

Muzeologie pro archeology



Mgr. Petr Vachůt, Muzeum města Brna

Muzeologie pro archeology - program

3 x přednáška

X - návštěva brněnských muzeí ?

Podmínky k úspěšnému ukončení předmětu:

- Sledování přednášek

- Odevzdání písemné recenze archeologického výstavního projektu (rozsah minimálně 2 A4, max. 3 A4)

Archeolog v muzeu



**Sbírková
činnost**



**badatelská
činnost**

**Výstavní
činnost**

**Administrativní a
manažerská činnost**



Badatelská činnost – archeolog v muzeu

teoretická



terénní



Badatelská činnost – archeolog v muzeu

Odborné zpracování:

- vlastní sbírky (vlastních archeologických výzkumů)
(tzv. deponitářové vykopávky)
- dějin archeologického bádání v regionu
- pre/historie území v zájmovém území muzea
(SAS ČR <http://isad.npu.cz/>)
- vybraných témat regionální pre/historie dle specializace badatele



Badatelská činnost – archeolog v muzeu

Terénní výzkumy:

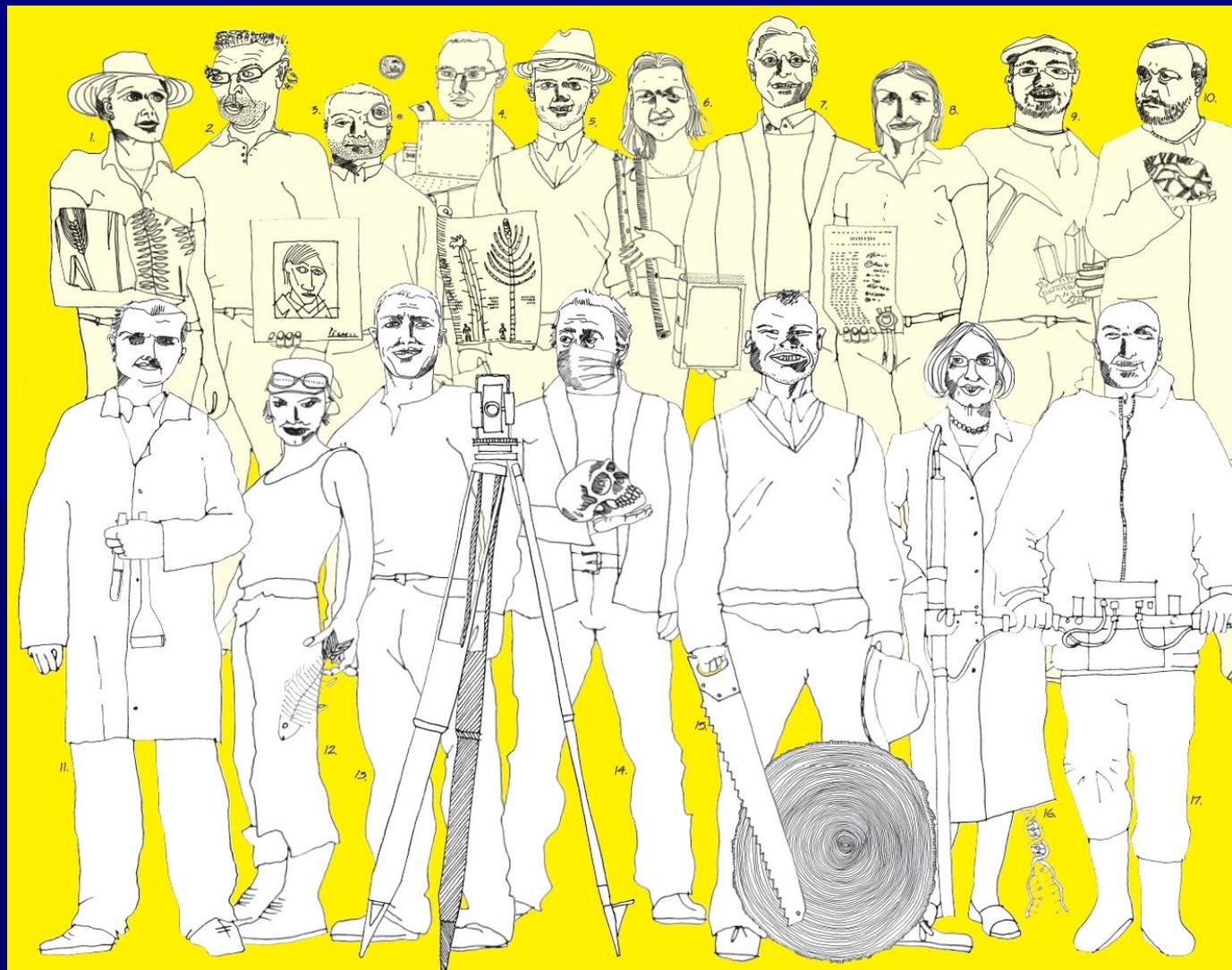
- zajistit výzkumný team, který plně zvládne metodiku archeol. výzkumů (archeolog, technik, pravidelní brigádníci....)
- zajistit zvýšenou administrativu (dohody o provedení práce, smlouvy, fakturace.....)
- zajistit vybavení terénního pracoviště (nářadí, zaměřování výzkumů apod....)
- zajistit laboratorní zpracování a uložení nálezů



