

Petr Hudec



TENTO PROSTOR JE MONITOROVÁN



Cesta do hlubin návštěvníkovy duše

Poslední aristokratka (2019)



Co myslíte vy? Jaká je motivace návštěvníků
k návštěvě nějaké památky či muzea?



Motivace návštěvníků



Příklad: rodina na Bezdězu

- něco společně zažít (*zábava*)
- něco nového poznat (*vzdělání*)
- předat potomkům něco z tradice (*výchova*)
- odpočívat od... (*rekreace*)
- uskutečnit náročný výstup na vrchol (*sport*)
- Vychutnat si výhled do kraje (*vnímání krásy*)
- Stanout na místě spojeném s národními dějinami (*identifikace*)

Motivace návštěvníků

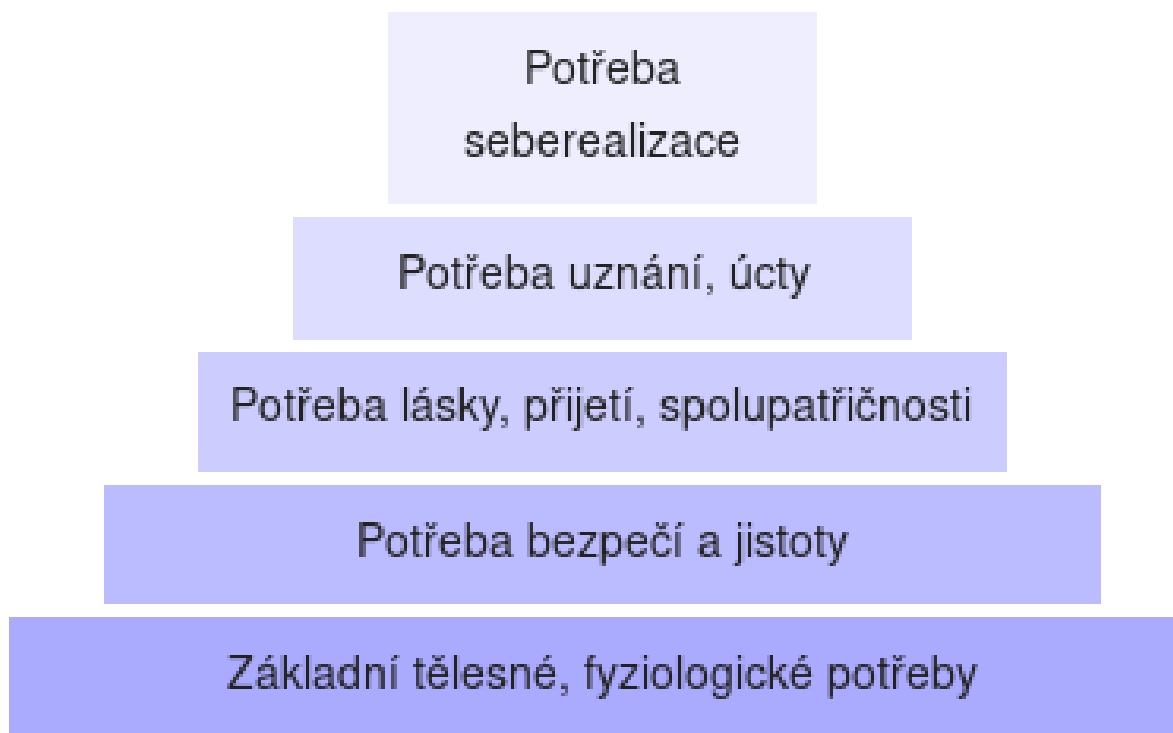
- Návštěva památky či muzea má v naprosté většině sociální kontext!
- O motivaci je třeba uvažovat jako o dynamické kategorii (lze ji v průběhu prohlídky získat i ztratit)



Potřeby návštěvníků aneb Proč (ne)poslouchají?

„Pokud chceme, aby lidé respektovali nás, musíme my respektovat jejich potřeby.“ L. Ptáček

Maslowova pyramida potřeb





Poznávací preference návštěvníků

- **Vizuální typ** – pamatuje si dobře viděné; učí se pozorováním
- **Komunikativní (auditivní, verbální) typ** – pamatuje si lépe to, co slyší; učí se nahlas; vyhovují mu situace, v nichž se diskutuje.
- **Haptický a kinestetický typ** – učí se v pohybu, činností; vše si musí „osahat“; sleduje, jak se co dělá.
- **Verbálně-abstraktní typ** – vyčleňuje nejpodstatnější informace; kategorizuje; dává poznatky do souvislostí; informace zpracovává do struktur.

