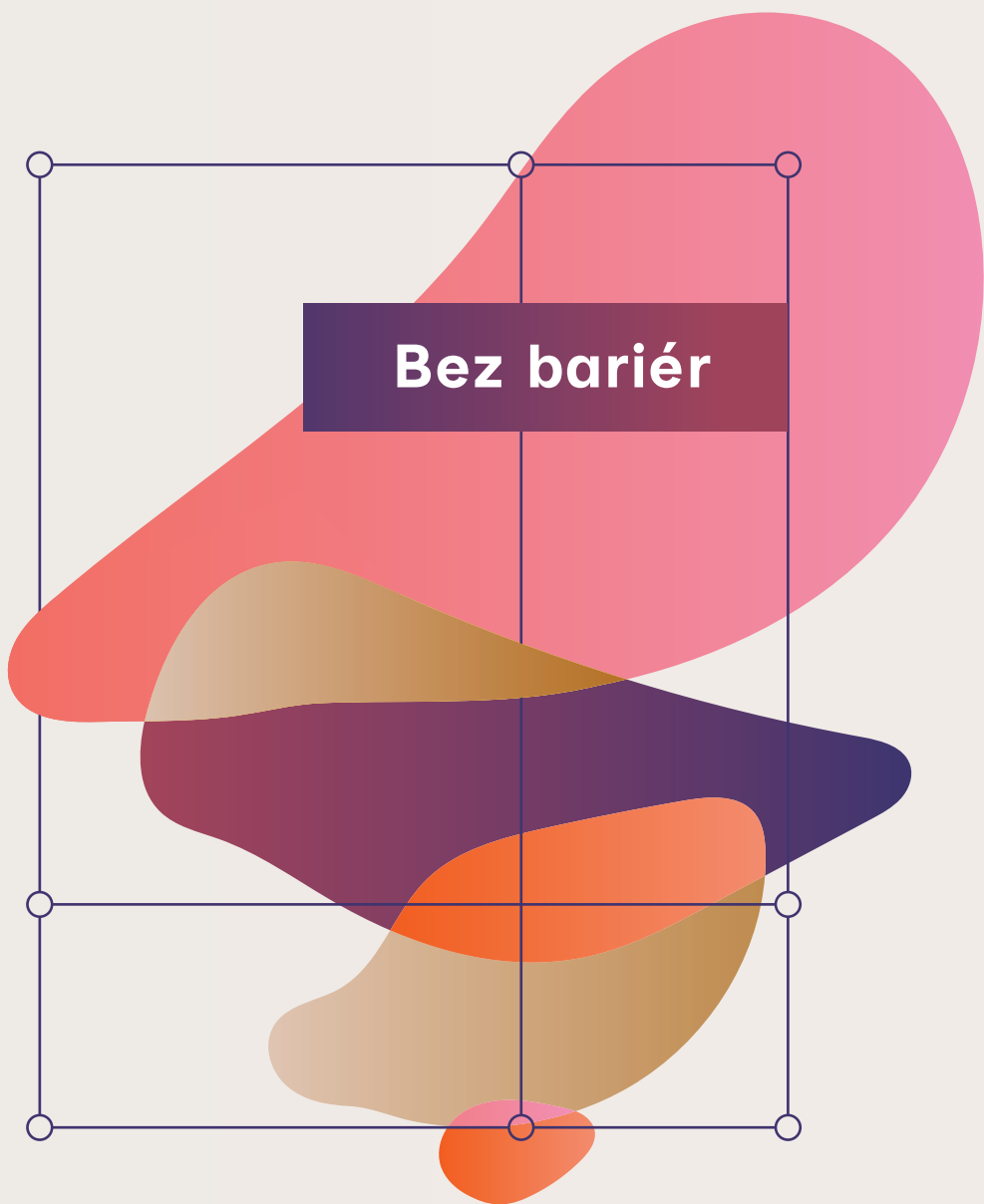




**Praktický toolkit
pro přístupnější muzea**

KATALOGIZACE V KNIZE – NÁRODNÍ KNIHOVNA ČR

Vázalová Gartnerová, Eva

Bez bariér : praktický toolkit pro přístupnější muzea = Without barriers : a practical toolkit for more

accessible museums / autorský tým Eva Vázalová Gartnerová, Martina Juříková, Josef Kocourek,

Romana Zábojová, Nicole Fryčová, Mariana Chytilová, Markéta Kukaňová ;

překlady a jazykové

korektury Michal Richtar. -- 1. vydání, vydáno elektronicky. -- Zlín :

Nakladatelství Univerzity Tomáše

Bati ve Zlíně, 2026. -- 1 online zdroj

Souběžný anglický text tištěn zvrátmo

Obsahuje bibliografie

ISBN 978-80-7678-409-3 (online ; pdf)

* 069 * 7.05:316.344.6-056.26/.3 * 711.6:625.745.6 * 316.77:159.931 * 655.2 *

692.65 * 006 *

(048.8:082) * (0.034.2:08)

- muzea
- muzejnictví
- inkluzivní design
- orientační značení
- vizuální komunikace
- typografie
- bezbariérový přístup
- normy a standardy
- kolektivní monografie
- elektronické knihy

069 – Muzea. Muzeologie. Muzejnictví. Výstavy [12]

ISBN

978-80-7678-409-3

© Eva Vázalová Gartnerová, Martina Juříková, Josef Kocourek,
Romana Zábojová, Nicole Fryčová, Mariana Chytilová, Markéta
Kukaňová 2026

© Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, 2026

Úvod

7

Proč to děláme?

13

Pro koho to děláme?

37

O projektu a metodika

53

Kde vznikají bariéry a jak je řešit?

65

Marketingová komunikace

67

Text a typografie

82

Orientace a navigace

97

Interaktivní prvky

111

Prostředí

127

Legislativní rámec

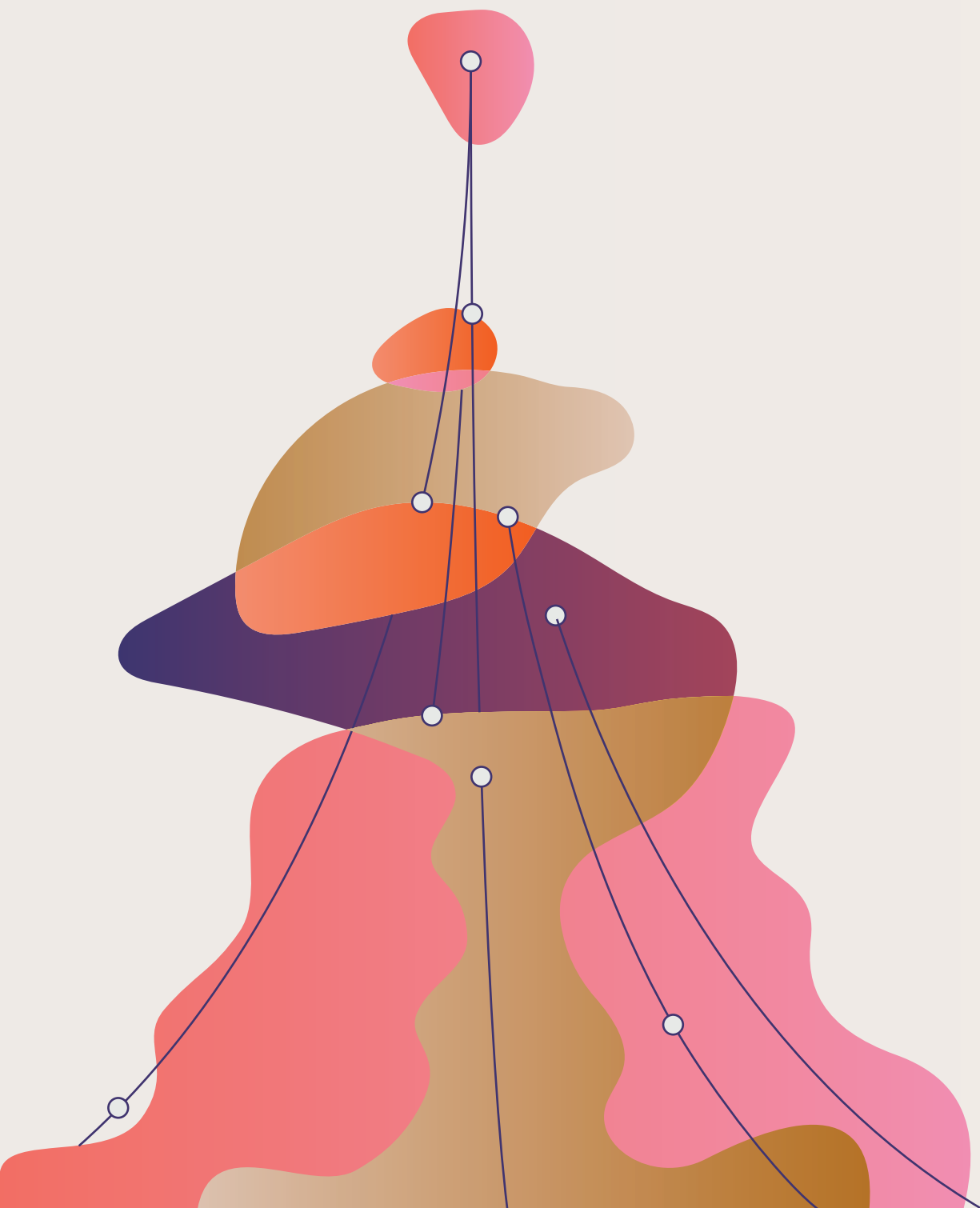
141

Nástroje a praktická opatření

157

Závěr

167



01

Úvod

Eva Vázalová Gartnerová

7

Muzeum může mít skvělou sbírku, promyšlenou dramaturgii i zapálený tým, a přesto část publika odchází s pocitem ztracenosti nebo neporozumění. Ne proto, že by je obsah nezajímal, ale proto, že jim v cestě stojí bariéry, které jejich tvůrci většinou vůbec neměli v úmyslu postavit.

Bariéra totiž nevzniká v člověku. Vzniká v prostředí, textu, navigaci nebo komunikaci, A právě tam ji lze také řešit.

Toolkit, který držíte v ruce, vznikl v projektu Muzea bez bariér na Fakultě multimediálních komunikací Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně v letech 2023–2026 za podpory Technologické agentury České republiky. Projekt zkoumal, jak zpřístupnit muzea a galerie co nejširšímu publiku se zvláštním důrazem na osoby se specifickými poruchami učení. Nevznikl od pracovního stolu, ale vychází z rozhovorů se zástupci kulturních institucí, z eye-trackingového výzkumu v Gočárově galerii v Pardubicích, ze dvou dotazníkových šetření i z pilotního testování během Zlin Design Weeku.

Ačkoli se výzkum, ze kterého toolkit vychází, zaměřil především na publikum se specifickými poruchami učení (SPU), většina zjištění se ukázala jako relevantní i pro další návštěvnické skupiny. V textu proto rozlišujeme mezi situacemi, kdy odkazujeme přímo na výsledky výzkumu u lidí s SPU, a situacemi, kdy hovoříme o publiku jako celku. Výsledkem je praktický nástroj pro lidi, kteří muzea a galerie každý den spoluutváří.

A to jste vy. Kurátorský tým, grafici a grafičky, marketing, PR, produkce, tým architektury výstav i vedení institucí. Tato publikace nepředpokládá žádné předchozí znalosti přístupnosti ani inkluzivního designu. Počítá s tím, že někteří z vás tohle téma otevírají poprvé. A počítá také s tím, že jiní už mají zkušenosti a hledají další argumenty, nástroje nebo konkrétní výzkumná data. Pro oboje tady něco je.

Přístupnost zde nechápeme jako zvláštní službu pro úzkou skupinu lidí. Opatření, která pomáhají osobám se specifickými poruchami učení, zpravidla usnadňují orientaci a porozumění i mnoha dalším skupinám. Usnadňují je lidem unaveným, ve spěchu, s malými dětmi nebo těm, kteří nemají rádi dlouhé texty psané drobným písmem. Přístupnost je součástí kvalitně navrženého muzea. Ne kompromis, ne charita, jen chytřejší způsob, jak muzea a galerie dělat.

Jak se v publikaci pohybovat

Tato publikace není určena ke čtení od první do poslední stránky. Začněte tam, kde právě hoří, nebo tam, kde cítíte největší příležitost ke změně.

Úvodní kapitoly vysvětlují, proč přístupnost patří do současného muzea, jaké pojmy s ní souvisejí a pro koho konkrétně navržená opatření pomáhají: kdo jsou lidé, které muzeum dnes nechtěně ztrácí, a co jim usnadňuje návštěvu. Navazuje představení projektu a výzkumných metod, ze kterých publikace vychází.

Hlavní část tvoří pět oblastí návštěvnické cesty:

- Marketingová komunikace: volba návštěvy začíná u vyhledávání, většinou doma za obrazovkou počítače nebo u displeje telefonu, ne u dveří muzea.
- Text a typografie: co rozhoduje o tom, zda publikum text vůbec přečte a porozumí mu.
- Orientace a navigace: jak snížit stres z dezorientace a umožnit pohyb prostorem bez závislosti na personálu.
- Interaktivní prvky: zapojení do programu, když je jednoduché, předvídatelné a jasně vysvětlené.
- Prostředí: fyzický a smyslový rámec návštěvy. Prostor komunikuje i beze slov.

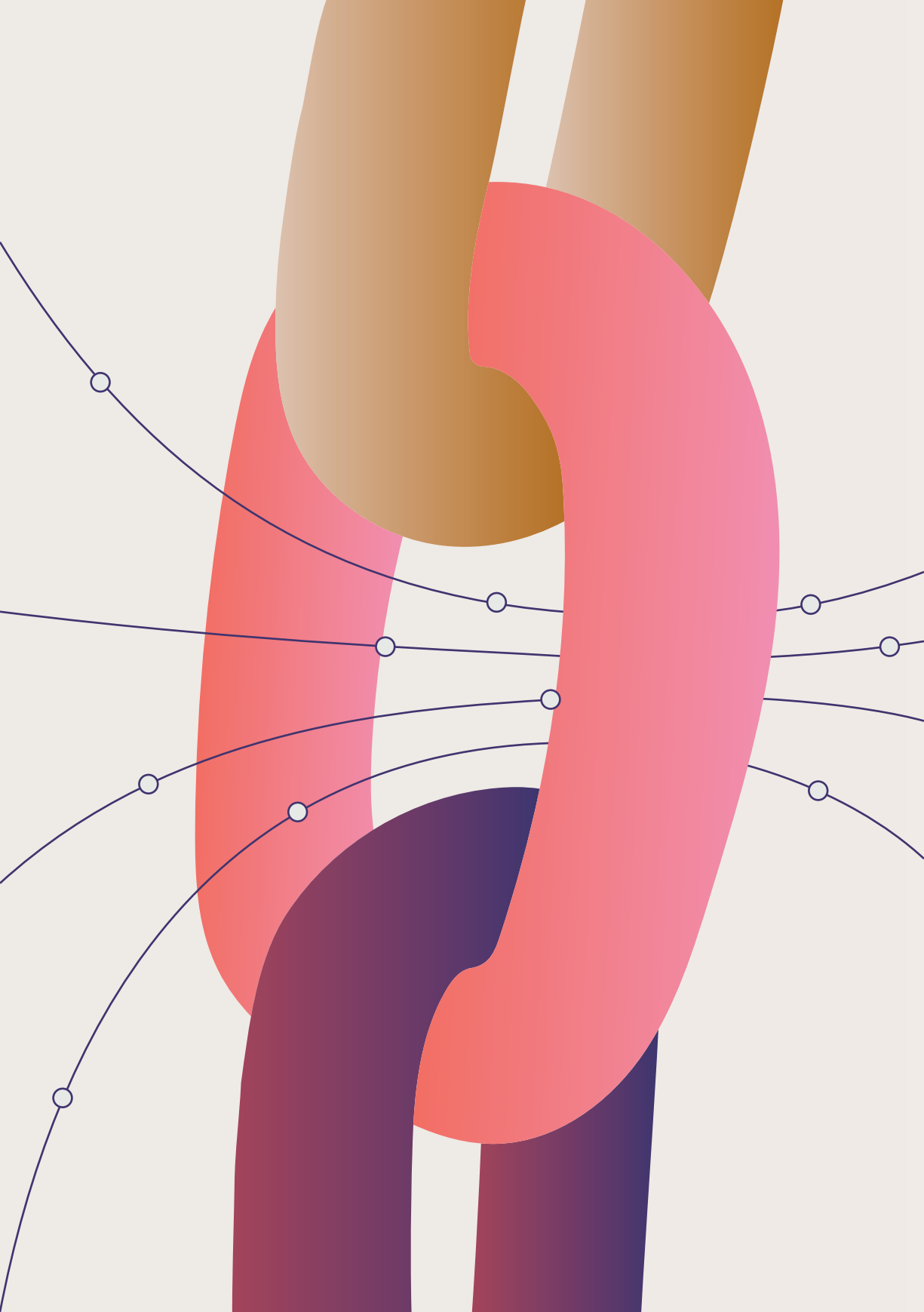
Každá kapitola propojuje výzkumná zjištění s konkrétními doporučeními a obsahuje tipy podle profesní role, aby si každý rychle našel, co se týká přímo jeho práce. V závěru publikace najdete přehled existujících nástrojů a legislativní rámec.

Checklist

Součástí toolkitu je oboustranný checklist navržený jako samostatný pracovní nástroj. Vytiskněte ho a vezměte přímo do expozice. Na jedné straně shrnuje pět klíčových oblastí, na druhé nabízí tvrzení pro sebekontrolu. U každého bodu hned vidíte, co dobře navržené prostředí splňuje. Checklist prošel pilotním testováním s pracovníky kulturních institucí na Zlin Design Weeku a je nejjednodušším prvním krokem, se kterým lze začít okamžitě i bez nutného přečtení celé publikace.

Mnoho změn, které tato publikace popisuje, nevyžaduje velké investice ani specializované znalosti. Vyžadují hlavně ochotu podívat se na vlastní instituci očima publika, které v ní zatím nenašlo cestu.

Díky, že to děláte.



02

Proč to
děláme?

Mariana Chytilová

13

Je týden před vernisáží. Kurátorka prochází expozicí a pročítá panely s informacemi o výstavě. Každý text je odborně správný, každá věta sedí. Potom si zkusí přečíst všechny texty vestoje, jeden po druhém. Chce zjistit, kolik času jí to vlastně zabere. Po třetím panelu to vzdává. Uvědomí si, že pravděpodobně nikdo z publika všechny texty číst nebude.

Nejde o selhání kurátorky. Nejde ani o selhání textu. Jde o moment, kdy se střetne záměr s realitou. Text, který funguje na papíře, nemusí fungovat pro lidi s omezenou pozorností, lidi, kteří spěchají, lidi, pro které je čeština cizí jazyk, nebo pro mladší publikum. Muzeum tohle často zjistí až v okamžiku, kdy už je pozdě něco změnit.

Tato kapitola vysvětluje, proč tyto situace nastávají a jak s nimi pracovat. Ne proto, aby váš tým začal dělat všechno jinak. Ale aby věděl, čeho si všimnout a jak se na podobné situace připravit.

Text je bariéra pro 30 % publika

Scéna z úvodu není výjimka. Je to vzorec, který se opakuje napříč muzei a galeriemi a týká se daleko více lidí, než si instituce uvědomují.

Výzkum projektu Muzea bez bariér ukázal, že obtíže se čtením uvádí téměř třetina dospělé populace. Patří sem lidé s diagnostikovanou dyslexií nebo lidé, kteří naráží na problémy se čtením v náročnějších situacích. To znamená, že každý třetí člověk, který vejde do muzea, může narazit na bariéru v podobě textu.

Co říká výzkum

Výzkum kombinoval eye-tracking (technologie sledující pohyb očí), dotazníky a rozhovory s návštěvníky muzeí a galerií. Vzorek zahrnoval

388 respondentů a respondentek, z toho 30,6 % uvedlo nějakou formu obtíží se čtením: lidé s diagnostikovanou dyslexií (4,7 %), lidé, kteří své problémy se čtením zatím neřeší (5,1 %), a lidé s občasnými problémy se čtením v náročnějších situacích (20,8 %). Výzkum realizovala Fakulta multimediálních komunikací UTB ve Zlíně v letech 2023–2024 v rámci projektu financovaného TAČR. (Projekt TAČR Muzea bez bariér, 2023–2026)

Dominový efekt

Bariéra jednoho vyloučí celou skupinu. Data potvrzují, že bariéra v textu má strukturální dopad. Pokud má mladý člen rodiny dyslexii, celá rodina navštěvuje galerie výrazně méně často. Tento vztah je statisticky velmi průkazný ($p = 0,0005$), což znamená, že nejde o náhodu, ale o systémový vzorec. Jeden nevyřešený problém vyloučí více lidí najednou.

Technologie sledující pohyb očí (eye-tracking) ukazuje, že popisky u exponátů přitahují průměrně jen 1 % vizuální pozornosti. Ačkoli muzea a galerie si na doprovodných textech zakládají, text není hlavní způsob, jak publikum v expozici získává informace. Zároveň 60 % publika říká: kratší text číst budeme. Co z toho vyplývá? Lidé texty číst chtějí. Rozhoduje to, jak jsou napsané.

Přístupný text navíc není jen řešením pro lidi s dyslexií. Krátké věty, přehledná struktura a srozumitelný jazyk pomáhají neslyšícím lidem, pro které je čeština až druhým jazykem. Pomáhají lidem se slabozrakostí, kteří zvládnou přečíst krátký text, ale dlouhý už ne. Pomáhají cizincům, kteří češtinu ovládají funkčně, ale ne dokonale. A pomáhají lidem, kteří mají málo času, jsou unavení, nebo se jen potřebují rychle zorientovat. Řešení navržené pro jednu skupinu zlepšuje zážitek všech.

Tahle data ukazují rozsah problému. Ale na co se vlastně zaměřit? A jak o bariérách a přístupnosti mluvit?

Od bezbariérovosti k inkluzivnímu designu

Muzea a galerie přístupnost řeší. Když se však zeptáte tří lidí z týmu, co pro ně přístupnost znamená, dostanete tři různé odpovědi. První řeší bezbariérový vstup, druhý audioprůvodce a AI, třetí přístupnost webu. Všichni mají pravdu, ale jeden mluví o budově, druhý o technologiích a třetí o komunikaci. Bez společného rámce se instituce těžko dohodnou, co vlastně řešit.

Problém není v tom, že by instituce nechtěly být přístupné. Problém je v tom, že neexistuje sdílený jazyk ani představa, co přístupný kulturní program vlastně znamená a jak má vypadat.

Rozdíl mezi bezbariérovostí a přístupností

Bezbariérovost je pojem, který většina institucí zná. Znamená splnění zákonných požadavků: rampu u vchodu, výtah, přístupnou toaletu. To jsou důležité vstupní předpoklady, nikoli cíl. Bezbariérovost řeší fyzické překážky a pokrývá zákonné minimum.

Přístupnost je širší pojem. Zahrnuje čtyři oblasti, které společně tvoří přístupný návštěvnický zážitek: fyzickou přístupnost (prostor, navigace, orientace), přístupnost programu a služby (prohlídky, workshopy, interaktivní prvky, interpretace exponátů včetně popisků), přístupnost informací (web, marketing, online komunikace, informace o výstavě a instituci) a přístupnost lidských zdrojů (personál, proškolení, schopnost asistence a komunikace).

Tyto oblasti jsou propojené. Popisky v expozici musí být přístupné fyzicky (umístění, osvětlení, kontrast), obsahově (srozumitelný jazyk) i jako součást interpretace exponátu (program). Pokud selže jedno, nefunguje celek. A naopak, když se podaří přístupnost zabudovat do všech oblastí, vzniká smysluplný zážitek.

Čtyři oblasti bariér a přístupnosti

Ivana Kocichová v publikaci „Muzea bez bariér“ (2016) definovala čtyři oblasti bariér v českých muzeích: architektonické, muzejně prezentační, informační a orientační, komunikační. Tento toolkit na její práci navazuje a posouvá ji dál: od typů bariér přechází k oblastem přístupnosti jako vlastnostem celé služby. Přístupnost neznamena odstranění jednotlivých překážek. Přístupnost je systémová kvalita instituce.

Inkluzivní a univerzální design

Inkluzivní design jde ještě dál. Neptá se jen „Splňujeme zákonné požadavky?“, ale klade si otázku: „Koho nevědomky vylučujeme?“ Inkluzivní design je proces, který aktivně vyhledává situace, kdy jsou lidé z muzea vyloučení, a zapojuje právě tyto lidi do tvorby řešení. Kat Holmes tyto situace vyloučení nazývá „mismatch“ (nesoulad). Z pohledu inkluzivního designu bariéra není vlastnost člověka. Vzniká ve vztahu mezi člověkem a špatně navrženým prostředím, textem nebo službou.

Mismatch: bariéra jako vztah, ne vada

Kat Holmes (2018) v knize „Mismatch: How inclusion shapes design“ ukazuje, že vyčleňování nevzniká záměrně. Vzniká tehdy, když instituce navrhuje program podle vlastních předpokladů. Předjímá, že návštěvník čte dobře česky, slyší komentář, vydrží dlouho stát, orientovat se v neznámém prostředí, zná terminologii dějin umění

a nebojí se zeptat.

Inkluzivní design mění optiku: problém není „člověk s dyslexií“ nebo „neslyšící návštěvník“, ale špatně navržený text, nesrozumitelný pokyn, nepřístupný rezervační systém nebo personál, který neví, jak příchodům asistovat.

Univerzální design je ambice výsledku předchozího snažení. Snaží se navrhovat prostředí, služby a informace tak, aby je mohlo používat co nejvíce lidí od začátku, bez nutnosti dodatečných úprav. Sedm principů univerzálního designu pokrývá rovné užívání, flexibilitu, jednoduchost, vnímatelnost informací, toleranci k chybě, nízkou fyzickou námahu a dostatečný prostor pro přístup. Tyto principy fungují jako praktický kontrolní rámec inkluzivního muzea.

Vztah mezi inkluzivním a univerzálním designem lze popsat takto: univerzální design říká, **čeho chceme dosáhnout** (prostředí použitelné pro všechny), inkluzivní design ukazuje **proces, který k cíli vede**. A to znamená konkrétně: zapojit lidi, kteří bariéry zažívají, nejen do testování hotového řešení, ale přímo do navrhování programu i celého zážitku.

Proč je to důležité? Protože instituce, která se spokojí s bezbariérovým vstupem, může stále vylučovat lidi nepřístupným webem, nesrozumitelnými texty nebo personálem, který neví, jak jim pomoci. A instituce, která aplikuje principy mechanicky, může přehlédnout zkušenost lidí, pro které řešení navrhuje.

Společné všem těmto situacím je jedna věc: bariéra není problém člověka. Je to problém prostředí.

Problém není v návštěvníkovi

Muzeum plánuje novou výstavu. V týmu diskutujeme, jak ji zpřístupnit. Mezi návrhy je audioprůvodce, titulky a zjednodušené texty. Každé řešení míří na konkrétního člověka. Často si ale zapomeneme položit otázku: proč jsou texty napsané tak, že potřebují zjednodušení? A proč přemýšlíme o audio vrstvě výstavy jako o doplňku pro speciální skupinu a neděláme ji pro všechny?

Co se stane, když instituce přestane řešit „speciální potřeby“ a začne se ptát, co v jejím prostředí vytváří bariéru? Výzkum ukazuje, že bariéry nejsou izolované. Navzájem se posilují a společně vylučují publikum z programu nebo z budovy. Člověk, který narazí na tři z těchto bariér, návštěvu muzea pravděpodobně vzdá. Nepřístupný web se spojí s nevhodnou otevírací dobou, nedostatek informací s nejistotou, zda se na místo vůbec dostane. Jeden problém zesiluje druhý.

Osm typů bariér podle Kay, Wong a Polonsky (2009)

Studie mapující kulturní participaci identifikovala osm systémových bariér, které společně rozhodují, kdo se do kulturní instituce dostane a kdo ne:

1. fyzický přístup (budova, doprava, parkování)
2. osobní přístup (asistence, personál, komunikace)
3. cena (vstupné, doprovodné náklady)
4. čas a načasování (otevírací doba, rezervace)
5. produkt (forma a obsah programu)
6. osobní zájem a sociální skupina (pocit „tohle je/není pro nás“)
7. socializace a porozumění (znalost pravidel, očekávání)
8. informace (dostupnost, srozumitelnost, načasování)

Jak pracovat s přístupností systémově

Komunitní partner

Jak může vypadat systémová změna, ukázal například Louvre-Lens v severní Francii. Ještě před otevřením nové budovy instituce informovala veřejnost o tom, co se chystá. Pro neslyšící publikum připravila videa ve znakovém jazyce a prohlídky vedené neslyšící lektorkou. Ta nevystupovala jako tlumočnice slyšícího průvodce, ale jako přímá zástupkyně instituce. Vysvětlovala kontext vzniku budovy, proč má stát právě v Lens a co v ní bude. Nabízela nejen informace ve znakovém jazyce, ale také možnost se s Louvrem identifikovat.

Když informace sdílí někdo z komunity, kdo zároveň zastupuje instituci, posiluje důvěru a buduje loajalitu. A zvyšuje šanci, že lidé opět přijdou.

Podobný přístup používá filmový festival Jeden svět nebo Centrum architektury a městského plánování (CAMP) v Praze. Pro neslyšící publikum připravují videa ve znakovém jazyce, ať už jde o program festivalu nebo třeba o informaci o přerušení provozu během covidu.

Informace v českém znakovém jazyce přímo od neslyšících jsou součástí komunikační strategie.

Reprezentace

A pak je tu ještě **téma informací a reprezentace**. Bariéra nemusí vznikat jen při vstupu do muzea. Často se rodí už předtím, ve chvíli, kdy člověk hledá informace o programu a nenajde je, když web není přístupný pro uživatele odečítače obrazovky, když návštěvnice nikde nevidí lidi, se kterými by se mohla ztotožnit. A vzniká i strukturálně: v tom, čí příběhy a díla jsou vůbec v kolekcích zastoupené, kdo je viditelný jako tvůrce, jako subjekt výpovědi, jako nositel kulturního dědictví. Pokud muzeum systematicky nevystavuje díla umělkyní a umělců s postižením, pokud jejich zkušenost není součástí celkového příběhu, bariéra existuje dřív, než si kdokoli rezervuje vstupenku.

Dobrá zpráva je, že **inkluzivní řešení mají jeden výrazný pozitivní dopad: pomáhají celému publiku.** Když festival Jeden svět a CAMP začaly vybrané akce (debaty, přednášky, zahájení) simultánně přepisovat do češtiny kvůli lidem se sluchovým postižením, začali přepis používat a oceňovat i slyšící.

Přepis pomáhá cizincům, kteří češtinu ovládají jako druhý jazyk. Pomáhá lidem, kteří neznají odbornou terminologii urbanismu a architektury. A pomáhá tomu, kdo chce mít textovou oporu při sledování debaty. Simultánní přepis přestal být opatřením pro neslyšící. Stal se součástí standardní produkce akce.

Efekt sníženého obrubníku

Snížené obrubníky vznikaly jako odpověď na bariéry, které lidem na vozíku znemožňovaly samostatný pohyb městem. Jejich rozšíření je spojované zejména se studujícími v Berkeley na přelomu 60. a 70. let. Dnes je ale využívají i lidé s kočárky, kufry, chodítky, nákupními vozíky nebo jízdními koly. Tomu se říká curb-cut effect: úprava navržená pro jednu skupinu odstraní bariéru i pro mnoho dalších.

Stejně to funguje v muzeích a galeriích. Přepis přednášky nepomáhá jen neslyšícím lidem, ale i návštěvníkům, kteří neznají odborné pojmy nebo potřebují textovou oporu. Titulky nejsou užitečné jen pro neslyšící publikum, ale i pro lidi sledující video bez zvuku, v hluku nebo v cizím jazyce. Přístupné řešení není kompromis. Je to řešení, které funguje pro víc lidí.

Nejistota jako bariéra

Podobně funguje fotka vstupu na webu. Centrum architektury a městského plánování a několik pražských kin začaly na své stránky

přidávat kromě adresy, otevírací doby a mapy i fotografii vstupu. Zjistily totiž, že **lidé, kteří jdou do instituce poprvé, zažívají velkou nejistotu**. Neví přesně, kudy se dovnitř dostanou, a pochybují, jestli na místo vůbec patří. V důsledku toho často nakonec nedorazí, nebo jsou frustrovaní ještě před začátkem programu. Fotka vstupu je maličkost. Může však rozhodnout o tom, zda se člověk cítí být vítán. A to se netýká jen lidí s postižením, ale také každého, kdo do muzea nebo galerie přichází poprvé.

Zapojení lidí s odlišností do přípravy programu

Britský Design Council (2006) formuloval inkluzivní design jako přístup, který zahrnuje co nejvíce lidí od začátku navrhování programu nebo služby. Klíčový princip zní: „They include you“. Inkluzivní design neznamena oddělenou nabídku pro „speciální skupiny“, ale prostředí a služby navržené tak, aby fungovaly pro různorodé publikum. Dokument „The principles of inclusive design“ (2006) zdůrazňuje, že řešení navržená s ohledem na inkluzi často zlepšují zážitek většiny.

Prostředí, texty, web, personál, komunikace, program nebo výstava, to jsou místa, kde bariéry vznikají a kde je lze měnit. Změna začíná otázkou: co u nás může fungovat lépe?

Principy inkluzivního designu

Na pracovní schůzce k výstavě sedí kurátorka, grafik a ředitelka. Baví se o přístupnosti. Někdo navrhne haptický model exponátu, jiný čitelný font na popisky, další rozpočet na schodolez. Všichni tři mají dobrý nápad. A přesto jsou na konci schůzky ve stejném bodě jako na

začátku. Jednotlivá opatření řeší konkrétní bariéry.

Inkluzivní design se ptá, kde tyto bariéry vznikají, a nabízí týmu společný rámec a kroky, které je možné udělat. Vznikají proto, že muzea opakují zaběhnuté vzorce, aniž by si uvědomila, koho tím vylučují. Kat Holmes to nazývá exclusion habits: ne záměr, ne lhostejnost. Návyk.

