

## 4.4 Muzejní prezentace

Pavel ŠOPÁK

Muzejní prezentace [1] představuje klíčovou muzejní činnost, a to dokonce natolik zásadní, že pojmu *prezentace* můžeme rozumět jako synonymu slova *muzeum* (a to z pohledu muzejníků, i publika). Ve skutečnosti jde ale jen o polovinu muzeální aktivity, resp. o její úběžník; tu druhou část představuje samotné sbírání věcí (*sběratelství*) a jejich následná *tezaurace*. Lze předpokládat, že obě tyto komplementární činnosti – tezaurační a prezentační – tvoří dvě složky muzealizační aktivity ve smyslu *antropologické konstanty*, tj. kvality, jež je vlastní člověku *a priori* a která jej provází od pradávna po celou jeho dosavadní existenci. Synonymní pojmy termínu prezentace, jež se nabízejí, jsou o řád nižší – *expozice* (stálá výstavní prezentace se životností přibližně 15–20 let) a *výstava* (krátkodobý výstavní program). Tyto dvě základní formy prezentace – nazývejme je souhrnně *prezentační útvary* – jsou do značné míry kontrastní: expozice je z hlediska přípravy časově náročnější a současně tematicky širší či obecnější, naproti tomu výstava spočívá v hlubším, analytičtější přístup k dílčímu tématu. Pracovat s pojmem prezentační útvar se jeví jako produktivní zejména proto, že chápe expozici či výstavu více strukturálně jako v sobě racionálně a logicky skloubené základní složky – formální o obsahové. Do nich se promítá *očekávání* (diváka, odborné veřejnosti, zřizovatele) a týká se jich *hodnocení*, [2] což jsou dvě fáze, časově vymezující existenci prezentačního útvaru.

Muzejní prezentace není mechanický akt; je lidskou aktivitou se všemi důsledky této jakkoliv obecné charakteristiky. Výstava je obvykle dílem jednoho autora (*autorská výstava*), přičemž role tvůrčího subjektu je neoddiskutovatelná. Je to autor, který výstavou uskutečňuje tvůrčí záměr, do něhož se

koncentrovaly rozličné motivy či nápady. Proto je prezentaci vlastní myšlenková *originalita* při postižení sledovaného tématu a *subjektivita* ve smyslu osobního přístupu, jenž zaručuje jak provokativnost, tak tradičnost nebo klasičnost pojetí. A mělo by být i na autorovi, aby rozhodl o základních ukazatelích, jež presentační úvar vyznačují: náleží k tomu výběr a utváření presentačního prostoru i rozsah prezentovaného materiálu. Důležitou roli hraje (spolu)autor výtvarné složky (muzejní či výstavní architekt, výtvarná spolupráce na zpracování grafických podkladů, textů apod.). Samotný presentační útvar je pak – po jeho schválení směrem k realizaci – dílem *týmové spolupráce*.

Komunikaci mezi autorem a týmem zajišťují přípravné poklady. Obecně platí zásada, že všechny typy presentačních útvarů (výstavy krátkodobé, dlouhodobé, expozice apod.) je třeba řádně připravit. Obvyklým způsobem přípravy presentačního útvaru je trojstupňové schéma: synopse (anotace), libreto a obsahový a technický scénář výstavy (expozice);[\[3\]](#) forma těchto textových a obrazových podkladů, které zpětně nabývají důležité funkce *dokumentace* presentačního útvaru, není závazná. Nelze ovšem zavrhnout ani ten případ, kdy je výstava připravována „bez scénáře“, nahodile, způsobem happeningu či workshopu, jako jakási živá „presentační dílna“, což nemusí platit jen pro sféru současného umění.

