

Komunikace archeologie prostřednictvím muzejních expozic

„Každý, kdo chce v dnešním světě uspět, tzn. realizovat své představy a dosáhnout svých cílů a neskonečit jako „kůl v plotě“, se bez komunikace neobejde.“ (Foret 1994, 9)

Archeologie komunikuje svými obvyklými kanály, což jsou třeba články, publikace apod., ale spojení s okolním světem musí navazovat i jinak. Pokud čteme webové stránky muzeí či různé archeologické projekty, nabýváme dojmu, že se tak děje samozřejmě, automaticky, dlouhodobě a promyšleně. Ale je tomu skutečně tak?

Každá věda musí komunikovat se širší veřejností, a to nejen svými „produkty“, ale i širokými popularizačními kanály, které tuto vědu veřejnosti představují. Přitom každý občan vědomě či podvědomě cítí potřebu technického výzkumu pro vývoj svého vlastního mobilního telefonu, televize či stroje, který v práci obsluhuje. Stejně tak uvažuje o vývoji v oblasti medicíny, neboť napomáhá k udržování jeho zdraví. K čemu však nové poznatky o záležitostech stovky či tisíce let starých? Ba co víc. Obory technické či přírodovědné jen málokdy mohou člověku přímo „ublížit“. Jinak je tomu však s archeologií. Vždyť archeologický výzkum „zdržuje“ rekonstrukci objektů, ulic a náměstí, archeologové komplikují pohodlnou přepravu z místa A do místa B apod. Někdy dokonce, v případě rekonstrukce objektu pro podnikatelské účely, musí investor z vlastní kapsy zaplatit archeologický výzkum, a to je přímá osobní oběť „jakési vědě o minulosti“. Velkou část archeologického materiálu nacházejí stavební dělníci, bagristé či traktoristé, a to často bez přítomnosti archeologa. A pak je otázkou rychlého rozhodnutí, zda nálezovou situaci přiznat či nepřiznat, prostor okamžitě třeba zadláždít a archeologickou vědu tak ochudit o novou situaci. Z toho jasně plyne, že právě archeologie je na „uvědomělosti“ obyvatelstva bezprostředně závislá. Potřebu komunikovat s veřejností pociťují i samotní archeologové, na tato témata se konají celé mezinárodní konference. Ve sbornících z nich však slovo „muzeologie“ nenajdeme, i zmínek o muzejních expozicích je zde minimálně (*Veřejná archeologie II.*). Ani jiní obdobně naladěni badatelé potřebu znalostí z oboru muzeologie příliš nezmiňují (*Gogová 2005*).

Literatury zabývající se komunikací, často s tímto slovem přímo v názvu (*Mikuláščík 2003*), je nepřehledné množství. Nutno však předeslat, že naprostá většina této produkce je zaměřena na

komunikaci verbální a problematiku komunikace prostřednictvím předmětů 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). 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 formou, tj. jazykem. Muzejní prezentaci tedy nemůžeme chápat pouze jako prosté ukazování. Nesmí nám jít jen 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“ (o. c., 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. To si vyžaduje vytvoření, pochopení a následnou explikaci muzejního prezentačního jazyka. Podle Z. Z. Stránského (1984, 104) muzejní prezentace

- znovuzpřítomňuje skutečnost prostřednictvím relativně autentické dokumentace
- znovuzpřítomňuje ji však v kvalitativně nové rovině, která je výrazem vědeckého poznání a hodnocení

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 poznané 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 k jejich realizaci se přistupuje jako k „nutnému zlu“. Výsledky pak bývají žalostné.

Tvorba expozice nebo výstavy je závislá na odborných znalostech, ale v určité míře i na nadání. Podstata tvorby pak spočívá na schopnostech „vizualizovat myšlené“ (Stránský 2005, 128). Není třeba zdůrazňovat, že smyslem muzejní prezentace je harmonické vyvážení projevu, tak jako hudební dílo je soulad jednotlivých hudebních nástrojů.

Archeolog, vyjímající předměty ze skutečnosti a přemísťující je do muzea, pořizuje podrobnou průvodní dokumentaci, nálezovou zprávu. Přes sebepečlivější provedení jde vždy o dekontextualizaci těchto předmětů a jejich přemístění do umělého světa muzejních sbírek. 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 umět 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 více. Ale tak jako hudebník musí znát noty a nemůže skladbu zahrát jakkoli, tak i muzejní scénárista nemůže jakkoli pojmout přípravu expozice a odkazovat se pouze na „vkus“ tvůrce či návštěvníka expozice. I zde platí určitý řád, který nevyklučuje originalnost. Muzeum je jako ledovec. Většina toho, co má, je ukryta před zraky veřejnosti. Proto je tolik důležité pečlivě vybírat to nejvhodnější pro expoziční využití a pokud možno co nejčastěji expozice inovovat.