Typologie návštěvníků podle Falka

- EXPERIENCE SEEKERS (**hledači zážitků**) Návštěvníci, kteří chtějí zažít dobrodružství, ocenit nové podněty, chtějí mít zajímavé vzpomínky.
- EXPLORERS (**průzkumníci**) Návštěvníci, kteří se chtějí učit nové věci, odhalit a porozumět novým konceptům.
- FACILITATORS (**facilitátoři**) Návštěvníci, kteří zprostředkovávají učení někomu jinému (např. rodiče, učitelé, nebo vedoucí oddílů)
- HOBBYIST AND PROFESSIONALS (**fanoušci a profesionálové**) Návštěvníci, kteří se přímo zajímají a konkrétní problematiku, chtějí nové informace.
- RECHARGERS (**duchovní poutníci**) Návštěvníci, pro které je návštěva místa prostředkem k hledání rovnováhy, ocenit možnost relaxace a “psychohygieny”.

Typy návštěvníků: Dospělí



- **Vševěd:** samozvaný odborník, návštěvník doplňující výklad průvodce
- **Odborník:** kolega z oboru
- **Senzitivec//Kochač/Loudač:** návštěvník citlivý na genius loci památky opožďující se za ostatními, toužící po okamžiku intimity
- **Zaláskovaní :** pár, pro který je hlavním tématem láska
- **Fotílek:** zuřivý fotograf
- **Remcal:** chronický stěžovatel
- **Ublíženec:** návštěvník, který byl (skutečně) ochuzen o část návštěvnického zážitku v důsledku provozních opatření
- **Výkoňák/památkový maratonec:** (výkonnostně) zaměřený návštěvník toužící jen “udělat ten barák”, popř. několik za den.
- **Zavlečenec:** znuděný, znechucený, nedobrovolný návštěvník, rukojmí partnera
- **Kameňák:** Návštěvník poslouchající výklad bez emocí (mimiky)
- **Bavič/Šašek:** návštěvník bavící skupinu svými šprýmy
- **Otázkář:** návštěvník kladoucí průvodci desítky otázek
- **Hmatač:** návštěvník toužící po haptické zkušenosti s památkou
- **Sportovec**
- **Senior**

