mikrosvět, i když na něj mají dopad. Základem konceptu je role muzeí jako spojovatelů (mezi globálním/lokálním, lidským světem/vědou), jež posilují představu vzájemné propojenosti současných problémů v sociální a environmentální rovině a otevírají možnosti řešení zapojením a zplnomocněním obyčejných občanů.²⁰ Tento kýžený přerod perspektivy zapojuje do muzejní komunikace imaginaci a kreativitu, širší perspektivu nahlížení věcí (jaké jsou a jaké by mohly být), toleranci vůči nejednoznačnosti, absenci kontroly přenosu informací, kterou nahrazuje množství otázek zakládající nové referenční rámce.²¹ A také doceňuje hodnotu zapojení občanů, jejichž role je obvykle zastíněna experty s vlastními hodnotami – obě skupiny by se dle Janese měly podílet na rozhodovacím procesu tak, aby zasáhl jak kulturní, tak ekonomické a sociální oblasti. To se dotýká i pozice kurátorů jako dosavadních autorit, ale také udržovatelů konvenčních praktik – ta by se měla stát prostředníkem zvyšujících se možností interaktivity, sdílení a demokratizace (s využitím on-line nástrojů), s cílem podněcovat intelektuální a sociální zapojení občanů.²² Nové technologie v tomto ohledu nejsou spásou muzeí, je jimi podle Janese právě demokratizace poznání.

Nové těžiště muzejního inovátorství v chápání jeho poslání jako v první řadě sociální instituce podporuje řada dalších akademiků, ale také se může opřít o organizační zázemí s motivačními dopady na muzejní praxi. Ed Haitham je autorem muzejního inovačního modelu, který by měl napomoci muzeím efektivně naplnit jejich kulturní a sociální misi. Klíčovým předpokladem je, že muzea přijmou s využitím svého postavení business model a tržní principy sociálních podniků za účelem vytváření společenských hodnot a osvojí si inovační strategie, díky nimž nabídnou efektivnější řešení sociálních problémů. Zásadním prvkem je otevřenost muzeí vůči okolnímu prostředí s podnětem přijmout pro oboustrannou propustnost hranic „open source“ přístup – kódy nabízené směrem ven k využití na straně ostatních a příspěvky získávané zvenčí díky komunitě vývojařů (tedy veřejnosti podílející se na obsahu, jenž muzeum může sdílet).²³

¹⁸ Tamtéž, s. 125–130

¹⁹ Tamtéž, s. 135

²⁰ Tamtéž, s. 166

²¹ Tamtéž, s. 156

²² Tamtéž, s. 160

²³ Haitham Eid, *The Museum Innovation Model: A museum perspective on innovation*. MW2016: Museums and the Web 2016 (14. 1. 2016, cit. 28. 2. 2023)

Douglas Worts jako zástupce speciálně vytvořené skupiny kanadských kurátorů, edukátorů a muzeologů nabídl muzeím Critical Assessment Framework, jenž poskytuje možnost zhodnotit jejich propojení s komunitou a poskytování zisků pro veřejnost (cílit na potřeby a problémy komunity produkty, jež na ní mají pozitivní dopady, zapojit rozličné publikum, být katalyzátorem akce, stimulovat mezigenerační interakce, propojovat komunitní skupiny...)²⁴ Profesor Ross Parry z University of Leicester novou éru muzeí shrnuje pod označením „postdigitální muzeum“ a definuje jej jako průsečík digitálních technologií a aktivismu. Normativně přímá digitální rozhraní již pro muzea nemá být podle něj motivováno hodnotami efektivity, ale schopností přispívat zlepšování společenských zájmů.²⁵ Scénáře pro muzea v post-digitální éře se v současnosti stávají širší oblastí zájmu muzejních akademiků a také jednou z misí italské Asociace současných italských muzeí umění a její výzkumné platformy Museum Twenty-One, jež na toto téma roku 2017 pořádala vědecké symposium. Výzvou pro členy týmu bylo nacházet novou pozici muzea v době naturalizovaných digitálních technologií, které přetvořily současný život a vztah člověka k objektům, pronikavě ovlivnily sociální dynamiku. Princip jedinečnosti byl nahrazen principy vzájemné propojenosti, skutečné vidění věcí přesáhlo vidění v digitální a on-line formě. To vše má důsledky na nutné proměny kurátorské praxe, prezentačních strategií, sbírkotvorné a konverzační činnosti, mediačních technik i vzdělávacích systémů. A také na přehodnocení rolí muzea ve fyzickém prostoru a v podstatě již rovnoprávném on-line prostředí.²⁶

