

Práce s veřejností II.

Mgr. Irena Chovančíková, jaro 2004

- tiskoviny, plakáty, letáčky
- tiskařské práce
- jednotný styl muzea (symbol)
- organizační práce – výběr vhodných médií
 - průběžně aktualizovaný adresář (dle typu akce)
 - zlepšování spolupráce se školskými institucemi (akce cíleny na určité okruhy)
 - sledování kulturního a společenského dění města/okolí
 - práce výstavnické (poutače)
 - novinářská práce – přesvědčování veřejnosti – články – informovanost + zdůraznit význam akce, souvislosti
 - kulturně-výchovné práce (zvyšují zájem o muzeum – recepce, ples)
 - sběr statistických informací – základní informace o návštěvnicích – kdy a na jaké akce chodí – pokles návštěvnosti vzhledem k tématu
- marketingové analýzy – spokojenost, zájem, průzkum
- označení objektu muzea, orientační systém v muzeu, značky ukazující cestu do muzea
- tiskoviny
 - rozesílané (pozdávky)
 - nalepované (plakáty)
 - nabízené na místě (pohlednice, katalogy)
- venkovní reklama – transparenty, billboardy
- poutače – které upozorňují na existenci muzea
- krátké filmy, diapozitivy promítané na obrazovce (frekventované místo), před filmem v kině
- informace o kulturním dění ve městě
- public relations v médiích – články, rozhovory, prezentace vědecké činnosti pracovníků, expedice → poskytují informace a probudit zvědavost
- společenské akce s propagačním charakterem – benefice, ples, ...

MANAGEMENT

- hledání sponzorů – instituce, která vzbuzuje pozornost (svojí činností) – muzeum
- u nás sponzorování muzeí není prestižní
- protislužby nabízené muzeem – reklama/logo sponzora na tiskovinách
- **vkład sponzora** – finančně/naturáliemi podpoří akci
 - podpora muzea jako celku
 - logo na tiskovině - poplatek
 - jasná a průhledná pravidla motivující zaměstnance pro získání sponzorů
- **lobismus** – pokud prováděn čestně – vhodný
 - informační činnost – účasná informace, strategie, taktiky, získávání informací
 - komunikace – přenášení zpráv k publiku ve správný čas
 - nátlak – prováděný správnými lidmi na správném místě ve správný čas
 - umět poslouchat
 - být trpělivý
 - schopnost sdělovat složité informace
 - rozhodnost a odvaha
- nutnost vědět, co si o nás veřejnost myslí → průzkum veřejného mínění

PRŮZKUM VEŘEJNÉHO MÍNĚNÍ

- vazba mezi sdělovacími prostředky a průzkumem
- z podnětu novinářů – ze sféry politické do sféry obchodu
- odraz názorů na okolní vnitřní svět
- proměnlivé (po zprávách ve sdělovacích prostředcích)
- diferencované (každá skupina posuzuje věci jinak)
- co si lidé myslí, spokojenost

- vědomí lidí lze poznávat:
 - nepřímo – činnost, chování
 - přímo – dotazování – otázka spolehlivosti – lidé nemusí odpovídat pravdivě

Činnost, chování

- pozorování – zúčastněné (průzkumník mezi lidmi)
 - nezúčastněné (videozáznam)
- experiment – laboratorní prostředí
 - přirozené prostředí

Dotazování

- písemné – nepřesné, množství, čas na rozmyšlení, nízká návratnost
- telefonické – finančně náročné, operativní, dle reakcí hodnocení
- osobní
 - volný – není vymezen okruh otázek
 - rozhovor strukturovaný – osnova
 - standardizovaný – přesně formulované otázky
- ochota respondenta pravdivě odpovídat
- zda respondent otázce rozumí (terminologie, formulace)
- zformulovat odpověď/vybrat nabízenou odpověď
 - 100% jistota že lidé odpovídají pravdivě neexistuje

Dotazování

- kvalitativní
- kvantitativní – rozsah, max. standardizované, dané statistickými průzkumy