Hodnocení muzejních expozic je komplikováno skutečností, že v České republice neexistuje výstavní kritika na odborné bázi. Pokud už se objeví nějaké posudky výstavních akcí, jsou zaměřeny jen na vědeckou správnost a přínos z hlediska archeologie jako vědní disciplíny. Nehodnocení expozic je způsobeno jednak neznalostí „jak na to“, nezájmem (muzejníků, archeologů i muzeologů), tak i pseudosolidaritou v rámci oboru. Zatímco nad publikovaným textem dokážou archeologové živě diskutovat, nad jejich expozicemi se vlastně nediskutuje téměř vůbec.

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 je schopna zachytit. Některé znaky skutečnosti jsou pak ve sbírkách muzea zastoupeny celými sériemi (keramika), některé jsou zastoupeny řídce 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 jakékoli (včetně muzejních programů, přednášek, besed), nesmí být ani vzdáleně zrcadlovým odrazem složení sbírky.

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

Základní rozdělení archeologických expozic se jeví na „in situ“ a „in fondo“. Ty první představují zachování nálezové situace na místě samém. Někdy jsou doplněny pouze jednoduchým textovým vysvětlením, jindy je zde dokonce vybudováno zařízení muzejního typu (Mikulčice; Head-Smashed-In Buffalo Jump v Kanadě). Sem musíme organicky zařadit i tzv. archeoskanzeny, tedy na místě původní lokality vybudovaná zařízení (např. domy) názorně představující život v době původních obyvatel lokality (polský Biskupin). Za zmínku jistě stojí tzv. archeoparky. Jde o vytvoření zcela umělých konstrukcí života před mnoha lety na místech bez přímé vazby na archeologickou lokalitu. Z hlediska prezentace musíme aktivity tohoto druhu, pokud jsou prováděny dobře, jen přivítat. Protože však nemají žádné sbírky ani vazbu na

archeologickou skutečnost, nelze tato zařízení považovat za muzea v pravém slova smyslu. Jsou to rekreační, komunitární, někdy až zábavná centra, která slouží k propagaci zájmů a potřeb archeologie.

Druhý základní typ archeologických expozic („in fondo“) je častější – jde o vytvoření umělé situace v umělém prostředí muzea. *D. Dean (1994, 4)* formuluje dva základní extrémy při tvorbě těchto expozic:

- *object content*: bez interpretativních informací, jako sbírka váz či keramiky doma na polici;
- *information content*: kde předměty buď nejsou nebo mají jen minimální význam.

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 aj.). S určitým váháním lze tento přístup akceptovat 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 (bývalá portugalská pevnost Fort Jesus v keňské Mombase). Někdy dochází až k rezignaci na hledání optimální cesty k prezentaci archeologie, když starověké nálezy jsou doplněny expozicí moderních knoflíků (Regionální muzeum v Celje).

Jiným extrémem je pak tvorba show, kdy význam exponátů je naprosto minimální a veškeré sdělení je svěřeno promítání filmu doprovázeného sofistikovaným slovem bez jakékoli návaznosti na vystavené předměty. Nová expozice v polském Hnězdně, zcela postavená na filmovém programu promítaném z velkých obrazovek, kde exponáty hrají roli pouhé stafáže, ilustrace, nadbytečnosti, je toho smutným příkladem. Bohužel zřejmě u nemalé části archeologické obce převládá zažitý názor, že buď je třeba vystavit co nejvíce nalezených předmětů, nebo vytvořit „show“. Někdy je však kvalitní prezentace bez užití techniky v podstatě nemožná (expozice Reykjavík 871+–2).

Archeologická expozice se většinou neobejde bez prezentace keramiky, kamenných či kostěných nástrojů, tj. předmětů, které vizuálně, na rozdíl třeba 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 v stereotypních sériích. I proto vyžadují osobitý přístup při prezentaci.

V „archeologických obdobích“ se 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 došlo k pochopení prezentovaného záměru. I z těchto důvodů je už samotná příprava a tvorba „čistě archeologických“ expozic vysoce problematickou záležitostí.

Každá muzejní expozice musí být umístěna v nějakém vhodném prostoru. Na téma muzejního prostředí existuje rozsáhlá literatura, jejíž hodnocení přesahuje možnosti tohoto příspěvku. Jen chci zmínit v České republice 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 muzeí do těchto objektů brání moderní a působivé prezentaci sbírkového fondu. Je zde obtížné docílit optimálních světelných a teplotních podmínek, jinak krásná gotická klenba je od věci při prezentaci pravěku apod.