Děti v doprovodu rodičů



Rodiče



Školní skupiny – žáci I. stupně ZŠ



Školní skupiny – žáci II. stupně a středoškoláci

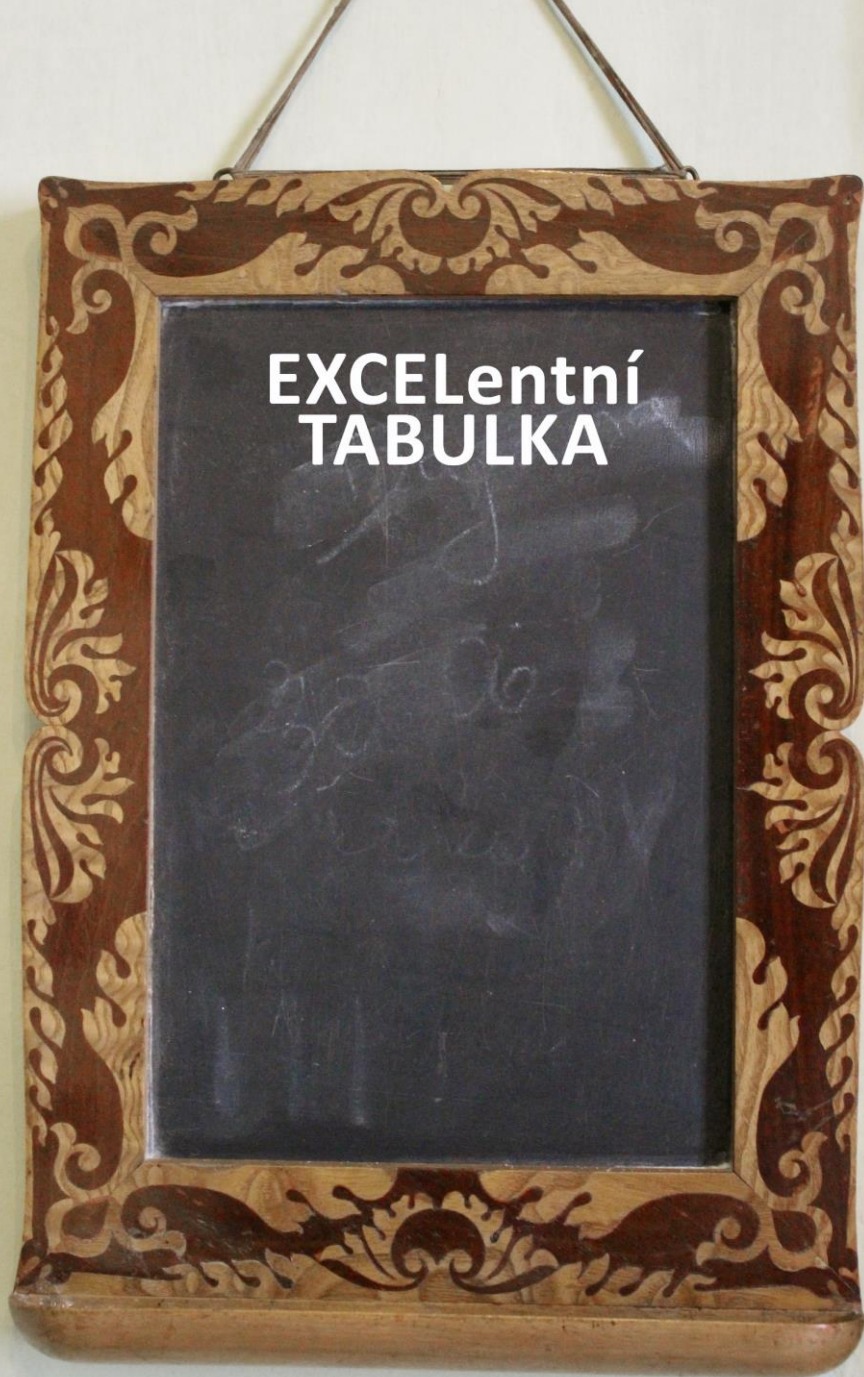


Volnočasová sdružení



Lidé se zdravotním hendikepem





Návštěvník jako koncový spotřebitel

zadání od státu / provozovatele



expert (kurátor, autor prohlídkové trasy)



průvodce



návštěvník

Proč kultura potřebuje demokratický mandát?

- Návštěvnické publikum je čím dál sofistikovanější, vyžaduje vyšší kvalitu a je méně ochotné prominout špatné služby či přehnané a pak nesplněné přísliby.
- Zmenšuje se rozdíl mezi amatéry a odborníky, protože lidé mají přístup k lepším technologiím a komunikačním prostředkům.

(John Holden)

BALADA O OČÍCH NÁVŠTĚVNÍKOVÝCH

Památky nemůžou být
relevantní jen pro elity.

Lidé v demokratických společnostech mají do památkové péče
mluvit, protože jde o jejich dědictví, ne pouze o dědictví expertů.

Graham Fairclough



VIDĚT
ČLOVĚKA

Návštěvník je pro nás...?

- „**Muflon**“, kterého je třeba strpět s ohledem na ekonomickou logiku
- **Zákazník**, který si zaplatil a má nárok na kvalitní službu
- „**Žák**“, kterého je třeba poučit
- Respektovaný a vítaný **host**, který je partnerem hostitele – spolutvůrce situace (prohlídky)

Obrat od praxe zaměřené na stavební materiál či muzeálie k praxi zaměřené na člověka.