Typy dotazování

- čím jasněji se ptáme → jasná odpověď
- forma otázek dle našich cílů, zájmů
- otázky znalostní – co známe, fakta
- otázky zaměřené na významná data/události
 - ověření v dokumentech
 - neověřitelné bez respondenta
- otázky činnostní – co ovládáme, co umíme
- otázky názorové – odpovědi o sobě, skupině lidí jeho profese
 - názory hodnotící – přednost, spokojenost, co nemám rád
 - otázky komitivní (?) – jak kdo vnímá určité jevy, okolí
 - otázky zjišťující připravenost v jednání (volby, nákupy)
 - otázky projektivní – sociálně ožehavé – směřované na 3. osobu

Průzkum veřejného mínění v muzeu

- evidence vstupného (děti/studenti/dospělí) – statistika vstupenek
- návštěvní kniha – obvykle pouze kladné věci (!)
- dotazník pro návštěvníky
- rozhovor – volné
- analýza ohlasů v tisku
- jak dlouho prochází návštěvník výstavu
- kde se zdrží – pozorování (reakce, gesta, výrazy)
- prodej tiskovin k výstavě

MUZEA A ŠKOLY

- regionální muzea – 90% návštěvnosti (menší muzea)
- volný čas
- spolková muzea – spolky přátel muzeí, výtvarného umění
- (muzea dříve zakládána spolky) – mohou tvořit správní radu
- zájezdy – věnované určitému tématu (pro „přátele“)
- dobrovolná spolupráce (hlavně důchodci) – dohazují pamětníky, nové předměty do sbírek, ..., vtahují muzea do jiných aktivit (např. záchrana památky...) – muzeum žije s problémy města
- muzeum pořádá akce pro skupiny/spolky nebo se muzeum účastní akcí pořádané spolkem/společností (publikování, přednášky, poskytování prostor)
- zájmové kroužky/skupiny pro děti – výlety, praktické činnosti v muzeu
 - nepochopení účelu → probouzet vztah k regionu (vlastenectví)
 - zájem, činnost, dobrodružství
 - působení na půdě muzea
- působení muzea na půdě školy
 - spolupráce s pedagogickými středisky/centry – soutěže – zadání úkolu, účast v porotě
- muzea mohou dělat akce na objednání pro školy
- besedy ve školách (muzejní pracovník není pedagog (!)) – odborník se neumí „zbatit“ svého odborného projevu; špatná představa učitelů o muzejních pracovnících
- odborná pedagogická pomoc při výuce, člověk z muzea – dítě zjistí, že ve městě je muzeum, zájem (pozitivní zkušenost), učí děti komunikovat s cizím člověkem (muzejním pracovníkem)
- soutěže, besedy, přednášky – na základě osobního kontaktu muzea a školy
- písemný kontakt – články → otázky – každý dostane odměnu (ceny, volný vstup) → pozitivní motivace
- muzeum není škola, změna (!), učení jinou formou
- změna: pozitivní
 - pracovní listy – dítě má být pochváleno za správné věci
 - příjemní a hodní pracovníci
 - dítě si něco odnese
- muzeum by mělo být pro dítě zábavou, dobrodružstvím
- **činnost dětí v muzeu** – téma výstavy – interaktivní (není nutný další program)
 - učitelé – měli by pracovat s výstavou a dále rozvíjet tento zážitek u dětí
 - pracovní listy – mají zaměstnat děti (dokreslování, vyhledávání v textech...)
 - přinucení dítěte k pozornosti, prohlédnutí výstavy, poučení
 - experimentální dílny v muzeu
 - výtvarné dílny
 - literární kroužky – reakce – např. výtvarná dílna
- spolupráce se základními uměleckými školami – koncerty, vystavování prací žáků/studentů, prezentací na vernisážích (hudba, literárně-dramatické skupiny)
- veřejné obhajoby maturitních prací z výtvarných škol v muzeu