Badatelská činnost – archeolog v muzeu

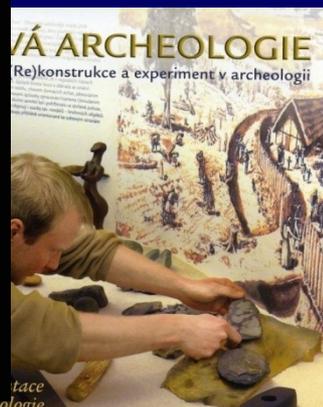
Terénní výzkumy: zajistit analýzy získaného materiálu

1. archeobotanik
2. kunsthistorik
3. numismatik
4. informatik
5. paleoekolog
6. historik
7. archivář
8. geolog
9. etnolog
10. petrolog
11. chemik
12. archeozoológ
13. geodet
14. antropolog
15. dendrolog
16. archeogenetik
17. geofyzik



Výstupy na veřejnost (public relation)

Prezentace výsledků arch. výzkumů a teoretického bádání veřejnosti: přednášky, dny otevřených dveří v muzeu nebo na archeol. výzkumech, publikace v regionálním tisku, rozhlasu, TV



Srozumitelná forma sdělení!!!

stace
arceologie

- Prezentace památek
terénu Dolní Moravy
- Rekonstrukce neolitických
domů a jejich 3D zobrazení
- Muzeum královských veselohradů
- Počáteční prezentace archeologických
kulturních dědictví v Národním muzeu

Varia

- Levání a ovolace • Mamer ze Svobodných Dvůrů

14/2012
sešit II

Výstupy na veřejnost (public relation)

Identifikace s regionem – trvalá práce s příznivci archeologie:

Spolek přátel muzea, školy, univerzity třetího věku atd. – mimo jiné potencionální zdroj dotací a sponzoringu činnosti muzea