Inkluzivní design není výsledek. Je to proces. Klíčová otázka zní: kdo sedí u stolu při navrhování výstavy, komunikační kampaně nebo vzdělávacího programu? A čím zkušenost slouží jako výchozí bod diskuze?

Následujících pět principů nejsou pravidla k zaškrtnutí. Představují způsob přemýšlení, jak může muzeum navrhovat své prostředí, texty, komunikaci i programy.

Princip 1: Pojmenujte místa nesouladu, ne diagnózu

Když myslíme na nevidomé publikum, předpokládáme, že bude číst informace v Braillově písmu. Jenže mnozí lidé se zrakovým postižením Braillovo písmo nepoužívají, ani mu nerozumí. Problém není v nich. Problém je v našem předpokladu toho, co potřebují.

Místo nesouladu vzniká ve chvíli, kdy se mýlí nabídka muzea a potřeba konkrétního člověka. Není to vada člověka. Je to informace o tom, kde má naše služba slepé místo. Jakmile ho známe, můžeme se zeptat, co by tento člověk skutečně uvítal.

Proč to funguje

Holmes (2018) definuje mismatch jako vztah, ne jako vlastnost člověka. Pokud přeneseme pozornost z toho „kdo má problém“ na to „kde se mýlíme“, otevírá se prostor pro řešení, která skutečně fungují, a navíc z nich mívá prospěch i další publikum.

Princip 2: Navrhujte celou cestu, ne izolovaná opatření

Návštěvnícký zážitek nezačíná u vchodu do muzea. Začíná doma ve chvíli, kdy se člověk rozhoduje, kam půjde. Hledá, co se kde koná, kdy je otevřeno, jak se na místo dostat. Naráží na bariéru v podobě špatně dohledatelných informací o otevírací době, chybějícího popisu cesty na místo a nejistoty, s čím může v muzeu počítat. Kde je nejlepší vystoupit? Kolik stojí lístek? Je na místě bezbariérová toaleta nebo indukční smyčka? Zajišťují tlumočení prohlídky do znakového jazyka? Bude kde si sednout?

Festival Jeden svět řeší cestu jako součást diváckého zážitku: Na webových stránkách je kromě adresy popis trasy od nejbližší zastávky, informace o přístupném parkování nebo detailní popis cesty pro nevidomého člověka. Žádné z těchto opatření není složité. Dohromady ale říkají: počítáme s vámi ještě předtím, než dorazíte.

Proč to funguje

Kocichová (2016) definuje čtyři oblasti bariér v muzeu: architektonické, prezentační, informační a komunikační. Tento toolkit na její rámec navazuje a posouvá ho: od typů bariér k dimenzím přístupnosti jako vlastností celé služby. Muzeum není prostor. Je to cesta.

Princip 3: Nabídněte víc způsobů, jak se zapojit

Představte si sochu v galerii. Je dobře viditelná, je u ní haptický model, audiopopis ve sluchátkách a na obrazovce krátké video ve znakovém jazyce. V něm neslyšící herečka Emmanuelle Laborit popisuje, jak na ní dílo působí a jaké emoce v ní vyvolává. Ne jako kurátorka, ale jako člověk, který má k této soše vztah. Stejně video

a audiopopis jsou také u fotky sochy na webových stránkách.

Totéž platí pro texty. Základní informace ve srozumitelném jazyce slouží nejen lidem se specifickými poruchami učení, ale i těm, kdo mají odlišný mateřský jazyk, kdo přicházejí poprvé, nebo kdo mají na prohlídku málo času. Odbornější vrstva může být k dispozici pro ty, kdo se do tématu chtějí ponořit hlouběji.

Inkluzivní design neznamena jedno řešení pro všechny. Znamená rozmanitost způsobů, jak si publikum může muzeum, exponáty a umění užít a jak se do programu zapojit, aby se cítilo vítané.

Proč to funguje

Smithsonian guidelines (2010) formulují tento princip takto: obsah má být přístupný na více intelektuálních úrovních a zprostředkovan více než jedním smyslovým kanálem.

Princip 4: Redukujte zbytečnou zátěž pro všechny

Příliš dlouhé, příliš odborné a špatně čitelné texty odrazují publikum. Naopak kratší texty zvyšují ochotu lidí číst a šanci, že si lidé přečtené informace zapamatují. Text neprohrává proto, že by lidé nechtěli informace. Prohrává proto, že je pro ně kognitivně příliš náročný v prostředí, kde stojí, zpracovávají více podnětů najednou a mají jinou jazykovou výbavu i omezenou kapacitu pozornosti.

Snížení zátěže znamená zlepšení navrženého zážitku. A k dobrému návštěvníckému zážitku přispívá méně textu a kratší odstavce, jasná hierarchie informací, přehledná navigace, dostatek klidových zón a míst k sezení, mapy, které ukazují tišší části expozice, a prostor, kde se člověk může na chvíli zastavit.

Co říká výzkum

Data projektu Muzea bez bariér ukazují, že popisky přitahují průměrně cca 1 % vizuální pozornosti a 60 % publika by uvítalo kratší texty.

V průzkumu Cabinet of Wonders (Pilka a Ulahelová, 2024) se složité nebo dlouhé texty umístily jako nejčastější nepříjemnost ze 16 sledovaných faktorů.

Princip 5: Navrhujte s lidmi, ne pro ně

Organizovala jsem panelovou diskusi o přístupnosti. Pozvala jsem expertku na vozíku. Zkontrolovala jsem přístupnost sálu. A nedošlo mi, že musím zkontrolovat i přístupnost pódia. Navrhovala jsem přístupnost pro lidi, ne s nimi.

Rozdíl mezi „pro lidi“ a „s nimi“ je zdánlivě malý, ale v praxi zásadní. National Gallery Singapore při navrhování klidné místnosti (Calm Room) nejprve uspořádala série rozhovorů a workshopů s návštěvníky a návštěvnicemi s neurodivergencí. Teprve na základě jejich podnětů vznikl návrh prostoru. Místnost za první rok provozu navštívilo přes 22 000 lidí, neurodivergentních i neurotypických. Neslyšící člověk, člověk s dyslexií nebo člověk se zrakovým postižením nejsou jenom příjemci opatření. Jsou to experti na bariéry a své potřeby, kteří snadno rozpoznají místa, kde instituce selhává. Jsou to lidé, bez jejichž zkušenosti se neobejdete.

Proč to funguje

Holmes (2018) nazývá lidi s žitou zkušeností „exclusion experts“ (experty na vyčlenění) a zdůrazňuje, že inkluzivní design vyžaduje vztah a důvěru v průběhu celého procesu, ne jen testování výsledku na konci.

Proč věnovat inkluzivnímu designu pozornost

Principy inkluzivního designu popsané v předchozí sekci jsou praktické nástroje, které mění to, jak instituce funguje směrem k publiku i dovnitř instituce. Je i více důvodů, proč jim věnovat pozornost.

Kvalita pro všechny

Přístupné řešení zlepšuje zážitek širšího okruhu lidí, než pro které bylo původně navrženo. Srozumitelný popisek pomůže člověku s dyslexií, ale také někomu, kdo spěchá, cizince, která češtinu ovládá na základní úrovni, nebo člověku, který má na prohlídku málo času. Přehledná navigace pomůže člověku, který je v muzeu poprvé, ale také rodičům s kočárkem nebo kurátorovi a kurátorce, kteří instalují výstavu v neznámém prostoru. Přehledná navigace, srozumitelný popisek nebo fotka vstupu na webu nejsou speciální opatření. Jsou to znaky dobře přístupné instituce.

Nové publikum a větší dosah

Přístupnost jednak snižuje bariéry pro stávající publikum, ale zároveň otevírá instituci skupinám, které jinak do muzea nepřicházejí. Lidé, kteří vidí, že na ně instituce myslí, a cítí se vítáni, se vracejí a přivádějí svou rodinu, přátele i další lidi z komunity. Loajalita publika se vytváří pomalu a ztrácí rychle. Přístupnost je jedním z nejpřímějších způsobů, jak ji budovat.

Inovace

Hledat přístupné řešení znamená hledat lepší řešení. Omezení která přístupnost klade, tlačí tým k přesnějšímu přemýšlení o tom, co

chce sdělit a komu. Dotykový telefon se vyvinul z potřeby pracovat s počítačem bez klávesnice kvůli zranění ruky. Dnes ho v různých podobách používá každý. Omezení, která přístupnost vytváří, vedou k řešením, která nakonec fungují pro všechny. Přístupnost je katalyzátorem inovací.

Tým a kultura instituce

Přístupnost se týká i lidí, kteří v instituci pracují. Výzkum ukazuje, že přibližně 30 % odborníků a odbornic má nějaké postižení nebo zdravotní omezení a většina z nich ho na pracovišti tají. Obávají se, že budou považováni za méně schopné, že se změní jejich vztahy s dalšími lidmi v týmu nebo že se zastaví jejich kariérní postup. V prostředí, kde se o přístupnosti otevřeně mluví a kde jsou řešení součástí standardního provozu, lidé tyto obavy mít nemusí. A instituce, která přitahuje různorodé lidi do svého týmu, přemýšlí různorodě i o svém programu.

Přístupné prostředí přitahuje a udržuje talenty

Přístupnost pracoviště rozhoduje o tom, kdo v instituci může dlouhodobě pracovat. Data ukazují, že 22 % uchazečů s neurodivergencí odmítlo nabídku práce kvůli prostředí pracoviště, ve srovnání s 8 % neurotypických uchazečů. Další 15 % lidí s neurodivergencí práci opustilo kvůli designu fyzického prostředí. Instituce, která na přístupnost nemyslí, nepřichází jen o inkluzivitu. Přichází o talenty a jedinečné odborníky, kteří by mohli být součástí jejího týmu. (Turner, Herschel a Bach, 2019)

Přehlednost a úspora času

Přístupná řešení bývají přehlednější a levnější na provoz. Jasná navigace v budově snižuje počet dotazů na personál. V nemocničním prostředí, kde byl problém bloudění a přetěžování personálu opakujícími se dotazy systematicky zdokumentován, vedl přechod na funkční orientační systém k měřitelné úlevě pro zaměstnance

i pacienty. Přehledný web s dobře strukturovaným obsahem se snadněji aktualizuje a má delší životnost. Přístupné šablony pro popisky šetří čas kurátorovi i grafické. Investice do přístupnosti se vrací v menším objemu práce navíc.

Wayfinding v nemocnicích: přehledná navigace ulevuje všem

Projekt Czechdesign zaměřený na orientační systémy v českých nemocnicích (2023a; 2023b) dokumentuje opakující se problémy: pacienti a pacientky bloudí, zažívají stres z dezorientace a přetěžují personál dotazy na cestu. Vizualní smog, přemíra tabulek, nápisů a nesystematických značení situaci zhoršuje. Prototypy nového orientačního systému testované v reálném provozu ve Fakultní nemocnici Bulovka ukázaly, že dobře navržená navigace snižuje zátěž na personál a zlepšuje zážitek pro všechny pacienty, včetně těch se znevýhodněním.

Stejná logika platí pro muzea a galerie. Orientační systém navržený s ohledem na lidi, kteří se v prostoru snadno ztrácejí, pomáhá celému publiku a uvolňuje kapacitu personálu pro smysluplnější interakce.

Mandát

Inkluze je součástí profesní definice muzea. ICOM ve své aktualizované definici muzea z roku 2022 výslovně uvádí, že muzeum je inkluzivní. Přístupnost není doplněk. Je součástí poslání instituce. Právo na kulturní participaci je zároveň součástí mezinárodního závazku České republiky vyplývajícího z Úmluvy OSN o právech osob se zdravotním postižením (CRPD, čl. 30). Tyto informace podrobněji představuje kapitola „Legislativní rámec“.

ICOM: Definice muzea (2022)

„Muzeum je stálá nekomerční instituce ve službách společnosti, která získává, uchovává, zkoumá, interpretuje a vystavuje hmotné a nehmotné dědictví. Muzea jsou otevřená veřejnosti, přístupná a inkluzivní.“

Neurodiverzita a kognitivní přístupnost

Jednou z oblastí, kde se přístupnost nejčastěji přehlíží, je kognitivní rozmanitost. Způsoby, jakými různí lidé zpracovávají informace, čtou text, orientují se v prostoru nebo reagují na smyslové podněty, se výrazně liší. A prostředí muzeí a galerií na ně klade specifické nároky: člověk stojí, pohybuje se, zpracovává vizuální i akustické podněty, čte texty a zároveň se orientuje v neznámém prostoru. To vše najednou.

Neurodiverzita není synonymum pro diagnózu. Označuje přirozenou rozmanitost způsobů, jakými lidský mozek pracuje. Dyslexie, ADHD, autismus, dyspraxie nebo úzkost jsou součástí tohoto spektra. Kognitivní přetížení v expozici ale zažívají i lidé bez diagnózy: ti, kdo přicházejí poprvé, ti, kdo mají za sebou náročný den, nebo ti, kdo se pohybují v pro ně cizojazyčném prostředí. Kapacita pozornosti každého z nás má své hranice.

Vizuální a akustický šum v expozici není neutrální pozadí. Je to zátěž. Přemíra panelů, popisek, ruchů, nepřehledná navigace nebo příliš mnoho vizuálních prvků na jednom místě vyčerpávají kapacitu pozornosti dřív, než se člověk dostane k obsahu, kvůli kterému přišel.

Kognitivní zátěž: co říká výzkum

Teorie kognitivní zátěže (Sweller, van Merriënboer a Paas, 2019) popisuje limity lidské pracovní paměti. Ta pojme pět až devět informačních prvků najednou, a to po dobu nanejvýš 20 vteřin. Pokud prostředí nebo sdělení tyto limity překračuje, člověk informace nezpracuje, přetíží se.

Environmentální podněty jako vizuální ruch, hluk nebo nepřehledná navigace zabírají kapacitu pracovní paměti ještě předtím, než se

člověk dostane k obsahu. Fisher, Godwin a Seltman (2014) prokázali, že děti v přezdobeném učebním prostředí dosahují nižších výsledků a hůř udržují pozornost než děti v jednodušším prostředí. Jejich pracovní paměť je zaměstnána nechtěným zpracováváním okolních podnětů.

Stejný mechanismus funguje v muzejní expozici. Timpson (2025) formuluje cíl kognitivně přístupného muzea takto: publikum by mělo věnovat kognitivní energii obsahu, ne přístupu k němu.

Kognitivní přístupnost je průřezová oblast, která se dotýká fyzického prostředí (přehlednost a klidové zóny), textů a popisků (délka, struktura, jazyk), navigace (jasné orientační body, senzorické mapy) i interaktivních prvků (srozumitelnost zadání, zpětná vazba). Řešení navržená s ohledem na kognitivní přístupnost zlepšují zážitek každému, kdo muzeum navštíví.

Více se o konkrétních skupinách a typech bariér dozvíte v kapitolách „Pro koho to děláme?“, „Text a typografie“, „Orientace a navigace“ a „Interaktivní prvky“.

Kurátorský tým: Vezměte půdorys jedné místnosti z aktuální nebo připravované výstavy. Vyznačte do něj, kde je hluk, kde je hodně vizuálních vjemů, kde není místo k sezení, kde se kříží pohyb lidí. Pak vyznačte, kde jsou nejdůležitější exponáty a texty. Překrývají se místa největší zátěže s místy, kde po publiku chcete největší pozornost? Každé takové místo je designová příležitost. Malá změna v prostředí může rozhodnout o tom, jestli si publikum exponát zapamatuje, nebo projde kolem.

Marketingový tým: Projděte cestu k vaší instituci očima člověka, který přichází úplně poprvé a neví, co ho čeká. Začněte od zastávky MHD nebo parkoviště. Na každém kroku si položte otázku: kde by mohl člověk zaváhat, ztratit orientaci nebo to vzdát? Kde mu chybí informace? Výsledkem je průvodce první návštěvou: dokument, který snižuje nejistotu před návštěvou a zvyšuje šanci, že člověk skutečně dorazí.

Vedení instituce: Jeden den sledujte, na co se lidé nejčastěji ptají: Kde jsou toalety? Jak se dostat do druhého patra? O čem vlastně výstava je? Každá opakující se otázka je bariéra v navigaci nebo informacích. A každá taková bariéra zároveň znamená větší zátěž personálu. Přístupnější prostředí neřeší jen překonávání bariér pro publikum. Snižuje provozní zátěž celé instituce a uvolňuje kapacitu personálu pro smysluplnější práci.

Edukační tým: Vyberte jeden z interaktivních prvků nebo úkolů, které v práci používáte, a nechte ho vyzkoušet někomu, komu nedáte žádné vysvětlení. Sledujte jeho postup. Kde se zastaví? Kde klikne špatně nebo se otočí na jinou stranu? Kde to vzdá? Tohle je nejrychlejší způsob, jak najít dřív neviditelnou bariéru. Každé takové místo je příležitost navrhnout program lépe, tak aby fungoval pro širší okruh lidí, aniž by kdokoli musel žádat o výjimku.

Závěr

Kurátorka z úvodu kapitoly se zastavila po třetím panelu. Uvědomila si, že texty, které napsala, celé nikdo číst nebude. Tohle pochopení je začátek. Inkluzivní design nemusí začínat velkým rozhodnutím ani novým rozpočtem. Začíná okamžikem, kdy se někdo zastaví a začne se ptát: pro koho program vlastně navrhujeme a kde vytváříme bariéry?

Přístupnost se stává součástí každodenní práce postupně, při psaní textu, plánování výstavy, aktualizaci webu nebo školení nového kolegy. Stačí začít tam, kde dnes máte prostor a možnost něco konkrétního ovlivnit.

„Checklist“ na konci této publikace nabízí první orientaci. Pokrývá pět oblastí návštěvnické cesty a pomáhá pojmenovat, kde je prostor ke změně.

Shrnutí

- Bariéra nevzniká v člověku. Vzniká v prostředí, textu, navigaci nebo způsobu komunikace.
- Každý třetí člověk, který vejde do muzea, může narazit na bariéru v podobě textu.
- Inkluzivní design je proces, který se ptá: koho nevědomky vylučujeme a jak to změnit?
- Řešení navržené pro jednu skupinu zlepšuje zážitek mnohem širšímu okruhu lidí.
- Přístupnější instituce je kvalitnější instituce, pro návštěvníky i pro tým, který v ní pracuje.

Zdroje

Czechdesign, 2023a. Revoluce v českých nemocnicích: designéři navrhují systém navigace, který eliminuje bloudění [online]. [cit. 2026-07-22]. Dostupné z: <https://www.czechdesign.cz/temata-a-rubriky/revoluce-v-ceskych-nemocnicich-designeri-navrhujji-system-navigace-ktery-eliminuje-bloudenii>

Czechdesign, 2023b. Orientační systém, který omezí bloudění pacientů, se testoval ve Fakultní nemocnici Bulovka [online]. [cit. 2026-07-22]. Dostupné z: <https://www.czechdesign.cz/temata-a-rubriky/orientacni-system-ktery-omezi-bloudenii-pacientu-se-testoval-ve-fakultni-nemocnici-bulovka>

Design Council, 2006. The principles of inclusive design [online]. London: Design Council [cit. 2026-07-22]. Dostupné z: <https://www.designcouncil.org.uk>

Eardley, A. F. a Jones, V. E. (eds.), 2025. The Museum Accessibility Spectrum: Re-imagining Access and Inclusion. London: Routledge. ISBN 978-1-032-46661-3.

Fisher, A. V., Godwin, K. E. a Seltman, H., 2014. Visual environment, attention allocation, and learning in young children. *Psychological Science*, 25(7), s. 1362-1370.

Holmes, K., 2018. Mismatch: How Inclusion Shapes Design. Cambridge, MA: MIT Press.

ICOM, 2022. Museum definition [online]. Paris: ICOM [cit. 2026-07-22]. Dostupné z: <https://icom.museum/en/resources/standards-guidelines/museum-definition/>

Kay, P. L., Wong, E. a Polonsky, M. J., 2009. Marketing cultural attractions: understanding non-attendance and visitation barriers. *Marketing Intelligence & Planning*, 27(6), s. 833-854.

Kocichová, I., 2016. Muzeum skutečně bez bariér: Komplexní přístup k tvorbě bezbariérového prostředí. In: Kocichová, I. a Suchánková, P. (eds.). *Muzea bez bariér: Bezbariérová přístupnost, výstavnictví a komunikace*. Sborník příspěvků. Praha: Národní muzeum, 2016, s. 6-12. ISBN 978-80-7036-478-9.

Mace, R. et al., 1997. The principles of universal design. Raleigh: North Carolina State University, Center for Universal Design.

Paas, F. a van Merriënboer, J. J. G., 2020. Cognitive-load theory: Methods to manage working memory load in the learning of complex tasks. *Current Directions in Psychological Science*, 29(4), s. 394-398.

Pilka, J. a Ulahelová, K., 2024. Radosti a nepříjemnosti návštěvníků českých muzeí a galerií: Klíčová zjištění z průzkumu návštěvníckého zážitku 2024. Cabinet of Wonders.

Projekt TAČR Muzea bez bariér, 2023-2026. Muzea bez bariér: Inkluzivní komunikace v muzeích a galeriích. Výzkumný projekt. Zlín: Fakulta multimediálních komunikací UTB ve Zlíně. Financováno Technologickou agenturou České republiky (TAČR).

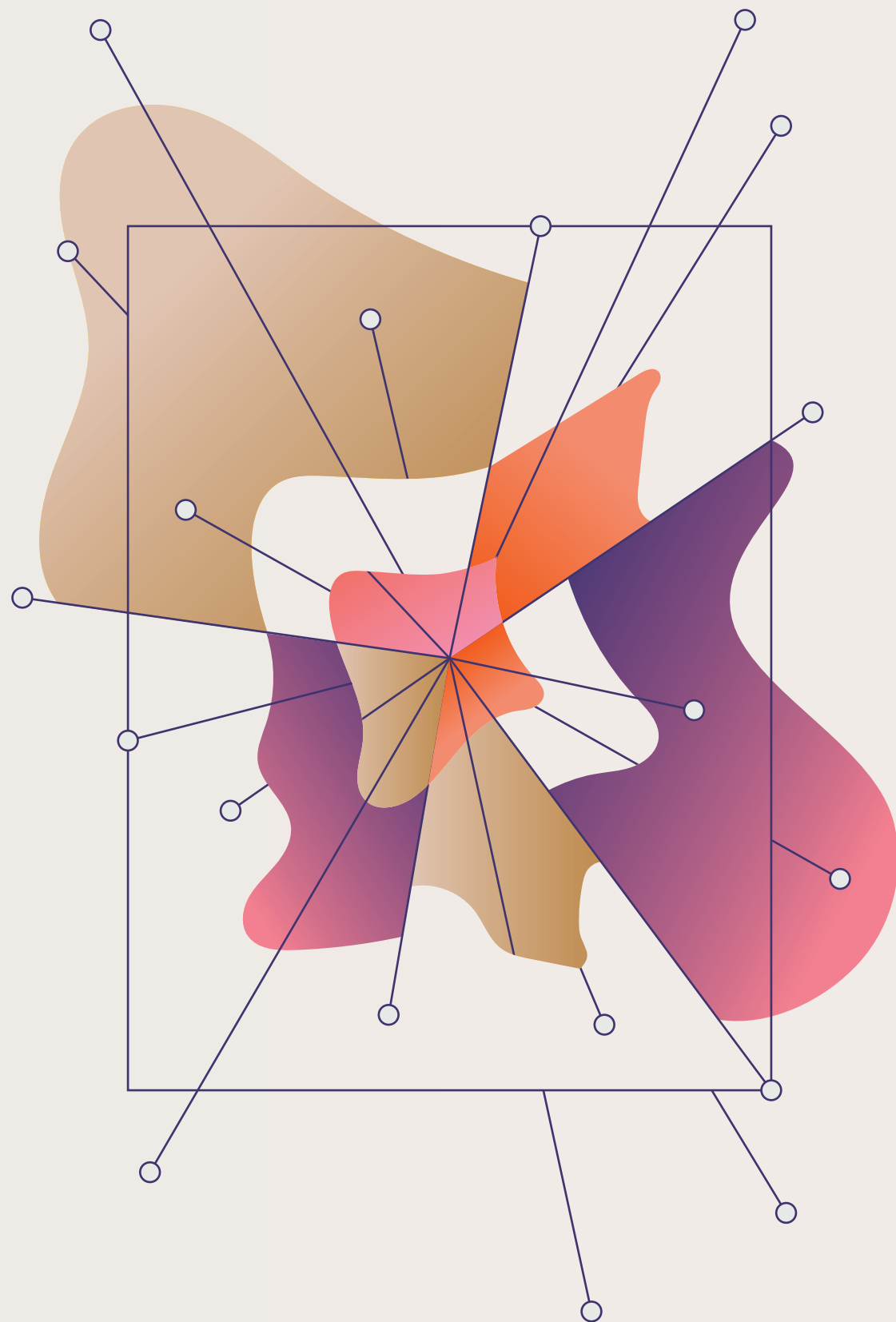
Smithsonian Institution, 2010. Smithsonian Guidelines for Accessible Design. Washington, D.C.: Smithsonian Institution.

Sweller, J., van Merriënboer, J. J. G. a Paas, F., 2019. Cognitive architecture and instructional design: 20 years later. *Educational Psychology Review*, 31, s. 261-292.

Teng, A., 2025. Developing the gallery calm room: a journey of creating an accessible space for inclusion and well-being. In: Eardley, A. F. a Jones, V. E. (eds.). *The Museum Accessibility Spectrum: Re-imagining Access and Inclusion*. London: Routledge, s. 47-61.

Timpson, C., 2025. Inclusive design and accessibility: a methodology of perpetual evolution and innovation. In: Eardley, A. F. a Jones, V. E. (eds.). *The Museum Accessibility Spectrum: Re-imagining Access and Inclusion*. London: Routledge, s. 209-227.

Turner, J., Herschel, A. R. a Bach, J., 2019. Why people hide their disabilities at work [online]. *Harvard Business Review*, červen 2019 [cit. 2026-07-22]. Dostupné z: <https://hbr.org/2019/06/why-people-hide-their-disabilities-at-work>



03

Pro koho
to děláme?

Markéta Kukaňová

37

Muzea navštěvují lidé všech generací a úkolem muzejních týmů je zprostředkovat jim co nejlepší zážitek. Ne každý ale vnímá svět stejně a mnoho lidí naráží na skryté bariéry, kvůli kterým je pro ně muzejní jazyk nesrozumitelný. Tento text vám ukáže, jak přizpůsobit prostředí i komunikaci v galeriích a muzeích tak, aby byly přístupné pro každého. Dozvíte se, jak drobnými změnami v uspořádání výstav otevřít dveře všem, tedy i lidem s odlišným vnímáním světa.

Muzeum bez hranic

Důležitost rovnocenného přístupu

Společné zapojení všech lidí bez rozdílu je základem zdravé společnosti. Pomáhá rozvíjet toleranci, solidaritu, rovný přístup ke vzdělání a respekt ke každé jedinečnosti. Když v týmu spojí síly lidé s rozmanitými schopnostmi a zkušenostmi, přirozeně to zvyšuje kreativitu i celkovou spokojenost. Vzhledem k inkluzivnímu tlaku se i muzejní instituce snaží zpřístupnit kulturní dědictví různorodému publiku. Reagují tak na aktuální vývoj a proměňují se v živý prostor pro dialog. Stávají se místem, jehož morální povinností je sloužit celé komunitě.

Publikum muzea

V minulosti sloužila muzea a galerie výhradně vyšším vrstvám, vědecké a umělecké obci. Dnes do muzea může zamířit kdokoli. První zkušenost většinou získáváme už jako děti na povinných školních výletech. Současné publikum je nesmírně rozmanité. Mladá generace vyhledává vizuálně atraktivní místa pro sociální síť a rodiny zase touží po interaktivních expozicích. Dospělí chtějí aktivně trávit volný čas s přáteli, turisté loví nové zážitky a senioři očekávají hlubší smysl či duchovní přesah.

Hlavním motorem pro návštěvu jsou osobní zájmy a touha po smysluplném programu. Kulturou si totiž naplňujeme důležité psychologické potřeby. Tou nejvýraznější je touha někam patřit. Pokud naši přátelé chodí na výstavy, rádi se připojíme. Platí to však

i obráceně. Když se kulturnímu životu vyhýbáme, hrozí, že se ze své komunity časem vyčleníme.

Šest potřeb, které vedou do muzea

Na základě potřeb rozdělila R. Johnová důvody návštěv kulturních institucí do šesti kategorií. Jsou jimi estetický zážitek, potřeba kontinuity a sounáležitosti s minulostí, potřeba společenské sounáležitosti, potřeba poznávání, potřeba úcty a obdivu k něčemu a potřeba odpočinku. (Johnová, 2008)

Co lidi motivuje k návštěvě

Friedrich Waidacher z výzkumů muzejní návštěvnosti došel k závěru, že nejčastějším motivem návštěvy muzea jsou volnočasové aktivity a zájmy jedince. Lidé chtějí dělat něco záslužného, získávat nové zkušenosti a mít příležitost se učit. Zároveň touží být pohromadě s dalšími lidmi, cítit se v daném prostředí příjemně a pohodlně a aktivně se na něčem podílet. (Waidacher, 2000)

Volný čas a referenční skupina

Důležitou roli v návštěvnosti muzeí a dalších kulturních institucí dnes hraje fenomén trávení volného času. „Příslušníci určitých sociálních skupin v podstatě nemohou o náplni svého volného času zcela svobodně rozhodovat – volba jejich aktivity je dána potřebou shody s životním stylem, hodnotami, sociálním postavením a postoji jejich referenční skupiny.“ (Kesner, 2005, s. 101)

Limity v muzejním prostoru

Každý z nás si nese svou vlastní historii spojenou s kulturními institucemi. Někdy stačí špatná zkušenost z dětství, jako byly povinné školní výlety plné nudných monologů. Pokud dítě nutíme procházet výstavu pomalu, potichu a bez možnosti zapojit se, zafixuje si muzeum jako nezáživné místo. Samotný prostor, jeho struktura a forma sdělení totiž rozhodují o tom, jaký zážitek si publikum odnese. Způsob, jakým poznatky prezentujeme, určuje, zda jim lidé porozumí.

Když vystaveným věcem nerozumíme, snadno se cítíme trapně a stísněně. Když v nás prostředí vyvolává negativní pocity, chceme z něj co nejdříve utéct. Člověk zkrátka nepůjde na výstavu dobrovolně, pokud se tam necítí příjemně. Platí to i tehdy, když má velkou touhu po poznání a chce patřit do společnosti.

Výstava jako šifra

Francouzský sociolog Pierre Bourdieu to shrnuje jasně: „Kdo neovládá jazyk muzea, kdo se necítí k takové návštěvě kompetentní, do muzea nepřijde.“ Tradiční styl vystavování totiž často funguje jako šifra. (Davidson Schuster, 1995, in Kesner, 2000, s. 38)

Schopnost porozumět tomuto kódu není vrozená. Jde o naučenou dovednost, kterou získáváme vzděláním a v rodině. Rodinné a sociální zázemí má proto zásadní vliv na to, jak umění chápeme.

Když je jazyk muzea cizí

Neovládání jazyka muzeí je jedním z hlavních důvodů, proč někteří lidé do muzea nepřijdou, anebo rychle odejdou. Muzejní prostředí jim připadá nesrozumitelné a cizí. (Dolák, 2008, s. 88)

Do muzea tedy zpravidla nechťejí chodit lidé, pro které je těžce srozumitelný obsah nebo forma předávané informace.

Rozmanitost ve vnímání nejen muzejního prostoru

Lidé vnímají a zpracovávají informace různě. Tímto odlišným prožíváním světa se zabývají pojmy **neurodiverzita** a **neurodivergence**. Přístup neřeší, co je normální a co je mimo normu. Pouze popisuje přirozenou rozmanitost lidského myšlení. Každý lidský mozek totiž funguje jedinečně. Neurodiverzita se tedy netýká jen vybraných skupin, zahrnuje celé lidstvo a každý mozek zpracovává svět trochu jinak. Můžeme říci, že každý člověk je neurodiverzní, neboť způsob fungování mozku se u každého do jisté míry odlišuje.

U části publika se toto nastavení odchyluje od většinového vzorce výrazněji. Pak mluvíme o neurodivergentních osobách, mezi které patří lidé na autistickém spektru, vysoce citliví lidé, ale také lidé s poruchami pozornosti nebo specifickými poruchami učení. Otázka nestojí: co je s člověkem jinak? Ale: kde naše prostředí přestává fungovat? Klíčové je hledat, kde v našem prostředí vzniká bariéra, která s jejich odlišností nepočítá. Opatření, která těmto lidem pomohou, navíc zpravidla zpříjemní návštěvu všem.

Člověk přicházející do muzea a podobné kulturní instituce je vystaven mnoha novým podnětům. Přeje si je vnímat, zpracovat a zapamatovat. Potřebu získávat informace má každý člověk, neurodivergentní i neurodivergentní.

V muzejním kontextu se nejčastěji setkáváme se dvěma skupinami neurodivergentních osob. První tvoří lidé se specifickými poruchami

učení (SPU), kam patří dřívější samostatné diagnózy jako dyslexie, dysgrafie či dyskalkulie. Druhou významnou skupinou jsou lidé s poruchou pozornosti. U těchto lidí dochází ke specifickému zpracovávání informací, prožívání emocí a chování v důsledku odlišného vývoje a fungování centrální nervové soustavy, primárně mozku. Tyto rozdíly se projevují již v raném dětství a doprovázejí člověka po celý život.

Specifické poruchy učení

Vrozené neurologické odlišnosti ve čtení, psaní či počítání se označují jako specifické poruchy učení (SPU). Dnes je chápeme jako přirozené neurobiologické variace lidského mozku, nikoli jako mentální deficit nebo důsledek zanedbané výuky.

Nejde o projev snížené inteligence nebo lenosti. Tito lidé mají průměrný až nadprůměrný intelekt. Jejich mozek však od dětství zpracovává texty, čísla či zrakové symboly jinak.

Lidé se specifickými poruchami učení disponují jedinečným způsobem zpracování informací, který bývá základem pro výjimečné schopnosti v jiných oblastech. Místo soustředění pouze na deficity se moderní přístupy zaměřují na rozvoj těchto přirozených předností, které těmto lidem pomáhají uspět v osobním i profesním životě.