- časopisy (výroční zpráva, občasnky, pravidelné články...)
- výtvarné dílny (pro děti/vyučující) → výtvarný/slovesný produkt – produktová výuka (spolupráce, aktivní zapojení, výuka, ...)
 - učení hrou
 - poznávání reálií
- objektové vyučování – jak interpretovat předmět, konstrukce, funkce, popis, otázky – poznávání předmětů, souvislosti a vazby na jiné předměty
- regionální učebnice dějin – ve spolupráci s pedagogickým centrem
 - odborný pracovník z muzea, metodika
 - propojení s muzejními aktivitami (semináře, výstavy)
- vychovávání budoucích dospělých návštěvníků muzeí
- pozitivní zkušenosti z dětství
- rozvojová i citová složka – muzea na ně působí
- pěkné, kultivované prostředí i lidé → člověk kultivované chování oplácí (neničí expozici), váží si věcí
- kulturní výchova, dobré chování
- aktivity pro děti i dospělé

Interaktivita

- aktivní zapojení návštěvníka, něco dělá...
- strategické hry (stavění, zakládání, ...)
- počítače – cena, účelnost (ne video – není akce)
- autorská práva (filmy, nahrávky, ...)
- náročnost programu (může překážet – pokud se nezdaří)
- úskalí techniky (!)
- nutné jednoduché ovládání
- snadno nezničitelné
- zda je zamýšlený prvek adekvátní svému účelu, financím
- stylizované prostředí – iluze prostředí – pomáhá vstřebávat informace
- pracovní listy
- tradiční řemesla, ukázky (starých) technik + jejich vyzkoušení (návštěvníci)
- využívat vůni
- praktické ukázky spojené s akcí
- akce by měly reagovat na aktuální události, dobré aktuální zařazení (výročí, svátky, ...)
- pojistka výstavy (!) / předmětů

MUZEJNÍ KOMUNIKACE

- výstava – forma ukazování něčeho v souvislostech
- souvislosti, prostředí, kontakt, biotopy, diomy (?)
- vytváření prezentačního jazyka
- vázána na sbírkový fond
- vědecká explikace fondu
- co předmětem sdělujeme

- **expoze** – „konzervativnější“, zaměření muzea, bohatě doplněná, nadčasová
- **výstava** – dynamičnost a pestrost témat, krátkodobá
 - dílčí sdělení expoze
 - soustavnost dokumentace
- solitéry (jednotlivosti), uspořádané skupiny, vystavování v souvislostech (výroba, předmětů, užití, prezentace hotového výrobku)

3 typy výstavy:

- **památková výstava**
 - archeologické lokality
 - hrady, zámky – dlouhodobé, mobiliáře v zámcích (souvislost – malířské dílo v určitém období), zkrášluje prostředí
- **galerijní výstava**
 - předměty um., nejsou v souvislostech – působení díla – pro dívání – umělecká hodnota předmětu
- **muzejní výstava**
 - předměty dokumentující způsob života, osobnost
 - nemají uměleckou hodnotu – hodnota spočívá v dokumentaci vývoje sbírkového předmětu
- musíme vybrat způsob prezentace
- „krásný“, unikátní předmět – dostatek prostoru – nechat ho vyniknout
- souvislosti – předmět zasadit do vhodného prostředí (zmnožit informace i zážitky)
- nutno zvolit adekvátní formu
- formu ovlivňuje: téma, komu ji chci určit
- návštěvník – náhodný, zvědavý, odborník
- průměrně vzdělaný člověk – muzeum pak dotváří další roviny pro odborníky i pro děti
- roviny pro určité věkové skupiny
- vědět co chci a komu to chci říct → forma výstavy
- žádná forma není dobrá ani špatná – záleží na účelu, chtěném sdělení
- muzeum ~ médium – zdrojem informací pro jiné (publikace, výstava, ...)
- informace předává návštěvníkům, badatelům
- zdroj informací – sbírkový fond (i archiválie)
- prostřednictvím těchto informací komunikuje
- komunikační formy

- každé muzeum – (vlastní) prezentační jazyk, vlastní „rukopis“ čitelný pro své návštěvníky
- komunikace prostřednictvím sb. předmětu
- muzeum – jinak komunikuje, předává informace, zdroj informací je živý, protože i sbírka je živá (nové badatelské poznatky, zpracování předmětů)