V historických objektech se tvůrce muzejní 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 prosadit dočasné potlačení nežádoucích architektonických prvků. Nemáme tím na mysli stavební úpravy, které by narážely na odpor orgánů památkové péče a byly by koneckonců obecně nekulturní, 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 efektní a v technickém vybavení nákladná. Krásně zformovaná, ale komunikativní potenci slabá výstava je vlastně zmetek asi jako krásné auto, které nejezdí“ (*Beneš 1981*, 13). Archeologická expozice má svoji řeč, specifický výstavní projev. Pro vnímání podnětů však musí být návštěvník vybaven určitými schopnostmi. *J. Beneš (1981, 47)* to přirovnává ke čtení románu ve francouzštině, ke kterému nestačí jen znalost abecedy, ale nezbytná je i znalost francouzštiny. Tedy poselství, které v předmětech vidí specialista, není přímo sdělitelné ve stejné kvalitě i kvantitě laikovi.

Nelze interpretovat archeologický nález jako výtvor „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 jsou tedy 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 třeba šperk může charakterizovat etnikum, zdůrazňovat bohatství, uměleckou zručnost, obchod (třeba i dovoz materiálu), diferenciaci společnosti apod.

Přirozené soubory věcí jsou někdy sestaveny do tzv. dioramat, celků ukazujících výsek historické skutečnosti (třeba tábor lovců mamutů). Kromě užití originálů se snažíme o náznak původního prostředí. Tento komplet, pokud je dobře vytvořen, má vysokou působivost. Seriózní přístup s využitím náležitých výtvarných ztvárnění zabraňuje nebezpečí panoptikálnosti. Vzhledem k zmíněné archaičnosti mnoha muzejních budov je však důležité tento celek (komplex) buď dotáhnout do konce, nebo se o něj vůbec nepokoušet. Praveční 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, rekonstrukčních schémat, diagramů a značek. Kresba archeologické situace je vždy sdělnější než dlouhý text o ní, stejně jako mapka výskytu určitého jevu (třeba specifické kultury) než soupis lokalit. Zde je však třeba dát pozor, aby se nepřejímaly z běžné archeologické praxe bez pečlivého prozkoumání srozumitelnosti pro návštěvníka. Mapky s výskytem určitých jevů, kde jedinými orientačními body jsou názvy místních kopců (Anthropos v Brně), by zamotaly hlavu i nejednomu archeologovi. Stejně tak mapky neoznačených vodotečí evropské části Ruska se značkami výskytu jednotlivých kultur vyžadují velmi důkladné zeměpisné znalosti (Historické muzeum v Moskvě).

Součástí prezentace expozice jsou i texty, podle *J. Beneše (1981, 71)* „nutné zlo“.

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 samozřejmě věcně správné, ale i jazykově na úrovni a srozumitelné, což často není samozřejmostí (Anthropos). Je třeba rozlišit slovní sdělení do tří rovin, které je žádoucí graficky či barevně odlišit:

1. Základní popis. Jednoduché sdělení o jedné či málo větech. 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 další odkazy pro skutečného zájemce. Tato rovina nemusí být přímo součástí vitríny či panelu, tyto informace mohou být poskytovány prostřednictvím techniky (počítače) poblíž prezentované skutečnosti.

Nadměrná textáž návštěvníka vyčerpává, bere mu dopředu chuť a odpoutává ho 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 jazyce. Problémem archeologů (a 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 naprosto obecné texty, které se plně hodí na situaci kdekoli v Polsku ba dokonce ve střední Evropě, ale ve vlastních vitrínách není ani jeden popisek! 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, počítačů 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. Neprezentací autentických svědků konkrétní skutečnosti by muzeum ztrácelo smysl. Na druhé straně však strach muzejníků, že zveřejněním svých sbírek třeba na internetu přijdou o své návštěvníky, je zcela lichý. Nemá cenu bojovat proti jiným formám komunikace (třeba tzv. science centres), ale je třeba jasně formulovat a názorně ukázat: my děláme něco jiného.