Tyto charakteristiky se projevují až v čase, kdy se realizují dané funkce. Potíže s rozpoznáváním slov se tedy ukážou až ve chvíli, kdy je po dítěti vyžadováno čtení ve škole. Lidé s SPU se celoživotně potýkají s potížemi, které přináší nepřizpůsobený prostor a nároky. Ve škole často zažívali selhání, což v nich zanechalo úzkost z prostředí, kde se předávají vědomosti. Pokud v muzeu narazí na složité texty nebo nepřehledné zrakové pole, snadno znervózní a prohlídku vzdají.

Dyslexie představuje specifický způsob, jakým mozek zpracovává psané slovo, čtení a pravopis. Člověk s dyslexií se často zaměřuje na jiné detaily. Může jinak rozlišovat podobné zvuky v řeči nebo odlišně vnímat tvary písmen, což ovlivňuje jeho orientaci v hustém textu

a složitém zrakovém poli. Lidé s tímto nastavením pracují s textem a informacemi svým vlastním tempem a osobitým způsobem. Potřebují více času na zpracování více vjemů najednou a při plnění úkolů mohou postupovat v jiném pořadí, než je běžné. Mají také jedinečné vnímání času, prostoru a zrakových symbolů. Na texty a popisky se zkrátka dívají z úplně jiné, originální perspektivy.

Dysgrafie ovlivňuje grafomotoriku, tedy to, jak člověk píše a kreslí. Tito lidé vyjadřují své myšlenky na papír osobitým stylem. Psaní a kreslení totiž vyžaduje specifické zapojení celého těla, od koordinace oka a ruky přes držení psacího náčiní až po uvolnění zápěstí a plynulý pohyb ruky po papíře. V muzejním prostředí pracují s tvořivými a psanými úkoly svým vlastním tempem. Kreslení nebo zápisy do kronik či interaktivních listů vnímají jinak než většina lidí. Jejich jemná motorika jednoduše potřebuje jiné podmínky, více času nebo alternativní způsoby vyjádření, jako je například psaní na klávesnici nebo dotykové obrazovce.

Lidé se specifickými poruchami učení mají jedinečně nastavený mozek. Mysl většiny z nich se zaměřuje na objevování neznámého a hledání nových vzorců v celku. Místo drobných detailů dokážou bleskově pochopit hlavní myšlenku a vidět celkový obraz situace. Často mají velmi dobré vizuálně–prostorové myšlení a globální talent pro vnímání 3D prostoru. Díky tomu umí skvěle propojovat zdánlivě nesouvisející věci a předvídat budoucí trendy.

Další velkou předností bývá mimořádná kreativita a schopnost přicházet s originálními nápady. Protože tito lidé musí od dětství překonávat různé překážky, naučili se myslet jinak a hledat neotřelá řešení. Vykazují vysokou úroveň verbální i neverbální tvořivosti a mají skvělou paměť na příběhy. Když se navíc pro nějaké téma nadchnou, dokážou se do něj plně ponořit a pracovat s obrovským soustředěním. Mnohdy mají vysoké intelektové schopnosti a komplexní logické uvažování, což jim pomáhá snadno kompenzovat pomalejší čtení nebo psaní. Každodenní zvládání výzev v nich velmi často vybuchovalo obrovskou

vytrvalost, odolnost a schopnost přizpůsobit se změnám. Naučili se nevzdávat se a bojovat sami za sebe. Protože dobře vědí, jaké to je být jiný, mnozí v sobě mají hlubokou empatii a vysokou sociální inteligenci. Výborně proto rozumí pocitům druhých a dokážou s nimi skvěle komunikovat.

Porucha pozornosti

Lidé s poruchou pozornosti mají odlišnou regulaci energie a soustředění. Rozlišujeme **poruchu pozornosti** (ADD), která se projevuje zasněností a snadnou rozptýlitelností, a **poruchu pozornosti s hyperaktivitou** (ADHD), kde se přidává fyzický neklid a impulzivita.

V expozicích se často pohybují nesystematicky a věci objevují metodou pokusu a omylu. Bývá pro ně těžké udržet pozornost u dlouhých textů, jednájí impulzivně a špatně odhadují čas. Jejich motivační systém vyžaduje rychlé podněty a okamžitou odezvu, jinak ztrácejí zájem.

Tito lidé mají vyšší citlivost na smyslové podněty z okolí. Jinak regulují, filtrují a vyhodnocují jejich intenzitu. Vnímají celek, nebo se naopak upnou na přílišné detaily. Nesoustředí se na jeden úkol a slyší vše kolem. Většinou jsou pro ně důležité jiné informace než pro většinu lidí.

Lidé s poruchou pozornosti mají specifický typ nervové soustavy, který jim v určitých situacích poskytuje mimořádné kognitivní a osobnostní výhody. Jejich mozek neulpívá na zavedených šablonách a neustále skenuje okolí při hledání nových podnětů. Díky tomu mnohdy excelují ve vysoké kreativitě a divergentním myšlení. Dokážou generovat velké množství originálních řešení a propojovat zdánlivě nesouvisející myšlenky z netradičních úhlů pohledu.

Přestože mají problém s udržením pozornosti u nezáživných témat, v momentě zájmu u nich může nastoupit **stav takzvaného hyperfokusu**. V tomto stavu zcela ignorují okolní ruchy a pracují s extrémním nasazením. Pokud je expozice vizuálně či tematicky

zaujme, dokážou se do ní zcela ponořit. Díky vizuální paměti a hlubokému soustředění pak vstřebají s naprostou fascinací velké množství informací.

Obrovská fyzická a mentální energie se u části tohoto publika projevuje jako silný badatelský duch. Jejich přirozená zvědavost a rychlé rozhodování bez zbytečného odkládání jim umožňují dynamicky prozkoumávat rozsáhlé expozice. Impulzivita a kognitivní flexibilita se v muzejním prostředí mění v odvahu okamžitě vyzkoušet nové věci a rychle se orientovat. Skvěle proto zvládají multisenzorické a interaktivní výstavy, kde z velkého množství vjemů těží maximum.

Do prohlídkových skupin přinášejí velkou dynamičnost, humor a smysl pro spontánní zážitky. Často mají silnou intuici a rozvinuté sociálně-afektivní dovednosti, jako je empatie, díky které dokážou silně prožít příběhy skryté za uměleckými díly či historickými exponáty. Jejich odlišné vnímání světa se tak v muzeu stává cenným motorem pro společné objevování. Svými neotřelými postřehy obohacují běžnou prohlídku a mění ji v inspirativní a živou diskuzi.

Jak nevytvářet bariéry v prostředí

Jak zajistit, aby si každý návštěvník odnesl z muzea plnohodnotný zážitek, rozuměl informacím a prožil kulturní dědictví naplno? Klíčem je upravovat podmínky prostředí tak, aby vyhovovaly lidem s nejrůznějšími potřebami a formami vnímání. Cílem je brát ohled na individuality (například poskytnutím více času nebo vizuální opory), aniž bychom snižovali nároky na kvalitu předávaných vědomostí. Co pomáhá lidem se specifickými potřebami, to ve výsledku usnadní a zpříjemní návštěvu úplně všem.

Lidé vnímají, třídí a ukládají informace ze svého okolí velmi rozdílně. Vizuální prostředí expozice je proto nutné co nejvíce zjednodušit a zpřehlednit, a to včetně jednotlivých znaků a symbolů. Texty napsané v krátkých větách a doplněné názornými obrázky ocení nejen neurodivergentní lidé, ale každý, kdo si chce z výstavy odnést jasný vzkaz.

Orientace v textu a v prostoru

Lidé se specifickými poruchami učení mívají potíže s vyhledáváním informací v indexech, grafech, tabulkách, schématech a slovnících. Je tedy nezbytné vizuální podněty co nejvíce zjednodušit a zpřehlednit. Pokud to jde, vyhněte se grafům a tabulkám, nebo je převed'te do formátu snadného čtení. Příznačná bývá také obtížnější orientace v mapách, plánech a ve sledování směru. Zde se obvykle doporučuje jednoduché barevné zvýraznění cest. (Pokorná, 2010)

Jak udržet pozornost publika

Pozornost publika nejlépe udržíte interaktivním předáváním faktů a prostřednictvím vlastního prožitku. Lidé v záplavě vjemů občas těžko hledají to podstatné. **Klíčové informace musíte v prostoru zvýraznit** a celkově minimalizovat rušivé vlivy okolí. Všechny instrukce, návody a pokyny musí být stručné a jasné, což ocení rodiny s dětmi, senioři i školní skupiny.

Prostředí by mělo pamatovat také na to, že proces plánování a rozhodování může být pro unaveného člověka vyčerpávající. Pokud **expozici rozvrhnete přehledně** a bez přemíry matoucích variant, publikum se bude cítit bezpečněji. Stejně tak je důležité respektovat individuální tempo každého z nás. Někdo potřebuje projít výstavu rychle a přemýšlí nad ní až doma, jiný raději vnímá podněty pomalu v reálném čase.

Při tvorbě výstav je skvělé stavět na silných stránkách lidského vnímání, jako je smysl pro celkový obraz a prostorová představivost.

Namísto dlouhých textových panelů všem typům publika vyhovuje **jasná a intuitivní dramaturgie výstavy**, kde uspořádání předmětů samo vypráví děj. 3D modely, prostorové instalace a vizuální mapy umožňují zapojit fantazii a pochopit složitá témata skrze prostorové vzorce.

Každý z nás v sobě má touhu **objevovat a prožívat příběhy**. Lidé ocení badatelské úkoly, hledání skrytých souvislostí mezi exponáty nebo možnost prozkoumávat objekty z netradičních úhlů. Výstavy by měly stimulovat tvořivost otevřenými otázkami, které lidi podnítlí k vlastním originálním závěrům a diskuzi s přáteli.

Pro lidi s vysokou mentální energií a zvědavostí je ideální připravit dynamické a multisenzorické prostředí, kde se pořád něco mění nebo kde mohou sami věci ovládat. Kombinace světla, zvuků a dotykových obrazovek dělá výstavu živou. **Lidé také oceňují, když výstava nemá jen jednu striktní trasu, ale nabízí svobodu volby** a možnost prozkoumávat prostor podle momentálního impulsu.

Pokud navíc do výstav začleníte komplexní mise, detektivní hry nebo luštění šifer, probudíte v lidech touhu se do tématu plně ponořit. Když galerie promění prohlídku v akční dobrodružství, plně využije potenciál lidské zvědavosti a nabídne hluboký zážitek bez rizika přehlčení nebo nudy. **Skutečná inkluze v muzeu zkrátka znamená, že se z bariér stanou příležitosti** pro lepší zážitek všech.

Závěr

Současným trendem v modernizaci muzeí je otevřenost a inkluze. Chceme-li vybudovat moderní prostor, musíme ho zpřístupnit každému bez rozdílu. Je nutné proměnit i způsob, jakým předáváme informace. Informační panely, webové prezentace i doprovodné programy musí mluvit jazykem, kterému porozumí senioři, rodiny s dětmi, cizinci i lidé se specifickými vzdělávacími potřebami. Muzea

musí být pro všechny bez ohledu na způsob fungování mozku. Zvláštnosti ve fungování nervové soustavy jsou přirozenou pestrostí lidského myšlení. Přizpůsobení prostředí a forem komunikace je základní podmínkou pro to, aby se muzeum stalo živým místem setkávání.

Kurátorský tým: Zamyslete se, zda je prostředí zajímavé i pro lidi, kteří neudrží pozornost delší dobu. Podněcujte zvědavost publika otázkami, které je dovedou k vlastním závěrům a diskuzi s přáteli.

Výstavní tým: Seřadte předměty v prostoru tak, aby jejich rozmístění intuitivně vyprávělo příběh. Vytvořte v prostoru výrazné vizuální kotvy, které unavenému člověku ihned ukážou to nejpodstatnější.

Edukační tým: Respektujte individuální rychlost publika a nespěchejte na ty, kteří chtějí podněty vnímat pomalu.

Shrnutí

- Inkluze je důležitá pro budování zdravé společnosti.
- Rozmanitost kognitivních projevů je přirozenou pestrostí lidského myšlení.
- Nejčastějším motivem návštěvy muzea jsou volnočasové aktivity a zájmy jedince.
- Do muzea nejde ten, kdo neovládá jeho jazyk.
- Úspěšná výstava musí být interaktivní, přehledná a srozumitelná

pro všechny typy publika.

- Prostředí má nabízet svobodu pohybu, smyslové podněty a zábavné úkoly k objevování příběhů.

Zdroje

Davidson Schuster, J. M., 1995. The Public Interest in the Art Museum's Public. In: Pearce, S. (ed.). Art in Museums: New Research in Museum Studies. London: Athlone Press, s. 135. Citováno v: Kesner, L., 2000. Muzeum umění v digitální době: Vnímání obrazů a prožitek umění v soudobé společnosti. Praha: Argo – Národní galerie, s. 38.

Dolák, J., 2008. K některým obecným problémům tvorby muzejních expozic. In: Muzejní výstavní tvorba: Sborník přednášek ze semináře 26.–27. 6. 2007. Hodonín: Masarykovo muzeum v Hodoníně, s. 88.

Eide, B. L. a Eide, F. F., 2012. The Dyslexic Advantage: Unlocking the Hidden Potential of the Dyslexic Brain. New York: Plume. ISBN 978-0-452-29792-0.

Everatt, J. (ed.), 1999. Reading and Dyslexia: Visual and Attentional Processes. London: Routledge.

Hargitai, L. D., Laan, E. L. M., Schippers, L. M. et al., 2025. The role of psychological strengths in positive life outcomes in adults with ADHD. Psychological Medicine, 55, e278.

Hatcher, J., Snowling, M. J. a Griffiths, Y. M., 2002. Cognitive assessment of dyslexic students in higher education. British Journal of Psychology, 72, s. 119–133.

Hort, V., Hrdlička, M., Kocourková, J., Malá, E. a kol., 2000. Dětská a adolescentní psychiatrie. Praha: Portál. ISBN 978-80-7367-404-5.

Chamak, B., 2010. Autisme, handicap et mouvements sociaux. Alter – European Journal of Disability Research, 4(2), s. 103–115.

Chapman, R., 2019. Neurodiversity theory and its discontents: Autism, schizophrenia, and the social model of disability. The Bloomsbury Companion to Philosophy of Psychiatry, s. 371.

Johnová, R., 2008. Marketing kulturního dědictví a umění. Praha: Grada Publishing.

Kesner, L., 2000. Muzeum umění v digitální době: Vnímání obrazů a prožitek umění v soudobé společnosti. Praha: Argo – Národní galerie, s. 38.

Kesner, L., 2005. Marketing a management muzeí a památek. Praha: Grada Publishing, s. 101.

Krejčová, L., 2010. Dospělí s dyslexií. Psychologie pro praxi, 45(1-2), s. 45–55.

Kulišťák, P., 2011. Neuropsychologie. Praha: Portál. ISBN 978-80-7367-891-3.

Langmeier, J. a Krejčířová, D., 2006. Vývojová psychologie. 2. aktualizované vyd. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-1284-0.

Mather, N. a Wendling, B. J., 2012. Essentials of Dyslexia Assessment and Intervention. Hoboken: John Wiley and Sons.

Morgan, E. a Klein, C., 2001. The Dyslexic Adult in a Non-Dyslexia World. London: Whurr Publishing.

Mortimore, T. a Crozier, W. R., 2006. Dyslexia and difficulties with study skills in higher education. Studies in Higher Education, 31, s. 235–251.

Nekhamkin, A. a Leikin, M., 2026. Creative and neurocognitive profile of adults with Developmental Dyslexia. Thinking Skills and Creativity, 62, A.

Ošlejšková, H., 2010. Neurovývojové poruchy a jejich důsledky v dospělém věku. Neurologie pro praxi, 11(6), s. 368.

Pizzigallo, E., Cornoldi, C., Buono, S., Città, S., Viola, F. a Toffalini, E., 2023. The Intellectual Profile of Adults with Specific Learning Disabilities. Journal of Intelligence, 11(12), 223.

Pokorná, V., 2010. Vývojové poruchy učení v dětství a v dospělosti. Praha: Portál. ISBN 978-80-7367-773-2.

Rafael, R. B., Jia, H., Rouel, M., Wootton, B. M. a Mitchison, D., 2026. Attention Deficit/Hyperactivity Disorder (ADHD)-Related Strengths in Adults: A Scoping Review. Journal of Attention Disorders.

Reid, G., 2009. Dyslexia: A Practitioner's Handbook. Oxford: Wiley-Blackwell.

Reid, G. a Kirk, J., 2000. Dyslexia in Adults: Education and Employment. Chichester: John Wiley and Sons.

Reid, M. a Hamby, S., 2025. Strengths supporting resilience in individuals with learning disabilities: A scoping review. Children and Youth Services Review, 177, 108434.

Schippers, L. M., Greven, C. U. a Hoogman, M., 2024. Associations between ADHD traits and self-reported strengths in the general population.

Comprehensive Psychiatry, 130.

Simmons, F. a Singleton, C., 2000. The reading comprehension abilities of dyslexic students in higher education. Dyslexia, 6, s. 178–192.

Snowling, M. J., Nation, K., Moxham, P., Gallagher, A. a Frith, U., 1997. Phonological processing skills of dyslexic students in higher education: A preliminary report. Journal of Research in Reading, 20, s. 31–41.

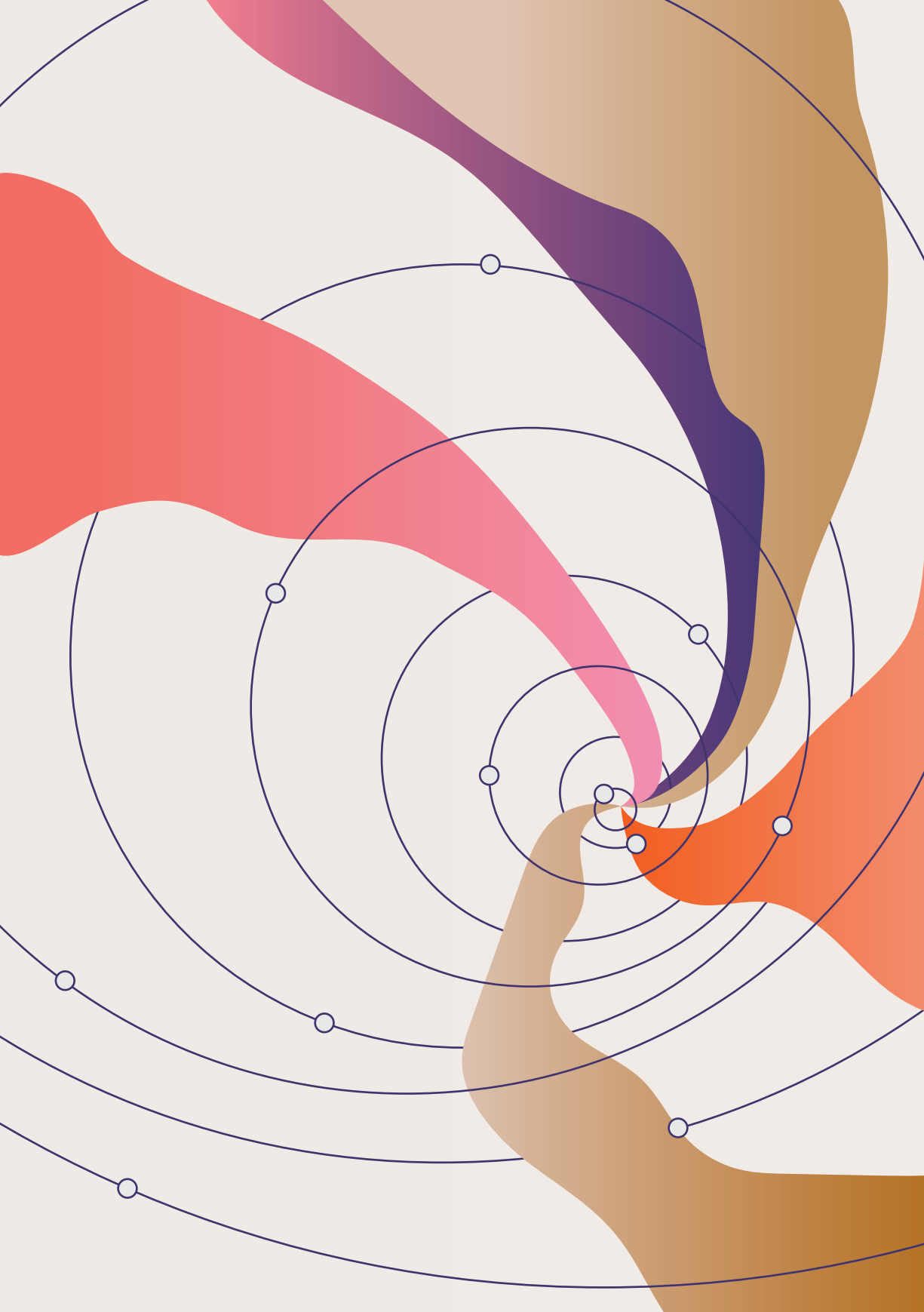
Sônego, M., Meller, M., Massuti, R., Campani, F., Amaro, J., Barbosa, Ch. a Rohde, L. A., 2021. Exploring the association between attention-deficit/hyperactivity disorder and entrepreneurship. Brazilian Journal of Psychiatry, 43(2), s. 174–180.

Taylor, H. a Vestergaard, M. D., 2022. Developmental Dyslexia: Disorder or Specialization in Exploration? Frontiers in Psychology, 13, 889245.

Turner, M., 1997. Psychological Assessment of Dyslexia. London: John Wiley and Sons.

Waidacher, F., 2000. Vom Wert der Museen. Museologie online, 2, s. 8.

Walker, N. a Raymaker, D. M., 2021. Toward a neuroqueer future: An interview with Nick Walker. Autism in Adulthood, 3(1), s. 5–10.



04

O projektu
a metodika

Martina Juříková

53

Jak vytvořit výstavu, ve které se lidé (zejména se specifickými poruchami učení) snadno zorientují a budou se v ní cítit vítáni? Na tuto otázku hledal odpověď projekt Muzea bez bariér. Ukazuje, jak pomocí textů, navigace, grafického designu nebo interaktivních prvků odstranit zbytečné bariéry a zpřístupnit výstavy co nejširšímu publiku.

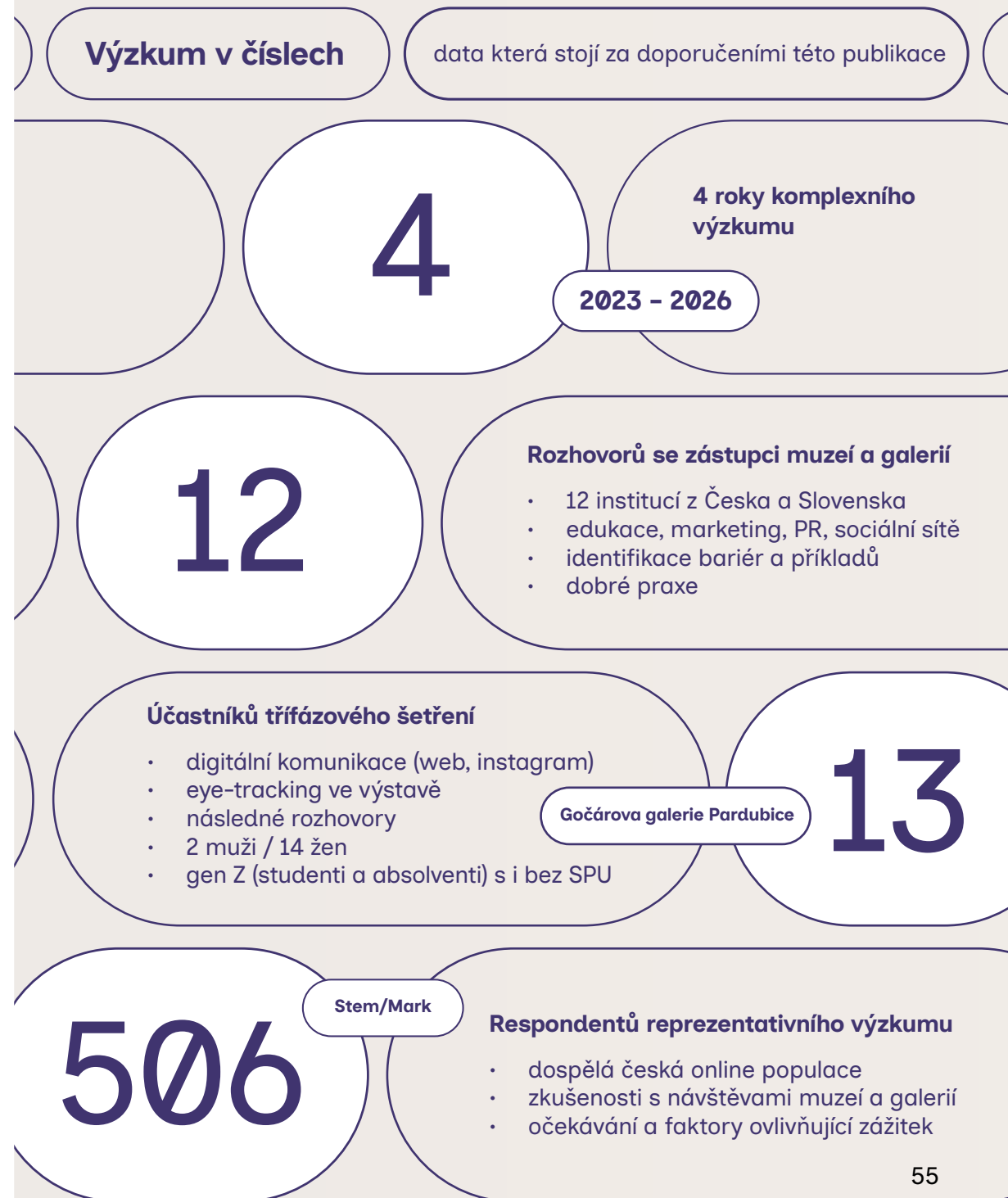
V projektu Muzea bez bariér jsme zkoumali, jak mohou muzea a galerie zpřístupnit své výstavy co nejširšímu okruhu publika. Zaměřili jsme se na to, jak lidé vnímají a používají výstavní texty, orientační systémy, grafické prvky, interaktivní instalace a další součásti výstav. Naším cílem bylo pomoci kulturním institucím vytvářet prostředí, ve kterém se lidé lépe orientují, snadněji rozumějí obsahu a cítí se při návštěvě příjemněji.

Pozornost jsme věnovali především lidem se specifickými poruchami učení, například dyslexií nebo dysgrafií. Získaná zjištění jsou však užitečná pro mnohem širší skupiny publika. To, co pomáhá lidem se specifickými potřebami, často usnadňuje návštěvu také ostatním.

Doporučení uvedená v této publikaci vycházejí z výzkumu, který jsme realizovali v letech 2023–2026. Během projektu jsme spolupracovali s muzei a galeriemi a vedli rozhovory s odbornou veřejností i návštěvníctvem. Sledovali jsme pohyb očí při interakci s výstavními texty a orientačními systémy. Testovali jsme různé varianty grafických a komunikačních řešení a ověřovali jejich fungování přímo ve výstavním prostředí. Součástí projektu byla také rozsáhlá dotazníková šetření mezi českou veřejností a mladými lidmi z generace Z.

Na základě získaných poznatků jsme připravili soubor praktických doporučení pro tvorbu inkluzivní komunikace v muzeích a galeriích. V této publikaci se věnujeme zejména orientačním systémům, výstavním textům, grafickému designu, interaktivním prvkům a dalším částem návštěvníckého zážitku. Ty mohou lidem návštěvu usnadnit, nebo naopak zkomplikovat. Doporučení vycházejí z odborných zdrojů, výsledků výzkumu i zkušeností publika. V průběhu tří let jsme realizovali několik rozsáhlých šetření.

Přehled ukazuje infografika a popis níže.



Respondentů generace Z

- čitelnost textů
- piktogramy
- orientace ve výstavě
- interaktivní prvky
- testování různých variant textů a grafiky

s projevy nebo diagnózou
dyslexie/dysgrafie

404

17

Zlin Design Week 2025

Účastníků pilotního testování

- 5 osob se SPU
- eye-tracking ve výstavě
- testování optimalizované vizuální komunikace
- rozhovory a zpětná vazba

Použité metody

Polostrukturované rozhovory

Eye-trackingové brýle

Online dotazníky

Pozorování návštěvnícké cesty

Testování výstavních textů

Testování orientačních systémů

Testování piktogramů

Testování interaktivních prvků

Co jsme testovali?

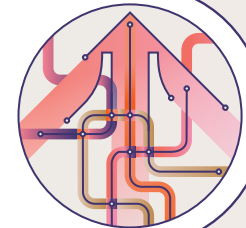
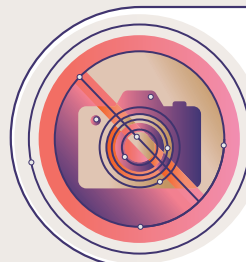


Texty

- velikosti písma
- řádkování
- spacing (mezery)
- šířka a tloušťka písma
- délka textů
- kontrast a barvy
- typ písma (dyslexic friendly fonty)
- umístění překladů

Orientaci

- navigaci ve výstavě
- orientační systémy
- směrové šipky
- vstupy a značení
- mapky a plánky

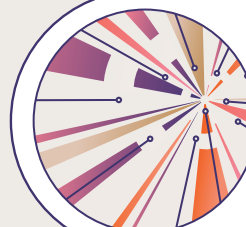


Piktogramy

- výtah
- toalety
- šatna
- zákaz focení
- východ

Interaktivní prvky

- haptické modely
- audioprůvodce
- multisenzorické stanice
- digitální komunikace (web, sociální sítě)



Návštěvnícký zážitek

- motivace k návštěvě
- očekávání a emoce
- bariéry a obtíže
- to, co pomáhá
- celkový dojem z výstavy

Zapojené instituce

Muzeum umění Olomouc

GASK

8mička

Muzeum Benešov

Slovenská národní galerie

Rudolfinum

PLATO Ostrava

Moravská galerie

Museum Kampa

Národní galerie Praha

Oblastní galerie Liberec

Galerie hlavního města Prahy

Výstupy projektu

Toolkit
pro inkluzivní komunikaci

**Odborné
články**

Funkční vzorek
inkluzivní vizuální komunikace

Doporučení
pro muzea a galerie

Naším cílem je pomoci muzeím a galeriím vytvářet srozumitelnější, přístupnější a příjemnější prostředí pro co nejširší spektrum návštěvnictva.

Rozhovory se zástupci a zástupkyněmi muzeí a galerií

V první fázi projektu jsme uskutečnili 12 polostrukturovaných rozhovorů se zástupci a zástupkyněmi českých a slovenských muzeí a galerií. Do výzkumu se zapojily instituce GASK, 8smička, Slovenská národní galerie, Muzeum Benešov, Galerie Lázně Liberec, PLATO Ostrava, Museum Kampa, Muzeum umění Olomouc, Galerie hlavního města Prahy, Moravská galerie, Rudolfinum a Národní galerie Praha.

V rozhovorech jsme se zaměřili na plánování výstav a jejich propagaci, využívání komunikačních kanálů, práci s různými cílovými skupinami, komunikaci směrem k mladým lidem a zkušenosti s inkluzivními přístupy. Zajímalo nás také, které komunikační nástroje instituce používají nejčastěji, které považují za nejefektivnější a s jakými bariérami se při komunikaci setkávají.

Hovořili jsme především s edukačními a marketingovými týmy. V některých institucích zajišťovala jedna osoba současně marketing, edukaci, grafický design i kurátorskou práci. Díky tomu jsme získali nejen pohled na komunikaci výstav, ale také na každodenní fungování kulturních institucí.

Zapojené osoby hodnotily využívání sociálních sítí, webových stránek, tiskových materiálů, newsletterů i dalších komunikačních kanálů. Zkoumali jsme také, zda a jak instituce přizpůsobují komunikaci různým skupinám publika, včetně osob se specifickými poruchami učení.

Díky rozhovorům jsme získali přehled o současné praxi českých a slovenských muzeí a galerií. Identifikovali jsme silné stránky i nejčastější bariéry v oblasti komunikace, orientace a zpřístupňování obsahu. Tyto poznatky jsme následně využili při navazujících výzkumných fázích i při tvorbě doporučení uvedených v této publikaci.

Výzkum návštěvníckého zážitku v galerii

V roce 2024 jsme realizovali třífázové výzkumné šetření v Gočárově galerii v Pardubicích během výstavy **Nový pokus o maximální přiblížení KE 3171 O 96 | Interpretace zátiší**. Zkoumali jsme, jak publikum pracuje s digitální komunikací galerie, jak se orientuje ve výstavě a které prvky návštěvu usnadňují nebo naopak komplikují.

Do výzkumu se zapojilo 16 studujících a čerstvých absolventek a absolventů středních škol z generace Z. Součástí skupiny byly osoby s diagnostikovanými specifickými poruchami učení, osoby, které na základě vlastního hodnocení předpokládaly jejich výskyt, i osoby bez těchto obtíží. Díky tomu jsme mohli porovnávat zkušenosti různých návštěvníckých skupin.

Digitální komunikace před návštěvou

Nejprve zapojené osoby pracovaly s webovými stránkami a instagramovým profilem galerie. Pomocí eye-trackingu jsme sledovali, jak vyhledávají informace o výstavě, na které prvky se soustředí a kde narážejí na problémy.

Co je eye-tracking

Eye-tracking je výzkumná metoda, která pomocí speciálních brýlí nebo kamery sleduje, kam se lidé při návštěvě výstavy dívají a čemu věnují pozornost.

Návštěva výstavy

Ve druhé fázi zapojené osoby navštívily výstavu přímo v galerii. Nasadili jsme jim eye-trackingové brýle a sledovali jejich pohled i pohyb ve výstavním prostoru. Zaměřili jsme se například na orientaci v prostoru, čtení popisů, využívání interaktivních prvků a reakce na jednotlivé části expozice.