Přesáhne-li prostředí akademického bádání, Museum Association UK představuje významného činitele, jenž uplatňuje svůj vliv v praktické oblasti a v nezávislém postavení na vládních zdrojích a záměrech. Svými kampaněmi aktivně podporuje dynamiku, jež brání převládnutí status quo u zapojených institucí. Jedním z aktivizačních prvků byl i diskuzní dokument *Sustainability and museums: your chance to make a difference*. Podněty pro dosažení udržitelnosti muzeí zahrnovaly nový pohled na sbírky, jejichž rozšiřování by se mělo přehodnotit s ohledem na hodnotový přínos artefaktů pro budoucí generace, zodpovědné přispívání sociální, kulturní a ekonomické vitalitě lokálního prostředí i světa či odezvu na proměny politických/sociálních/environmentálních kontextů v dlouhodobé strategii reflektující společenská očekávání od muzea.²⁷ Zahrnuly i směrnice pro lokální orgány od Ministerstva životního prostředí, potravin a zemědělství, dle nichž se muzeum otevírala obrovská příležitost „hrát vitální, novou roli jako kulturní facilitátor [...] progresivnější muzea by měla mít ambici znovu vybudovat vyčerpané zásoby lidského a sociálního kapitálu skrze interaktivní a komunitně založené aktivity, jež posílí společnost. V tomto ohledu mají muzea velký potenciál přispívat vytváření udržitelných komunit, míst kde lidé chtějí žít nyní v budoucnosti, jež ztělesňují principy udržitelného vývoje na lokální úrovni a zahrnují silnou lokální kulturu a jiné sdílené komunitní aktivity.“²⁸

Britská asociace v dalších letech přijala radikálnější postoj k nutnosti sociální inovace a v rámci svých kampaní rovněž roku 2020 publikovala Manifest pro muzejní vzdělávání a zapojení veřejnosti na základě předpokladu, že muzejní partnerství, sbírky, programy a expozice nereprezentují společenskou diverzitu. Jeho body prosazují funkci muzeí jako míst šíření kulturních práv a kulturní demokracie (občané nejsou jen konzumenti kulturního

²⁴ Measuring Museum Meaning: A Critical Assessment Framework. The Journal of Museum Education 31, č. 1, 2006, s. 41–49.

²⁵ Ross Parry, The End of the Beginning: Normativity in the Postdigital Museum. Museum Worlds 1, č. 1, 2013.

²⁶ <https://www.amaci.org/en/insights/6214f020e95d3ffa711e417e> (cit. 28. 2. 2023)

²⁷ Sustainability and Museums: Your chance to make a difference. London: Museums Association 2009, s. 6

²⁸ Tamtéž, s. 6; Sustainable Communities, A Shared Agenda, A Share of the Action: A guide for local authorities. Department of Environment Food and Rural Affairs, 2006, s. 4.

kapitálu vytvářeného ostatními, mají právo přispívat skrze kulturu k lepšímu blahu společnosti), přisuzují muzeím zodpovědnost za právo rovného přístupu a participace pro celou společnost s cílem zvyšovat životní šance všech sociálních skupin, podněcují jejich pozitivní aktivismus otevřenou a kolaborativní formou (vč. inovativních modelů zapojování komunitních skupin), upozorňují na nutnost revize sbírek z pohledu jejich veřejné využitelnosti, relevantní a dynamické hodnoty vůči komunitě.²⁹