Archeologické stezky

VLASTIVĚ MUZEUM V ŠUMPERKU Olomoucký kraj

PŘEŽILI BYSTE
V PRAVĚKU

WWW.MUZEUM-SUMPERK.CZ

MUZEUM
ŠUMPERK

PÁTEK 14. ŘÍJNA 2016
MEZINÁRODNÍ DEN ARCHEOLOGIE

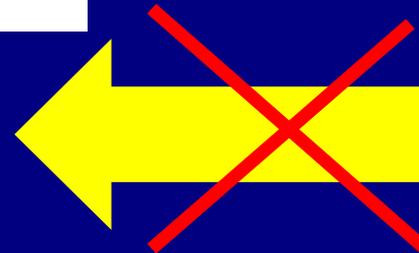
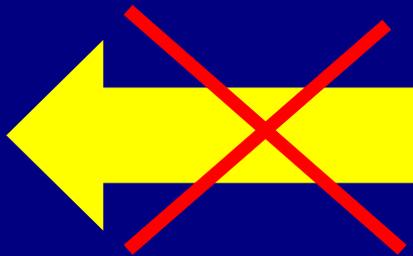
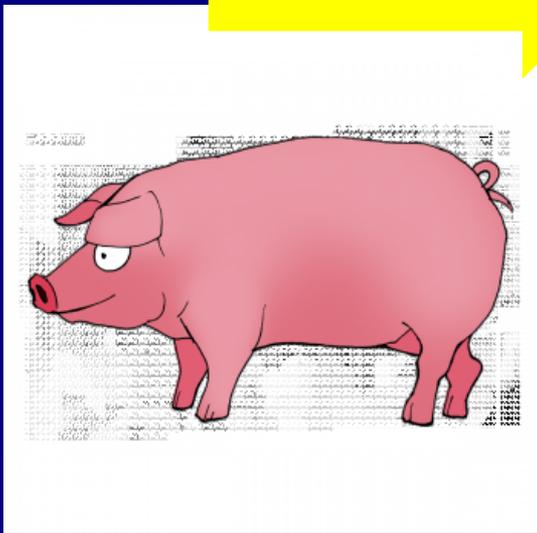
PROŽIJ DEN V PRAVĚKU
A VYZKOUŠEJ SI,
JAK SE CO VYRÁBĚLO!

VSTUPNÉ: JEDNOTNĚ 40 Kč, DĚTI DO 3 LET ZDARMA
od 9.00 Do 16.00



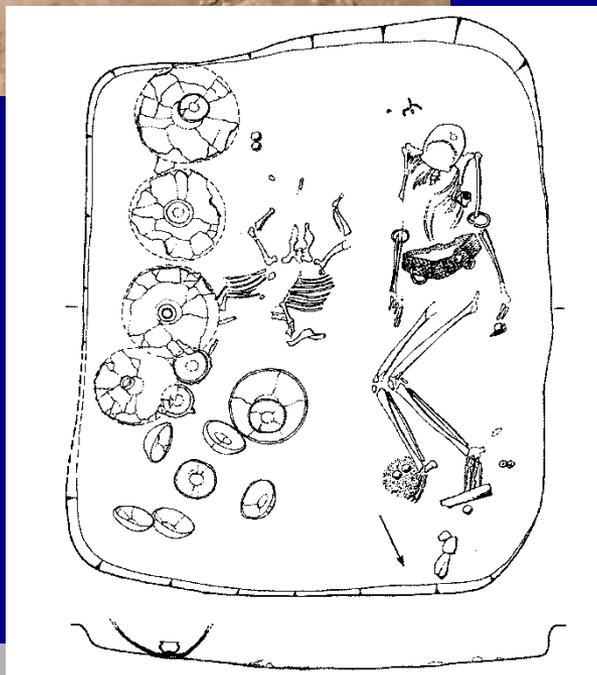
Archeologické expozice a výstavy

Nutno znát základní princip archeologie respektive archeologizace živé kultury

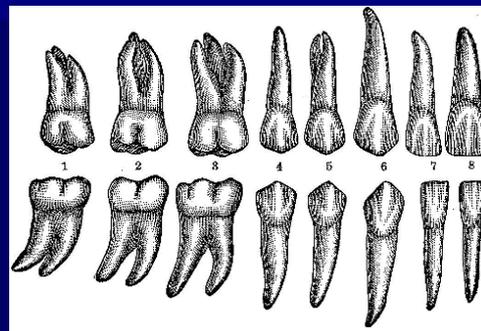
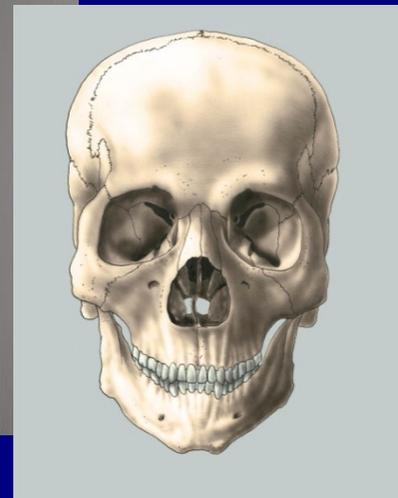