Rozhovor po návštěvě

Po návštěvě jsme s každým respondentem a respondentkou vedli individuální rozhovor. Zjišťovali jsme, jaká pro ně výstava byla, co jim pomáhalo při orientaci a porozumění a které prvky jim naopak způsobovaly nejistotu nebo komplikace.

Kombinací pozorování, eye-trackingu a rozhovorů jsme získali informace nejen o tom, co publikum během návštěvy dělalo, ale také proč se tak chovalo. Díky tomu jsme mohli identifikovat bariéry v návštěvnícké cestě a navrhnout doporučení pro srozumitelnější a přístupnější komunikaci muzeí a galerií.

Dotazníková šetření

Závěry kvalitativních šetření jsme ověřovali ve dvou rozsáhlých dotazníkových výzkumech.

Ve spolupráci s agenturou STEM/MARK jsme nejprve realizovali reprezentativní šetření mezi dospělou českou online populací na vzorku 506 respondentek a respondentů. Zjišťovali jsme zkušenosti s návštěvami muzeí a galerií, očekávání publika a faktory, které ovlivňují kvalitu návštěvníckého zážitku.

Následně jsme oslovili 404 mladých lidí z generace Z s projevem nebo diagnózou dyslexie či dysgrafie. Zkoumali jsme, jak často navštěvují muzea a galerie a jak pracují s výstavními texty. Zajímalo nás také, které prvky jim pomáhají při orientaci a porozumění obsahu a jaké bariéry během návštěvy zažívají.

Oslovení lidé hodnotili například velikost písma, řádkování, kontrast, typografii, umístění překladů, podobu piktogramů nebo různé varianty výstavních popisů. Zajímalo nás také, jak vnímají interaktivní prvky, haptické modely, audioprůvodce a další nástroje, které mohou zpříjemnit návštěvnícký zážitek.

Experimentální ověřování inkluzivní vizuální komunikace

V květnu 2025 jsme navázali na předchozí šetření pilotním testováním navržených principů inkluzivní vizuální komunikace. Testování proběhlo během výstavy Zlin Design Week v univerzitní galerii G18.

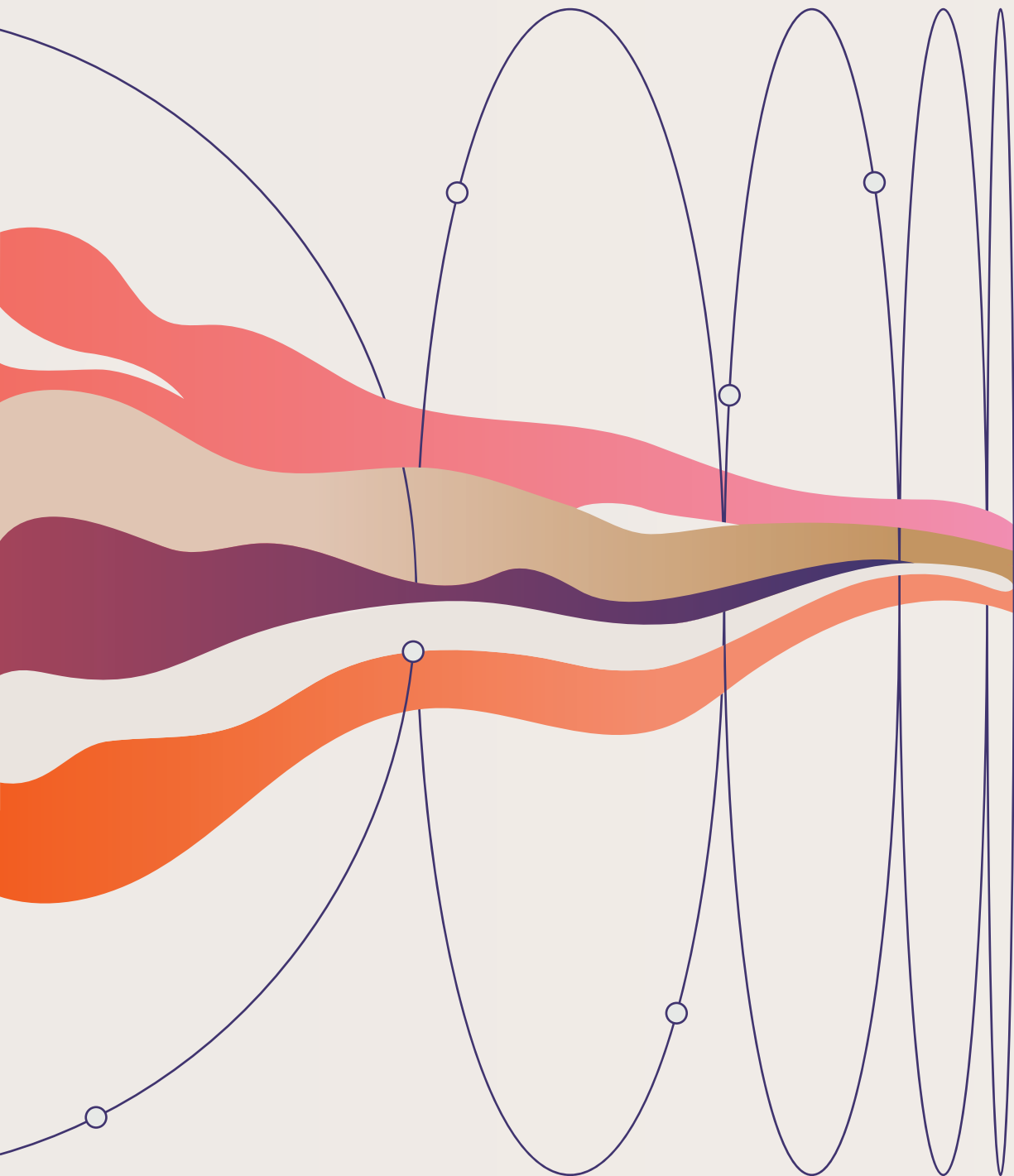
Do výzkumu se zapojilo 17 mladých lidí z generace Z, z nichž pět mělo diagnostikovanou specifickou poruchu učení nebo vykazovalo její projevy. Ověřovali jsme, jak publikum vnímá optimalizované prvky vizuální komunikace a zda navržená doporučení skutečně usnadňují orientaci, porozumění obsahu a celkový návštěvnický zážitek.

Také tento výzkum probíhal v několika navazujících fázích: před návštěvou výstavy, během návštěvy a po jejím skončení.

Pomocí rozhovorů, eye-trackingu a pozorování jsme sledovali práci s orientačním systémem, úvodními texty, popiskami, piktogramy, interaktivními prvky i multisenzorickými stanovišti. Zjišťovali jsme, které prvky publikum využívá, které přehlíží a kde vznikají bariéry nebo zvýšená kognitivní zátěž.

Po návštěvě zapojené osoby hodnotily srozumitelnost textů, čitelnost popisků, kontrast a barevnost grafických prvků, využívání piktogramů, práci s interaktivními exponáty i celkový pocit komfortu během návštěvy. Současně porovnávaly různé varianty typografických a grafických řešení.

Díky této fázi jsme mohli ověřit použitelnost navržených doporučení přímo v reálném výstavním prostředí a využít získané poznatky při finalizaci této publikace.

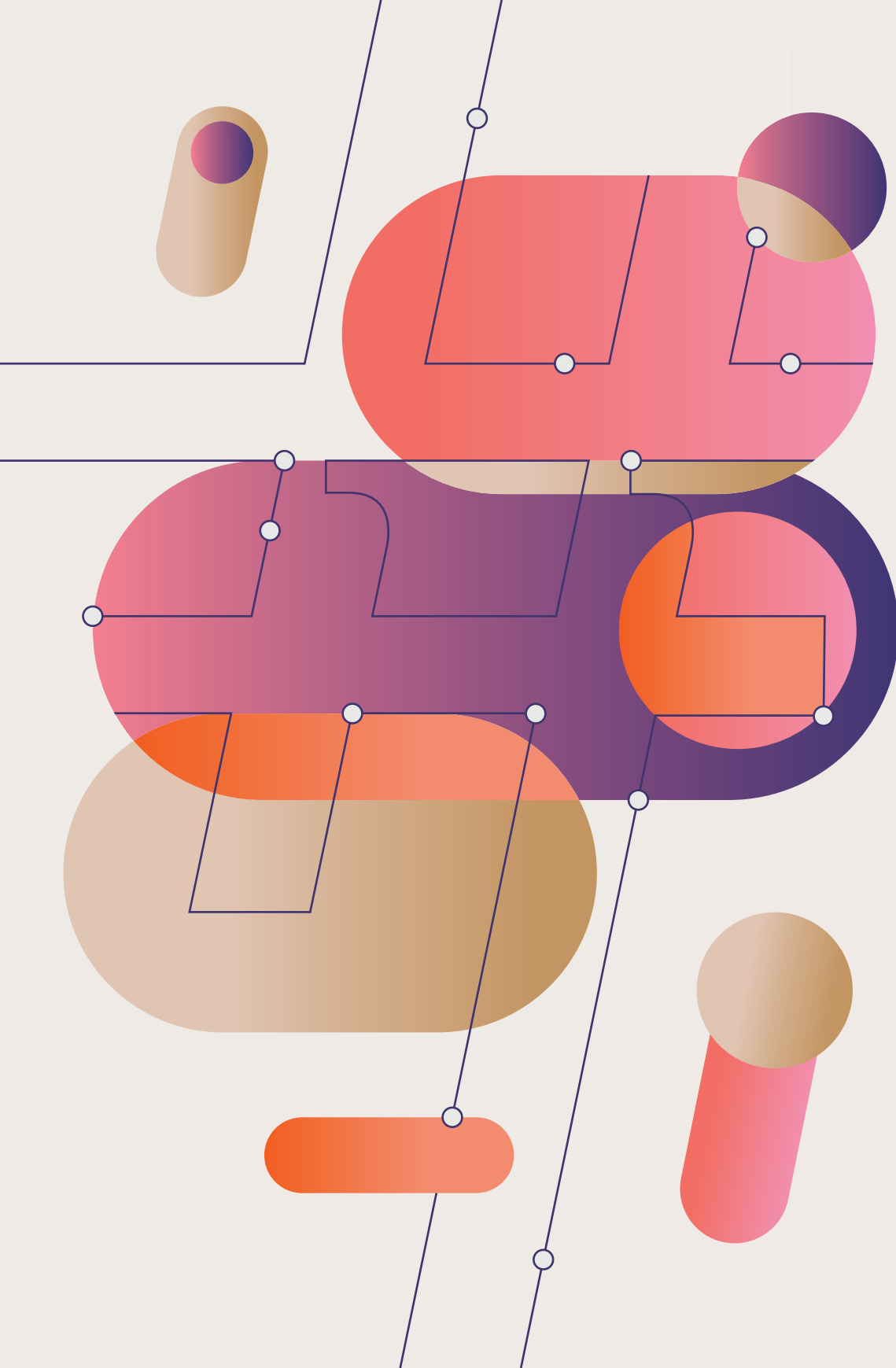


05

Kde vznikají bariéry a jak je řešit?

Bariéra nevzniká v člověku, ale v prostředí, které s ním komunikuje. Tato část ukazuje pět oblastí, kde bariéry vznikají nejčastěji, a co v každé z nich konkrétně dělat: marketingová komunikace, text a typografie, orientace a navigace, interaktivní prvky a prostředí. Oblasti na sebe navazují, dají se ale číst i samostatně podle toho, co právě řešíte.

65



5.1

Marketingová
komunikace

Josef Kocourek

67

Výstavy plánujeme v předstihu. Zdá se, že vše má své místo. Ale přece jen. Chybí někdo, kdo se postará o komunikaci. Kdo bude mluvit srozumitelně k publiku. Kdo komunikaci uchopí podle správných rad a postupů. Tato kapitola předkládá základní pravidla: na co v komunikaci nezapomenout, které nosiče platí za nejdůležitější, co potřebuje publikum před návštěvou a během ní. Řada institucí tuto část podceňuje. Komunikaci však netvoří jen informace o výstavě, skládá se z řady důležitých prvků.

Marketingová komunikace vychází ze základních 4P marketingového mixu. Patří mezi ně produkt, cena a distribuce. Jako čtvrté „P“ je propagace neboli marketingová komunikace. Tento nástroj považujeme za jediný aktivní prvek v komunikaci. Marketing vyžaduje stejnou odbornost jako kurátorská práce. Bez dobré propagace a komunikace výstavy fungovat nebude.

Komunikace a jako základ dobré výstavy

Komunikace musí v první řadě předat sdělení srozumitelně a oslovit co nejširší publikum. Inkluzivní přístup účinně boří komunikační bariéry, které lidem ztěžují přístup k obsahu. Vedle jazyka pak zásadní roli hraje také vizuální komunikace.

Instituce často zapomínají včas zapojit marketingové týmy do přípravy výstav. Jedna osoba pak běžně kumuluje mnoho nesourodých rolí: vzdělává, tvoří grafiku, dělá PR a spravuje e-shop. Protože instituce plánují výstavy s velkým předstihem, přetěžují tím lidi, kteří mají na starosti komunikaci. Problém vězí v tom, že stát nebo zřizovatelé kulturní instituce podfinancovávají. Přizvěte marketingový tým již k plánování výstav. Pomůžete tak odhalit komunikační nepřesnosti a komunikace plánované výstavy bude v popředí zájmu.

Odborný tým tak v přípravné fázi výstav chystá podklady sám. Marketingové týmy se k přípravě dostávají jako poslední. Je to stejné, ať už instituce využívá externí spolupráci, nebo zaměstnává vlastního člověka. Přitom odbornost v rovině komunikační i obsahové je zásadní. Právě jasný jazyk odstraňuje bariéry mezi institucí a publikem. Kvůli problémům s tvorbou textů tvůrci sázejí na maximální srozumitelnost a jednoduchost (tzv. plain language). To lze jen v případě, že se komunikaci věnuje odborník. Více se dočtete v kapitole „Nástroje a praktická opatření“.

Co říká výzkum

V kulturním managementu se stále výrazněji prosazuje inkluzivní přístup. Ten usiluje o diverzifikaci publika (Li, 2024) a o odstraňování komunikačních bariér, které omezují přístup k obsahu. Inkluzivní komunikaci chápeme jako „sdílení informací způsobem, kterému každý rozumí“; jejím základem je jazyková a obsahová srozumitelnost (Principles of Inclusive Communication, 2011, s. 4).

Ve většině zkoumaných galerií a muzeí zajišťuje jednotlivé role (grafika, kurátorská práce, marketing) jedna osoba. Plánování výstav je otázkou jednoho až tří let, hlavně kvůli termínům žádostí o granty. Řada zkoumaných institucí nemá dostatek lidských kapacit na odborníka, který by se staral o celkovou komunikaci výstav a byl součástí týmu od začátku příprav. Žádná zkoumaná instituce nevyužívá služeb marketingové agentury; standardem není ani zapojení lidí studujících komunikaci. (Projekt TAČR Muzea bez bariér, 2023–2026)

Grafika výstav

Stejný problém s pozdní spoluprací provází také grafiku výstav. Rozdíl spočívá pouze ve frekvenci, s jakou instituce grafické týmy střídají. U komunikace sázejí zpravidla na stejného člověka. U grafiky najímají pro každou novou výstavu někoho nového.

Institute si dobře uvědomují, jak moc publikum potřebuje přístupné výstavy. Za hlavní klíč k přístupnosti proto považují úpravu textů a grafickou přehlednost. Tuto situaci už chápe i část kurátorek a kurátorů v galeriích a muzeích. Zkoumané publikum považuje tyto kroky za zásadní.

Složitý text, špatná grafika a chaotický prostor totiž pro publikum představují obrovské bariéry. Autorky a autoři proto texty přepracují do kratších, srozumitelných vět (plain language). Zároveň důsledně hlídají jednotný grafický styl napříč všemi komunikačními kanály, které instituce využívá. Jedině integrovaná komunikace se srozumitelným a jednoduchým textem bude úspěšná, a to napříč cílovým publikem.

Co říká výzkum

Vedle jazykové roviny hraje zásadní roli také vizuální komunikace. Reprezentace osob v propagačních materiálech ovlivňuje, nakolik se různé skupiny s obsahem instituce ztotožní. Nedostatečná diverzita vizuálních reprezentací může posilovat stereotypy a implicitně vymezovat, kdo je „typickým“ návštěvníkem (Campbell et al., 2025). Generace Z vnímá jako problém grafické prvky na výstavě, velikost a font písma, rozložení textů do větších bloků, nesrozumitelnost a přílišnou odbornost textu. Obává se také orientace v prostorách výstavy. Běžná je spolupráce s více grafikou a kombinace externích a interních kapacit. (Projekt TAČR Muzea bez bariér, 2023–2026)

Čtyři komunikační kanály

Institute i mladí lidé shodně potvrzují, že největší sílu mají čtyři komunikační kanály: webové stránky, Facebook, Instagram a tištěné materiály. Publikum ke sledování výstav nejraději využívá facebookové události. Od institucí vyžaduje hlavně grafickou přehlednost a čisté, jasné sdělení. Když se rozhoduje, zda výstavu navštíví, zvažuje hlavně časové možnosti, téma, cenu a lokalitu.

Jako doplňkové kanály instituce rády volí newslettery a podcasty. Z tištěných materiálů publikum kromě programů preferuje i mapy výstav, které pomáhají v lepší orientaci. Tištěné materiály dotváří informační celek a oslovují hlavně cílové skupiny, které nejsou tak aktivní v online prostředí.

Střední a menší instituce vyčleňují na marketingové aktivity jen velmi malý rozpočet. Pokud vedení potřebuje srazit náklady na výstavu, jako první většinou škrtná právě peníze na marketing. Když už instituce finance má, nejvíce investuje do reklamy na sociálních sítích. Zbytek rozpočtu pak směřuje do tištěných materiálů. Bojujte za zachování rozpočtu na marketing. Argumentujte stejnou významností finanční podpory jako u dalších nákladů.

Co říká výzkum

Všechny zkoumané instituce považují za zásadní kanály Facebook a Instagram. U Facebooku zároveň vnímají riziko, že pro mladší publikum nebude relevantní. Instagram naopak hraje hlavní roli směrem k mladšímu publiku. Generace Z považuje za populární události na Facebooku, které propagují výstavu. Pro návštěvu kulturních institucí v zahraničí používá Generace Z vyhledávače Google nebo mapy, kde zároveň sleduje recenze. Webové stránky jsou pro všechny zkoumané instituce zásadní napříč cílovými skupinami. Nejčastějším tištěným materiálem jsou programy; frekvence tisku se liší od jednoho měsíce po více měsíců. Lidé z kulturních institucí vidí potenciál v podcastech, které dobře fungovaly už během covidu (2021 a 2022). Rozpočty na marketing se pohybují od nízkých statisíců po nižší jednotky milionů ročně. Zásadní vliv má velikost instituce a úspěšnost grantových přihlášek. (Projekt TAČR Muzea bez bariér, 2023–2026)

Kurátorský tým: Integrujte marketingový tým do příprav výstavy již od fáze ideového konceptu. Jasně definujte kompetence i v menších týmech, aby nedocházelo k tříštění pozornosti mezi příliš mnoho rolí.

Marketingový tým: Všechna komunikační sdělení připravujte srozumitelným jazykem, formou jednoduchých vět (plain language). V komunikačním plánu nezapomeňte na Facebook a Instagram. Podle finančních možností zvažte také tištěné materiály.

Grafický tým: Spolupracujte s marketingovým týmem již od začátku příprav grafických podkladů. Žádejte jasné zadání pro grafické podklady k výstavě. Grafická jednotnost a jednoduchost pomáhá eliminovat bariéry.

Vedení instituce: Investujte do marketingového týmu. Profesionální vedení komunikace je zásadním bodem na mapě úspěchu celé výstavy. Dbejte na to, aby byl marketingový tým součástí přípravného týmu výstavy od začátku. V rámci finančního plánu výstavy počítejte s náklady na komunikační aktivity. Tento plán při přípravě a realizaci neměňte.

Komunikační nástroje a jejich příprava

Muzea a galerie používají řadu komunikačních nástrojů. V podstatě všechny mají minimálně webovou prezentaci. Dále některý z profilů sociálních sítí a tištěné materiály. Tato část popisuje a doporučuje prvky, na které přípravný tým při komunikaci nesmí zapomenout.

Společné prvky komunikace

Pro publikum je důležitá srozumitelnost, jednoduchost sdělení a integrita všech informací. Proto všechny potřebné informace prezentujte jednotně (vizuálně i obsahově) v rámci všech mediálních nosičů instituce. Grafická podoba materiálů k výstavě vyžaduje jednotný vizuální styl. Používejte ho ve všech komunikačních kanálech, které instituce využívá. Při jednotlivých sděleních dodržujte dostatečný kontrast mezi písmem a podkladem (například tmavé písmo na světlém podkladu)..

Webové stránky organizace

Základem webové stránky je aktuálnost, přehlednost a grafická jednoduchost. Informace o otevírací době, vstupném, lokalitě a probíhajících akcích jsou dostupné na první pohled na hlavní stránce. Pokud jsou výstavy na různých místech, místo by mělo být uvedeno přímo u názvu dané výstavy. Cenu musí být snadné najít. Zřetelně rozlište typy vstupného (např. plné, snížené, zdarma) včetně možností platby. Nákup vstupenek by měl být přístupný také z detailu výstavy.

Publikum očekává, že se rychle zorientuje. Menu proto musí být přehledné, s logickým členěním (např. Aktuální výstavy, Připravujeme, Archiv, Praktické informace). Uspořádání výstav musí odpovídat jejich aktuálnosti: nejaktuálnější výše, archiv níže.

Vyvarujte se opačné logiky. Informace k hlavní výstavě mají být na hlavní stránce. Každá výstava by měla uvádět časové rozmezí, kdy proběhne. Zároveň musí být viditelně označena lokalita realizace. Na textech k výstavě spolupracujte i s autorkami a autory. Texty vysvětlují, proč je výstava zajímavá, jaký je cíl, koho se týká. Nezapomeňte zajistit i audioverzi textu (text-to-speech). Konkrétní nástroje text-to-speech popisuje kapitola „Nástroje a praktická opatření“.

Vyvarujte se proklikávání na další podstránky. Hlavní stránka může být delší, scrollování je pro publikum přirozené. Místo tvrdého

překlikávání je na místě mít sekce. Ty seřadíte na hlavní stránce směrem dolů. Scrollování pro publikum není bariéra. Publikum oceňuje vizuální jednoduchost a přehlednost. Důležitá je také volba barev. Webová stránka nemá působit příliš „jasně“ nebo „vybledle“. Barevná odlišnost je důležitá i pro přehlednost jednotlivých výstav. Vyvarujte se rušivých prvků (spodní lišta, která odvádí pozornost, nedostatečný slider s nízkým počtem obrázků). Pomůžete tak udržet pozornost publika.

U institucí veřejného sektoru je přístupnost webových stránek také zákonnou povinností, blíže v kapitole „Legislativní rámec“.

Publikum oceňuje vizuální jednoduchost a přehlednost. Důležitá je také volba barev. Webová stránka nemá působit „příliš jasně“ nebo „vybledle“. Barevná odlišnost je důležitá i pro přehlednost jednotlivých výstav. Vyvarujte se rušivých prvků (spodní lišta, která odvádí pozornost, nedostatečný slider s nízkým počtem obrázků). Pomůžete tak udržet pozornost publika.

U institucí veřejného sektoru je přístupnost webových stránek také zákonnou povinností, blíže v kapitole „Legislativní rámec“.

Co říká výzkum

Na hlavní stránce instituce se lidé zdrželi průměrně 23 sekund. Polovinu času věnovali hlavní orientační liště v záhlaví webu. 80 % lidí oceňuje otevírací dobu v pravém horním rohu hlavičky. Nejasnosti často vzbuzuje pojem „snížené vstupné“, u kterého chybí vymezení kategorií (studující, senioři a seniorky). 75 % lidí se snažilo scrollovat úvodní stránku. Tato funkce je pro ně intuitivní a očekávaná, její absence může vyvolat negativní reakce. Jeden účastník výzkumu uvedl: „Opravdu mi vadí, že se nemůžu posunout dolů.“ Generace Z hledá informace primárně digitálně; první sekundy po načtení stránky jsou klíčové pro udržení pozornosti. Ocenila by

také fotografie z minulých výstav v archivu. U většiny lidí vyvolával pojem „snížené vstupné“ nejistotu. Jeden člověk z kulturní instituce uvedl: „Co tady už řešíme dlouhodobě, je třeba i responzivita našeho webu, a uživatelská přívětivost je poměrně nevyhovující. Já se v něm pohybuji téměř denně a stejně mě vytáčí. A to si nedokážu představit, jak to dělá člověk, který v tom má hledat informace. Je to prostě špatně. O tom víme, snažíme se to samozřejmě změnit.“ (Projekt TAČR Muzea bez bariér, 2023–2026)

Kurátorský tým: Do přípravy textů o výstavě zapojte samotné autory a autorky. Informace o výstavě na webu instituce připravte i formou audioverze textu.

Marketingový tým: Dbejte na přehlednost (informační i grafickou) webových stránek. Sjednoťte komunikační sdělení napříč všemi kanály. Dohlédněte na jasnost a úplnost základních informací (otevírací doba, lokalita, vstupné, aktuálnost prezentovaných výstav).

Grafický tým: Navrhujte jednotný vizuál výstavy pro všechny formáty potřebné pro komunikaci. Pomáhá publiku k lepší orientaci. Skladbu webové stránky navrhujte jednoduchou a uživatelsky přívětivou. Myslete na responzivní řešení webu, klidně i za použití delší hlavní stránky.

Vedení instituce: Investice do kvalitní webové prezentace je základ. Je to jeden z hlavních rozcestníků, když se publikum rozhoduje o návštěvě. Cenovou politiku nastavte jednoduše a racionálně a vysvětlete ji na webu. Nezapomeňte na snížené vstupné.

Sociální sítě

Galerie a muzea považují v rámci komunikace za stěžejní sociální sítě Facebook a Instagram. Tuto preferenci potvrzuje zkoumané publikum. V této části se dočtete, jak na zmíněných sociálních sítích pracovat a na co si dát pozor.

Instagram a Facebook

K tvorbě obsahu na sociálních sítích Instagram a Facebook přistupujte v rámci komunikace současně. Pamatujte na významnost informační hodnoty hlavně směrem k mladšímu cílovému publiku. Tato cílová skupina preferuje více platformu Instagram. Podle názorů přípravných týmů je důležité neopomenout ani komunikaci na Facebooku. Ta cílí spíše na střední a starší skupinu. Z rozhovorů s publikem ale plyne, že na Facebooku preferuje formát událostí. Považuje ho za jednu z priorit při vyhledávání výstav v okolí. Samozřejmostí je finanční podpora formou placené reklamy. Zvýšíte tím potenciál oslovení cílové skupiny.

Co říká výzkum

Všechny zkoumané galerie a muzea považují Instagram a Facebook za nejzásadnější komunikační nástroj a používají je pravidelně. Instagram vnímají jako nástroj pro mladší cílové skupiny. (Projekt TAČR Muzea bez bariér, 2023–2026)

Do bio profilu na Instagramu pište základní informace o instituci, a hlavně odkaz na aktuální výstavu i doprovodný program. Informace v bio připravte velmi stručně. Aktuálnost informací o instituci a programu platí také pro profil na Facebooku.

Celkově se při tvorbě obsahu na sociálních sítích řiďte přehledností, srozumitelností a vizuální konzistencí.

Jako jeden z hlavních nástrojů pro přehlednost profilu na Instagramu používejte připnuté příspěvky, stories highlights a reels. Připnuté příspěvky slouží nejen pro propagaci aktuální výstavy, ale také k upoutání pozornosti k zásadní informaci. Ideálně se řiďte strategií: připnuté příspěvky (aktuální informace), stories highlights (tvorba tematických sekcí), reels (vizuální storytelling). Většinu těchto funkcí Facebook nemá, ale nabízí jiné formáty. Ke klasickým příspěvkům a reels naplánujte již zmíněné události. Zvýšíte tím zásah cílové skupiny.

Nástroje pro přehlednost jednotlivých formátů na sociálních sítích jdou ruku v ruce se srozumitelností obsahu, a to obsahově i vizuálně. Textové příspěvky připravte vizuálně výrazné, srozumitelné a snadno čitelné. Dbejte na stručnost a jasnost sdělení, a to i ve vztahu ke kontrastu mezi pozadím a textem. Dodržujte jednotný vizuální styl i přesto, že jde o jiné druhy výstav. Vyhýbejte se různorodosti stylů v rámci vizuální podoby výstavy i samotné organizace. Ty způsobují bariéry ve srozumitelnosti.

Základní informace o vernisáži nebo době trvání výstavy jsou klíčové. Generujte obsah v podobě fotek z výstavy s jasným, ale stručným popiskem a označením relevantních profilů (spolupracující umělci a umělkyně, partneři aj.). Dobře volte hashtagy a buďte v jejich užívání konzistentní.

Stories highlights a reels na Instagramu dotvářejí obsahový a vizuální obraz výstavy. Při tvorbě pamatujte na krátkou dobu pozornosti publika a na zaujetí obsahem v prvních třech sekundách. Pokud do videoformátu potřebujete text, volte krátké a čitelné sdělení. Nezapomeňte ani na formáty videí jako „za scénou“ (behind the scenes).

Co říká výzkum

Zapojení video obsahu je v řadě galerií samozřejmostí a povinností. Typickým obsahem je vernisáž nebo krátké video s kurátorkou či kurátorem, kteří přiblíží obsah výstavy. V rámci výzkumu oční kamerou hledala připnuté příspěvky na profilu více než polovina lidí; zbytek se soustředil na výběr stories v záhlaví profilu. Generace Z považuje za populární události na Facebooku, které propagují výstavu. Některé galerie mají kromě hlavního profilu i vedlejší, zaměřený na úzkou skupinu, například program pro děti nebo lektorskou činnost. (Projekt TAČR Muzea bez bariér, 2023–2026)

Základem tvorby obsahu je uvědomit si, komu informace předávám, tedy kdo je cílová skupina. V rámci informačního rámce nezapomeňte na informace k výstavě, ale také k doprovodnému programu. Vedle již zmíněných podmínek, jako je srozumitelnost a jednoduchost jazyka, je důležitá diferenciací informací.

Stanovte si v této oblasti postup. Vyhodnoťte, zda je webová stránka základním informačním kanálem o chystané výstavě. Následně připravte nejdůležitější informace z webu do podoby vhodné na sociální síť. V další fázi vymyslete formát obsahu. Půjde o video, nebo fotografie? Nebo je nejvhodnější textový příspěvek? Po stanovení jednotlivých kroků naplánujte časovou osu a stanovte komunikační priority. K nim přiřaďte rozpočet na placenou reklamu s jasně stanoveným cílem, cílovou skupinou a časem realizace. Pokud se vám profily tříští do dalších vedlejších profilů, nezapomínejte v plánování ani na ně.

Co říká výzkum

Postoje zástupkyň a zástupců galerií se liší, pokud se zaměříme na konkrétní obsah informací, které instituce sdílí. Některé vidí Facebook jako nástroj, kde je vhodné aktuality sdílet pouze zkráceně a podrobnější informace publikovat na web; jiné naopak obsah aktualit na sociální síť kopírují. (Projekt TAČR Muzea bez bariér, 2023–2026)

Kurátorský tým: Srozumitelnost a jednoduchost textu je na sociálních sítích dvakrát důležitá. Dohlédněte na informační správnost, ale formu a tón komunikace nechte na lidech z marketingu. Spolupracujte na tvorbě video obsahu, který dodá relevantní obsah pro cílovou skupinu.

Marketingový tým: Vytvářejte krátká videa z vernisáže, rozhovory s kurátorkami a kurátory, umělci i z příprav výstavy. Nezapomeňte na komunikační plán pro profily na Instagramu a Facebooku. Integrujte ho do komunikačního plánu celé výstavy. Při tvorbě textů se stále držte pravidel srozumitelnosti, jasnosti a stručnosti.

Grafický tým: Na základě zadání marketingového týmu vytvářejte vizuální formáty tak, aby byly ve vizuálním stylu výstavy a zároveň respektovaly vizuální identitu organizace.

Vedení instituce: Dbejte a dohlížejte na tvorbu a realizaci komunikačního plánu profilů i celé výstavy. Aktivitu podporujte i v rámci krátkých video rozhovorů na profilech na Instagramu a Facebooku. Zabezpečte dostatečné finanční prostředky na tvorbu obsahu na sociální síť včetně možnosti placené reklamy.

Kontrolní body pro tuto oblast najdete v příloze „Checklist“, v části „Marketingová komunikace“

Klíčové body

- Volba návštěvy instituce začíná vyhledáváním informací pomocí vyhledávačů Google či AI nástrojů.
- Marketingový tým musí být součástí přípravného týmu již na úplném začátku.
- Jednotnost vizuálního stylu výstavy na všech komunikačních platformách pomáhá pochopení cílové skupiny.
- Jednoduchost a srozumitelnost textu pomůže všem cílovým skupinám.
- Aktuálnost webových stránek a profilů sociálních sítí slouží k lepší orientaci a pochopení informací o výstavě.