Napětí mezi prezentací jako (obecnou) činností a presentačním útvarem jakožto (konkrétním) produktem této tvůrčí a intelektuální činnosti a současně mezi (konkrétním) presentačním útvarem a (obecnými) dějinami prezentace ve smyslu výsledků, vyplývajících z konfrontace různých expozic a výstav minulosti a současnosti, lze chápat jako základní dvojí vymezení teoretické reflexe tématu prezentace. Ostatně proto je také smysluplné hovořit o *teorii muzejní prezentace* v rámci (teoretické) muzeologie. Teoretický základ muzejní prezentace má různá možná východiska: odvíjí se kupříkladu od analýzy principu ukazování (*ostenze*), který spojuje sféru

muzejní činnosti se světem divadla, nebo od aplikací teorie komunikace (vysílač – přijímač; cíl – adresát). Velmi produktivní by bylo uvažovat o prezentačním útvaru jako o textu *sui genesis* z pohledu obecné lingvistiky: východiskem by byla polarita významu (*designatum*) a formy (*designans*), označovaného a označujícího, tj. pojetí prezentačního útvaru jakožto znaku. Znak (znaky), jímž je tvůrčí záměr prezentace kódován, je verbální i nonverbální povahy. Výstava (expozice) by pak byla popsitelná jakožto řetězec znaků, tj. mimořádně složitý kód, přičemž jednotlivé prvky struktury (*syntax*) by byly zaměnitelné za jiné prvky v rámci určitého paradigmatu (výběru možných prvků, uplatnitelných v daném místě kontextu). Je zde ovšem řada dalších možných přístupů, například přístup estetický a psychologický (sociologický). Podstata těchto přístupů by tkvěla v plném uvědomění si rozdílů termínů muzejní sbírkový *předmět* a *exponát*. Pojem exponát totiž v sobě *a priori* obsahuje akt „dívání se“ – a tu ponechejme zcela stranou základní podmínku, totiž že předmět vyznačuje fyzicky dobrý stav, jenž umožňuje jeho vystavování, aniž by byl ohrožen ve své existenci. Toto dívání se tkví v interakci divák – předmět a současně předmět – okolí, tj. konkrétní prostor. Odtud vyplývá mimo jiné i jedna důležitá zkušenost, mířící k samotné muzeologii jakožto takové: výstavy jsou důležité i pro samy muzejníky, protože ti podobě jako ostatní návštěvníci výstav spatří předmět teprve v roli exponátu. Jinak řečeno, teprve za použití prezentační techniky (adjustace, osvětlení, barevnost pozadí apod.) uzří předmět tak, jak jej nikdy předtím v pracovně, depozitáři nebo laboratoři neviděli.

Shrneme-li řečené, prezentace je teoretická činnost, tvůrčí činnost i aktivita ryze praktická, jejímž produktem je prezentační útvar určitého typu. Je podmíněna individuálním přístupem autora (autorů) a týmovou kooperací. Z hlediska *funkce prezentačního útvaru*, podmíněného bohatou mnohasetletou zkušeností s vystavováním či ukazováním rozmanitých předmětů a přírodnin publiku, lze uvažovat o dvou odlišných kvalitách: o

platnosti ukazovaných věcí jakožto manifestací abstraktních hodnot, což potvrzuje jejich normotvornou funkci v rámci určité pospolitosti (tj. kulturně a sociálně antropologická dimenze). Naopak odlišná je funkce ukazování předmětů, která je motivována snahou inovovat pohled na tyto předměty v relaci s měnícími se preferencemi a očekáváními, s potřebou provokativně zasáhnout do setrvávající, až kanonické představy o jejich smyslu, spojená s ambicí očekávání publika zásadně narušit.

Pojem *funkce* prezentačního útvaru je snadno zaměnitelný s pojmem *typologie* prezentačních útvarů, o nichž je pojednáno níže. Tato dvojí základní odlišná funkce prezentačního útvaru je současně dvojí základní odlišnou funkcí muzea jakožto instituce moderní občanské sekulární společnosti: poskytuje odpověď na otázku, zdali je cílem hodnoty kodifikovat, udržovat či upevňovat, nebo naopak narušovat stereotypy a zažitá schémata či klišé. Jinak řečeno, zdali je muzeum institucí společenské konformity, nebo naopak může být místem intelektuálního anebo dokonce společenského progresu. I tyto otázky náleží do teorie muzejní prezentace a současně jsou svou závažností jedněmi z klíčových otázek obecné a historické muzeologie.