Domeček pro
panenky

Památka jako domov

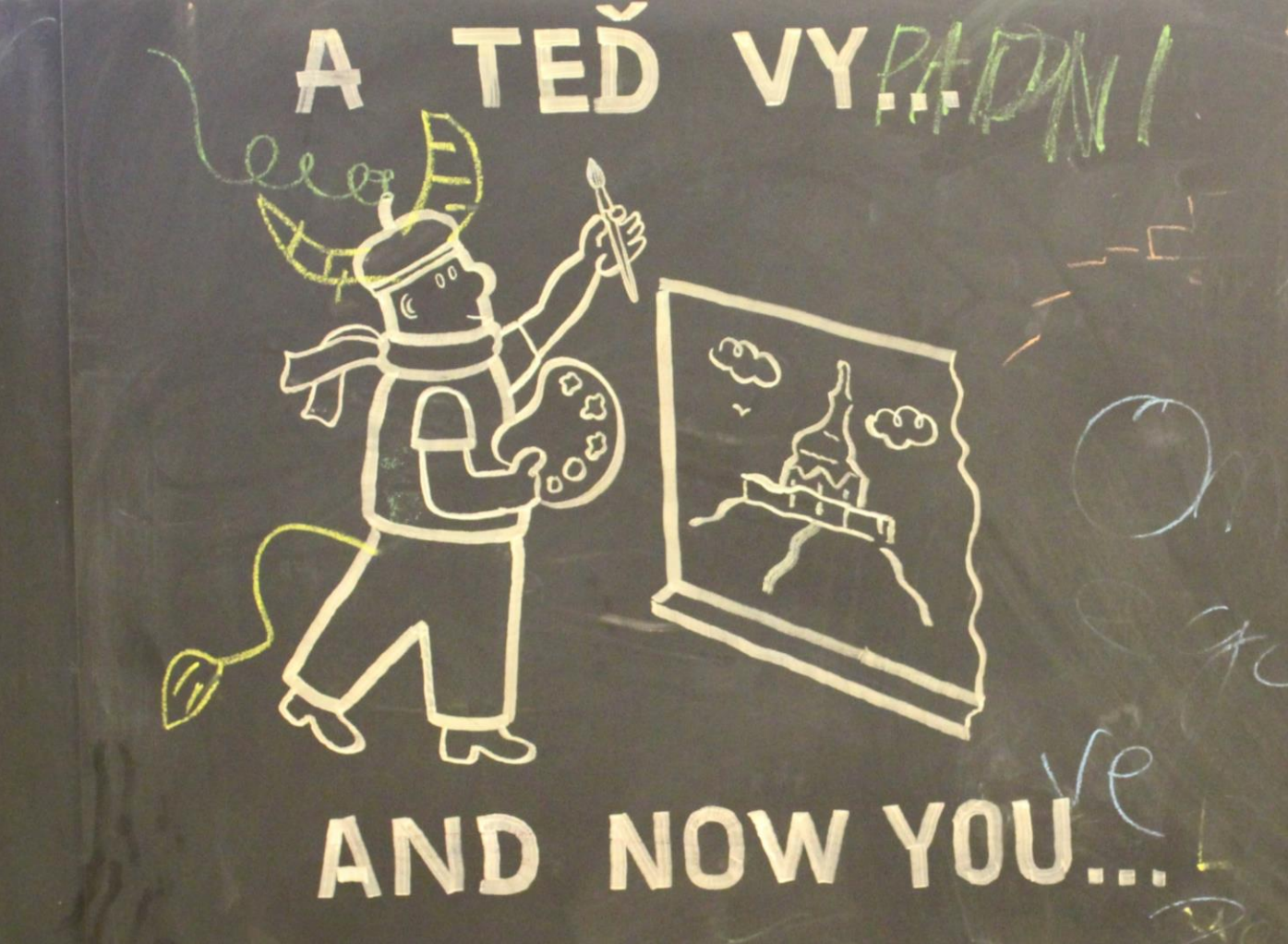
- Domov všichni přirozeně chráníme a pečujeme o něj, ale zároveň nám to nebrání v něm žít.



ORIGINALITA NÁVŠTĚVNÍKA



Návštěvníci nepřicházejí na památky jen proto, aby se něco dozvěděli, ale také proto, aby něco zažili, byli s druhými lidmi, cítili sounáležitost, vytvořili si k navštívené památce vztah.



Participativní pojetí

Je nutné vnímat návštěvníky nejen jako příjemce našeho sdělení, ale také jako spolutvůrce celé situace.