Archeologie – komplexní poznání minulosti

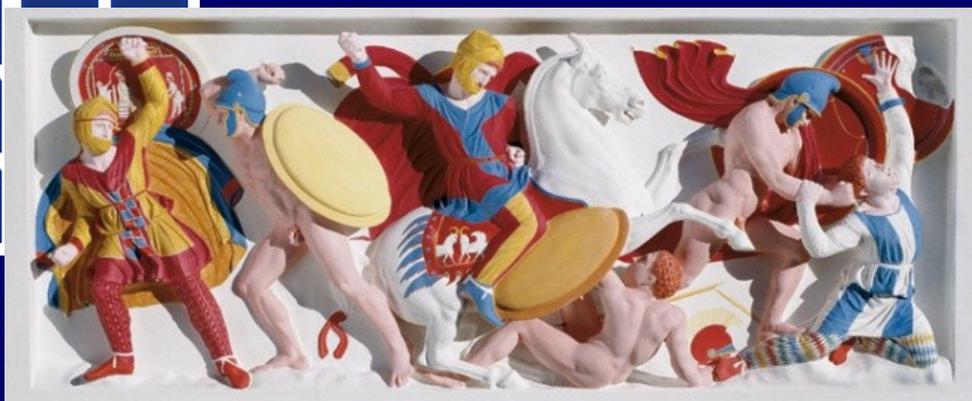
Archeologizace



Redukce archeologických informací



Redukce archeologických informací



Archeologické expozice a výstavy

Tvorba archeologické muzejní expozice či výstavy je rovnocenná s jakoukoli jinou formou vědecké práce a klade stejné nároky na pracovní nasazení a badatelskou erudici archeologa.



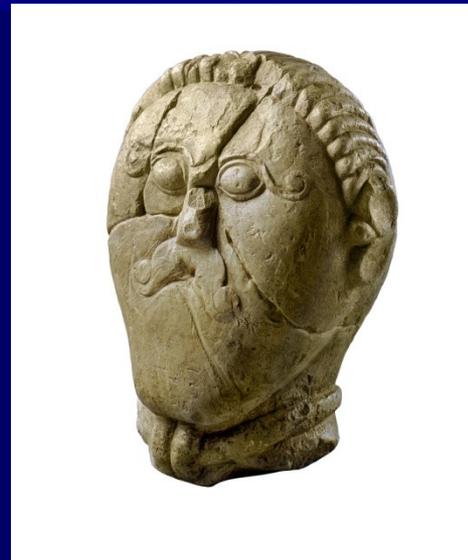
Od vědecké práce se jakákoliv muzejní prezentace pro veřejnost musí odlišovat formou (důraz na srozumitelnost pro co možná nejširší okruh lidí), obsahem (výběr relevantních informací) a metodou (emoce - příběhy).

Hierarchie archeologických exponátů

1. Samostatný předmět vysoké umělecké úrovně, který sám o sobě svoji estetikou zasáhne pozorovatele.

Jde zejména o šperky z drahých kovů či předměty prehistorického umění.

Tyto artefakty nemusí být při prezentaci opatřeny rozsáhlejším slovním (nebo jiným) popisem, předmět působí sám za sebe.



Hierarchie archeologických exponátů

2. Předměty, které nejsou obdařeny špičkovou uměleckou úrovní, ale má svoji jedinečnost v původní kultuře nebo vzhledem ke vztahu k dnešku.

Jde často o předměty s přívlastkem nej- (nejstarší, největší) či unikátní, jedinečný atd. Častým zástupcem této kategorie jsou též různé symbolické artefakty.

Tyto nálezy musí být na výstavě doplněny o popis jejich výjimečnosti či vysvětlení jejich symboliky.

Starý paleolit



Hierarchie archeologických exponátů

3. Předměty běžné produkce zaniklé kultury, které nás seznamují se životem všedního dne (pre)historické komunity.

Tuto nejširší masu archeologických nálezů je nutné podat v příslušném kontextu a doprovodit textem (slovem, grafikou), aby se co nejvíce přiblížila návštěvníkovi jejich funkci v původní živé kultuře.