Mezi smysly, na které působíme svými výstavními počiny, je na prvním místě zrak, pro optimální percepci je žádoucí zapojit i další smysly. *J. Beneš (1981, 212)* uvádí, že po hodině v muzeu se obvykle dostavuje útlum. Za posledních 30 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 pohled a nedokáže udržet soustředěnou pozornost návštěvníka, má jen malou naději na úspěch. Na druhé straně je nutno vnímat, že dnešní lidé jsou postupně stále vzdělanější. Když se jejich zájem podaří podchytit, rádi se dostávají 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 nemusí být vždy lehké. Můžeme volit osvětlení shora, z boku, šikmo shora (diagonální). Přirozenost tohoto osvětlení je dána zákonitostmi přírody, na které jsme po tisíciletí zvyklí. Bohužel se občas setkáme s „revolučním“ osvětlením zespu (WEINSTADTmuseum Krems), které způsobuje nezvyklé stíny a je celkově nevyhovující.

Progresivní je pak vtáhnout návštěvníka v prostorách k tomu určených k vlastní aktivní, často manuální činnosti. Tyto aktivity zdaleka nejsou určeny pouze pro děti a mládež. Mají-li návštěvníci možnost vidět např. výrobní proces nějakého pravěkého nástroje nebo ještě lépe si ho sami zkusit, jsou vtaženi „do věci“ daleko více a lépe než prostřednictvím sebelepšího výkladu či prohlížení exponátů. Anglicky psaná odborná literatura používá pro tento přístup termín *participatory exhibit*. Pokud v muzeu nejsou pro tyto aktivity podmínky denně, je dobré takové dílny (workshopy) či předvádění pořádat alespoň nárázově.

Je vinou nedostatečného muzeologického vzdělání tvůrců archeologických expozic, ale i jejich neschopnosti prosadit své názory, že velmi často v „souboji“ muzejního odborníka a výtvarníka nedochází k dialektickému střetu vedoucímu k nové hodnotě, ale výtvarník prostě zvítězí. Samoučelné výtvarné triky pak přehlušují zamýšlené sdělení, expozice je „show“ za každou cenu, hlavní role připadne grafice, samoučelným solitérům, které jsou však málokdy účinné. Někdy archeologie jako by usilovala o aktuálnost za každou cenu. V Historickém muzeu ve Stockholmu najdeme i předměty z archeologických výzkumů s popiskem „neidentifikovatelné předměty, 20. století“, doplněné fotografií lokomotivy. Tento přístup by jistě stál za hlubokou a kritickou analýzu, zda archeologie a její prezentace se má ubírat tímto směrem.

Budoucnost archeologické komunikace jistě bude záviset na dostupných prostorových, technických, personálních a finančních podmínkách, ale také na znalostech „jak na to“. Spoléhat na samozřejmou vypovídací schopnost archeologických nálezů umístěných v jakémsi „chrámu vědění“ by bylo bláhové. Muzejní archeologické expozice by měly být živým mostem pro pochopení ze strany návštěvníků, mostem mezi vědeckovýzkumnou základnou a veřejností. Podle mého názoru ale musejí zůstat muzejním produktem. Je nezbytné najít svoje vlastní hřiště,

niku, kterou neobsazují jiná kulturně vzdělávací zařízení, tedy vytvářet expozice a na ně navázané programy, které nebudou suplovat či dublovat něco jiného. Naprosto lichá je představa změnit muzeum na multimedialní zařízení, tj. nahradit předměty pouze obrazem, počítači či zvuky a videem, to vše ovládané z nějakých složitých pultů řídicích jednotek. Na druhé straně vyhýbat se moderní technice by znamenalo ochuzovat muzejní výrazové prostředky o nové dimenze.

Pro optimální vývoj v oblasti prezentace archeologie jsou nezbytné:

- širší a kvalitnější výukové programy pro pracovníky muzeí, nejen pro archeology, ale i pro výtvarníky, pracovníky public relations a v neposlední řadě management,
- vydávání literatury, včetně skript, překladů kvalitních děl ze zahraničí,
- vypracovaná výstavní kritika, možnost diskuse nad tím co se podařilo a co je diskutabilní,
- hluboká analýza působnosti expozic na různé skupiny návštěvníků.

LITERATURA

Beneš, J. 1981: Muzejní prezentace. Praha.

Dean, D. 1994: Museum Exhibition: Theory and Practice. London.

Foret, M. 1994: Komunikace s veřejností. Brno.

Gogová, S. 2005: Muzeológia a archeológia (potrebuje verejnost' archeológiu a potrebuje archeológia verejnost'?). In: Studia Historica Nitriensia 12, 207–212.

Matoušek, V. 2000: Archeologické muzejní expozice v Čechách jako odraz koncepce studia pravěku a středověku. Archeologické rozhledy LII, 453–463.

Mikuláščík, M. 2003: Komunikační dovednosti v praxi. Praha.