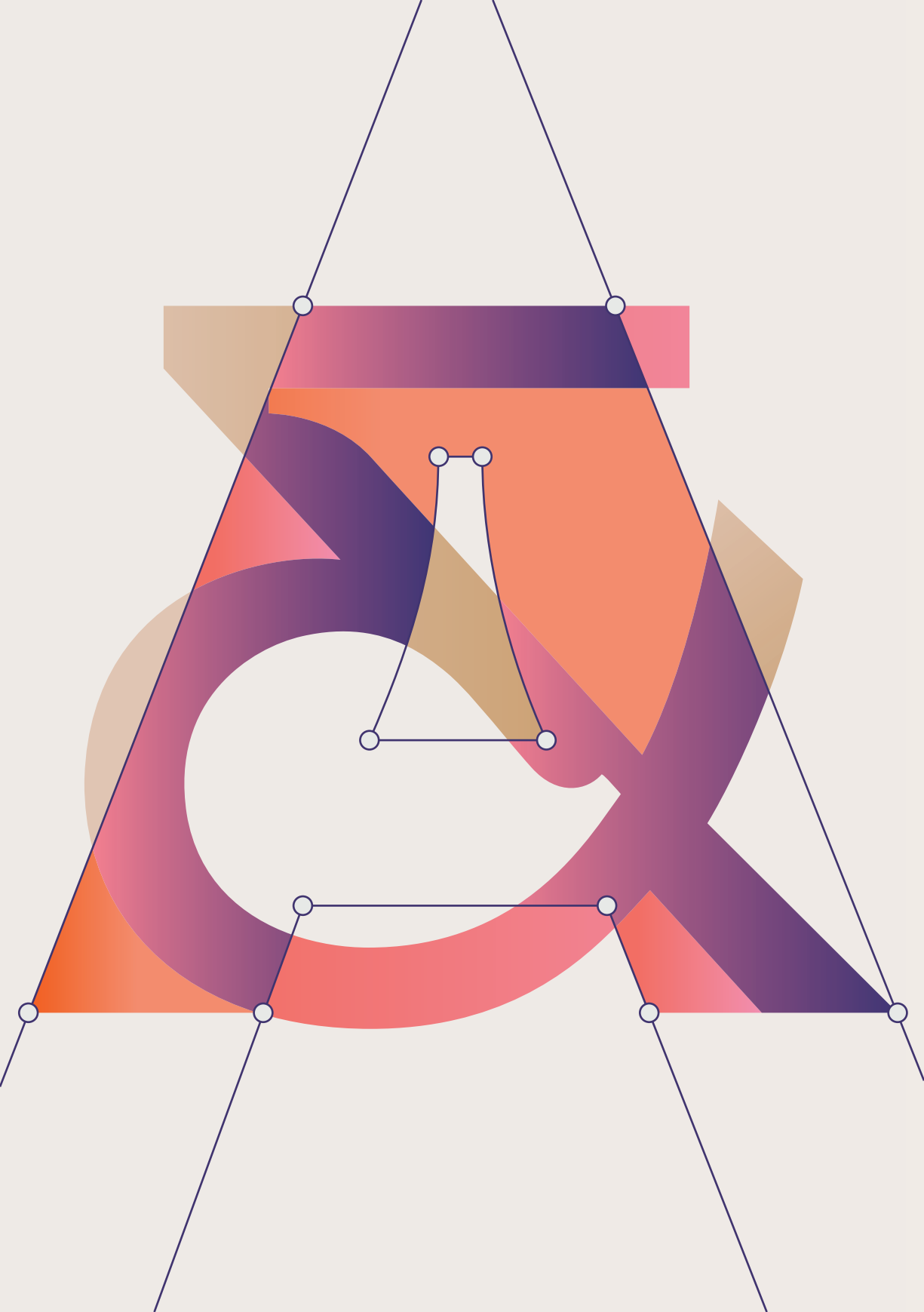
Zdroje

Campbell, C., Sands, S., McFerran, B. a Mavrommatis, A., 2025. Diversity representation in advertising. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 53(2), s. 588–616.

Li, P., 2024. Cultural communication in museums: A perspective of the visitor experience. *PLoS ONE* [online]. 19(5), e0303026.

Principles of Inclusive Communication: An Information and Self-Assessment Tool for Public Authorities, 2011. Edinburgh: Scottish Government. ISBN 978-1-78045-345-3. Dostupné z: <https://www.gov.scot/publications/principles-inclusive-communication-information-self-assessment-tool-public-authorities/pages/9/>

Projekt TAČR Muzea bez bariér, 2023–2026. Muzea bez bariér: Inkluzivní komunikace v muzeích a galeriích. Výzkumný projekt. Zlín: Fakulta multimediálních komunikací UTB ve Zlíně. Financováno Technologickou agenturou České republiky (TAČR).



5.2

Text
a typografie

Eva Vázalová Gartnerová

83

Text je v muzeu nejrozšířenější způsob interpretace. Zároveň je jednou z největších bariér. Tato kapitola ukazuje, proč texty v expozicích selhávají a jak je navrhnout tak, aby je publikum skutečně četlo. Ať už jste součástí kurátorského, grafického, architektonického nebo třeba marketingového týmu, najdete tu konkrétní kroky, které můžete udělat hned.

Text, který nikdo nečte

Texty v expozicích se píšou, instalují, překládají. Přitom výzkumy opakovaně ukazují, že je publikum číst nezačne nebo nedoče.

Nejde jen o návštěvníky a návštěvnice s dyslexií nebo jinými specifickými potřebami. Problém je strukturální. Text v současné podobě prostě neodpovídá tomu, jak se lidé v expozici skutečně chovají.

Co říká výzkum

Popisky u exponátů přitahují průměrně jen 1 % celkové vizuální pozornosti. Infopanely s širším kontextem dostávají až 21 %. Téměř nikdo z účastníků a účastnic výzkumu nepřečetl kurátorský text celý, a to kvůli délce a chybějící struktuře. (Projekt TAČR Muzea bez bariér, 2023–2026)

Proč instituce texty nepřizpůsobují

V tradičním kurátorském přístupu je text nástrojem odborné autority. Píše se pro přesnost a úplnost, ne pro lidi, kteří text budou číst. Výsledkem jsou zahuštěné texty plné informací, psané odborným jazykem a nevhodné pro stojícího člověka s rozptýlenou pozorností.

K tomu přistupuje obava ze zjednodušení. Kratší text bývá vnímán jako ztráta kvality. Empirická data přitom ukazují opak: kratší text zvyšuje pravděpodobnost, že ho publikum vůbec přečte.

Co říká výzkum

60 % publika uvádí, že kratší text by zvýšil jeho motivaci číst. 41 % považuje délku za hlavní překážku. (Projekt TAČR Muzea bez bariér, 2023–2026)

Texty se také téměř netestují s ohledem na čitelnost a srozumitelnost. Na rozdíl od digitálních produktů se předpokládá, že odborně správný text bude fungovat. Eye-tracking a rozhovory ukazují, že reálné chování publika se výrazně liší od předpokladů autorů a autorek textů.

Dyslexie jako lupa na celý systém

Podle evropských odhadů se dyslexie nebo jiné poruchy čtení týkají přibližně 10 až 15 % populace. Náš výzkum na dospělé české populaci ukazuje číslo ještě výrazně vyšší.

Co říká výzkum

K obtížím se čtením se hlásí 30,6 % respondentů, z toho 4,7 % s diagnostikovanou dyslexií, 5,1 % s nepojmenovanými potížemi a 20,8 % s občasnými problémy. Bariéra jednoho člena rodiny ovlivňuje celou skupinu. Rodiny s dyslektickým členem navštěvují muzea méně, ztráta publika je tedy větší, než samotná čísla naznačují. (European Dyslexia Association, 2018; Projekt TAČR Muzea bez bariér, 2023–2026)

Klíčové zjištění ale není v číslech samotných. V řadě oblastí se rozdíly mezi lidmi s dyslexií a bez ní neprokázaly. Preference úprav textu jsou napříč populací podobné. To odpovídá principu univerzálního designu: co pomáhá lidem se specifickými potřebami, pomáhá téměř každému. Tento princip je známý jako curb-cut effect neboli efekt sníženého obrubníku. Označuje situace, kdy řešení navržené pro

konkrétní skupinu lidí se specifickými potřebami nakonec zlepšuje zkušenost mnohem širší skupině uživatelů. Stejně jako snížené obrubníky původně vznikly pro lidi na vozíku, ale dnes je využívají rodiče s kočárky, senioři, cyklisté i lidé s kufry, mohou přístupnější texty, orientační systémy nebo výstavní prostředí pomáhat nejen návštěvníkům se specifickými poruchami učení, ale prakticky všem. Více o tomto principu najdete v kapitole „Proč to děláme“.

Jak publikum skutečně pracuje s textem

Vizuální data z eye-trackingu ukazují, kde se pohled návštěvníků skutečně zastavil a kde ne.



Obrázek 1: Vizualizace nečtených odstavců – červeně vyznačené oblasti znázorňují texty, které publikum přeskočilo. Eye-trackingový výzkum, projekt TAČR Muzea bez bariér, 2023–2026.



Obrázek 2: Heatmapa setrvání pohledem (všichni respondenti a respondentky) – žluté a červené oblasti značí nejdelší fixace. Návštěvníci se soustřeďují především na obrazový materiál – texty zůstávají v periferii. Eye-trackingový výzkum, projekt TAČR Muzea bez bariér, 2023–2026.

Lidé nečtou texty odshora dolů a nečtou je celé. Pokud text na první pohled působí dlouze nebo nepřehledně, často ho ani nezačnou číst.

Publikum text skenuje: lidé hledají fragmenty, které jsou vizuálně nebo obsahově dostupné. Kurátorské texty publikum nedočítá, delší panely vyvolávají spíše odstup, délka textů publikum odrazuje.

Proč to funguje (mechanismus)

Teorie kognitivní zátěže (Sweller, 1988) popisuje, že pracovní paměť má omezenou kapacitu. Příliš dlouhý nebo nepřehledný text způsobuje kognitivní přetížení a rezignaci na čtení. U lidí se specifickými poruchami učení se tato zátěž ještě zvyšuje, protože samotné dekódování písma vyžaduje více kapacity. Princip „scanning behaviour“ (Nielsen, 2006) popisuje tendenci uživatelů rychle procházet text a vybírat jen relevantní části. V expozici, kde člověk stojí a zpracovává více podnětů najednou, je tento efekt ještě silnější.

Paradox přání a chování

Data z dotazníku jsou jasná: publikum chce kratší, srozumitelnější a přehlednější texty. Reálné chování v expozici to potvrzuje.

Zajímavé je, že podobné bariéry jako lidé s diagnostikovanou dyslexií popisují i lidé, kteří žádnou diagnózu nemají, ale sami uvádějí, že se jim texty čtou obtížně. Tito návštěvníci a návštěvnice chodí do muzeí méně často a popisky čtou méně než lidé bez obtíží se čtením. Pro muzea je důležité zjištění, že potřeba srozumitelnějších textů se netýká jen malé skupiny lidí s diagnózou. Týká se mnohem širší části publika.

Co z toho plyne pro praxi

Pokud přijmeme fakt, že text není dominantní médium v expozici, ale jeden z mnoha prvků, musí se změnit způsob jeho navrhování.

- **Redukujte.** Text by neměl usilovat o úplnost, ale o funkčnost.
- **Strukturujte.** Publikum musí identifikovat klíčové informace během několika sekund.
- **Oddělte funkce.** Instrukce, kontext a interpretace by neměly splývat do jednoho bloku.
- **Testujte.** Teprve poté řešte typografii. Ta je důležitá, ale sama problém nevyřeší.

Typografie: vstupní filtr, ne detail

Typografické nastavení rozhoduje o tom, zda se publikum do textu vůbec pustí. Nejde jen o čitelnost v technickém smyslu, ale o první dojem: „Má to cenu číst?“

Čitelnost písma v prostoru ovlivňuje tzv. efekt vizuálního tísnění (visual crowding): příliš blízká sousední písmena se navzájem maskují a zpomalují jejich rozpoznávání, zejména při pohledu z větší vzdálenosti a na periferii zorného pole. Tento efekt je výraznější u lidí s dyslexií, ale týká se všech čtenářů.

Německá norma DIN 1450 (Schriften – Leserlichkeit), která se zabývá čitelností písma v navigačních a orientačních systémech, proto stanovuje konkrétní minimální hodnoty pro mezerování v tištěných a prostorových aplikacích. Na rozdíl od doporučení určených pro digitální prostředí reflektuje podmínky fyzického čtení: větší vzdálenost, proměnlivé osvětlení a rozptýlenou pozornost.

Obecný princip z výzkumu je konzistentní: zvýšené mezery mezi písmeny i slovy prokazatelně zlepšují čitelnost a snižují kognitivní zátěž, a to zejména u delších textových bloků v expozičním prostředí.

Co má zásadní dopad

- Velikost písma: výška verzálek alespoň 7–9 mm pro čtení ze vzdálenosti 1 až 1,5 metru.
- Řádkování: alespoň 1,5násobek velikosti písma.
- Kontrast: ideálně černý text na světlém pozadí, minimální kontrastní poměr 4,5:1.
- Délka řádku: max. 45–60 znaků.
- Osvětlení: špatně nasvícený text může být čitelný na papíře, ale v prostoru nefunguje.
- Mezery mezi písmeny a slovy: orientujte se podle doporučení DIN 1450.

Jak se liší text v prostoru a na obrazovce? (DIN 1450 vs. WCAG 2.1)

Zatímco v digitálním prostředí (weby, aplikace) se přístupnost řídí standardem WCAG 2.1, který doporučuje mimo jiné úpravy mezer mezi písmeny a slovy pro lepší čitelnost, fyzický prostor muzea má svá specifika.

Norma DIN 1450 (Schriften – Leserlichkeit) se zaměřuje na čitelnost textů ve veřejném prostoru a upozorňuje na význam faktorů, jako jsou velikost písma, kontrast, délka řádku, rozestupy mezi znaky

a slovy, pozorovací vzdálenost nebo světelné podmínky. V praxi se při návrhu muzejních panelů osvědčuje pracovat s mírně zvětšenými mezerami mezi písmeny a slovy, které mohou snížit efekt vizuálního tísnění a usnadnit čtení zejména v náročnějších expozičních podmínkách. Konkrétní hodnoty je však vždy vhodné ověřit v reálném prostoru a testovat s publikem.

Přístupnost webových stránek muzea jako komunikačního kanálu řeší kapitola „Marketingová komunikace“.

Upřesnění k velikosti písma

Hodnota 38 px odpovídá fyzické velikosti textu v prostoru pro čtení ze vzdálenosti 1–1,5 metru. Při přípravě podkladů v textovém editoru ve formátu A4 (kde se standardně používá 12 pt) se tyto hodnoty nesmí zaměnit. Text v expozici vyžaduje řádově větší měřítko.

Co má menší dopad, než si myslíme

Výzkum i praxe ukazují, že samotná volba fontu není klíčovým faktorem. Důležitější než konkrétní font je jeho čitelnost při dané velikosti, dostatečné rozestupy a konzistence v rámci expozice. Podobně platí, že tloušťka písma, míra oblosti nebo detailní nuance fontu nemají takový vliv, jak se často předpokládá. Nízký kontrast nebo malé písmo způsobí, že publikum text přeskóčí, zatímco výběr mezi dvěma podobnými fonty téměř žádný rozdíl neznamena.

Co říká výzkum

Výzkumný tým testoval speciální fonty doporučené pro osoby s dyslexií, konkrétně Dysfont, Open Dyslexic, Sassoon a Sans Serif (Outfit Bold). Výběr vznikl ve spolupráci s grafickým designérem Martinem Pyšným, který má sám dyslexii a dlouhodobě se věnuje přístupné typografii. Cílem bylo ověřit, zda písma navržená speciálně pro osoby s dyslexií vedou k lepší čitelnosti a uživatelskému komfortu. Výsledky ukázaly, že nejlépe hodnoceným písmem napříč respondenty s dyslexií i bez ní byl kontrolní font Roboto Flex. Výzkum tedy nepotvrdil, že by některý ze speciálních dyslektických fontů byl univerzálně vhodnější než běžně používaná písma.

Současně musíme zdůraznit, že mnoho existujících dyslektických fontů vzniklo primárně na základě zkušeností a subjektivních preferencí jejich autorů a autorek a jejich přínos může být různými skupinami čtenářů a čtenářek vnímán odlišně. Pro čitelnost textu v digitálním prostředí se jako důležitější ukázaly tyto faktory: dostatečná velikost písma (min. 38 px), větší řádkování (48 px), bezpatkové písmo, dostatečný kontrast, přehledné členění obsahu, omezení kurzívy a přiměřená délka textu.

Výzkum projektu Muzea bez bariér ukázal, že respondenti nejlépe hodnotili text o velikosti přibližně 38 px, což u použité typografie ve fyzickém prostoru galerie odpovídá výšce verzálek přibližně 7 mm. Toto zjištění je v souladu s doporučeními normy DIN 1450, která doporučuje navrhovat velikost písma podle předpokládané čtecí vzdálenosti. Pro čtení ze vzdálenosti přibližně 1 m odpovídá doporučená výška verzálek zhruba 7 mm; při větší čtecí vzdálenosti je vhodné velikost písma úměrně zvětšovat. (Projekt TAČR Muzea bez bariér, 2023–2026)

Struktura textu: klíčový faktor

Zásadní rozdíl mezi funkčním a nefunkčním textem není v obsahu, ale ve struktuře. Publikum text nečte lineárně. Text musí umožňovat rychlou orientaci a selektivní čtení.

Co konkrétně udělat

- Pište krátké odstavce místo souvislých bloků, max. 5–6 řádků v jednom bloku.
- Oddělte části vizuálně, dělejte mezery mezi odstavci o minimálně 0,5násobku velikosti písma.
- Umístěte hlavní sdělení na začátek, jelikož publikum texty nedočítá.
- Pište jednoduché věty, používejte srozumitelný jazyk (plain language), bez odborného žargonu.
- Nepoužívejte zarovnání do bloku, jen vlevo.
- Vícejazyčné texty oddělte do sloupců, ne pod sebe.

Co říká výzkum

Čitelnost zvyšuje dělení do krátkých odstavců (54 % respondentů a respondentek) a tučné zvýraznění klíčových slov (30 %).

Srozumitelnost naopak zhoršuje vysoká hustota textu bez členění (41 %) a příliš odborný jazyk. (Projekt TAČR Muzea bez bariér, 2023–2026)

Text v prostoru: co funguje navíc

Osvětlení v úrovni očí je klíčové. Odlesky nebo stíny na panelech jsou zásadní bariérou. Nedostatečný kontrast nebo tmavé kouty vedou k tomu, že publikum texty zcela přehlíží. Popisky umístěné příliš nízko (pod obrazy) nutí lidi ohýbat se a odrazují od čtení.

Piktogramy a text

Piktogramy mohou výrazně usnadnit orientaci a navigaci. Aby fungovaly, musí být jednoduché a známé, kombinované s textem a musí mít dostatečný kontrast. Podrobně se piktogramům věnuje kapitola „Orientace a navigace“.

Kurátorský tým: Vezměte úvodní text k výstavě a nechte ho přečíst někoho mimo váš obor. Stačí kolega nebo kolegyně z jiného oddělení. Pokud textu nerozumí nebo text nedočtou, upravte ho. Pak test zopakujte.

Grafický tým: Vytiskněte panel v reálné velikosti a pověste ho. Vzdalte se 1,5 metru. Zkuste si přečíst první větu. Pokud to jde bez přibližování, typografie funguje.

Vedení instituce: Zahrňte testování textů do přípravy výstavy jako standardní krok, stejně jako jazykovou korekturu. Nestojí to skoro nic a výsledky jsou okamžitě viditelné. Kontrolní body pro tuto oblast najdete v příloze „Checklist“, v části „Text a typografie“.

Kontrolní body pro tuto oblast najdete v příloze „Checklist“, v části „Text a typografie“.

Klíčové body

- Pět vět, které publikum přečte, udělá víc než 20 vět, které přeskočí.
- Text v expozici není dominantní médium. Spolu s exponáty, obrazovým materiálem, prostorem a interaktivními prvky vytváří celek, kterému musí publikum porozumět.
- Potřeba srozumitelnějších a přehlednějších textů se netýká jen lidí s diagnostikovanou dyslexií. Pomáhá mnohem širší části publika.
- Největší dopad má velikost písma, kontrast a struktura textu, nikoli volba konkrétního fontu.
- Texty nestačí napsat správně. Musí se otestovat v reálném prostoru.
- Piktogram bez textového doplnění funguje jen pro lidi, kteří symbol znají.

Zdroje

DIN 1450:2013-04. Schriften – Leserlichkeit. Berlin: Deutsches Institut für Normung, 2013.

European Dyslexia Association, 2018. Dyslexia in Europe: Facts and Figures [online]. [cit. 2026-07-22]. Dostupné z: <https://www.eda-info.eu>

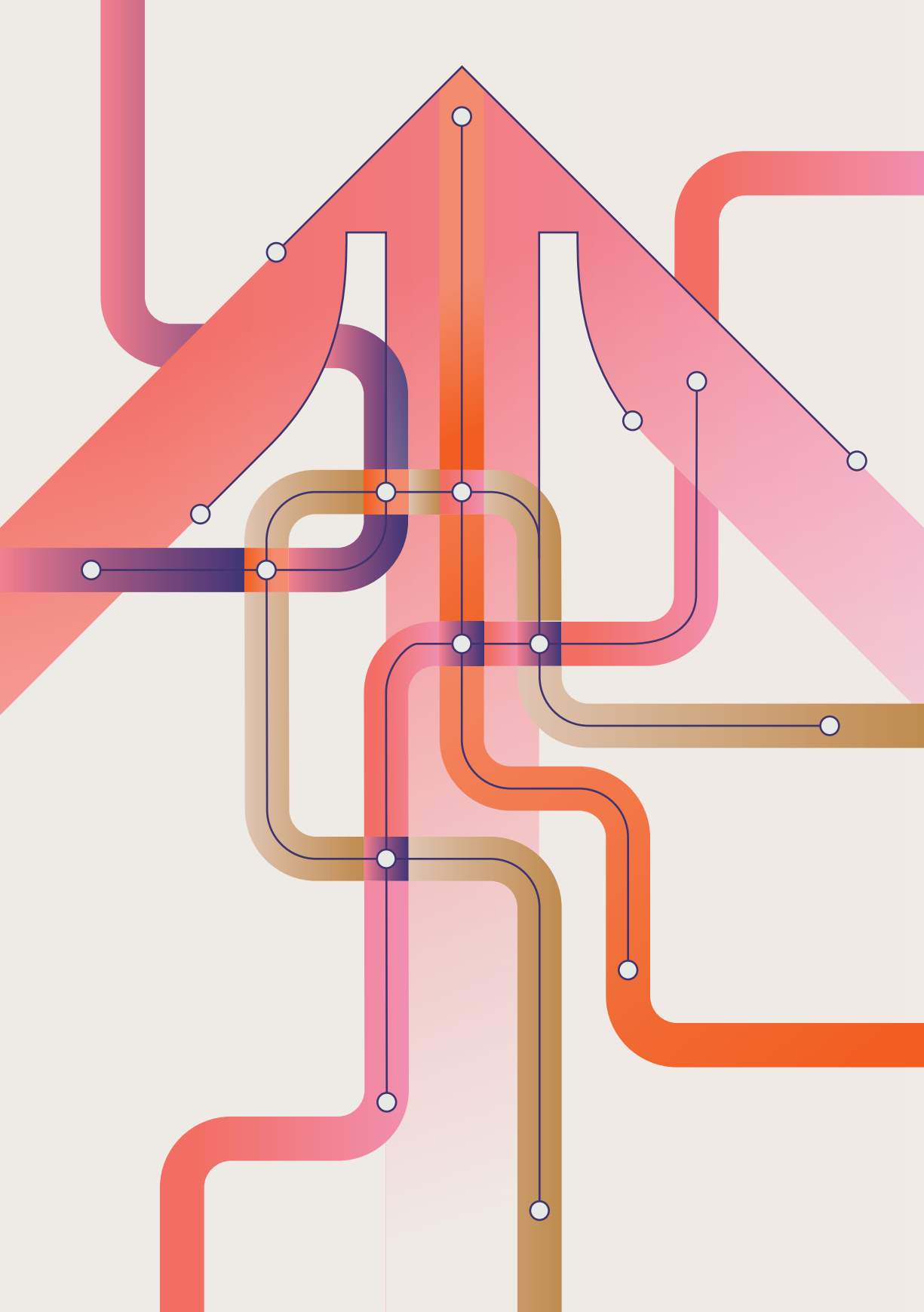
Gartnerová, E. et al., 2023–2026. Muzea bez bariér: Výzkum přístupnosti expozičních textů a typografie. Projekt TAČR, č. TL05000395. Interní výzkumné zprávy a datové soubory.

Nielsen, J., 2006. F-shaped Pattern for Reading Web Content [online]. Nielsen Norman Group [cit. 2026-07-22]. Dostupné z: <https://www.nngroup.com/articles/f-shaped-pattern-reading-web-content-discovered/>

Pelli, D. G. a Tillman, K. A., 2008. The uncrowded window of object recognition. *Nature Neuroscience*, 11(10), s. 1129–1135.

Projekt TAČR Muzea bez bariér, 2023–2026. Muzea bez bariér: Inkluzivní komunikace v muzeích a galeriích. Výzkumný projekt. Zlín: Fakulta multimediálních komunikací UTB ve Zlíně. Financováno Technologickou agenturou České republiky (TAČR).

Sweller, J., 1988. Cognitive load during problem solving: Effects on learning. *Cognitive Science*, 12(2), s. 257–285.



5.3

Orientace
a navigace

Romana Zábojová

97

Muzea a galerie mohou být na orientaci složité. Publikum nemusí snadno najít vstup, pokladnu, toalety nebo konkrétní výstavu. Nepřehledný prostor pak může vyvolávat nejistotu, někdy i stres. Tato kapitola se věnuje orientaci a navigaci v muzeích a galeriích. Přináší doporučení, díky kterým se publikum v prostoru cítí bezpečně a samostatně.

Jak se publikum (ne)ztratí

Dobrý navigační systém snižuje stres ze ztráty orientace. Špatné řešení ho naopak prohlubuje. Co pomáhá lidem s dyslexií, pomáhá nakonec i dalším lidem v publiku. Dobrý navigační systém vychází ze znalosti toho, kudy se publikum pohybuje a kde nejčastěji tápe. Pro lepší srozumitelnost je dobré vycházet z pravidel a zvyklostí, které se běžně využívají ve veřejném prostoru. Lidé potřebují informace jasně uspořádané. Orientační prvky by je měly průběžně ujišťovat, že jdou správným směrem. Ve stresu nebo při kognitivních a zdravotních obtížích je důležité, aby publikum prostoru rozumělo intuitivně. Pomáhají mu k tomu jasné fyzické orientační prvky.

Co říká výzkum

Z hlediska teorie prostorové orientace rozlišují Golledge et al. (2000) pojmy navigace a wayfinding. Navigace označuje pohyb po předem určené trase. Wayfinding je situační skládání cesty ze segmentů různých tras s využitím dostupných podnětů prostředí. Pojem se zabydlel i v českém prostředí a odpovídá na zásadní otázku: „Jak člověk chápe prostor a pozná, kam má jít?“

Pohyb po expozici není náhodný. Vzniká vzájemným působením prostorového uspořádání, viditelnosti a atraktivity objektů, umístění vstupů a východů i podle toho, s jakým záměrem člověk do expozice přichází (Davey, 2026).

U univerzálních cílů, jako jsou toalety, výtahy, základní služby nebo

únikové cesty, je vhodné využívat standardizované a mezinárodně rozpoznatelné symboly (ISO, 2019; ISO, 2023).

Při pohybu ve vícepodlažních budovách se uplatňují různé strategie. V nejistotě je typická takzvaná strategie centrálního bodu: lidé volí známé prostory, a to i za cenu delší trasy (Hölscher et al., 2006).

Digitální technologie pomáhají

Digitální technologie by měly fungovat jako neviditelný průvodce, který odstraňuje bariéry a rozšiřuje prožitek z výstavy. Pomáhají především tím, že odbourávají takzvanou „textovou bariéru“ a nahrazují ji přístupnějšími formáty.

Mobilní aplikace a QR kódy umožňují upravit psaný text na displeji telefonu podle vlastních potřeb. Komplexní souvislosti obecnostvo snáze pochopí skrze vizuální animace a rozšířenou realitu (AR), které abstraktní texty mění v názorné a prožitkové vjemy. Digitální dimenze by měla publiku nabízet hlavně možnost vybrat si pro každého ideální smyslový kanál. Konkrétním digitálním nástrojům, jako jsou QR kódy nebo převod textu na řeč, se věnuje kapitola „Nástroje a praktická opatření“.

Co říká výzkum

Digitální technologie umožňují přizpůsobit prezentaci informací individuálním potřebám publika, jeho jazykové úrovni nebo odbornosti. Propojením virtuálního informačního prostoru s reálným prostředím se digitální obsah stává hmatatelnějším a intuitivnějším (Tselios et al., 2008).

Přirozený pohyb doprava

Výzkum i praxe ukazují, že velká část publika jde automaticky doprava. Tento způsob pohybu se objevuje opakovaně v galeriích, muzeích i dalších výstavních prostorách. Publikum si často trasu vědomě neplánuje, ale po vstupu se intuitivně stočí na pravou stranu a pokračuje po prostoru v určitém okruhu. Tato tendence může souviset s každodenní zkušeností s pravostranným provozem nebo s obecnými návyky pohybu v prostoru.

Co říká výzkum

Jedna z participantek našeho šetření popsala svůj pohyb v galerii takto: „Tak nějak intuitivně jsem šla vpravo. Jakože většinou asi tady v téhle galerii chodím vpravo, že udělám takhle kolečko a pak až to levé.“ S tímto chováním je proto důležité počítat při plánování trasy, rozmístění exponátů i orientačních prvků. Úvodní panely je vhodné začínat na pravé straně. První třetina trasy by měla nabízet nejširší koridory, aby nevznikaly stresující zácpy. Ze stejného důvodu by neměla obsahovat klíčový exponát (Bitgood, 2011).

Klíčem k řízení toku publika je respektování jeho přirozeného instinktu odbočovat doprava a pohybovat se proti směru hodinových ručiček. Pomalejší i rychlejší chodci musí mít dost místa na bezpečné míjení. V kruhovém prostoru se publikum přirozeně drží podél stěn. Exponáty je proto vhodné nechat na vnějším obvodu a odpočinkovou zónu umístit do klidného středu sálu.

Inkluzivní značení

Inkluzivní přístup ke značení vychází z principu univerzálního designu. Ten je od počátku navržený tak, aby byl použitelný pro co nejširší okruh lidí. Není ho tedy třeba dodatečně upravovat pro konkrétní skupiny. V prostředí kulturních institucí to znamená propojení textových a obrazových prvků. Texty by přitom měly používat jednoduchý a srozumitelný jazyk (plain language). V celém orientačním systému používejte stejné názvy a pojmy. Součástí inkluzivního a multimodálního značení mohou být také akustické orientační prvky. Patří mezi ně například zvukové majáčky, které pomáhají publiku najít důležitá místa. Akustické informace doplňují vizuální a hmatové značení a rozšiřují možnosti orientace zejména pro osoby se zrakovým postižením. Díky kombinaci více způsobů předávání informací je prostředí přístupnější a srozumitelnější.

Co říká výzkum

Výzkumy v oblasti dopravního značení i veřejných interiérů shodně ukazují, že malá písmena (minusky) jsou pro informační systémy vhodnější než verzálky. Slova z minusek vytvářejí díky horním a dolním přetahům charakteristický tvar, který umožňuje rychlejší rozpoznání celých slov. Text psaný verzálkami tuto siluetu ztrácí a čtení zpomaluje (Oderkerk a Beier, 2022).

Personál jako klíčový bod

Personál je pro publikum důležitým orientačním i podpůrným bodem. Pomáhá mu zorientovat se v prostoru, odpovídá na dotazy a usnadňuje přístup ke službám i programu. Kontakt s personálem je často nejrychlejší a nejjistější způsob, jak získat informace nebo pomoc. K podpůrnému personálu patří také ostraha, která může publiku pomoci s orientací, zodpovědět základní dotazy nebo zprostředkovat další pomoc. Ochotná a srozumitelná komunikace personálu proto výrazně ovlivňuje celkový zážitek z návštěvy i pocit bezpečí a přijetí.

Personál ale není jen orientační bod. Ovlivňuje i to, jak se lidé v instituci cítí a jak rozumějí obsahu. Jak personál vyškolit v inkluzivní komunikaci a zapojit ho do přípravy výstav, rozpracovává kapitola „Nástroje a praktická opatření“.

Co říká výzkum

- Výzkumy potvrzují, že to, co za zajímavé považují odborníci a odbornice (vedení, kurátorský tým, specialistky a specialisté), se často neshoduje s očekáváním a přáním publika. Ve studii vnímal „hlavní příběh“ výstavy jen jeden z šesti lidí v publiku. I v tom případě se jeho výklad neshodoval se záměrem kurátorského týmu, který výstavu uspořádal podle témat tvorby, řemesla a interpretace (Spiro et al., 2025).
- Zkušenost z Moravské galerie ukazuje, že klíčem k úspěchu je zapojit lektorský tým už do tvorby koncepce výstavy, ne až jako průvodce po hotové výstavě. Výstava je pak od základu stavěná tak, aby byla srozumitelná veřejnosti (Kaňkovská a Rozbořil, 2023).

Orientační a hmatové plány slouží k orientaci v prostoru a plánování trasy. Senzorická mapa se naproti tomu soustředí na smyslové podněty, ne na cestu, a podrobně se jí věnuje kapitola „Prostředí“.

Piktogramy

Piktogramy jsou vhodné k označení obecně srozumitelných míst a cílů (toalety, výtahy, nouzové východy). Hůř ale fungují u odborných nebo specializovaných míst, pro která neexistuje běžný a jednoznačný symbol. Podle našeho výzkumu jsou piktogramy při orientaci velmi důležité. Aby byly co nejsrozumitelnější, je vhodné kombinovat symbol s krátkým textovým popisem. Tato kombinace potvrzuje význam symbolu a snižuje riziko nepochopení.

Zároveň je důležité používat jednoduché a běžně známé symboly, které vycházejí z toho, jak lidé obrazům běžně rozumějí. U grafického ztvárnění je klíčová jednoduchost, vysoký kontrast, srozumitelnost a konzistence.