Vznik archeologické expozice/výstavy

1. Námět

Vybrat téma, časové a prostorové vymezení problematiky, výstavní prostor, dobu trvání výstavy a dobu její přípravy

Vybrat realizační tým, zvolit hlavního kurátora, případně komisaře (produkčního) výstavy

Určit cílovou skupinu – všeobecná, dospělé publikum, teenageři, děti – ženy/dívky x chlapce/muže

Vybrat zásadní exponáty, které budou atraktivními tahouny výstavy (sbírkové předměty nebo vizualizace/příběhy) a zjistit, jestli je reálné je získat

Vybrat vystihující a marketingově atraktivní název výstavy

Zvolit míru konzervativnosti či interaktivity výstavy

Vznik archeologické expozice/výstavy

2. Libreto

Důkladné zpracování tématu

Vybrat a domluvit případné zápůjčky sbírkových předmětů

Ve spolupráci s architektem navrhnout základní fundus výstavy, vybrat počítačovou a audiovizuální techniku

Vytvořit pevný harmonogram prací (dovoz exponátů, instalace výstavy)

Vytvořit plán doprovodných akcí, propagace výstavy a naplánovat vydání tiskovin (katalog, publikace)

Vyřešit bezpečnost a pojištění výstavy

Vyřešit finanční otázku výstavy

Vznik archeologické expozice/výstavy

3. Scénář

Scénář obsahuje odbornou i výstavní část rozepsanou a rozkreslenou tak, jak by to mělo vypadat v reále.

Scénář obsahuje podrobnou:

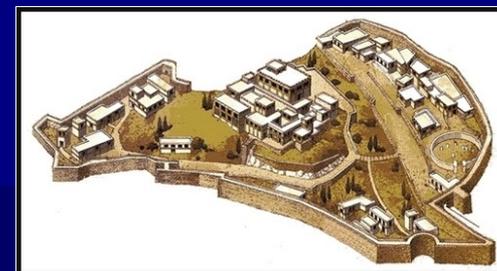
- a) plánovou část – architektonicko-výtvarnou a technickou (rozkreslení fundusu v místnostech výstavy, kabely atd.)
- b) textovou část (veškeré texty, popisky a jejich umístění)
- c) obrazovou část (foto exponátů s rozměry a obrazové dokumenty použité ve výstavě)