Výše jsme popsali prezentační útvar jako (lingvisticky pojímaný) znak, kód, tj. *system*. Prezentační útvar má ale i svou formální *strukturu*. Materiál, který je do systému jménem „prezentační útvar“ integrován, má několikerou povahu. Je to v zásadě 1/ textový materiál (popisky, komentáře, vysvětlující texty, nadpisy, *tiráž* se jmény autora/autorů výstavy, spolupracovníků, s poděkováním za záštitu, za pomoc při realizaci pod.); 2/ doprovodný materiál (orientační symboly, piktogramy, výtvarné prvky, zvyšující virtuální atraktivitu výstavy); 3/ muzejní materiál (originály, unikáty, substituty, kopie). K tomu přistupuje *prezentační technika*, která má za úkol exponát chránit i zvýšit jeho účinek prezentace. Nejtradičnější prezentační technikou jsou nábytkové typy,

odvozené z tradičního skříňového či policového nábytku. Byly to stoly, otevřené skříně, police, prosklené skříně, tj. vitríny, jež vidíme na starých vyobrazeních kabinetů přírodnin, umění a kuriozit od 16. století. *Vitrína* – základní typ muzejního nábytku – je chápána buďto jako součást interiéru, vyrobená na míru tomuto interiéru (tj. pevná vestavba, *proudnicová vitrína*, která je spojována v muzejní praxi s Jiřím Neustupným), nebo jako typizovaný a současně transportovatelný celek s nastavitelnou velikostí jednotlivých polic. K prezentační technice dále patří sokly, panely, rámy, pasparty, závěsy a konzoly apod., tj. prvky, které bychom našli již v antice a středověku. Prezentační prostředky lze členit na statické a dynamické, tj. i prezentační útvary lze členit podle zapojení doprovodného instruktivního materiálu (tj. schémata, modely, nákresy a plánky, fotografie vhodné ke komparaci měnícího se fyzického stavu apod.).

Samostatnou kapitolu představuje *provoz prezentačního útvaru*, vycházející ze základního principu, že prezentace není diktována pouze prostorem, nýbrž i časem. Základem provozu je stanovení a vedení *prohlídkové trasy* výstavou (expozicí) a zapojení interaktivních prvků (dotykové displeje, počítače, pohyblivý digitální obraz, zvukové nahrávky apod.). K tomu se připojuje účast lektora, realizace komentovaných prohlídek, uplatnění audioprůvodců, oživení prezentace doprovodnými akcemi (přednáška s videoprojekcí, křest knihy – výstavního katalogu) apod.

Z hlediska polaritý systému a struktury, vlastní každému prezentačnímu útvaru, a současně z pohledu jeho očekávaného provozu je třeba ocitovat jako velmi produktivní typologii prezentačního útvarů podle Ladislava Kesnera. Ten uvádí čtyři typy struktury expozic podle jejich výstavby a vztahu jednotlivých prvků k celku: 1/ expozice zaměřené na prezentaci individuálních objektů (např. klasické výstavy uměleckých děl); 2/ expozice zaměřené na sdělování informací a idejí (tj. exponáty, texty a doprovodné prvky tvoří celek, podřízený

jednomu informačnímu záměru; u tohoto typu expozic lze text chápat jako integrální součást, mírou zapojení srovnatelnou s exponáty); 3/ interaktivní expozice, spočívající v možnosti užívání předmětů ke hře (dětská muzea, technologická a technická muzea s nejrůznějšími modely); 4/ *expoziční naturalismus* (spočívající v petrifikaci nebo v simulaci historického prostředí ve snaze vtáhnout diváka do děje; týká se obytných interiérů zařízených dobovým nábytkem a doplňky, památkových interiérů, simulací obchodních místností a výrobních prostor, rekonstrukcí podoby školních tříd, skanzenů apod.)[\[4\]](#)