Co říká výzkum

- Barevné piktogramy účastnice a účastníci výzkumu rozlišovali lépe než černobílé verze. Jen 5 % z nich uvedlo, že vnímá pouze symbol, barvu ne. (Projekt TAČR Muzea bez bariér, 2023–2026)
- Výzkum dále prokázal, že vnímání barevnosti piktogramů nezávisí na míře dyslexie. (Projekt TAČR Muzea bez bariér, 2023–2026)
- Nadpoloviční většina respondentek a respondentů uvedla, že srozumitelné označení toalet by mělo být standardem bez ohledu na pohlaví. Z nabízených možností ale označila genderově neutrální symboly za nápomocné jen 2 % z nich. (Projekt TAČR Muzea bez bariér, 2023–2026)
- Nejvíce lidí (55 %) preferuje tradiční symboly. Ukázky piktogramů, které v testování dopadly nejlépe, znázorňuje obrázek 1. (Projekt TAČR Muzea bez bariér, 2023–2026)
- Při testování piktogramu pro výtah se jako nejsrozumitelnější ukázala varianta s postavou uvnitř kabiny. Piktogram se znázorněnými dveřmi byl pro účastnice a účastníky matoucí – zaměňovali jej za běžný vstup nebo nákladní výtah. (Projekt TAČR Muzea bez bariér, 2023–2026)

- Accessible Icon Project dokládá, že i zdánlivě jednoduché informační symboly mohou nést důležité kulturní a společenské významy. Projekt mimo jiné představuje upravený symbol vozíčkáře, který klade důraz na aktivitu a autonomii člověka se zdravotním postižením. Cílem není změnit význam piktogramu, ale posílit dojem aktivity a lidské samostatnosti (Accessible Icon Project, 2026).



Obrázek 3: Ukázka piktogramů (výtah, zákaz fotografování, únikový východ), které respondentky a respondenti výzkumu označili za nejsrozumitelnější (Projekt TAČR Muzea bez bariér, 2023–2026)

Šipky a značení

Nutnost využít orientační systém závisí na velikosti prostoru galerie či muzea. U menších a přehledných výstav většinou není nutné používat pevné značení prostoru. Pokud je ale trasa složitější nebo méně jasná, může být značení užitečnou pomůckou. Publiku může pomoci číslování exponátů nebo jednotlivých zastavení, případně i šipky. Ty mohou ukazovat doporučený směr pohybu a zpřehledňovat trasu. Pomáhá to publiku lépe chápat strukturu výstavy a sledovat postup po trase. Orientační systém zároveň snižuje nejistotu nebo stres z možného zabloudění.

Přemíra šipek, orientačních pokynů a dalších navigačních prvků na zemi či na stěnách mohou vytvářet nežádoucí vizuální smog. Nadměrné množství informací soupeří o pozornost. Navíc narušuje přehlednost i estetickou kvalitu expozice. Místo podpory orientace tak mohou přispívat k informačnímu zahlcení, kdy publikum věnuje více pozornosti navigačním prvkům než samotnému obsahu výstavy. Výjimku tvoří výstavy, které jsou záměrně navrženy k volnému procházení a vlastnímu objevování.

Brožury a mapy

Brožury a mapy jsou důležitou součástí orientace. Hlavně u větších expozic pomáhají publiku lépe pochopit prostor. Publikum si pak snáz naplánuje prohlídku a během návštěvy se cítí jistěji. Pro lidi se specifickými poruchami učení je brožura s mapkou klíčovým pomocníkem. Z našeho výzkumu vyplývá, že publikum bez diagnózy ji často využívá hlavně k ověření, že vidělo všechny části expozice. Lidem s dyslexií nebo jinými obtížemi se čtením může pomoci lépe pochopit obsah i prostorové uspořádání výstavy.

Co říká výzkum

Z našeho výzkumu vyplývá, že k odneseným materiálům se po návštěvě vrací jen malá část publika. Ilustruje to výpověď jedné z participantek: „Beru si to, ale spíš jako památku, ne jako něco, k čemu bych se vracela a listovala v tom.“ (Projekt TAČR Muzea bez bariér, 2023–2026)

Návštěvu mohou usnadnit i detailní průvodci, například ve formě PDF. Takový materiál krok za krokem popisuje průběh návštěvy – od příjezdu a parkování přes šatnu až po klidové zóny (viz kapitola „Nástroje a praktická opatření“). Snižuje nejistotu i úzkost a podporuje plynulejší a klidnější návštěvnickou zkušenost.

Publiku mohou s orientací pomoci i hmatové plány. Usnadňují publiku se zrakovým postižením nejen orientaci v prostoru, ale pomáhají získat lepší představu o vystavených objektech. Hmatový plán může ukázat rozmístění jednotlivých místností, trasu prohlídky nebo důležité orientační body. Vedle orientačních a hmatových plánů existují také senzorické mapy, které zachycují informace o hluku, ostrém světle a klidových zónách. Podrobně se jim věnuje kapitola „Prostředí“.

Co říká výzkum

- U mladé generace (12–27 let) se potvrdilo, že čím častější jsou potíže se čtením, tím nižší je frekvence návštěv kulturních institucí. (Projekt TAČR Muzea bez bariér, 2023–2026)
- Mapky výstavních prostor mohou zlepšit zážitek z výstavy – přibližně třetině respondentek a respondentů by ho zlepšily informační materiály, letáky a brožury. (Projekt TAČR Muzea bez bariér, 2023–2026)
- I přes jasné instrukce se asi tři čtvrtiny participantů a participantek našeho výzkumu zastavily u pokladny, aby si potvrdily směr prohlídky. Nejistotu vyvolalo i schodiště, a to navzdory upozornění předem, že po něm nemají jít.

(Projekt TAČR Muzea bez bariér, 2023–2026)

Kurátorský tým: Kurátorský tým odpovídá za to, jak publikum výstavu „čte“ a jak na sebe její části logicky navazují. Požádejte někoho zvenčí, aby výstavu prošel a popsal svou zkušenost. U testované osoby pak vyhodnoťte: byla si ve všech částech jistá? Našla vše, co hledala? Pochopila správně váš záměr?

Grafický tým: Zpřehledněte složité trasy. Pokud je cesta členitá, využijte šipky nebo číslování exponátů pro snazší sledování postupu výstavou.

Vedení instituce: Personál je klíčovým orientačním bodem a aktivním navigátorem. Investujte do jeho proškolení. Kustodky a kustodi musí vědět, jak správně navigovat a komunikovat s různými skupinami publika. Ochotná a srozumitelná komunikace týmu u publika přímo ovlivňuje pocit bezpečí. Projděte si celou trasu od tramvajové zastávky nebo parkoviště až po poslední sál společně s někým z publika. Hned vám ukáže místa, kde se navigace stává nesrozumitelnou. Náprava není finančně náročná, ale návštěvnický zážitek výrazně lepší.

Kontrolní body pro tuto oblast najdete v příloze „Checklist“, v části „Orientace a navigace“

Klíčové body

- Kvalitní navigační systém předává nejen informace, ale především snižuje stres a nejistotu publika.
- Informace o dispozici prostoru nebo trase by měly být dostupné už před návštěvou.
- Publikum se v prostoru nepohybuje náhodně. Většina lidí intuitivně zahýbá doprava a při nejistotě se vrací do známých bodů.
- Kombinujte symbol s textem. Samotný piktogram bez textu funguje jen pro toho, kdo symbol už zná.
- U složitějších prostor pomáhá k pochopení struktury výstavy číslování exponátů nebo šipky ukazující doporučený směr.
- Mapy a brožury mohou publiku posloužit k plánování cesty i k ověření, že vidělo všechny části expozice.
- Prvky, které pomáhají lidem s dyslexií, usnadňují orientaci úplně všem.

Zdroje

Accessible Icon Project, 2010–2026. The Accessible Icon Project [online]. Boston: Accessible Icon Project [cit. 2026-05-30]. Dostupné z: <https://accessibleicon.org/>

Bitgood, S., 2011. Social Design in Museums: The Psychology of Visitor Studies. Edinburgh: MuseumsEtc. ISBN 978-1-907697-20-3.

Davey, G., 2026. Understanding visitor path choice and enhancing wayfinding in museums: A critical review of a century of research. Curator: The Museum Journal, 69(2), s. 225–232.

Golledge, R. G., Jacobson, R. D., Kitchin, R. a Blades, M., 2000. Cognitive maps, spatial abilities, and human wayfinding. Geographical Review of Japan, 73(2), s. 93–104.

Hölscher, C. et al., 2006. Up the down staircase: Wayfinding strategies in multi-level buildings. Journal of Environmental Psychology, 26(4), s. 284–299.

ISO 7010:2019. Graphical symbols – Safety colours and safety signs – Registered safety signs. Geneva: International Organization for Standardization, 2019.

ISO 7001:2023. Graphical symbols – Registered public information symbols. Geneva: International Organization for Standardization, 2023.

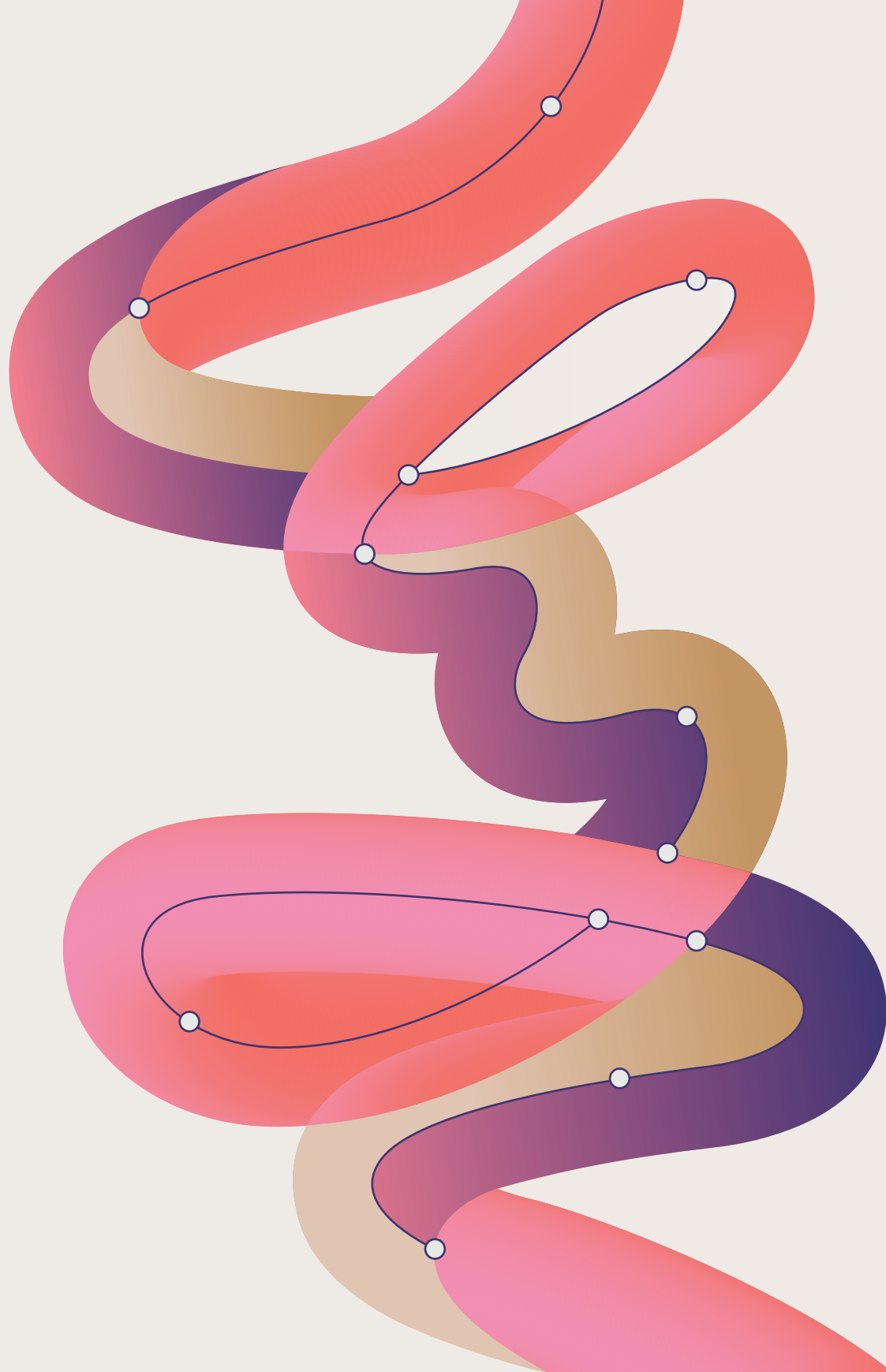
Kaňkovská, A. a Rozbořil, B., 2023. Transformation of educational work in state-established galleries in the Czech Republic – situation in Moravian Gallery. Tudásmenedzsment, 24(2), s. 173–185.

Oderkerk, C. A. T. a Beier, S., 2022. Fonts of wider letter shapes improve letter recognition in parafovea and periphery. Ergonomics, 65(5), s. 753–761.

Projekt TAČR Muzea bez bariér, 2023–2026. Muzea bez bariér: Inkluzivní komunikace v muzeích a galeriích. Výzkumný projekt. Zlín: Fakulta multimediálních komunikací UTB ve Zlíně. Financováno Technologickou agenturou České republiky (TAČR).

Spiro, N. et al., 2025. New methods for measuring shared and divergent visitor experience: A pilot study at the Royal College of Music Museum. Proceedings of the Human Factors and Ergonomics Society Annual Meeting, 69(1), s. 1016–1021.

Tselios, N. et al., 2008. Design for mobile learning in museums. In: Lumsden, J. (ed.). Handbook of Research on User Interface Design and Evaluation for Mobile Technology. Hershey: IGI Global, s. 252–271. ISBN 978-1-59904-807-9.



5.4

Interaktivní
prvky

Martina Juříková

111

Interaktivní prvky pomáhají proměnit návštěvu muzea nebo galerie z pasivního pozorování na aktivní zážitek. Mohou mít podobu dotykových modelů, obrazovek, videí, zvukových instalací nebo aktivit, které návštěvnictvo vybízí k objevování a zapojení. Pomáhají lidem lépe porozumět obsahu výstavy, déle si jej zapamatovat a vytvořit si k němu vlastní vztah.

Interaktivní prvky splní svůj účel jen tehdy, když je lidé snadno použijí a rozumějí jim. Tato kapitola proto ukazuje, jak je navrhovat pro co nejširší okruh lidí. Zaměřuje se na jednoduché ovládání, jasné instrukce, ovládání videa a audia, zapojení více smyslů i předcházení zahlcení. Ukazuje také, jak interaktivní prvky podporují samostatnost, pohodlí a aktivní zapojení publika.

Jednoduché a předvídatelné ovládání

Interaktivní prvky fungují nejlépe tehdy, když jsou jednoduché, intuitivní a předvídatelné. Publikum by nemělo přemýšlet nad tím, jak technologii používat, ale soustředit se na samotný obsah výstavy. Jednotné principy ovládání napříč celou expozicí pomáhají vytvářet pocit jistoty při používání digitálních i fyzických prvků. Pokud například jedna obrazovka využívá horizontální posun, stejný princip by měl platit i u dalších interaktivních zařízení.

Jednoduché ovládání pomáhá lidem, kteří nemají mnoho zkušeností s digitálními technologiemi. Využijí ho například senioři a seniorky, lidé se specifickými poruchami učení nebo publikum, které se běžně neselekává se složitějšími digitálními nástroji. Interaktivní prvky zde neslouží jako technická atrakce. Pomáhají lidem snadněji se dostat k informacím a lépe porozumět obsahu výstavy.

Co říká výzkum

- Složitě nebo nejednotně rozhraní zvyšuje kognitivní zátěž a odvádí pozornost od obsahu výstavy. (Marconcini, 2022)
- Komplikované ovládání může vytvářet nové bariéry zejména pro publikum s nižšími technologickými zkušenostmi. (Avni et al., 2025)
- Konzistentní a předvídatelné ovládání podporuje pocit kontroly, samostatnosti a bezpečí při návštěvě kulturních institucí. (Cerdan Chiscano a Jiménez-Zarco, 2021)

Jasně výzvy a instrukce

Pokud není na první pohled jasné, jak interaktivní prvek funguje, potřebuje jednoduché a srozumitelné vysvětlení. Lidé by měli rychle pochopit, co mohou dělat, jak prvek používat a co se stane po jeho spuštění. Nejlépe fungují krátké a konkrétní pokyny.

V muzeích a galeriích jsou lidé zvyklí se exponátů nedotýkat. Pokud není jasně uvedeno, že je možné interaktivní prvek používat, mohou mít obavu, že něco poškodí nebo poruší pravidla. Jasně instrukce a viditelné výzvy k interakci jim dodávají jistotu a usnadňují zapojení do výstavy.

Jednoznačné výzvy publikum ujišťují, že se prvku mohou dotýkat nebo jej používat. Taková komunikace odbourává nejistotu a podporuje aktivní zapojení do výstavního zážitku. Nejlépe fungují přímé pokyny, například „Dotkni se mě“, „Přejeď prstem“ nebo „Stiskni pro spuštění“. Takové formulace jsou srozumitelnější než obecné výzvy typu „Prozkoumej mě“ nebo „Objev více“.

Co říká výzkum

- Lidé s prvky často neinteragují proto, že si nejsou jistí, zda je interakce dovolena a bojí se poškození exponátu. (Projekt TAČR Muzea bez bariér, 2023–2026)
- Obava z „nesprávného použití“ technologie nebo z narušení pravidel instituce se objevovala napříč různými věkovými skupinami publika. (Projekt TAČR Muzea bez bariér, 2023–2026)
- Při testování instrukcí se ukázalo, že formulace typu „Prozkoumej mě“ byly pro část publika příliš nejednoznačné. (Projekt TAČR Muzea bez bariér, 2023–2026)
- Odborné studie potvrzují, že jasné instrukce snižují nejistotu a podporují aktivní participaci publika. (Hodson, Svanda a Dadashi, 2023)

Zapojení více smyslů

Současné výstavy stále častěji pracují s multisenzorickými prvky. Tyto prvky vedle vizuální složky zapojují také zvuk, hmat, pohyb nebo čich. Zapojení více smyslů pomáhá zpřístupnit obsah širšímu spektru publika a podporuje intenzivnější prožitek z výstavy.

Multisenzorické prvky zároveň umožňují návštěvníkům pracovat s obsahem způsobem, který mu nejvíce vyhovuje. Někteří lidé si informace lépe zapamatují prostřednictvím zvuku, jiní prostřednictvím hmatu nebo pohybu. Příliš mnoho podnětů ale lidi snadno zahltlí. Citlivá práce s jejich množstvím tomu předchází.

Co říká výzkum

- Když výstava zapojí více smyslů, posílí to zapamatovatelnost i intenzitu zážitku. (Falk a Dierking, 2013)
- Zapojení více smyslů, například zraku, sluchu nebo hmatu, pomáhá zpřístupnit informace různými způsoby zároveň. Lidé si tak mohou vybrat způsob, který jim nejvíce vyhovuje. (Ji et al., 2024)

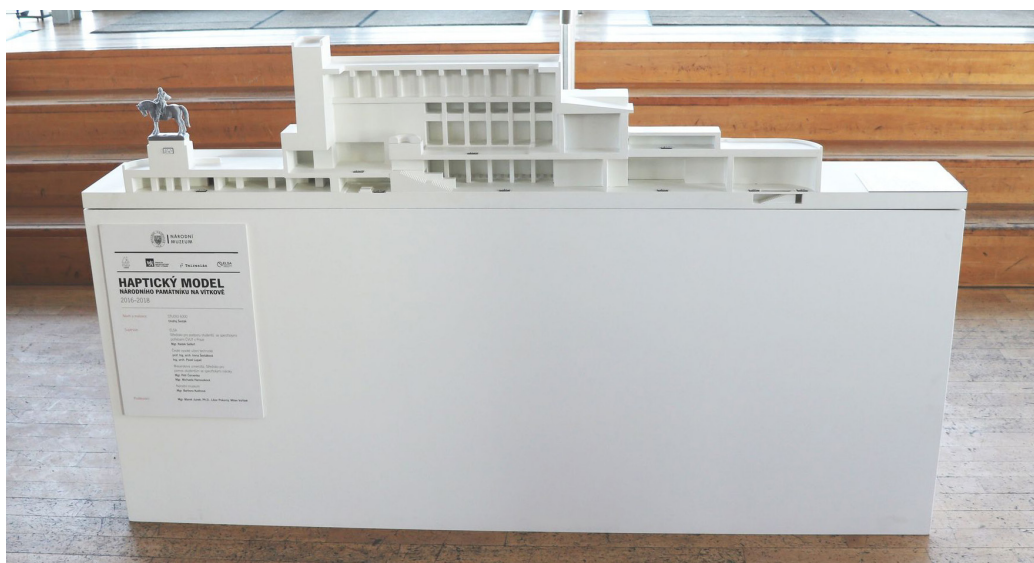
- Haptické prvky intuitivně využívají například lidé s dyslexií, kterým pomáhají lépe porozumět obsahu a zapamatovat si informace. (Projekt TAČR Muzea bez bariér, 2023–2026)
- Příliš mnoho různých podnětů najednou, například zvuků, textů, videí a interaktivních prvků, může publikum zahlcovat a ztěžovat mu soustředění. (Mesquita, Caldeira a Carneiro, 2022)
- Na druhou stranu kombinace více typů interakce zohledňuje návštěvnické zkušenosti a rozdílné preference pro vnímání obsahu. (Fang, Xia a Diao, 2025)

Ukázkou dobré praxe je například projekt **Multisensory Met** v **The Metropolitan Museum of Art**, který pracoval se zapojením zraku, sluchu, hmatu i čichu. Cílem bylo rozšířit tradiční muzejní zážitek založený převážně na pozorování a nabídnout návštěvníkům více způsobů, jak umělecká díla prožít a interpretovat. Projekt ukázal, že zapojení více smyslů může prohlubovat vztah k vystaveným objektům a podporovat intenzivnější zážitek z návštěvy.



Obrázek 4: Návštěvník zažívá projekt Multisensory Met na veletrhu MediaLab Expo na jaře 2015. Zapojení čichu umocňuje jeho zážitek z díla. Popis obrázku: Návštěvník ve výstavním sále přičichává k obrazu.

Příkladem dobré praxe v českém prostředí je haptický model Národního památníku na Vítkově, který vytvořilo Národní muzeum ve spolupráci s odborníky na přístupnost. Model kombinuje hmatové a vizuální informace a pomáhá návštěvníkům se zrakovým postižením samostatně se orientovat v prostoru.



Obrázek 5: Haptický model Národního památníku na Vítkově.
Popis obrázku: Bílý haptický model Národního památníku na Vítkově na vysokém bílém podstavci. Model zachycuje členitou střechu s terasami a rastrem oken. Na levé části střechy stojí malá jezdecká socha. Na přední straně podstavce je tabulka s nápisem „Haptický model“.

Dalším příkladem je nová **expoze Město v čase v Muzeu Prahy**, která propojuje digitální modely, interaktivní prvky, projekce a prostorový zvuk. Oba projekty ukazují, že zapojení více smyslů může pomáhat nejen lidem se specifickými potřebami, ale zlepšovat návštěvnický zážitek širšímu publiku.



Obrázek 6: Expoze Město v čase v Muzeu Prahy.
Popis obrázku: Tmavý sálový prostor s nástropní freskou a kruhovým světlíkem. Uprostřed stojí návštěvnice zády k divákovi před třemi velkými kulatými projekčními plochami. Na nich je zobrazena panoramatická projekce města. Před projekcemi je půlkruhová sedací lavice. Instalace je součástí expoze Město v čase v Muzeu hlavního města Prahy.

Zdroje k příkladům

- Multisensory Met, The Metropolitan Museum of Art: <https://www.metmuseum.org/perspectives/multisensory-met>
- Haptický model Národního památníku na Vítkově, Národní muzeum: <https://www.nm.cz/o-nas/novinky/narodni-muzeum-predstavilo-hapticky-model-narodniho-pamatniku-na-vitkove>
- Expozice Město v čase, Muzeum Prahy: <https://www.muzeumprahy.cz/vystavy-a-akce/expozice-mesto-v-case-pribehy-z-19-stoleti-ozivaji>

Interaktivita podporuje individuální prožitek

Interaktivní prvky umožňují lidem procházet výstavu vlastním tempem a vybírat si způsob práce s obsahem podle individuálních potřeb a preferencí. Publikum se tak nestává pouze příjemcem informací, ale aktivním účastníkem výstavního zážitku.

Když si lidé mohou sami vybrat, jak budou s interaktivním prvkem pracovat, cítí se při návštěvě jistěji a pohodlněji. Mají větší kontrolu nad tím, co a jak budou objevovat, a více se do výstavy zapojují. Interaktivní prvky tak nejsou jen technickým doplňkem, ale pomáhají zpřístupnit obsah různým skupinám návštěvnictva a podporují jejich aktivní účast na výstavním zážitku.

Co říká výzkum

- Současné muzeologické přístupy chápou publikum jako aktivní spoluautory a spoluautorky významu výstavy. (Hashim, Mohd Taib a Alias, 2014)
- Výzkumy ukazují, že možnost aktivní participace zvyšuje míru

zapojení, pozornosti i zapamatování obsahu. (Derda, 2024)

- Možnost volby způsobu interakce podporuje pocit samostatnosti a komfortu při návštěvě kulturních institucí. (Hodson, Svanda a Dadashi, 2023)

Kontrola nad videem a zvukem

Audiovizuální prvky jsou důležitou součástí současných výstav. Publikum však často přichází k videu až v jeho průběhu a potřebuje se zorientovat v obsahu. Lidé proto potřebují video spustit od začátku, zastavit nebo upravit jeho hlasitost. Pomáhá také ukazatel, v jaké části smyčky se video právě nachází.

K orientaci v obsahu patří i titulky. U českého audia v praxi často chybí české titulky, přitom pomáhají neslyšícím a nedoslýchavým lidem i návštěvnictvu v hlučnějším prostoru. U cizojazyčného audia pomáhají titulky české i anglické. Přepis mluveného slova navíc umožní vrátit se k obsahu vlastním tempem.

Podobně i audioprůvodci fungují nejlépe tehdy, když nabízejí více možností použití. Někteří lidé preferují vlastní sluchátka, jiným více vyhovují malé reproduktory. Když mají lidé na výběr, přizpůsobí si návštěvu vlastním potřebám a preferencím.

Co říká výzkum

- Lidé ve výzkumu opakovaně uváděli frustraci z videí, která nebylo možné přehrát znovu nebo u nich nebylo možné regulovat hlasitost. (Projekt TAČR Muzea bez bariér, 2023–2026)
- Část publika oceňuje audioprůvodce jako „odpočinek pro oči“, zatímco jiní při současném sledování exponátu a poslechu zažívají kognitivní přetížení. (Mesquita, Caldeira a Carneiro, 2022)

- Návštěvnictvo potřebuje individuální tempo práce s informacemi a možnost vrátit se k obsahu. (Hodson, Svanda a Dadashi, 2023)

Méně je někdy více

Dobře navržený interaktivní prvek publikum nepřetěžuje nadměrným množstvím informací ani podnětů. Vyvážená kombinace textu, obrazu, zvuku a pohybu podporuje soustředění na obsah výstavy. Publikum by nemělo muset sledovat několik různých zdrojů informací najednou. Pokud interaktivní prvek kombinuje text, obraz, zvuk a aktivní ovládání, lidé by s nimi měli pracovat postupně a vlastním tempem.

Důležité je také rozmístění interaktivních prvků v prostoru. Pokud je příliš mnoho interaktivních instalací soustředěno na jednom místě, mohou se jejich zvukové, světelné nebo pohybové efekty vzájemně rušit a odvádět pozornost od obsahu výstavy. S dostatečným odstupem si interaktivní prvky navzájem nekonkurují a umožní návštěvnictvu soustředěný a nerušený zážitek.

Co říká výzkum

- Kombinace více podnětů bez jasné struktury může publikum zahlcovat a zhoršovat orientaci v obsahu. (Marconcini, 2022)
- Kognitivní přetížení se objevuje zejména v situacích, kdy musí lidé současně sledovat obraz (dílo), číst text a poslouchat audio. (Mesquita, Caldeira a Carneiro, 2022)
- Návštěvnictvo potřebuje individuální tempo práce s informacemi a možnost vrátit se k obsahu. (Hodson, Svanda a Dadashi, 2023)

Interaktivní prvky potřebují dlouhodobou péči

Interaktivní prvky nejsou jednorázovou investicí. Aby dobře sloužily návštěvnictvu po celou dobu výstavy, potřebují pravidelnou kontrolu, údržbu a jasně nastavenou odpovědnost za provoz. Nefunkční obrazovka, vybitá baterie nebo poškozená sluchátka mohou znemožnit přístup k obsahu a snížit kvalitu návštěvy.

Plán interaktivního prvku proto počítá nejen s pořízením, ale i s životním cyklem, servisem a personálním zajištěním. Návrh by měl odpovědět na otázku, kdo bude prvek kontrolovat, jak často proběhne údržba a jak instituce vyřeší případné poruchy.

Co říká výzkum

- Dlouhodobá udržitelnost interaktivních prvků závisí nejen na kvalitě návrhu, ale také na organizačním a personálním zajištění provozu. (Marconcini, 2022)
- Studie zaměřené na inkluzivní design zdůrazňují, že přístupnost musí být součástí celého životního cyklu služby nebo produktu, nikoliv pouze fáze návrhu. (Cerdan Chiscano a Jiménez-Zarco, 2021)

Kurátorský tým: Při návrhu interaktivních prvků sledujte, zda návštěvnictvo rychle pochopí, co má dělat. Nechte si interaktivní instalace vyzkoušet lidmi mimo tým, který výstavu připravoval, a sledujte, kde váhají nebo potřebují dodatečné vysvětlení. Pokud lidé tápou, zjednodušte ovládání nebo instrukce.

Grafický tým: Navrhujte instrukce tak, aby byly viditelné a čitelné přímo v prostoru výstavy. Testujte, zda lidé snadno najdou tlačítka, pokyny nebo možnosti ovládání videa a audia. Důležité informace by měly být stručné, kontrastní a umístěné v blízkosti interaktivního prvku.

Produkční tým: Ke každému interaktivnímu prvku vytvořte jednoduchý provozní plán. Určete, kdo kontroluje funkčnost, kdo mění baterie, kdo řeší poruchy a jak rychle mají být závady odstraněny. Testujte interaktivní prvky v reálném provozu: ověřujte, zda lze snadno znovu přehrát video, upravit hlasitost nebo intuitivně ovládat digitální rozhraní. Sledujte také, zda technologie reagují dostatečně rychle a nevytvářejí frustraci při používání.

Edukační tým: Při práci s interaktivními prvky počítejte s různými způsoby učení a vnímání. Kombinujte obraz, zvuk, hmat nebo pohyb tak, aby si lidé mohli vybrat způsob práce s obsahem, který jim nejvíce vyhovuje. Vyhýbejte se ale zahlcení příliš mnoha podněty najednou.

Personál výstavy: Všimněte si, u kterých interaktivních prvků lidé nejčastěji váhají nebo potřebují pomoc. Tyto situace mohou ukazovat na nejasné instrukce nebo složité ovládání. Zpětná vazba od návštěvníků může pomoci interaktivní prvky dále upravovat a zlepšovat.

Vedení instituce: Před pořízením interaktivního prvku si položte otázku: „Kdo se o něj bude starat za půl roku?“ Do rozpočtu zahrňte nejen nákup, ale také servis, aktualizace, náhradní díly a pracovní kapacitu na údržbu. Zahrňte testování interaktivních prvků do běžné přípravy výstav. Stejně jako se kontrolují texty nebo grafika, je důležité ověřovat i srozumitelnost ovládání, instrukcí a celkový návštěvnícký zážitek. I malé úpravy mohou výrazně zvýšit přístupnost a komfort návštěvy. Kontrolní body pro tuto oblast najdete v příloze „Checklist“, v části „Interaktivní prvky“.

Klíčové body

- Interaktivní prvky pomáhají návštěvníkům lépe porozumět obsahu a aktivně se zapojit do výstavy.
- Interaktivní prvky fungují nejlépe, když jsou jednoduché a intuitivní. Jasné instrukce dodají lidem jistotu, že se prvků mohou dotýkat a používat je.
- Zapojení více smyslů, například zvuku, hmatu nebo pohybu, podporuje zapamatovatelnost a zpřístupňuje obsah různým skupinám návštěvníků.
- Příliš mnoho podnětů nebo složité ovládání může návštěvníky zahlcovat a odvádět pozornost od obsahu výstavy.
- Možnost volby a kontroly nad interakcí podporuje pocit samostatnosti, bezpečí a komfortu při návštěvě.

Zdroje

Avni, Y., Danial-Saad, A., Sheidin, J. a Kuflik, T., 2025. Enhancing museum accessibility for blind and low vision visitors through interactive multimodal tangible interfaces. *International Journal of Human-Computer Studies*, 198, 103469.

Cerdan Chiscano, M. a Jiménez-Zarco, A. I., 2021. Towards an inclusive museum management strategy: An exploratory study of consumption experience in visitors with disabilities. *Sustainability*, 13(2), s. 660.

Derda, I., 2024. Museum exhibition co-creation in the age of data: Emerging design strategy for enhanced visitor engagement. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 30(5), s. 1596–1609.

Falk, J. H. a Dierking, L. D., 2013. *The Museum Experience Revisited*. London: Routledge. ISBN 978-1-315-41785-1.

Fang, K., Xia, H. a Diao, C., 2025. Exploring interactive museum experiences through multisensory perception. *International Theory and Practice in Humanities and Social Sciences*, 2(1), s. 252–264.

Hashim, A. F., Mohd Taib, M. Z. a Alias, A., 2014. The integration of interactive display method and heritage exhibition at museum. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 153, s. 308–316.