INFORMAČNÍ CENTRA / STŘEDISKA muzea

- informace o regionu, památkách, kulturní akce
- proškolení muzejních pracovníků i o jiných institucích v regionu a o regionu (otevírací doba)
- CD s jízdními řády
- poskytování kompletních služeb
- muzea zřizovaná městem – větší pravděpodobnost informačních center
- různí zřizovatelé, finance – ovlivňují zřízení informačního střediska
- města se silnějším cestovním ruchem
- propagační materiály institucí z okolí (člověk, který okolí dobře zná)
- systém informací pro zájemce i badatele
 - prameny k vývoji lidské společnosti (dle zaměření)
- spolupráce mezi muzei
- badatelské služby – muzeum povinně poskytovat
- návštěvní a badatelský řád, knihovna → knihovní řád
- vyplnění badatelského listu – osobní data, jména, zpracované téma, pro koho téma zpracovává
 - vypůjčené materiály
 - publikování – souhlas majitele, archivu
- badatelna
- spolupráce mezi institucemi – ošetřena smlouvou
- publikační činnost
- zápůjčky
 - pojistná cena, inventární číslo, podmínky půjčení („od kdy do kdy“...), způsob převozu, způsob balení (náchylné předměty), podmínky pro vystavování – klima, světelnost, způsob zabezpečení, sankce
- spolupráce se zahraničními muzei
 - náročnější (zákon č. 122/2000 Sb.) – povolení Ministerstva kultury
 - spolupráce s univerzitami
- konzervování
- konzultace (muzejní pracovník x vědec)
- společné projekty
- semináře, konference – speciální oborové i mezioborové semináře (i na mezinárodní úrovni)
- odkazy na další instituce (www)
- spolupráce se svazy nevidomých, postižených, ...

ASOCIACE MUZEÍ A GALERIÍ

- historická, zoologická, práce s veřejností, muzeologická, dějiny umění, konzervátoři
 - komise (ke každému oddělení)
- výměna zkušeností, výstav
- sjednocení terminologie (není uzavřena)
- CES, počítačové zpracování sbírkového fondu
- aktuální situace
- mapování struktury sbírkového fondu v ČR
- příprava legislativy
- určitá úroveň práce s veřejností – výchovné programy...
- ukázky doprovodných materiálů

// Jano Schuster (Slovensko)

PRÁCE S VEŘEJNOSTÍ DLE OBOROVÉHO ZAMĚŘENÍ MUZEA

- v 19. století vlastivědná muzea – příliš podobná – nejsou lákavá pro dnešního návštěvníka

Historická muzea

- (zaměření na historická témata)
- historické kurzy (archeologický pravěk → arch. a uměl. středověk → osobnosti, věda, umění, ...)
- experimentální archeologie
- rekonstrukce historické události
- pracovní listy
- „módní přehlídka“ soudobého oblečení
- středověký jarmark (řemesla, ...)
- ukázky historického šermu (praktické ukázky... zbraně...)
- využití pomocných věd historických → luštění starých písem, psaní husími brky aj.
- pečetidla, raznice
- modely (např. hradů – stavebnice – 2 barvy – dnešní a minulá podoba)
- určování věcí (erby, skládání erbů)
- kostýmy (i pro návštěvníky – návštěvníci pod vedením lektora si připraví a zahrají scénku / historickou událost)
- scénky z dobových reálií (způsob života)
- hudební doprovod
- audiovizuální programy

Národopisná muzea

- praktické ukázky zvyků a obyčejů, slavnosti (zpěv, domácí činnosti, životní styl venkova, chov zvířat)
- soutěže
- eko-farma zaměřená na národopis (farma muzea)

Vědecká a technická muzea, přírodovědná muzea

- mnoho možností pro zapojení návštěvníka
 - akvárie (ryby) – rekonstrukce podmořského života
 - příroda (dioramata)
- // Salzburg – Dům přírody (expozice na velmi vysoké úrovni)
- využití pohádek (zvířátek) – „studium“ zvířat zábavnou formou
- vojenství
 - sport a tělovýchova → měření „vlastních sil“
 - zdravotnictví – nemoci v průběhu vývoje lidstva, první pomoc (naučení, předvedení, vyzkoušení)