V rámci reflexe problému muzejní prezentace lze hovořit o historicky podmíněné *typologii prezentačních útvarů*, vycházející z distinktivních rysů, jimiž konkrétní expozice a výstavy konfrontujeme. Obecně lze uvažovat o tom, že typologie prezentačních útvarů odpovídá na čtveřici základních otázek: *proč* výstavu (expozici) vlastně uskutečnit, *komu* je určena, *co* je prezentováno a *jak* docílit cíle. Těchto rysů je několik: 1/ institucionální vazba: prezentační útvar se omezuje na materiál z jedné instituce nebo naopak integruje materiál z více muzejních institucí. V tomto směru se klade důraz na kurátorskou spolupráci mezi pořádající institucí a partnerskými institucemi; 2/ moment očekávání: výstava může být koncipována jako výuková, dokumentační nebo umělecká, může být primárně určena dětem a mládeži, nebo naopak může jít o výstavu odbornou, umožňující především vědecky seriózní prezentaci soustředěného materiálu; 3/ míra využití substitutů: výstava prezentuje především originály (což se týká například uměleckých nebo archeologických výstav) nebo naopak více pracuje se substituty (což se týká výstav propagačních nebo výukových); 4/ četnost opakování: můžeme rozlišovat výstavy jednorázové, uskutečněné v jednom konkrétním místě, nebo naopak výstavy putovní. To vyžaduje především volbu takové prezentační techniky, která umožňuje instalaci výstavy v různých prostředích i snadný transport mezi místy konání. Je třeba také zohlednit prezentovaný

materiál: lze jistě snadněji jako putovní výstavu pořádat výstavu grafiky než sochařských děl; 5/ kombinace různých kritérií třídění, jejich produktem je následující typologie povýtce uměleckých výstav: výstavy programové (manifestace uměleckého programu), skupinové (výstava konkrétního uměleckého uskupení), tematické (portrét, krajinomalba, keramika, téma smrti apod.), propagační (české umění v zahraničí), celostátní, regionální, příležitostné (ve vztahu k jiné události konané v místě, například vztažené k odbornému setkání, konferenci, valné hromadě spolku apod.), vzpomínkové a jubilejní, konfrontační (narušující ustálenou představu), politické (sledující politickou intenci), hodnotící (otevírající určitý fenomén novému hodnocení), specializované (lokálně a tematicky omezené).[\[5\]](#)

[\[1\]](#) Základní literatura: Friedrich Waidacher, *Príručka všeobecnej muzeológie*, Bratislava, Slovenské národné múzeum 1999, s. 253-301; František Šebek, *Zpřístupnění sbírek muzeí veřejnosti*, in: kolektiv, *Úvod do muzejní praxe. Učební texty základního kurzu Školy muzejní propedeutiky Asociace muzeí a galerií České republiky*, Praha, Asociace muzeí a galerií České republiky 2010, s. 245-283 (zde další literatura).

[\[2\]](#) Blíže František Šebek, c. d., s. 275.

[\[3\]](#) František Šebek, c. d., s. 263-267.

[\[4\]](#) Ladislav Kesner, *Marketing a management muzeí a památek*, Praha, Grada Publishing 2005, s. 177-183. –

Čtvrtá kategorie je Kesnerem označena jako *virtuální prostředí*. Jelikož však hrozí nebezpečí záměny tohoto označení s pojmem *virtuální muzeum* a navíc popsaná kategorie není vpravdě virtuální, nýbrž velice konkrétní a hmatatelná, navrhuji použít označení *instalační* nebo *expoziční naturalismus*.

[\[5\]](#) Podle Dušana Šindeláře Pavel Štěpánek, *Obrysy muzeologie pro historiky umění*, Olomouc, Univerzita Palackého 2002, s.