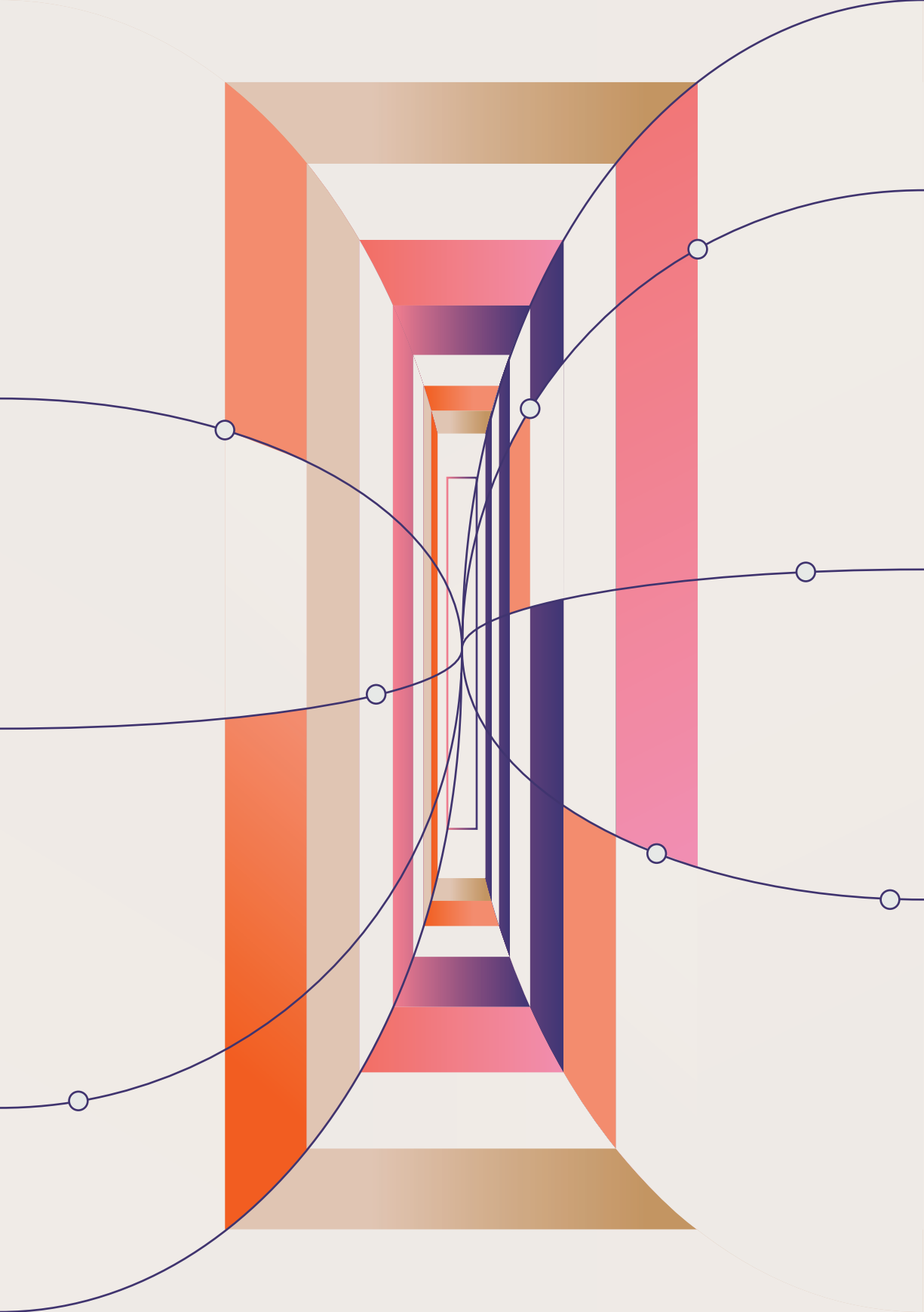
Hodson, E., Svanda, A. a Dadashi, N., 2023. Whom do we include and when? Participatory design with vulnerable groups. *CoDesign*, 19(4), s. 269–286.

Ji, Y. et al., 2024. Design innovation and user experience of sensory interactive experience in museum exhibition space. In: *Innovative Design and Intelligent Manufacturing*. Amsterdam: IOS Press.

Marconcini, S., 2022. Inclusive design strategies for museums: Targets and remarks for wider access to culture. *Protection of Cultural Heritage*, 14.

Mesquita, S., Caldeira, A. a Carneiro, M., 2022. What facilitates or constrains co-creation in museums? The case of people with visual impairments. *Disability & Society*, 39, s. 1–24.

Projekt TAČR Muzea bez bariér, 2023–2026. *Muzea bez bariér: Inkluzivní komunikace v muzeích a galeriích*. Výzkumný projekt. Zlín: Fakulta multimediálních komunikací UTB ve Zlíně. Financováno Technologickou agenturou České republiky (TAČR).



5.5

Prostředí

Romana Zábojová

127

Váš prostor mluví k publiku i bez textů. Světlo, zvuk a členitost prostoru utvářejí to, čemu říkáme pasivní prostředí, a tím i to, jak lidé výstavu prožijí. Dobře navržené pasivní prostředí vede publikum intuitivně, bez zvýšeného úsilí, a zároveň určuje, nakolik je výstava přístupná různým skupinám. Tato kapitola ukazuje, jak prostor vnímat a upravit tak, aby se v něm všichni cítili bezpečně a snadno se orientovali.

Jak vytvořit podpůrný prostor

Umění může být nástrojem péče, podpory a obnovy psychických sil. Pomáhá lidem cítit se psychicky lépe a funguje jako místo, kde si mohou odpočinout, načerpat energii a znovu získat soustředění i emoční rovnováhu. Tento potenciál ale přímo závisí na kvalitě prostředí: nadměrný hluk, vizuální přetíženost nebo nevhodné osvětlení ho výrazně oslabují.

Co říká výzkum

- Souvislost mezi kvalitou prostředí a psychickou pohodou v muzeu doložil výzkum: prostředí, které zahlcuje smysly, oslabuje schopnost umění působit jako zdroj zotavení. (Šveb Dragija a Jelinčić, 2022)
- Za největší bariéry návštěvy označili účastníci a účastnice výzkumu: abstraktní téma bez jasného sdělení, příliš mnoho lidí, rušné prostředí, hluk, vizuální chaos a špatnou orientaci v prostoru. „Když jsou tam davy, nemám chuť tam vůbec jít.“ (Projekt TAČR Muzea bez bariér, 2023–2026)
- Mladí dospělí od návštěvy naopak očekávají inspiraci, kreativitu, vnitřní klid, emoci a reflexi i objevování nového. „Chci, aby mě to nějak zasáhlo, aby mě to přinutilo přemýšlet, cítit.“ (Projekt TAČR Muzea bez bariér, 2023–2026)

V první řadě je vhodné omezit hluk a vytvořit klidnější zóny. Důležité je také nepřetěžovat publikum příliš velkým množstvím podnětů. To znamená méně textů, přehledné uspořádání a dostatek volného prostoru bez pocitu zahlcení. Významnou roli hraje i osvětlení, které by mělo být jemné, rovnoměrné a ne příliš ostré.

Pro větší komfort je vhodné zařazovat odpočinková místa, kde si lidé mohou sednout a chvíli jen v klidu být. Důležité je také, aby se v prostoru dobře orientovali. Pomáhá jasné značení a logické uspořádání expozic, které snižuje stres a nejistotu.

Senzorická přístupnost

Zahlcení smyslovými podněty představuje jednu z nejvýznamnějších a systematicky podceňovaných bariér. Senzorické parametry veřejných prostor, jako jsou intenzita osvětlení, hluk či přeplněnost, mohou být zásadně limitující. Senzorická přístupnost neusiluje o odstranění všech podnětů. Jde o vytvoření prostředí, ve kterém mají lidé větší kontrolu nad tím, jak prostor používají a prožívají.

Co říká výzkum

- Fyzické prostředí přímo podmiňuje, nakolik se publikum dokáže věnovat exponátům. Nevhodné světlo, akustický ruch nebo matoucí prostorová dispozice odvádějí pozornost od obsahu a vedou k takzvané muzejní únavě ještě dřív, než se člověk hlouběji zapojí. (Bitgood, 2013)
- V muzeích a knihovnách jsou klíčová opatření jako přizpůsobitelné osvětlení, omezení vizuálního šumu a předvídatelnost prostoru. Neprospívají jen publiku s autismem, ale všem lidem se zvýšenou senzorickou citlivostí. (Svaler, 2024)

Muzea a galerie na tyto potřeby reagují různě. Některá upravují samotné prostory, jiná nabízejí pomůcky pro větší komfort. V praxi to znamená například jasně označené a srozumitelné uspořádání prostoru, klidové zóny s možností tlumeného nebo nastavitelného osvětlení, dostupné senzorické pomůcky a proškolený personál.

K nejběžnějším senzorickým pomůckám patří:

- Sluchátka proti hluku: Ztlumí hlasité zvuky v sálech a uleví uším.
- Senzorická mapa: Plánek galerie, který ukazuje, kde je hodně hluku nebo světla a kde jsou naopak klidná místa na odpočinek. Cílem je pomoci publiku dopředu pochopit prostředí a lépe si naplánovat návštěvu tak, aby byla příjemná a zvládnutelná. V českém prostředí se s nimi teprve začíná, ale ve světových muzeích jde o standard. Příkladem může být Science Museum v Londýně, které nabízí senzorickou mapu jako „manuál na přežití“. Používají jednoduché ikony pro přeplněná místa, hlučné expozice (např. kde běží motory) a ostré nebo blikající světlo. Odkaz na mapu: <https://www.sciencemuseum.org.uk/sites/default/files/2026-03/SensoryMap.pdf>

Senzorické pomůcky mohou být k dispozici na recepci, často ve formě sensory bags (senzorických vaků nebo tašek). Tato opatření fungují nejlépe tehdy, když jsou zavedena společně a tvoří jeden propojený systém podpory.

Co říká výzkum

Senzorické mapy jsou jednoduché plánky prostoru. Ukazují, jaké smyslové podněty publikum kde zažije, kde jsou klidové zóny, hlasitější oblasti i silné zdroje světla. Lidé si podle nich mohou naplánovat trasu podle vlastních potřeb. (Watchorn et al., 2025b)

Pocit bezpečí a koncentrace

Základní strategie snižování kognitivní zátěže v muzejním prostředí se vzájemně doplňují. Jde o tzv. klidové zóny (nazývané také quiet zones nebo calm rooms) a vyhrazené hodiny se sníženou senzorickou stimulací, tzv. klidové hodiny (quiet hours).

Tato opatření jsou obzvláště užitečná pro publikum, které vnímá smyslové podněty jinak a potřebuje klidnější, méně rušivé a lépe předvídatelné prostředí. Mohou ale přispívat k celkové pohodě a hlubšímu prožitku všech, kteří preferují klidnější prostředí.

Publikum oceňuje, když muzeum či galerie na webu jasně a srozumitelně informuje o tom, kdy quiet hours probíhají. Dalším pomocníkem může být zobrazení aktuálního počtu lidí na webových stránkách instituce.

Co říká výzkum

- Pobyt v prostředí se sníženou senzorickou zátěží může prokazatelně snižovat hladinu kortizolu a pomáhat regeneraci psychických sil. (Powers Tomasso, Białowolski a Spengler, 2025)
- Klidové zóny jsou vyhrazené prostory se záměrně sníženou intenzitou podnětů: tlumené osvětlení, zvukově pohlcující materiály, pohodlné sezení a klid bez vnějšího ruchu. (Watchorn et al., 2025a)
- Klidové hodiny tuto logiku rozšiřují na celý prostor instituce. Muzeum při nich záměrně tlumí hluk i osvětlení, omezuje počet lidí a zpřístupňuje klidové zóny. (MacLennan et al., 2023)

Členitost prostoru a bariéry v pohybu

Prostorové uspořádání galerie či muzea má přímý vliv na to, jak snadno a pohodlně se v něm publikum pohybuje. Místo aby se lidé museli přizpůsobovat prostoru, měl by být prostor navržen tak, aby vycházel vstříc jejich potřebám.

Co říká výzkum

- Důležitou roli hraje princip prospect-refuge: pocit bezpečí plynoucí z toho, že má člověk záda krytá a zároveň volný výhled vpřed. Tento princip prokazatelně navozuje klid a snižuje úzkost. (Dosen a Ostwald, 2016)
- Časté fyzické bariéry jsou schody bez dostupné alternativy, úzké průchody u vitrín, exponáty v krajních výškách, chybějící místa k odpočinku nebo nepřehledné sociální zařízení. Instituce by proto měla zajistit dostatečně široké a průchozí cesty, přístupné výtahy a bezbariérové toalety.
- Důležité je i sezení s různými výškami a typy opěr, aby vyhovovalo lidem na vozíku, s kočárky či chodítkem i lidem s chronickou bolestí. (Prandi et al., 2023)

Zapojení smyslů

Multisenzorický přístup zapojuje více našich smyslů najednou. Kromě exponátů může publikum vnímat také zvuky, dotýkat se vybraných materiálů, procházet specificky upraveným prostorem nebo zachytit vůně spojené s tématem expozice.

Pamatujte, že vůně ale mohou některým lidem ublížit. Silné pachy způsobují potíže lidem s astmatem, alergií nebo senzorickým přetížením. Varujte proto publikum ještě před návštěvou:

- **Na webu:** Napište jasné varování do sekce s praktickými informacemi o výstavě. Návštěvnictvo se tak může na situaci připravit, nebo se rozhodnout, že tuto část výstavy raději vynechá.
- **U vstupu do výstavy:** Umístěte viditelnou ceduli nebo piktogram na dveře či stěnu těsně před začátkem expozice. Návštěvnictvo tak dostane poslední možnost se otočit a vyhnout se prostoru.

Co říká výzkum

- Multisenzorický přístup využívá souhru zraku, sluchu, hmatu a čichu a posiluje celkovou pozornost i zapamatovatelnost obsahu. Vůně upevňuje paměťovou stopu, hudba pomáhá strukturovat prostorový zážitek a hmatové prvky výrazně posilují zapojení lidí s omezeným zrakem. (Luo, Doucé a Nys, 2024)
- Zážitek mohou pozvednout doprovodné programy, například workshopy, kde si lidé něco vyzkoušejí a tvoří, nebo komentované prohlídky. Přes 40 % účastníků a účastnic výzkumu uvádí, že tyto formy doprovodného programu by jim zážitek z výstavy zlepšily. (Projekt TAČR Muzea bez bariér, 2023–2026)

Tento způsob prezentace umění pomáhá lidem lépe porozumět vystaveným dílům a prožít je intenzivněji. Zároveň zpřístupňuje galerijní prostředí širšímu publiku, včetně lidí, pro které je čistě vizuální vnímání méně přirozené nebo náročné. Multisenzorický přístup tak podporuje hlubší zážitek a činí návštěvu srozumitelnější, přitažlivější a otevřenější různým způsobům vnímání.

Světlo

Světlo má zásadní vliv na to, jak publikum vnímá prostor i samotná umělecká díla. Nejde jen o to, aby bylo na exponáty vidět. Důležité je také, jak se v prostoru lidé cítí, jak se orientují a jestli se v něm pohybují s jistotou.

Různé typy osvětlení mohou výrazně ovlivnit atmosféru výstavy. Příliš ostré nebo silně kontrastní světlo může být nepříjemné, unavovat oči a odvádět pozornost od exponátů. Naopak velmi tlumené nebo nerovnoměrné osvětlení může ztěžovat orientaci v prostoru a způsobovat, že část publika některé části výstavy přehlédne nebo se jim vyhne.

Důležitá je také plynulost přechodů mezi jednotlivými částmi výstavy. Náhlé změny světla, například z velmi světlého prostoru do tmavého, mohou být pro některé lidi dezorientující nebo nepříjemné. Naopak postupné a jemné přechody pomáhají udržet pocit komfortu a bezpečí.

Promyšlené nakládání se světlem není jen estetické rozhodnutí. Ovlivňuje přístupnost, čitelnost prostoru i celkový zážitek z návštěvy. Osvětlení v českých muzeích a galeriích upravuje technická norma, která dává muzejní praxi jasný metodický rámec.

Norma pro osvětlení výstav

ČSN P CEN/TS 16163: Ochrana kulturního dědictví: Směrnice a postupy pro výběr vhodného osvětlení vnitřních výstav. (Česká agentura pro standardizaci, 2015)

Práce se zvukem

Jemná podkresová hudba je vnímána pozitivně. Může pomáhat vytvářet klidnou atmosféru a podporovat celkový zážitek z prostoru. Naopak hlasitá videa umístěná v blízkosti textových panelů působí jako výrazný rušivý prvek a znemožňují soustředění na čtení. Vysoká hlasitost videa výrazně znesnadňuje porozumění kurátorským textům i doprovodným materiálům. Z tohoto důvodu je klíčové, aby hudba nebyla vnímána jako povinná součást prostředí, ale jako prvek, se kterým lze pracovat flexibilně. To znamená nabídnout publiku možnost hudbu vypnout, nebo se jí zcela vyhnout. Stejně důležité je i informovat publikum ještě vstupem, aby si mohlo samo zvolit prostředí, které mu vyhovuje. Hudba tedy není univerzálním standardem výstavy, ale volitelným nástrojem.

Co říká výzkum

Účastníci a účastnice výzkumu oceňují možnost zapojit více smyslů: „Já vnímám jako velký plus zapojení jakýchkoliv dalších smyslů. Když to výstava umožňuje, třeba nějaké video nebo jako poslechový průvodce, nebo když si na něco jako můžu sáhnout. Používat zrak nevnímám jako unavující. Říkám si, je lepší, když se to kombinuje. Já si myslím, že jsem sama od sebe zapojila i hmat, když jsem sahala na to posezení.“ (Projekt TAČR Muzea bez bariér, 2023–2026)

Audioprůvodce se jeví jako spolehlivý způsob výkladu. Důležitá je zde ale možnost volby. Část publika audioprůvodce používá ráda, jiní lidé dávají přednost tichu nebo čtení textů. Proto je dobré, když má publikum na výběr z více způsobů, jak získat informace, například texty na panelech, brožury nebo QR kódy. Podrobně se audioprůvodcům věnuje kapitola „Interaktivní prvky“.

Audioprůvodce by měl být součástí vyváženého prostředí, které nepůsobí přehlcujícím nebo rušivým dojmem a umožňuje vnímat obsah vlastním tempem.

Aroma

Zapojení čichu dokáže vyvolat okamžitou emoci a hluboký zážitek. Je třeba ale pracovat velmi opatrně. Vůně má sílu přenést publikum v čase. Například jemný závan dehtu a kouře v expozici o průmyslové revoluci nebo vůně sušených bylin v historické lékárně dokážou atmosféru dokreslit lépe než tisíc slov. Čichové podněty by však neměly působit volně v celém prostoru. Pro lidi se senzorickým přetížením, s astmatem nebo alergií může být intenzivní vůně bariérou.

Pohodlí

Pohodlí publika ovlivňuje, jak dlouho se lidé v expozici zdrží, jak vnímají výstavu a jestli se do prostoru rádi vrací. Patří sem možnost si sednout, odpočinout si během prohlídky nebo si dát pauzu, když je výstava delší či náročná. Proto je třeba zajistit možnost posezení v místech, kde se dá tato potřeba předpokládat (například u projekcí). Místa k posezení je ovšem nutné jasně označit. Lidé si

často nejsou jisti, zda jde o exponát, nebo o odpočinkovou zónu. Důležité je také zajistit dostatek prostoru pro pohyb, aby se v úzkých místech nikdo nemusel tlačit nebo vyhýbat.

Každý člověk má jiné potřeby. Někdo chce projít výstavu rychle, jiný se zastavuje u každého detailu. Pohodlné prostředí by mělo umožnit obě varianty bez tlaku nebo stresu. Pohodlí tak není doplňkový prvek, ale základní součást kvalitního návštěvnického zážitku.

Kurátorský tým: Mladší generace vnímá abstraktní témata bez jasného sdělení jako bariéru. Hledejte cesty, jak obsah propojit s emocí a reflexí. Zavádějte klidové hodiny a vyhrazené časy se sníženou stimulací, které ocení nejen neurodivergentní skupiny, ale i lidé hledající klid.

Grafický tým: Minimalizujte vizuální šum. Příliš mnoho podnětů a vizuální chaos vedou k únavě a snižují schopnost vnímat exponáty.

Vedení instituce: Upravte prostor galerie či muzea (jasně označené sezení, práce s hlukem a světlem). Zaveďte organizační změny (například klidové hodiny) a nabídněte publiku senzorické pomůcky. Finančně nenáročná investice do těchto opatření a do proškolení personálu pomůže vytvořit místo, kde umění skutečně pomáhá regenerovat síly.

Kontrolní body pro tuto oblast najdete v příloze „Checklist“, v části „Prostředí“.

Klíčové body

- Prostor mluví bez textů: světlo, zvuk a členitost bud' intuitivně publikum podporují, nebo mu vytvářejí bariéry.
- Lidé se cítí klidněji v členitějších prostorech, kde mají krytá záda a zároveň volný výhled vpřed.
- Hluk, vizuální chaos a přehlednost jsou hlavními bariérami nejen pro lidi se specifickými poruchami učení, ale pro citlivější publikum obecně.
- Zapojení více smyslů (sluch, hmat, čich) vedle zraku prokazatelně posiluje zapamatovatelnost obsahu a upevňuje paměťovou stopu.
- Muzeum či galerie může zvyšovat psychickou pohodu, pokud funguje jako prostor pro obnovu pozornosti a emoční rovnováhy.

Zdroje

Bitgood, S., 2013. Attention and Value: Keys to Understanding Museum Visitors. Walnut Creek: Left Coast Press. ISBN 978-1-61132-250-7.

Česká agentura pro standardizaci, 2015. ČSN P CEN/TS 16163 (16 0122): Ochrana kulturního dědictví – Směrnice a postupy pro výběr vhodného osvětlení vnitřních výstav. Praha: Česká agentura pro standardizaci.

Dosen, A. S. a Ostwald, M. J., 2016. Evidence for prospect-refuge theory: a meta-analysis of the findings of environmental preference research. City, Territory and Architecture, 3(1), 4.

Luo, D., Doucé, L., a Nys, K., 2024. Multisensory museum experience: an integrative view and future research directions. Museum Management and Curatorship, 41(2), s. 212–239.

MacLennan, K. et al., 2023. "It is a big spider web of things": Sensory experiences of autistic adults in public spaces. Autism in Adulthood, 5(4), s. 411–422.

Powers Tomasso, L., Białowolski, P. a Spengler, J. D., 2025. Stress reduction from landscape painting and live nature viewing: a comparative experimental study. Journal of Global Health, 15:04146.

Prandi, C., Barricelli, B. R., Mirri, S. a Fogli, D., 2023. Accessible wayfinding and navigation: a systematic mapping study. Universal Access in the Information Society, 22, s. 185–212.

Projekt TAČR Muzea bez bariér, 2023–2026. Muzea bez bariér: Inkluzivní komunikace v muzeích a galeriích. Výzkumný projekt. Zlín: Fakulta multimediálních komunikací UTB ve Zlíně. Financováno Technologickou agenturou České republiky (TAČR).

Svaler, T. B., 2024. On making libraries and museums more accessible for autistic people. IFLA Journal, 50(1).

Šveb Dragija, M. a Jelinčić, D. A., 2022. Can museums help visitors thrive? Review of studies on psychological wellbeing in museums. Behavioral Sciences, 12(11), 458.

Watchorn, V. et al., 2025a. "A calm space to reset": perceptions of sensory rooms in Australian public buildings. Archnet-IJAR: International Journal of Architectural Research, 20(3), s. 545–564.

Watchorn, V., Tucker, R., Hitch, D. a Frawley, P., 2025b. Co-designing autism-friendly museums: insights from autistic individuals and museum professionals. Disability & Society, 41(1), s. 1–22.



6

Legislativní
rámec

Nicole Fryčová

141

Tato část vám poskytne vhled do právních norem, od Úmluvy OSN po české předpisy, které v kultuře definují povinnost zajišťovat přístupnost. Pro vedení i kurátorský tým je materiál zásadní: vysvětluje, že přístupnost není jen projevem dobré vůle, ale závaznou právní povinností, jejíž nedodržení může být vnímáno jako diskriminace.

Čtenářstvo získá praktické nástroje pro srozumitelnou komunikaci, digitální přístupnost a odstraňování fyzických bariér v souladu s platnými technickými standardy. Pochopení rozdílu mezi univerzálním designem a přiměřenými opatřeními vám navíc umožní efektivněji plánovat inkluzivní programy a budovat instituci otevřenou skutečně všem.

Úmluva OSN o právech osob se zdravotním postižením

Úmluva OSN o právech osob se zdravotním postižením (dále jen „Úmluva“) je v současné době nejvýznamnějším dokumentem mezinárodního práva v oblasti práv lidí se zdravotním postižením. Jde o komplexní dokument, který upravuje všechny oblasti života, přičemž každá oblast je upravena v samostatném článku.

Vznik a závaznost Úmluvy

Úmluvu přijalo Valné shromáždění OSN dne 13. prosince 2006 jako osmou lidskoprávní úmluvu, a to v reakci na to, že lidé se zdravotním postižením i přes předchozí úmluvy nadále čelili diskriminaci. Česká republika Úmluvu přijala 30. března 2007 a po ratifikaci pro ni vstoupila v platnost 28. října 2009. Tím se Úmluva stala pro Českou republiku závazným právním předpisem nadřazeným ostatním předpisům, které s ní musí být v souladu. Nejde tedy pouze o doporučující dokument. Zdroj: čl. 10 Ústavy České republiky.

Lidmi se zdravotním postižením jsou podle článku 1 Úmluvy lidé, kteří mají „dlouhodobé fyzické, duševní, mentální nebo smyslové postižení, které v interakci s různými překážkami může bránit jejich plnému a účinnému zapojení do společnosti na rovnoprávném základě s ostatními“. Jde o velmi širokou definici, která není limitována pouze medicínskou diagnózou. Zahrnuje všechny lidi, kteří se v každodenním životě kvůli svému zdravotnímu stavu potýkají s překážkami, které jim brání dosáhnout svého potenciálu a plně se začlenit do společnosti.

Celý text Úmluvy je třeba vykládat v souladu se základními hodnotami, na kterých dokument stojí. Podle článku 3 Úmluvy k nim patří úcta k přirozené důstojnosti, individuální nezávislost, možnost svobodného rozhodování, svébytnost a zákaz diskriminace. Tento výčet doplňují i principy jako rovnost šancí či přístupnost.

Z textu Úmluvy by měly vycházet veškeré evropské i vnitrostátní právní předpisy a veškeré strategické materiály, protože smluvní stranou Úmluvy je mimo jiné i Evropská unie jako celek.

Evropská unie jako smluvní strana

Evropská unie se k Úmluvě jako smluvní strana připojila v roce 2011.

Přístupná kultura ve světle Úmluvy

Přístupnosti v nejširším slova smyslu se věnuje článek 9 Úmluvy. Ten státům zakládá povinnost zajistit na rovnoprávném základě mimo jiné přístup k fyzickému prostředí, informacím a službám. V kulturním kontextu se tato opatření týkají zejména odstraňování bariér ve veřejně přístupných budovách, jako jsou muzea, divadla či galerie, a zajištění přístupnosti informací a komunikace.

Na obecnou úpravu přístupnosti navazuje článek 21, který garantuje svobodu projevu a přístup k informacím prostřednictvím forem komunikace dle vlastní volby. Pro kulturní využití je klíčový požadavek

poskytovat informace v přístupných formátech a technologiích vhodných pro publikum s různými potřebami, a to bez toho, aby muselo vynakládat dodatečné výdaje. Mezi tyto formy můžeme řadit například informace ve srozumitelném jazyce (plain language) či snadném čtení (easy-to-read) či v dalších alternativních formátech přístupných lidem se zrakovým postižením (například texty v Braillově písmu, ve zvětšeném formátu či v digitální podobě) nebo se sluchovým postižením (například překlady do českého znakového jazyka).

Speciální úpravu pak přináší článek 30 Úmluvy, který zaručuje účast na kulturním životě. Státy, které jsou smluvní stranou Úmluvy, jsou povinny zajistit přístup ke kulturním materiálům, televizním programům, filmům, divadlu a jiným kulturním činnostem v přístupných formátech.

Dále je nutné zajistit přístup na místa určená pro kulturní aktivity, jako jsou divadla, muzea, kina, knihovny a služby pro turisty, a v co největší možné míře i přístup k historickým památkám a významným místům národního kulturního dědictví. Požadavky na přístupnost se vztahují i na historické a chráněné památky.

Obecný komentář Výboru OSN k přístupnosti

Obecný komentář Výboru OSN pro práva osob se zdravotním postižením k přístupnosti (dále jen „obecný komentář“) byl zveřejněn 22. května 2014. Mimo jiné se v něm uvádí, že nezáleží na tom, zda je provozovatel kulturního zařízení soukromou, či veřejnou osobou.

Všechny subjekty, které poskytují služby široké veřejnosti, a to i prostřednictvím internetu, se vyzývají, aby poskytovaly informace a služby v přístupných a použitelných formátech pro lidi s různými potřebami.

Obecný komentář též pojednává o rozdílu mezi přístupností a přiměřeným opatřením. Obecně mají jak přístupnost, tak přiměřená opatření za cíl pomoci lidem se zdravotním postižením naplnit jejich práva.

Pro lepší představu uvádíme konkrétní příklad. Přístupnost znamená, že publikum s těžkým zrakovým postižením přijde do galerie a automaticky tam najde popis obrazu v Braillově písmu, zvětšeném černotisku a dalším alternativním formátu. Přiměřené opatření by naopak bylo, kdyby galerie publiku na jeho konkrétní žádost umožnila hmatovou prohlídku sochy, která běžně k dotýkání určena není.

Přístupnost a přiměřené opatření, v čem se liší

Přístupnost lze chápat jako povinnost zajišťovat bezbariérové prostředí, informace, komunikaci nebo služby s důrazem na univerzální design (možnost užívat prostředí či službu, přijímat informace nebo komunikovat bez dalších speciálních úprav pro co nejširší množství uživatelstva). Naproti tomu přiměřená opatření představují speciální úpravy pro konkrétního člověka se speciálními potřebami. Zajištění přístupnosti je tak širší koncept než zajištění přiměřených opatření.

Zdroj: obecný komentář Výboru OSN č. 2 (2014); veřejný ochránce práv.

Doposud se Výbor OSN pro práva osob se zdravotním postižením věnoval otázkám přístupnosti kultury v rámci individuálních stížností občanů pouze velmi okrajově. Většina dosavadní činnosti Výboru ve vztahu k článku 30 se tak omezuje téměř výhradně na všeobecná doporučení vydávaná jednotlivým státům v rámci pravidelného monitorování.

Tato doporučení se navíc v minulosti často úzce zaměřovala pouze na oblast autorského práva a provádění Marrákešské smlouvy, která usnadňuje přístup k literatuře pro nevidomé. V odborné literatuře je proto článek 30 považován za jedno z nejméně prozkoumaných lidských práv v celém systému Úmluvy.

Případ Henley

Prakticky jedinou významnější záležitostí, která se tohoto tématu přímo dotýkala, byl případ Australanky Henley. Ta si stěžovala na chybějící audiopopis v televizním vysílání. I v tomto rozhodnutí se však Výbor soustředil primárně na obecnou povinnost zajistit přístupnost podle článku 9, namísto hlubšího rozboru specifického práva na účast v kulturním životě.

Zdroj: rozhodnutí Výboru OSN, věc Henley.

Marrákešská smlouva

Marrákešská smlouva představuje přelomový právní milník v oblasti inkluzivního přístupu ke kulturnímu a vědeckému dědictví. Její hlavní mechanismus spočívá v zakotvení povinné a harmonizované výjimky z autorského práva. Ta umožňuje oprávněným institucím zhotovovat, distribuovat a mezinárodně sdílet autorskoprávně chráněná díla v přístupných formátech (například v Braillově písmu, jako audioknihy či ve specifických digitálních formátech) bez nutnosti předchozího souhlasu nositelů práv.

Klíčový společenský dopad smlouvy přitom dalece přesahuje komunitu lidí se zrakovým postižením. Legislativní definice příjemců výhod totiž explicitně zahrnuje široké spektrum uživatelstva. Jedná se o lidi se specifickými poruchami učení a vnímání textu (například s těžkou formou dyslexie) i osoby, jejichž pohybové možnosti jim ztěžují běžnou práci s tištěnou knihou, třeba otočit stránku nebo udržet pohled na textu.

Marrákešská smlouva v datech

Marrákešskou smlouvu (oficiálně „Marrákešská smlouva o usnadnění přístupu k publikovaným dílům nevidomým a zrakově postiženým osobám či osobám s jinými poruchami čtení“) přijala Světová organizace duševního vlastnictví (WIPO) v roce 2013. V České

republice jakožto členském státě Evropské unie je Marrákešská smlouva účinná od 1. ledna 2019, a to po ratifikaci smlouvy Evropskou unií jako celkem v říjnu 2018. Do českého právního řádu, konkrétně do autorského zákona, ji zapracovala novela s účinností od února 2019.

Přístupnost podle právních předpisů Evropské unie

V této části se zaměřujeme pouze na právní předpisy související s přístupností informací.

Směrnice o přístupnosti internetových stránek a mobilních aplikací

Směrnice o přístupnosti internetových stránek a mobilních aplikací nařizuje subjektům veřejné správy, aby své weby a aplikace udržovaly přístupné pro všechny uživatele, tedy vnímatelné, ovladatelné, srozumitelné a stabilní. Díky tomu je mohou lidé se zdravotním postižením efektivně používat pomocí asistivních technologií či specializovaných programů, které mají k dispozici. Na soukromé provozovatele se tato směrnice nevztahuje.

Přijetí směrnice

Směrnice o přístupnosti internetových stránek a mobilních aplikací byla přijata dne 26. října 2016.

Zdroj: směrnice 2016/2102.

Do českého právního řádu směrnici zavedl český zákon o přístupnosti internetových stránek a mobilních aplikací. Podrobněji se mu věnuje část o českých právních předpisech.

Na úrovni Evropské komise vzniká celá řada doporučujících dokumentů, jak psát srozumitelně. Týká se to především úředních textů, ale uvedená pravidla lze použít i v dalších oblastech, včetně kultury.

Praktický manuál: Jak psát srozumitelně

Příručku „Jak psát srozumitelně“ vydalo Generální ředitelství pro překlady Evropské komise. Je oficiálně přeložena do všech úředních jazyků Evropské unie včetně češtiny. Obsahuje konkrétní doporučení, jako je vhodná délka vět, upřednostňování činného rodu před trpným, odstraňování složitých úředních konstrukcí či nutnost uvádět původce děje.

Zdroj: Generální ředitelství pro překlady Evropské komise.

Přístupnost kultury podle právních a doporučujících dokumentů České republiky

Digitální přístupnost v kultuře

Zákon o přístupnosti internetových stránek a mobilních aplikací zásadně ovlivňuje digitální prezentaci kulturního dědictví i institucí veřejného sektoru, jako jsou muzea, galerie či knihovny. Zákon těmto subjektům ukládá povinnost, aby své digitální platformy udržovaly vnímatelné, ovladatelné, srozumitelné a stabilní. Pro uživatelstvo se specifickými potřebami je klíčový právě princip srozumitelnosti, který

vyžaduje, aby lidé informace i ovládání rozhraní snadno přečetli a pochopili.