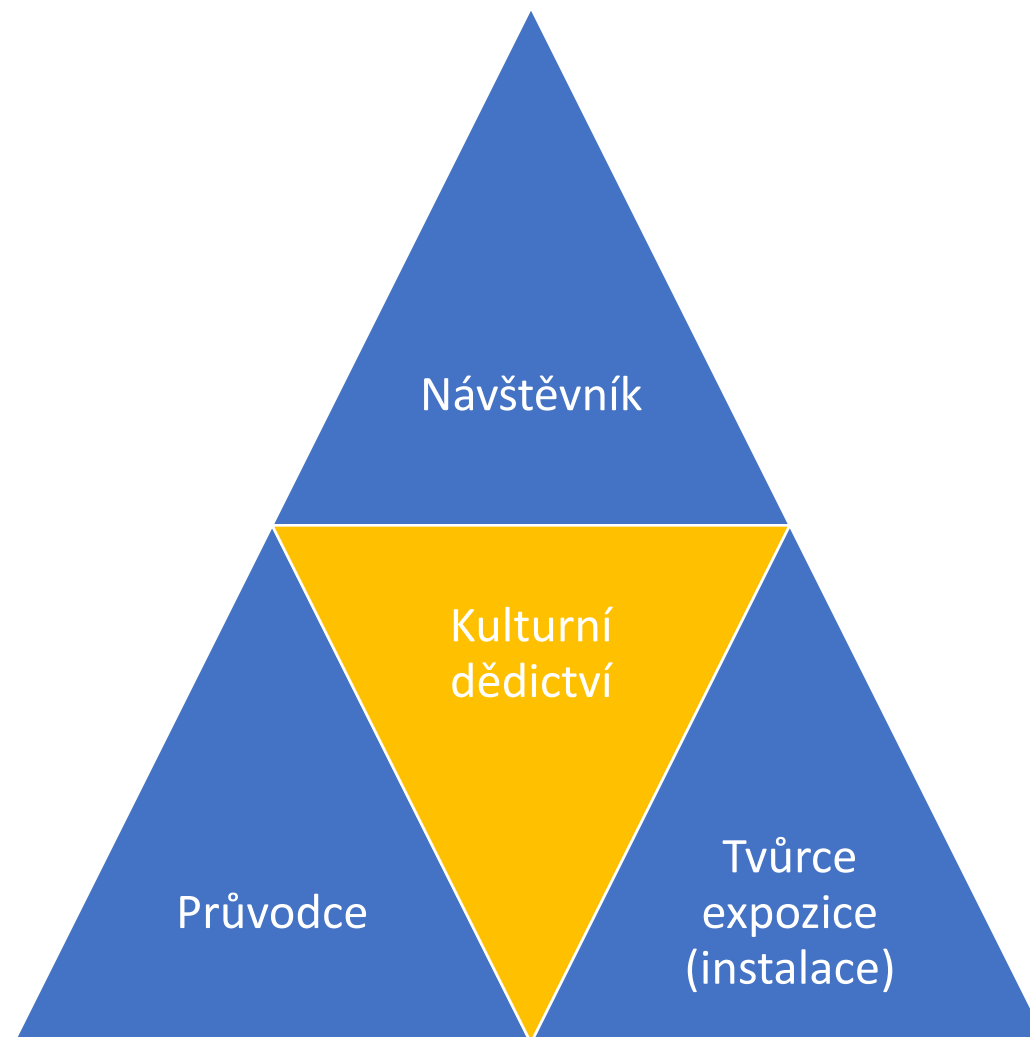
Kulturní instituce nelze chápat jen jako úložiště předmětů, místa zážitků anebo nástroje pro vytváření kulturních významů, ale jako **místa, která mají schopnost nás ovlivnit vytvářením historických, sociálních, symbolických, estetických nebo duchovních hodnot. Role publika je přitom zásadní, protože tyto hodnoty mohou vzniknout jen v interakci s ním.**

(John Holden)

Tato nevidomá žena je v oblasti haptického vnímání větší odborník než kurátor, který má někdy „vše jen v hlavě“.



Demokratické pojetí interpretace kulturního dědictví



POSTUPME SI DÁLE!



.1



ROZVÍJÍME TRADICI ANEB OD VÝKLADU K INTERPRETACI

Metodika průvodcovské činnosti
v historických interiérech a exteriérech

Obsah

Úvod.....	9
1. Východiska.....	13
1.1 Smysl a cíle prohlídek	13
1.2 Tradice zpřístupňování kulturního dědictví na území ČR.....	19
1.3 Domácí a zahraniční odborná literatura.....	27
2. Návštěvníci.....	35
2.1 Motivace návštěvníků	35
2.2 Hierarchie potřeb návštěvníků	41
2.3 Typy návštěvníků	45
2.4 Návštěvnícká očekávání	57
Jsme hostitelé	58
3. Základní pilíře průvodcovské služby	61
3.1 Interpretační plánování.....	61
Co je interpretace	61
Co je interpretační plán	64
3.2 Syllabus.....	73
Ingredience syllabu	74
Struktura textu	75
Jak psát syllabus?	81
Nebát se a psát	86
3.3 Prostor a instalace	89
Modelové situace	89
3.4 Průvodci aneb Umění provázet.....	103
Základní kompetence průvodce.....	103
Práce se skupinou	105
Komunikační dovednosti	112
Znalosti a pedagogika	114
Profesionalita	118
Příprava průvodců	122
Výběr a příprava průvodců.....	122
První prohlídka	126
Školení a další vzdělávání	127
Mimořádné situace	131
3.5 Evaluace	139
Co je evaluace	139
Evaluace vnitřní	140
Evaluace vnější	144
Návštěvnícké hodnocení	147
4. Příklady z praxe	153
4.1 Tvorba interpretačního plánu (Bečov nad Teplou)	153
4.2 Školení a péče o průvodce (Švihov)	159
4.3 Radost z provázení (Pernštejn).....	165
4.4 Vztah k návštěvníkům (Velhartice)	169

SE SPUŠTĚNÝM HLEDÍM DO BUDOUCNA HLEDÍM



Petr Hudec
hudec.petr@npu.cz