Sklenář, K. 1998: Archeologické expozice Národního muzea: z Čech do Evropy – a zpátky? Muzejní a vlastivědná práce 36, 15–30.

Stránský, Z. Z. 1984: Úvod do studia muzeologie. Brno.

Stránský, Z. Z. 2001: Reliktní skutečnost a poznávací doména archeologie aneb archeologie a muzeologie po padesáti letech analýzy. In: 50 let archeologických výzkumů Masarykovy univerzity na Znojemsku, Brno, 311–317.

Stránský, Z. Z. 2005: Archeologie a muzeologie. Brno.

Šura, J. – Cigánek, D. 2006: Bojíme se virtuality? Věstník Asociace muzeí a galerií 2, 10–12.

Die Kommunikation der Archäologie kann sich nicht nur innerhalb der wissenschaftlichen Gemeinde abspielen, sondern sie muss sich auch auf die breiteste Öffentlichkeit konzentrieren. Dieser Notwendigkeit sind sich auch viele Archäologen bewusst, aber ihr Interesse, Kenntnisse aus der Museologie zu gewinnen, ist meist gering. Eine im Großen und Ganzen wenig durcharbeitete Form dieser Tätigkeit ist die Aufstellung musealer Expositionen mit archäologischer Thematik. Diese Formen der Präsentation können zwar nicht als selten bezeichnet werden, aber ihre Orientierung, Durchführung und deshalb auch ihre Einwirkung auf das praktische Leben ist häufig mehr als diskutabel. Die Grundeinteilung der Expositionen kann „in situ“ und „in fondo“ durchgeführt werden, erwähnungswert sind auch archäologische Freilichtmuseen und Archäoparks. Der als Kommunikationsmedium (Exponat) ausgesuchte Sammlungsgegenstand muss in diese Rolle bestimmt, und vor allem in den entsprechenden Zusammenhang gesetzt werden. Dazu sind Kenntnisse einer speziellen Ausstellungssprache notwendig, ebenso wie Kenntnisse des Besuchers samt seiner Psychologie, zum Beispiel seiner sich immer mehr **verbreitenden verminderten** Konzentrationsfähigkeit. Bei der Aufstellung archäologischer Expositionen begegnet man häufig zwei Extremen: *object content* mit minimalem Bestreben nach Kontextualisierung, und *information content*, wo authentische Sammlungsgegenstände eine marginale Rolle spielen. Die archäologischen Funde wirken meist kühl, was durch andere Ausstellungsmittel ausgeglichen werden muss. Die Aufstellung einer nur auf archäologischen Funden beruhenden Exposition ist eine höchst kontroverse Frage. Die meisten Museumsgebäude sind für die Aufstellung moderner Expositionen wenig geeignet. Wirkungsvolle Dioramen in unpassenden Räumlichkeiten wirken panoptikal (Wien). Die Texte müssen auch für Laien verständlich und je nach dem Ausmaß ihres Interesses in mehrere Ebenen gegliedert sein. Geeignet ist auch die Verwendung von Karten, Diagrammen u. ä., die allerdings nicht direkt aus archäologischen Fachtexten übernommen sein sollten. Es muss sorgfältig erwogen werden, welche Informationen für den Besucher von Bedeutung sind und welche nicht. Ein entgegengesetztes Extrem ist die Absenz von Texten. Die Beleuchtung muss aus den Gesetzmäßigkeiten der Natur hervorgehen, deshalb ist die Beleuchtung von unten in den meisten Fällen ungeeignet. Wünschenswert ist das Bestreben, den Besucher zu aktiver Tätigkeit

anzuregen (*participatory exhibitions*). Ein progressives Element ist die Anwendung moderner Technik, in keinem Fall darf jedoch ein Ausstellungsgegenstand, ein authentischer Zeuge der **Vergangenheit**, durch irgendeine virtuelle Realität ersetzt werden. Das Bestreben eines Teils der archäologischen Gemeinde um eine krampfhaft „Aktualität“ der Präsentation der Funde aus der jüngsten Geschichtsperiode erfordert eine außerordentlich tiefgreifende und kritische Analyse. Für die weitere Entwicklung der Aufstellung archäologischer Expositionen ist es unumgänglich, die museale Ausstellungskritik auf professioneller Basis zu etablieren, sowie jene Mitarbeiter, die sich mit dem musealen Ausstellungswesen befassen, breiter und vor allem besser auszubilden. Auch eine entsprechende Kenntnis der einheimischen, und vor allem der ausländischen Literatur und eine tiefgreifende Analyse der Bedürfnisse und Einstellungen des heutigen Besuchers sind erforderlich.