Výjimky pro sbírkové předměty a dozor

V oblasti kultury zákon definuje specifické výjimky pro „položky sbírek kulturního dědictví“ (kam řadí kulturní památky, sbírkové předměty muzejní povahy, knihovní dokumenty a předměty kulturní hodnoty). Tyto položky nemusí splňovat požadavky na přístupnost v případech, kdy je to neslučitelné se zachováním jejich původnosti a pravosti, nebo pokud chybí technologické vybavení pro automatizovaný převod textu z historických rukopisů.

U ostatního obsahu platí povinnost odstraňovat bariéry. Na dodržování těchto pravidel ze strany kulturních institucí spravovaných státem, územním samosprávným celkem či právnickou osobou zřízenou zákonem dohlíží Digitální a informační agentura, která v této oblasti působí jako dozorový orgán. Zákon se nevztahuje na soukromé provozovatele kulturních institucí.

I na soukromé provozovatele kulturních zařízení se však vztahuje antidiskriminační zákon.

Antidiskriminační zákon

Antidiskriminační zákon zaručuje v českém právním řádu rovnost a chrání lidi před diskriminací v oblastech, které sám přesně (taxativně) vymezuje. Mezi tyto oblasti spadá také přístup ke službám pro veřejnost. V oblasti přístupnosti kultury platí toto pravidlo naprosto striktně. Právo totiž považuje nabídku kulturních institucí, divadelní i koncertní produkci a provozování památkových objektů za poskytování veřejných služeb.

Antidiskriminační zákon v České republice

Česká republika přijala antidiskriminační zákon v roce 2009.

Jako nepřímou diskriminaci z důvodu zdravotního postižení označuje antidiskriminační zákon také odmítnutí nebo opomenutí přijmout přiměřená opatření. Právě tato opatření přitom kdokoli se zdravotním postižením nezbytně potřebuje, aby mohl veřejné služby plnohodnotně využívat. Zákon sice připouští výjimku v situaci, kdy by takový krok představoval nepřiměřené zatížení, avšak toto posouzení podléhá přísnému testu proporcionality.

Test přiměřenosti, čtyři kritéria

Zákon žádá, aby poskytovatel posoudil čtyři věci najednou:

1. jaký užitek opatření přinese člověku se zdravotním postižením,
2. jestli je finančně únosné,
3. jestli existuje finanční nebo jiná pomoc na jeho realizaci,
4. jestli by náhradní opatření splnilo potřeby daného člověka.

Všechny čtyři je nutné zvážit společně, ne každou zvlášť.

Zdroj: antidiskriminační zákon.

Zákon zároveň výslovně uvádí, že za nepřiměřené zatížení se nikdy nepovažuje takové opatření, které je subjekt povinen uskutečnit podle zvláštního právního předpisu (například podle technických norem stavebního zákona). Tímto způsobem právo transformuje odstraňování bariér v kultuře z roviny pouhé společenské proklamace či charity na jasně definovanou a vymahatelnou právní povinnost.

Příkladem přiměřeného opatření je situace, kdy středně velké muzeum připravuje stálou expozici k historii města. V takovém případě je zcela žádoucí, aby součástí expozice byly texty ve srozumitelném jazyce i ve snadném čtení, popisky exponátů aby byly opatřeny Braillovým písmem a aby u nich byly QR kódy, přes které si lze přečíst informace v digitální podobě.

Naopak výjimka spočívající v nepřiměřené zátěži by se uplatnila v situaci, kdy malý spolek složený pouze z dobrovolníků pořádá víkendovou výstavu historických textů. Požadavek na zpřístupnění by v tomto případě představoval nepřiměřenou finanční zátěž, kterou i s ohledem na velmi krátkou dobu trvání výstavy nelze po malém spolku požadovat.

Fyzická přístupnost kulturní instituce

Aby byla kulturní instituce skutečně přístupná, musí splňovat četné požadavky na architektonickou přístupnost. Ty v českém prostředí podrobně definuje vyhláška o požadavcích na výstavbu a Česká technická norma Přístupnost a bezbariérové užívání. Oba tyto dokumenty uvádějí technické specifikace pro uspořádání veškerých prostor, které jsou určeny veřejnosti.

Doporučující dokumenty ke srozumitelným a snadnému čtení

Doprovodné texty bezpochyby patří k jakékoli instituci, nejen kulturní. Zásadní je psát je srozumitelnou formou, přičemž užší skupina publika ocení tyto texty také ve snadném čtení. Žádný český právní předpis sice srozumitelný ani snadné čtení přímo neupravuje, tato povinnost však vyplývá rovnou z Úmluvy. I proto v posledních letech vyšlo několik doporučujících dokumentů.

Doporučující dokument ochránce práv

Jedním z doporučujících dokumentů je publikace Kanceláře veřejného ochránce práv „Jak psát srozumitelně úřední texty“. Jak už z názvu vyplývá, publikace se zaměřuje na úřední texty, uvedená pravidla však lze aplikovat i na jakékoliv jiné texty, tedy i na doprovodné texty k výstavám, divadelním hrám a dalším kulturním akcím.

Zdroj: veřejný ochránce práv: Jak psát srozumitelně úřední texty.

Snadné čtení, zjednodušený jazyk, easy-to-read

Tato publikace používá termín snadné čtení (v české veřejné správě též zjednodušený jazyk, mezinárodně easy-to-read). Jde o užší a přísnější metodiku než srozumitelný jazyk (plain language). Podrobné vymezení obou pojmů i návod, jak takové texty tvořit, najdete v kapitole „Nástroje a praktická opatření“.

Zdroj: Ministerstvo vnitra ČR.

Vedení instituce: Ověřte, zda veškeré prostory vaší instituce umožňují samostatný pohyb publika na vozíku či doprovázejícího dítě v kočárku. Ověřte, zda jsou internetové stránky či mobilní aplikace instituce srozumitelné a ovladatelné pro lidi s různými potřebami. Zajistěte proaktivní přístup k různým potřebám publika prostřednictvím podpůrných opatření. Digitalizujte veškeré tištěné materiály (případně zajistěte jejich digitalizaci), aby byly přístupné publiku s postižením.

Závěr

- Zajištění přístupnosti v kultuře není pouhým projevem dobré vůle, ale závaznou právní povinností, jejíž nedodržení může být podle antidiskriminačního zákona vnímáno jako protiprávní jednání.
- Kulturní instituce by měly přednostně uplatňovat principy univerzálního designu, aby jejich prostředí, informace i služby byly automaticky využitelné co nejširším spektrem návštěvnictva bez

nutnosti dalších úprav.

- Informační přístupnost vyžaduje poskytování textů a digitálního obsahu v srozumitelných formátech, jako je srozumitelný jazyk pro širokou veřejnost či snadné čtení pro lidi s kognitivním znevýhodněním.
- Povinnost odstraňovat bariéry zahrnuje vedle architektonických úprav také zajištění digitální přístupnosti a poskytování přiměřených opatření pro individuální potřeby konkrétních jednotlivců.
- Skutečně otevřená instituce aktivně odstraňuje fyzické, informační i komunikační bariéry, čímž umožňuje plnohodnotnou účast na kulturním životě všem bez rozdílu.

Zdroje

ČSN 73 4001 Přístupnost a bezbariérové užívání.

Generální ředitelství pro překlady Evropské komise. Jak psát srozumitelně. Dostupné z: http://publications.europa.eu/resource/ellar/725b7eb0-d92e-11e5-8fea-01aa75ed71a1.0002.03/DOC_1

Kancelář veřejného ochránce práv. Jak psát srozumitelně úřední texty. Dostupné z: https://www.ochrance.cz/uploads-import/ESO/p%C5%99%C3%ADru%C4%8Dka/Prirucka_srozumitelneho_psani_tisk.pdf

Kancelář veřejného ochránce práv. Lidé s postižením jako nová menšina: právní výzvy a souvislosti. Dostupné z: https://www.ochrance.cz/dokument/lide_s_postizenim_jako_nova_mensina_pravni_vyzvy_a_souvislosti/lide_s_postizenim_jako_nova_mensina.pdf

Marrákešská smlouva o usnadnění přístupu k publikovaným dílům nevidomým a zrakově postiženým osobám či osobám s jinými poruchami čtení. Světová organizace duševního vlastnictví (WIPO), 2013. Pro Českou republiku účinná od 1. ledna 2019.

Ministerstvo vnitra ČR. Easy-to-read (zjednodušený jazyk): příručka a materiály k životním situacím. Dostupné z: <https://kvalitavs.gov.cz/metodiky-dokumenty-a-publikace/easy-to-read-etr/>

Obecný komentář Výboru OSN pro práva osob se zdravotním postižením č. 2 (2014). Dostupné z: https://www.ochrance.cz/media/obecny_komentar_c._2.pdf

Rozhodnutí Výboru OSN pro práva osob se zdravotním postižením ve věci Henley. Dostupné z: <https://juris.ohchr.org/casedetails/3608/en-US>

Směrnice Evropského parlamentu a Rady (EU) 2016/2102 ze dne 26. října 2016 o přístupnosti internetových stránek a mobilních aplikací subjektů veřejného sektoru. Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/PDF/?uri=CELEX:32016L2102>

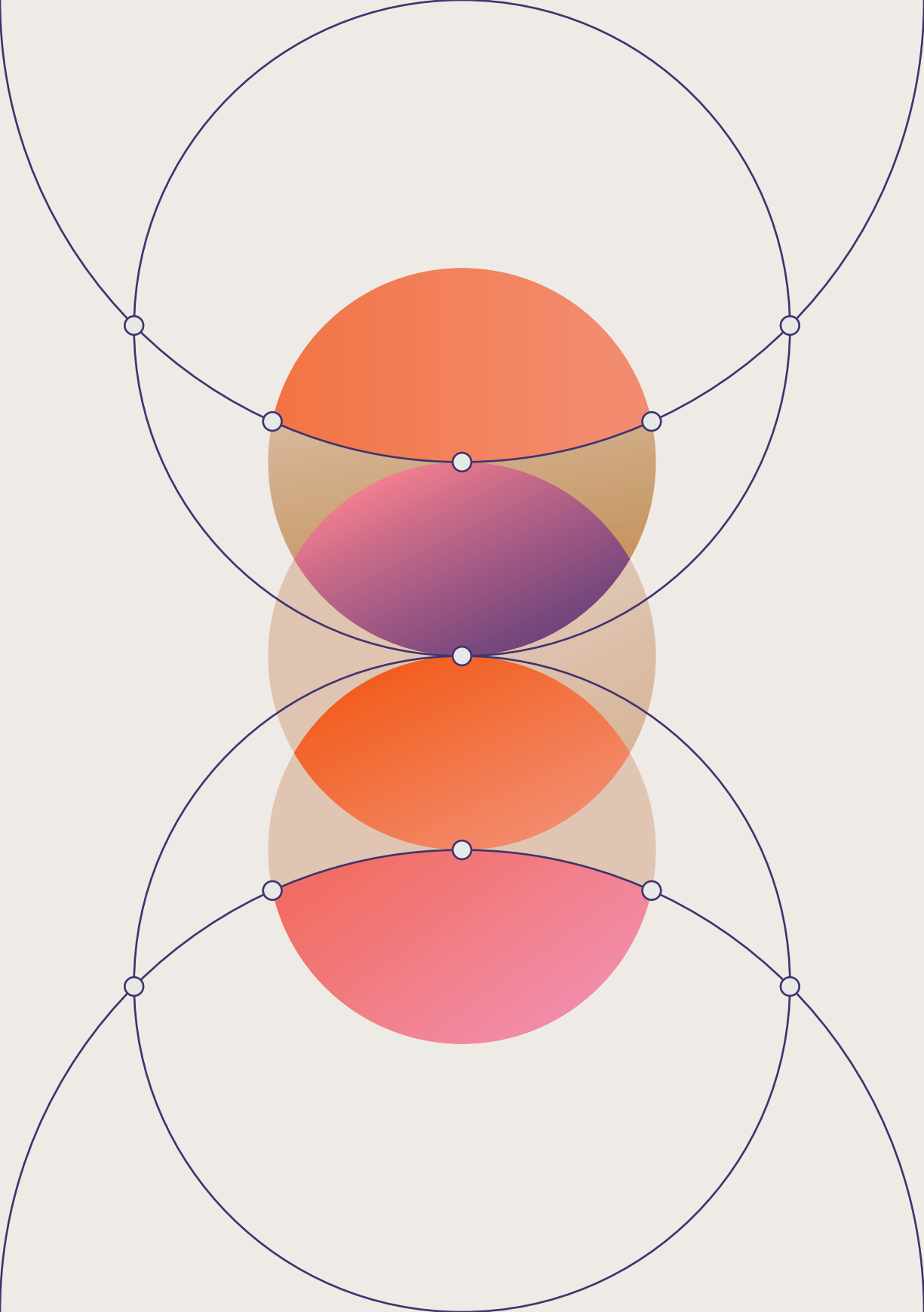
Úmluva OSN o právech osob se zdravotním postižením. New York, 13. prosince 2006. Pro Českou republiku v platnosti od 28. října 2009.

Ústava České republiky (ústavní zákon č. 1/1993 Sb.), čl. 10.

Vyhláška č. 146/2024 Sb., o požadavcích na výstavbu.

Zákon č. 99/2019 Sb., o přístupnosti internetových stránek a mobilních aplikací a o změně zákona č. 365/2000 Sb., o informačních systémech veřejné správy a o změně některých dalších zákonů, ve znění pozdějších předpisů.

Zákon č. 198/2009 Sb., o rovném zacházení a o právních prostředcích ochrany před diskriminací a o změně některých zákonů (antidiskriminační zákon), ve znění pozdějších předpisů, zejména § 3 odst. 2 až 4.



7

**Nástroje
a praktická opatření**

Eva Vázalová Gartnerová

157

Vědět, že texty selhávají, nestačí. Tato kapitola ukazuje, co s tím konkrétně dělat. Ať už spravujete velkou galerii, nebo malé regionální muzeum, najdete tu opatření, která lze zavést bez velkého rozpočtu, a některá dokonce hned zítra.

Přístupnost jako lepší komunikace

Zahraniční praxe ukazuje, že přístupnost pro osoby se specifickými poruchami učení nespočívá ve zjednodušování obsahu. Jde o hledání takových forem komunikace, které umožní porozumění co nejširšímu publiku.

Inkluzivní design pomáhá odstranit zbytečné bariéry a umožňuje většímu počtu lidí porozumět obsahu samostatně. Jeho cílem není obsah ochudit, ale zpřístupnit ho tak, aby k němu měli lidé přístup bez zbytečné frustrace, nejistoty nebo pocitu selhání.

Srozumitelný jazyk (plain language): standard, ne kompromis

Jedním z nejúčinnějších nástrojů zpřístupňování obsahu je srozumitelný jazyk (plain language). Jde o přístup, který lidem pomáhá rychle najít, pochopit a použít informace bez zbytečné námahy.

Plain language nevychází z předpokladu, že čtenář má odborné znalosti nebo dostatek času. Naopak respektuje, že lidé čtou v různých situacích, s různou mírou soustředění a různými zkušenostmi.

Základní principy:

- Jedna věta = jedna informace.
- Aktivní slovesa místo pasivních konstrukcí.
- Konkrétní slova místo abstraktních pojmů.
- Krátké odstavce a jasná struktura textu.
- Klíčové sdělení na začátku.
- Běžně srozumitelná slova místo odborného žargonu.

Snadné čtení: kdy jít ještě dál

Snadné čtení, v Česku také zjednodušený jazyk (termín metodiky Ministerstva vnitra), mezinárodně easy-to-read, je specializovaná metodika určená především lidem s mentálním postižením nebo s významnými obtížemi v porozumění textu. Oproti srozumitelnému jazyku (plain language) využívá přísnější pravidla pro jazyk, strukturu i vizuální podobu textu a často zahrnuje ověřování s cílovou skupinou. Pokud muzeum připravuje materiály přímo pro tuto skupinu, je vhodné pracovat s metodikami snadného čtení a jejich národními adaptacemi.

Srozumitelný jazyk (plain language) je širší přístup než snadné čtení a hodí se pro většinu muzejních textů určených široké veřejnosti.

Verze „pro všechny“: jeden text, ne dva

Častá chyba je připravit dvě paralelní verze: odbornou a zjednodušenou. Výsledkem jsou dvě skupiny v publiku a pocit nerovnosti. Efektivnější je napsat jeden text, který funguje pro obě, s jasnou hierarchií: nejdůležitější sdělení první, detail až na konci nebo v doplňkovém materiálu.

Digitální nástroje: co funguje a jak na to

Digitální nástroje mohou výrazně rozšířit přístupnost bez nutnosti předělávat fyzické expozice.

QR kódy s namluveným textem

Nahrajte audioverzi každého hlavního textu a umístěte vedle exponátu QR kód. Publikum si text přehraje na vlastním telefonu, vlastním tempem, bez nutnosti číst.

Příklady nástrojů pro převod textu na mluvené slovo (stav k roku 2026):

- Natural Reader
- Speechify
- ElevenLabs

Uvedené nástroje jsou příklady dostupných řešení, nejde o doporučení konkrétních komerčních produktů.

Text-to-speech na webu

Zapněte funkci čtení nahlas na webu muzea, například pro články, popisky výstav nebo blog. Lidé si tak mohou expozici „přečíst“ ještě doma, před návštěvou.

Příklady nástrojů text-to-speech (stav k roku 2026):

- Read Aloud (rozšíření pro Chrome) – bezplatné, jednoduché, funguje na většině webů
- Speechify – robustnější alternativa s více funkcemi
- Natural Reader – webová i desktopová verze

Uvedené nástroje jsou příklady dostupných řešení, nejde o doporučení konkrétních komerčních produktů.

Možnosti realizace:

- Integrované řešení text-to-speech přímo na webu (například ReadSpeaker).

- Funkce čtení nahlas dostupné v moderních webových prohlížečích.
- Automaticky generované audioverze textů pomocí nástrojů umělé inteligence.

Orientace v prostoru: vidět znamená pochopit

Orientace v muzejním prostoru je pro lidi s dyslexií nebo ADHD jedna z nejčastějších bariér.

Piktogramy a ikonografie

Piktogramy mohou usnadnit orientaci v budově i ve výstavě. Při jejich návrhu vycházejte z doporučení v kapitole „Orientace a navigace“. Zaměřte se především na jejich konzistentní používání v celém prostoru a na propojení s navigačním systémem muzea.

Zdroje piktogramů:

- ARASAAC – rozsáhlá bezplatná knihovna, vhodná pro inkluzivní komunikaci
- Widgit – komerční, ale velmi kvalitní a v evropské praxi rozšířená
- Flaticon – širší výběr ikon, vhodné pro digitální výstupy

Barevné kódování navigace

Používejte kontrastní barvy a konzistentní barevný systém. Například: modrá = vstup, zelená = toalety, žlutá = pokladna. Pomáhá to lidem se specifickými poruchami učení i ADHD rychle se zorientovat bez nutnosti číst každý popisek. Při výběru barev ale myslete na to, že některé kombinace jsou pro lidi s barvoslepostí obtížně rozlišitelné, nejčastěji jde o červenou a zelenou. Barevné kódování proto vždy doplňte i jiným vizuálním rozlišením, například tvarem nebo ikonou.

Podlahová navigace

Dalším účinným nástrojem orientace jsou podlahové vodící linie – barevné pásy nebo grafické prvky umístěné přímo na zemi, které intuitivně vedou prostorem výstavy. Fungují nezávisle na schopnosti číst a orientovat se podle klasických popisků, což je činí obzvlášť užitečnými pro lidi s dyslexií, ADHD nebo se zhoršenou prostorovou orientací. Aby plnily svůj účel, musí být barevně kontrastní vůči podlaze, konzistentní v celém prostoru a ideálně propojené s barevným kódováním, které používáte v navigačním systému jako celku.

Příprava návštěvy: snižte nejistotu předem

Pro část lidí se specifickými poruchami učení není největší bariérou samotná expozice – je to nejistota z návštěvy. Nevědět, co je čeká, jak dlouho to potrvá, kde co je.

Přednávštěvní materiály

Nabídněte na webu nebo k vyzvednutí na místě:

- Zjednodušenou mapku s barevným kódováním a piktogramy.
- Vizuální harmonogram návštěvy – co a v jakém pořadí návštěvníci uvidí.
- Krátké ukázkové video nebo sérii fotografií „co mě čeká v muzeu“. Orientačním a hmatovým plánům se podrobně věnuje kapitola „Orientace a navigace“.

Inspirace: **Museum of Brisbane** nebo **Tate Modern** nabízejí podrobné přednávštěvní průvodce přímo na webu – včetně fotografií prostorů, informací o hluku a možnostech odpočinku.

Vizuální příběh (visual story)

Visual story (někdy označovaná také jako social story) je krátký vizuální příběh, který popisuje návštěvu muzea krok za krokem. Původně vznikl v práci Carol Gray s dětmi s autismem, dnes se využívá i v řadě dalších situací, kdy lidem pomáhá připravit se na nové nebo neznámé prostředí. Visual story nemusí být složité – stačí pět až 10 obrázků s krátkými větami: „Přijdeme ke vchodu. Tam nás přivítá průvodkyně. Koupíme lístek. Pak půjdeme do prvního sálu.“

Prostor a odpočinek

Klidová zóna

Nabídněte místo bez silných vizuálních nebo zvukových podnětů, kde si lidé mohou odpočinout. Označte toto místo jasným piktogramem a uveďte v přednávštěvní mapce.

Klidovým zónám, klidovým hodinám i senzorickým pomůckám se podrobně věnuje kapitola „Prostředí“.

Multimediální prvky

Informace nabídněte také formou animací, krátkých videí nebo interaktivních obrazovek. Různé smyslové kanály usnadňují porozumění a umožňují lidem zvolit způsob, který jim vyhovuje (viz kapitola „Interaktivní prvky“).

Proč to funguje

Teorie duálního kódování (Paivio, 1971) popisuje, že kombinace vizuálního a verbálního zpracování informací výrazně zlepšuje porozumění a zapamatování, a to napříč celou populací, nejen u lidí se specifickými potřebami.

Lidé: nástroj, na který se zapomíná

Žádný piktogram ani QR kód nenahradí dobře připraveného člověka. Personál je součástí přístupnosti – a jeden z nástrojů, který lze zlepšit bez investice do technologií.

Školení v inkluzivní komunikaci

Vyškolte průvodkyně, průvodce a další personál v tom, jak komunikovat s lidmi se specifickými poruchami učení:

- Mluvte v krátkých větách a ověřte porozumění.
- Nebojte se zopakovat informaci jinak, ne hlasitěji.
- Nabídněte alternativu: „Chcete to vidět na mapce?“
- Nepředpokládejte, co druhý člověk potřebuje. Zeptejte se.

Proškolení nemusí trvat dny. Půldenní workshop s praktickými scénáři stačí pro základní změnu přístupu.

Kontrolní body k jednotlivým oblastem najdete v příloze „Checklist“.

Klíčové body

- Přístupnost znamená navrhovat obsah a služby tak, aby jim rozumělo a mohlo je využívat co nejvíce lidí.
- Nejlevnější nástroj je upravený text. Technologie pomáhají, ale nefungují bez kvalitního obsahu.
- QR kódy s namluveným textem a text-to-speech na webu jsou minimální standard.
- Piktogram bez textu není přístupný. Vždy kombinujte obojí.
- Personál je součástí přístupnosti. Školení v inkluzivní komunikaci patří do přípravy výstav stejně jako instalace panelů.
- Přednávštěvní materiály snižují úzkost a zvyšují pravděpodobnost, že se k vám lidé vrátí.

Zdroje

Colour Blind Awareness, b.d. About colour blindness [online]. [cit. 2026-07-22]. Dostupné z: <https://www.colourblindawareness.org/colour-blindness/>

European Dyslexia Association, 2018. Dyslexia in Europe: Facts and Figures [online]. [cit. 2026-07-22]. Dostupné z: <https://www.eda-info.eu>

Gartnerová, E. et al., 2023–2026. Muzea bez bariér: Výzkum přístupnosti expozičních textů a typografie. Projekt TAČR, č. TL05000395.

Inclusion Europe, 2009. Information for All: European Standards for Making Information Easy to Read and Understand [online]. [cit. 2026-07-22]. Dostupné z: <https://www.inclusion-europe.eu>

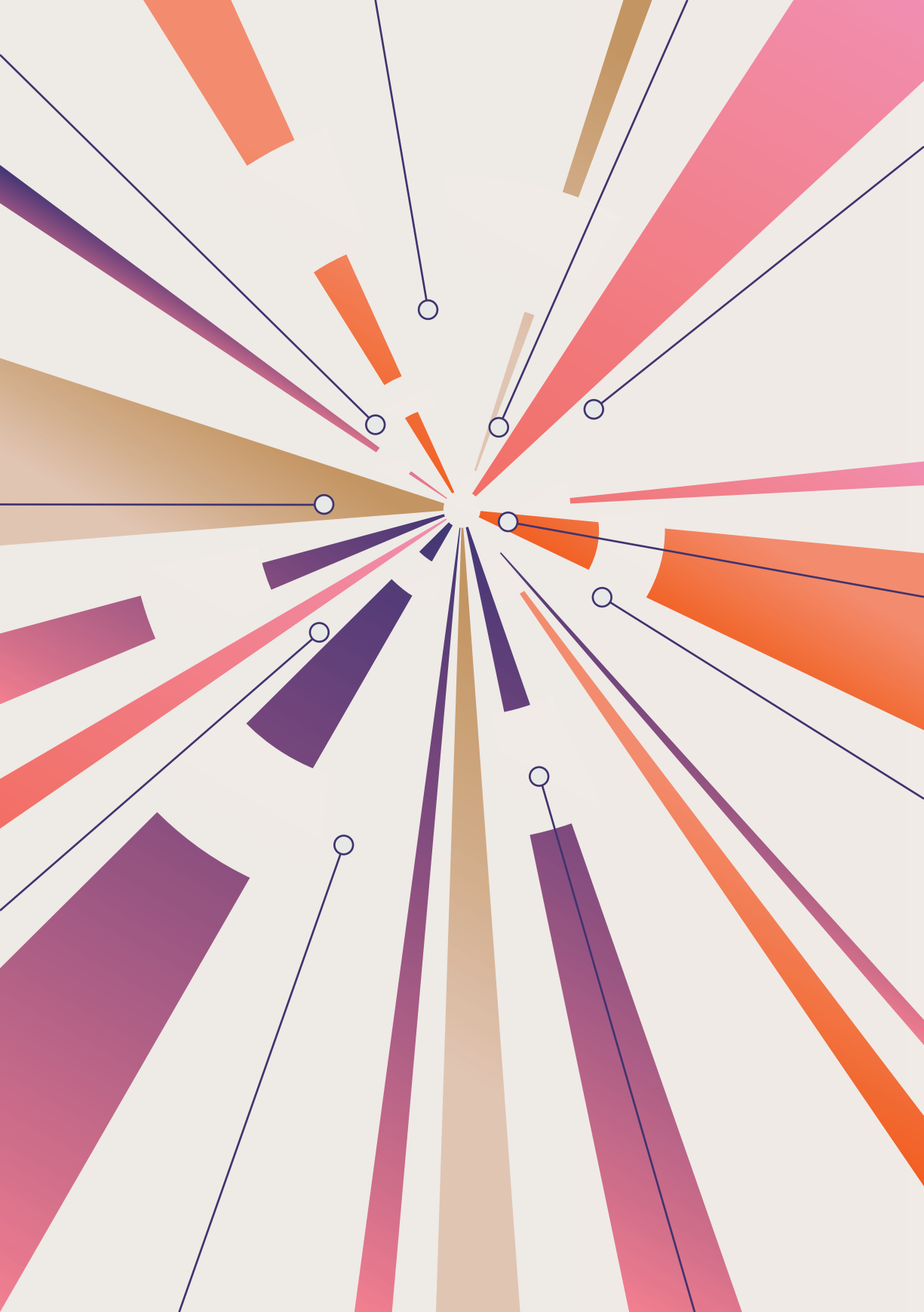
Maaß, C. a Hansen-Schirra, S., 2020. Easy Language, Plain Language, Easy Language Plus: Perspectives on Comprehensibility and Accessibility. Berlin: Frank & Timme.

Museum of Brisbane. Access and inclusion [online]. [cit. 2026-07-22]. Dostupné z: <https://www.museumofbrisbane.com.au>

Paivio, A., 1971. Imagery and Verbal Processes. New York: Holt, Rinehart & Winston.

Plain Language Association International (PLAIN), 2023. What is Plain Language? [online]. [cit. 2026-07-22]. Dostupné z: <https://plainlanguagenetwork.org>

Tate Modern. Accessibility [online]. [cit. 2026-07-22]. Dostupné z: <https://www.tate.org.uk/visit/tate-modern/accessibility>



8

Závěr

Josef Kocourek

167

Toolkit vyzývá k akci. Využití praktické příručky může změnit mnoho. Stačí začít drobnými změnami, které pomohou celku. Bariéra nikdy nevzniká v samotném člověku. **Bariéra vzniká v nevhodně nastaveném prostředí, špatnou prací s textem nebo neúčinnou komunikací.** V důsledku těchto faktů kulturní instituce často nevědomky vylučují část publika.

Inkluzivní design tyto potíže odstraňuje hned. Úprava pro jednoho člověka pomáhá všem. Krátké věty a obrázky usnadňují život. Pět vět, které publikum přečte, udělá víc než 20, které přeskochí.

Jedno z představených témat jsou efektivní nástroje pro komunikaci. Cesta k inkluzi začíná online komunikací. Nezapomínejte, že marketingový tým je součástí přípravného týmu a plánuje výstavu včas. Hlídá, aby web podával jasné zprávy o všem, co publikum hledá. Mezi nejdůležitější informace, které publikum hledá, patří otevírací doba, cena a lokalita. Jednotný vizuální styl výstavy bude silnou důvěrou. **Jednoduchá, srozumitelná komunikace významně pomáhá k pochopení obsahu.** Důslednost a profesionalita v komunikaci snižuje obavy návštěvníků a zvyšuje úspěch.

Dalším tématem je porozumění textu. Zde je zásadní krátký text, který láká vaše publikum. Dlouhý kurátorský text skoro nikdo nečte. Pět přečtených vět vyhrává nad nezájmem. Otestování textu v prostoru přináší výsledky. Velké písmo a kontrast zajišťují čitelnost. Závěry výzkumu potvrzují, že Roboto Flex vítězí nad speciálními fonty. Pamatujte, že **dobře upravený text nestojí žádné peníze.** Naopak, zvyšuje potenciální úspěch celé výstavy. Pokud jsou součástí technologie, fungují jen s kvalitním obsahem.

Orientace a navigace v institucích může mít mnoho bariér. Jedna z kapitol prezentuje řadu doporučení, které lze snadno zrealizovat. **Pohyb v prostoru a přehledná navigace odstraňuje stres z neznáma.** Pamatujte, že lidé intuitivně směřují po vstupu doprava. Pokud jsou lidé nejistí, vrací se do známých míst.

Úmluva OSN o právech osob se zdravotním postižením je od roku 2009 závazná i pro ČR. Přístupnost není charita ani dobrá vůle. Naopak zákon ukládá povinnost tvořit přístupné formáty. Mnoho z nich naleznete v tomto toolkitu.

Srozumitelný jazyk (plain language) tvoří standard moderní komunikace. O rozdílech mezi srozumitelným jazykem a snadným čtením si přečtěte v kapitole „Nástroje a praktická opatření“.

Změna myšlení a přístupu nestojí na velkých rozhodnutích ani na rozpočtech. Začíná tam, kde mají muzejní a galerijní týmy motivaci a chuť něco ovlivnit. Zkuste některý z těchto tipů:

- Projít cestu do instituce očima člověka, který přichází poprvé, od zastávky až po první sál.
- Nechat úvodní text přečíst někoho mimo obor. Když ho nedočte, text zkrátit a test zopakovat.
- Vytisknout panel v reálné velikosti a přečíst první větu z 1,5 metru.
- Doplnit k hlavním textům QR kód s audioverzí.
- Uspořádat půldenní školení personálu v inkluzivní komunikaci.

K zavedení poznatků z toolkitu do každodenní práce slouží checklist. Ten vznikl s cílem pomoci prakticky odstranit překážky v institucích. Jde o praktického pomocníka pro každodenní práci v muzeích a galeriích.

Instituce tvoří inkluzivní prostor pro společnost. Inkluze může měnit instituce v lepší místo. Základem pro úspěšnou výstavu je vyškolený personál, který tvoří srdce celé galerie. Investice do lidí přináší největší změnu. Každým krokem můžete pomoci k přístupnosti, která dává smysl. Budoucnost galerií leží v otevřenosti a přístupnosti k publiku. **Změna instituce může začít právě teď a tady.** Publikum tuto změnu ocení.

Bez bariér

Praktický toolkit pro přístupnější muzea

Autorský tým

Mgr. Eva Vázalová Gartnerová, Ph.D.

Ing. Martina Juříková, Ph.D.

Mgr. Josef Kocourek, Ph.D.

Mgr. Romana Zábojová, Ph.D.

Mgr. Nicole Fryčová

Mgr. et MgA. Mariana Chytilová, Ph.D.

Mgr. Markéta Kukaňová, PhD.

Editorka

Mgr. et MgA. Mariana Chytilová, Ph.D.

Odborné recenze

Mgr. Šimon Kříž, Ph.D.

MgA. Andrea Kaňkovská

Ilustrace, grafické zpracování a sazba

MgA. Matej Vázal

Překlady a jazykové korektury

Ing. Michal Richtar

Vydalo

Nakladatelství Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně

1. vydání

Zlín 2026

Počet stran

169

Vydáno elektronicky

Tato publikace byla spolufinancována se státní podporou
Technologické agentury ČR v rámci Programu SIGMA.

Hlavním řešitelem projektu je **Fakulta multimediálních komunikací
Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně.**

Aplikačním garantem projektu je **Gočárova galerie v Pardubicích,**
příspěvková organizace Pardubického kraje.



Bez bariér