Ještě výraznější vliv na až prognostické usměrňování progresivní praxe v muzeích uplatňuje Centre for the Future of Museums³⁰, iniciativa Americké Asociace Muzeí, národní „think tank“ jež spojuje dohromady inovativní praktiky i zástupce jiných sektorů, aby muzea připravovaly na nové požadavky veřejné služby a výzvy, které přináší blízká budoucnost. Centrum se označuje za navigátora, díky němuž muzea mohou do budoucích časů bezpečněji proplout s vědomím nástrah. Pro tento účel monitoruje kulturní, technologické a politické trendy, vybavuje muzea schopnostmi pomáhat jejich komunitám vztahovat se k budoucím výzvám a budovat silné vztahy mezi muzei a vzdělávacími, veřejnými či neziskovými organizacemi. Mezi výstupy činnosti Centra patří i předpovědi potenciálního vývoje v následujících letech a jeho dopadu na role muzeí. Muzeum v roce 2034 by mělo zachovávat prostor umožňující kolektivní zkušenost, jež se ve společnosti fragmentarizuje, a být „bezpečným místem veřejného dialogu“, spolehlivě vést lidi ve stále rozsáhlejším a nepřehlednějším informačním světě ke spolehlivému a důvěryhodnému obsahu. Mělo by hrát roli stabilního „dodavatele“ kontaktu s autentickým a reálným světem v době pokračující digitální a virtuální proměny zkušeností, stát se zásadním centrem nové na vědomostech založené ekonomie a také předávání know how, jak se předchozí generace adaptovaly na zlomy. V oblasti prezentace a komunikace témat by mělo nabízet imerzivní zkušenosti, jež by zvyšovaly úroveň sociální a globální uvědomělosti skrze proměnu návštěvníků v protagonisty přímo konfrontovanými s nutností řešit problémy/výzvy.³¹

V keynote Museum 2040, kterým své vize členům asociace na jejich výročním zasedání představil Adam Rozan ze Smithsonian's National Museum of American History, se dokonce uplatňuje představa muzea jako spásy upadající veřejné infrastruktury. Ta s sebou přináší i novou roli kurátora, který má zodpovědně pomáhat lidem v přístupu k muzejním zdrojům tak, aby dokázaly naplnit jejich potřeby. Muzea se podle Rozana promění ze strážců uměleckých a kulturních hodnot v aktivní facilitátory s empatií a sociální inteligencí, což obnáší i zapojení sociálních pracovníků a poradců, terapeutů i umělců – to vše s cílem učinit muzea co nejvíc inkluzivním místem pro veřejnost, která v éře nedostupnosti a nepraktičnosti vyššího vzdělávání do jeho prostor dochází pracovat, studovat i učit se nezájem. Rozan v jejich vývoji vidí dokonce příležitost stát se inkubátory, které by umožnily lidem vytvářet nové sociální role a pracovní odvětví.³²

Do kampaně za udržitelnost muzeí se vůbec nejdůraznějším způsobem zapojila evropská asociace NEMO (Network of European Museum Organisations), jež je dlouhodobým advokátem Sedmnácti cílů udržitelného rozvoje (OSN) v oblasti muzejnictví. Na své výroční konferenci Museums 2030 – Sharing recipes for a better future otevřela diskuzi o tom, jak

²⁹ A Manifesto for museum learning and engagement.

<https://www.museumsassociation.org/campaigns/learning-and-engagement/manifesto/museums-association> (cit. 28. 2. 2023)

³⁰ <https://www.aam-us.org/programs/center-for-the-future-of-museums/>

³¹ MUSEUMS & SOCIETY 2034: TRENDS AND POTENTIAL FUTURES. American Association of Museums 2008. [Museums-Society-2034-Trends-and-Potential-Futures.pdf \(aam-us.org\)](#) (cit. 28. 2. 2023)

³² Adam Rozan, Museums at 2040, s. 16–21. Museum 2040, AAM 2018 - [museum2040.pdf \(aam-us.org\)](#) (cit. 28. 2. 2023)

muzea mohou přispívat lepší budoucnosti, společnosti a planetě a připojit se co nejaktivněji k programu OSN a evropské Agendě pro udržitelný rozvoj do roku 2030. Slovy předsedy asociace, muzea by měla vzdělávat tak, aby připravovala na změnu a aktivní jednání, využívat kreativitu jako hledání nových řešení za užití správných technologií a zapojovat veřejnost tak, aby návštěvníci byli motivováni k následování stejného směru a cílů³³.