Více vrstevnatost výstavy/expozice

I. signální - emoce



Poučení – zájem
návštěvníka

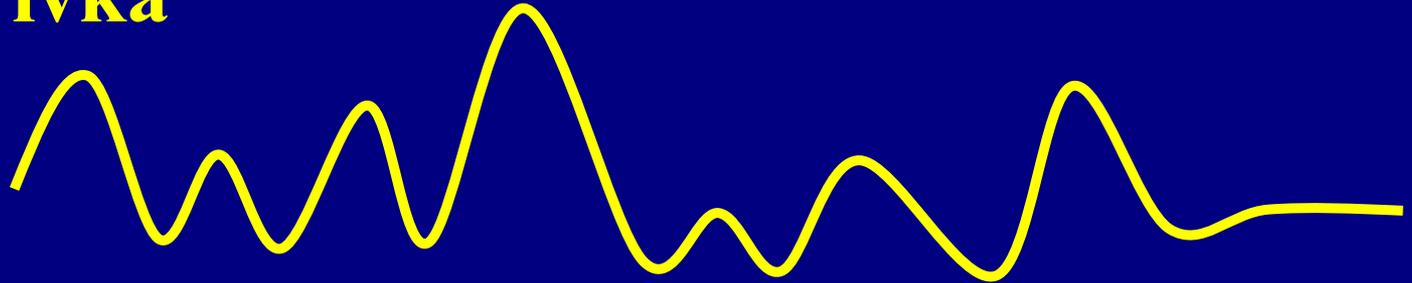


Odbornost

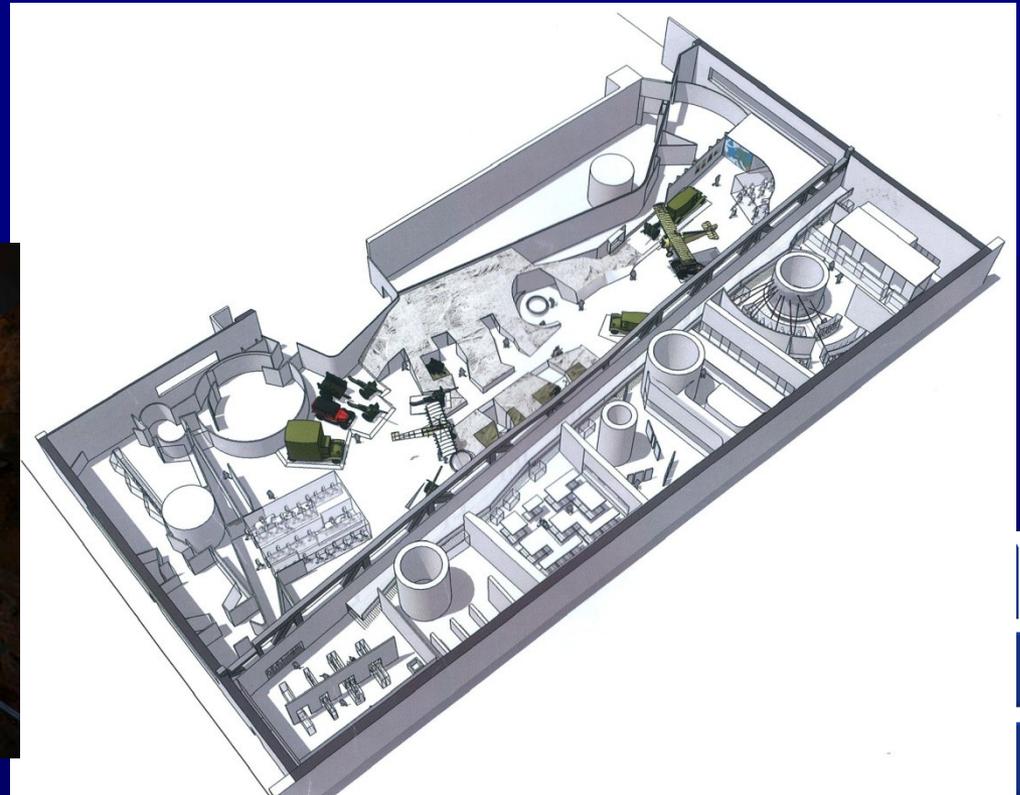


Architektonické řešení a scénografie

Emoční křivka

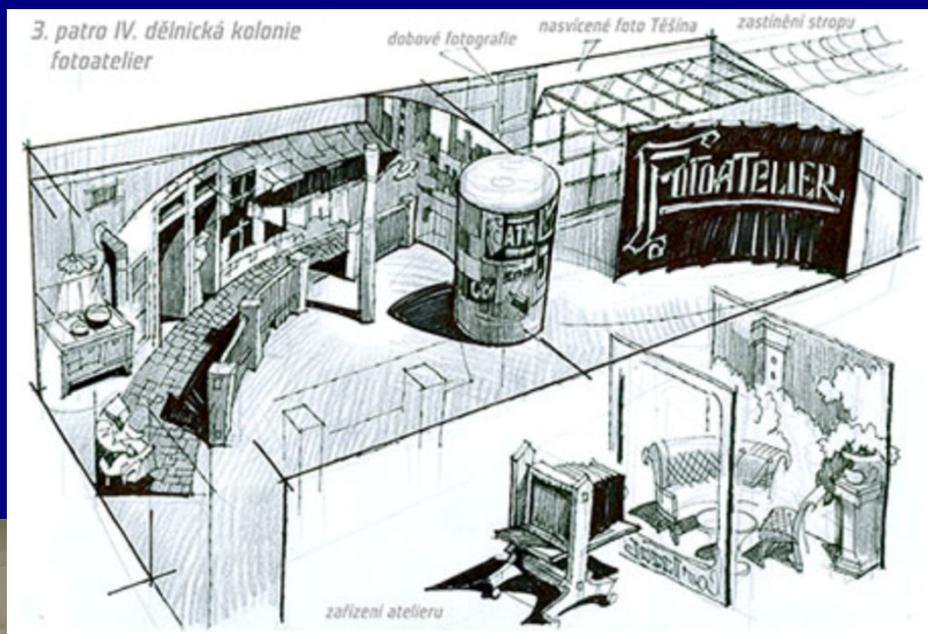


Působení výstavní prezentace na diváka

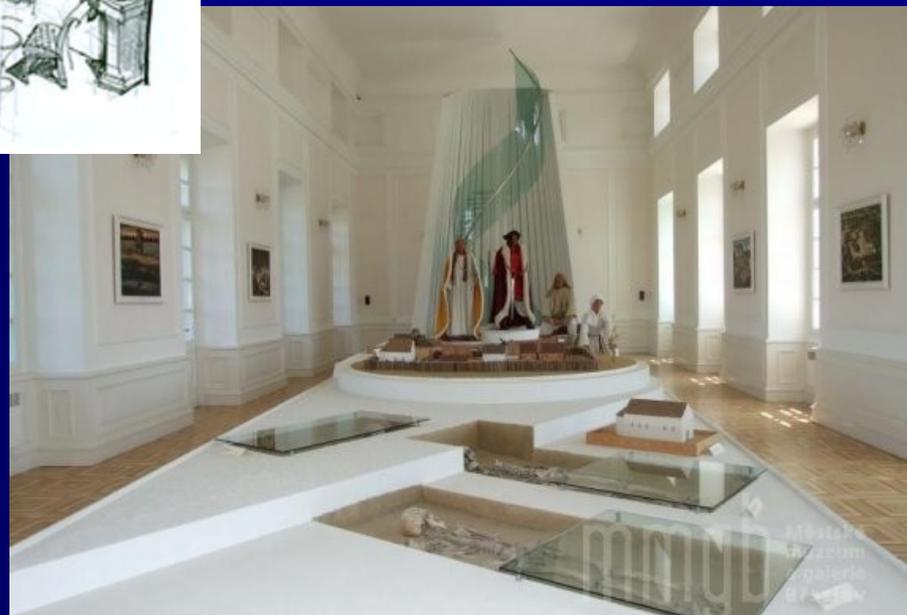


Architektonické řešení a scénografie

Exponáty součástí samostatné vitríny nebo scény



**Nenechat zvítězit
architektonickou
formu nad obsah**



Audiovizuální technologie, interaktivita

Hudba a zvuky

Většina lidí si pamatuje:

10 % z toho, co čtou

20 % z toho, co slyší

30 % z toho, co vidí

50 % z toho, co slyší a vidí

70 % z toho, co řeknou

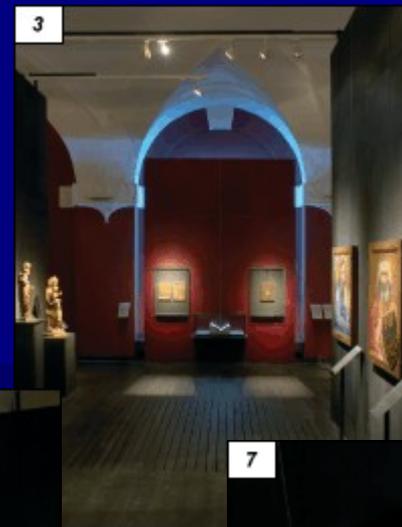
90 % z toho, co dělají

Interaktivní prvky



Světelný design

- dobrá viditelnost na exponáty
- navození atmosféry
- exponáty nesmí být světlem poškozeny



Audiovizuální technologie, interaktivita

Počítačová technika, virtuální realita

- + atraktivita
- + vizualizace zaniklých civilizací
- + oslovení mladé generace
- + skrytá možnost podrobnějších informací - textů

- poruchovost

- složitost



Audiovizuální technologie, interaktivita

Mechanická interaktivita



Figuríny – prezentace oblečení a šperků



Texty v cizích jazycích

-více jazyčné popisky

- audio průvodci



Muzea v přírodě - archeoskanzeny

Archeoparky, archeoskanzeny a centra experimentální archeologie.

(nejde o muzea se sbírkovými předměty, nemovité i movité exponáty jsou repliky)

Velká schopnost popularizovat archeologii a sloužit didaktice pravěku.



Tzv. experienciální archeologie - experiment v archeologii přináší lidem prožitky a zkušenosti (experience).