Jak je zřejmé z trendů, které v posledních letech prosazují přední muzeologové a prakticky zaměřené platformy, jež mají vliv na společné strategie muzejních institucí, stěžejní se stává sociální zodpovědnost muzeí a také jejich otevřenost vůči veřejnosti a příslušným komunitám. Aktivismus, který nyní živí diskuze o smyslu muzea ve světě vícečetných krizí, prosazuje soustředění muzeí k podpoře řešení a identifikace se současnými globálními problémy. V českém prostředí se tato angažovanost prosazuje zatím jen okrajově (nicméně jako o to radikálnější prototyp do našeho prostředí vstupuje ambiciózní a vládou podporovaný projekt muzea budoucnosti MUSEUM+)³⁴ a dosud není samozřejmá ani fáze, která je v západních zemích výrazněji rozvinutá – a to bezprostřednější kontakt muzea s životy návštěvníků a jeho participativní otevřenost. Prostor ke komunikační inovaci tedy představuje především tvorba vazeb mezi zkušeností návštěvníka mimo muzeum a v muzeu a příležitosti ke koprodukční aktivitě během poznávacího a interpretačního procesu. A k tomu mohou přispět prostředky jako zážitkový design expozic, interaktivně využití digitální technologie a hybridní rozkročení muzea mezi reálným a on-line prostředím. Otevírají nové příležitosti pro vnášení vlastní perspektivy návštěvníků či akceptování jejich současné pozice a percepčního rámce v prezentaci historických témat, což je stále předstupeň obecně prosazovaný ideálem post-muzea, který lze poté dále naplňovat právě ideály udržitelnosti, uvědomělosti a zodpovědnosti. Je třeba, aby i u nás došlo k naturalizaci oboustranného vztahu muzea a publika, stejně jako nyní probíhá naturalizace nových technologií, jež otevírá prostor pro sociální potenciál post-digitálního muzea.

I pro naše muzea jistě představuje impuls po dlouhých debatách přijatá definice Mezinárodní rady muzeí ICOM – která muzeum situuje do „služeb společnosti“, přisuzuje mu atributy přístupnosti a inkluzivity, podporu rozmanitosti, udržitelnosti a jeho fungování podmiňuje účastí různých komunit. Výše nastíněné debaty o přesměrování muzejní role se v této definici viditelně odrážejí (také jde o výsledek 18měsíčního průzkumu mezi institucemi) – i když i pro řadu členů výboru ICOMu mají ideologický náboj a od minulého pokusu v Kjótu došlo ke zmírnění manifestačního rozměru definice, dle níž muzea měla přispívat lidské důstojnosti, sociální spravedlnosti, globální rovnosti a planetárnímu blahobytu.

O vztahu naší muzejní oblasti k tomuto trendu vypovídají tuzemské výsledky dotazníkového šetření, které mělo určit klíčové hodnoty nové definice – na prvních místech byly misi muzeí příznány tradičněji zakotvené pojmy dědictví, vzdělávání/edukace, sbírky, výzkum a ochrana – v západních iniciativách klíčové hodnoty jako dostupnost, budoucnost či společnost se u nás držely v rozmezí 50-60% výskytu.³⁵ I to svědčí o tom, že v našem muzejním prostředí není tak zřetelný náboj redefinovat zažité konstanty, ani vliv idealisticky orientovaných iniciativ operujících na nadnárodní úrovni.

³³ Museums 2030 – Sharing recipes for a better future. Network of European Museum Organisations 2019. https://www.nemo-museums.org/fileadmin/Dateien/public/Publications/NEMO_Museums_2030_-_Sharing_recipes_for_a_better_futur_2019.pdf (ne-mo.org) (cit. 28. 2. 2023)

³⁴ <https://www.museum-plus.cz/>

³⁵ Dotazníkové šetření v ČR k definici muzea podle ICOM. <https://www.cz-museums.cz/news/amg/titulni/57259-dotaznikove-setreni-v-cr-k-definici-muzea-podle-icom> (cit. 28. 2. 2023)

V době, kdy kulturní politika u nás koncepčně nepodporuje a neprosazuje kritéria, která by umožňovala se aktivněji napojovat na inovace a trendy či podněcovat k originálním řešením, se nabízí prostor prosazovat inovace zespoda, i s limitovanými prostředky. Uvědomit si, že muzea skýtají prostor pro nové formy komunikace a propojování s návštěvníky a veřejným prostorem. Mohou podněcovat ke vzniku originálních podob sdělení a sdílení, jež zahrnují jak impulsy z reálného, tak digitálního světa, rozvíjet vnímavost, jež může vztah k okolnímu světu a současným problémům upevňovat i bez mentorské rétoriky. Ať už jsou trendy, které nyní formují debaty o muzeích, angažovaně uvědomělé či jen odrážejí potřebu, aby muzea šla jako moderní a adaptabilní instituce s vývojem doby a proměnami vnímání, inovativní přístupy by měly obohacovat možnosti individuálně stimulujeících a motivujících způsobů prezentace sbírek, předávání poznatků i zachovávání dědictví.