Muzea v přírodě - archeoskanzeny

Umístění – mimo původní archeologickou lokalitu



Kulturní památka ČR



Haithabu – Hedeby

Chotěbuz

Muzeopedagogické aktivity

Muzeopedagogika

využívání muzeí a sbírek pro výchovně-vzdělávací činnost

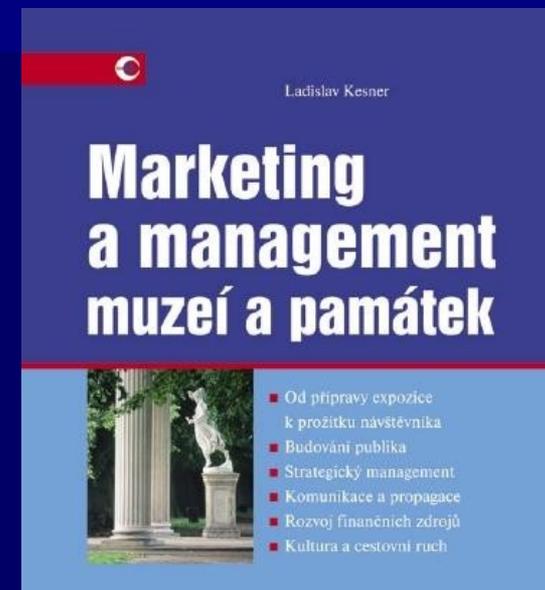
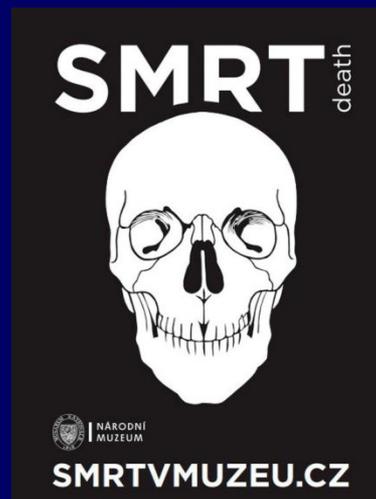
- přípravy zvláštních prohlídek pro školy, vyučovacích hodin a “dílů” probíhajících v muzeu aj.
- vytváření specializovaných expozic (dětská muzea, muzea pro mládež),



Marketing – propagace výstav

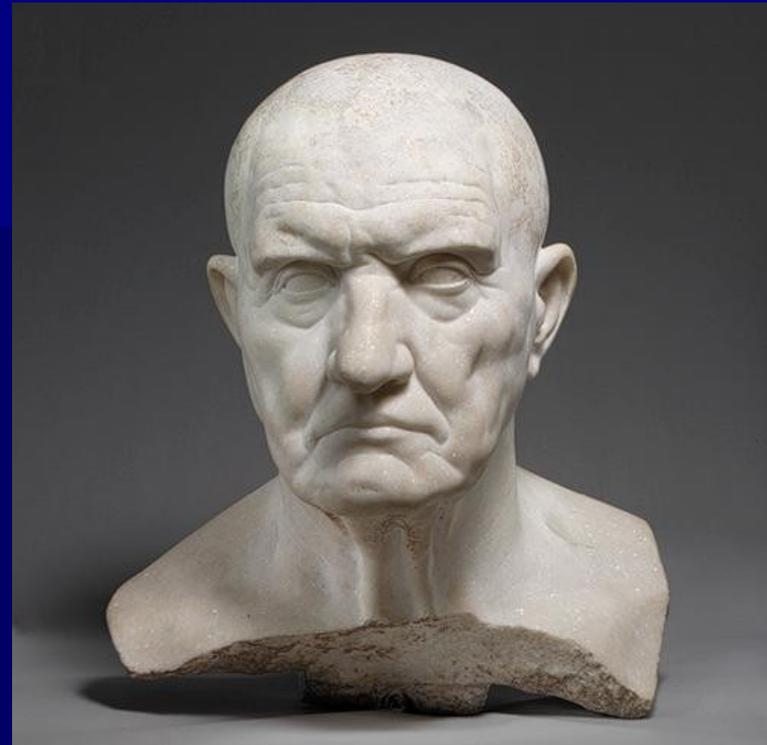
Prostředky Public relation:

- sdělovací prostředky – tiskové konference, tiskové zprávy
- Internet, sociální sítě
- image organizace – grafický manuál, logo, kultura designu, slogan
- tiskoviny - pozvánky, letáky, katalogy k výstavě
- upomínkové předměty



a na závěr:

**Muzeum Vás i návštěvníky musí
bavit!!!**



Muzeologie pro archeology



Mgr. Petr Vachůt, Muzeum města Brna