



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta multimediálních komunikací

Dizertační práce

**Univerzitní galerie a jejich potenciál pro
mezinárodní spolupráci**

**University galleries and their potential for an international
cooperation**

Autor: **Mgr. Eva Gartnerová**

Studijní program: Výtvarná umění P8206

Studijní obor: Multimedia a design 8206V102

Školitel: doc. Mgr. Irena Armutidisová

Oponenti: prof. PhDr. Jiří Kroupa, CSc.
Mgr. Kateřina Tomešková, Ph.D.

Zlín, červen 2020

© Eva Gartnerová

Publikace byla vydána v roce 2020.

Klíčová slova: *univerzitní galerie, univerzitní muzeum umění, galerie, výstavní síň, mezinárodní spolupráce, internacionalizace, práce s publikem, kulturní management*

Key words: *university gallery, university art museum, gallery, international cooperation, internacionalisation, public engagement, public development, culture management*

Práce je dostupná v Knihovně UTB ve Zlíně.

Abstrakt

Hlavním cílem této dizertační práce je analýza prostředí a procesů univerzitních galerií a jejich výstavních prostor, primárně na území České republiky. Výzkum vychází především z rozhovorů a z výsledků dotazníků na vybraných uměleckých a designových univerzitách v České republice a ve střední Evropě. Záměrem projektu je prostřednictvím zpracovaných případových studií představit a rozvíjet fenomén univerzitních galerií v České republice. Výzkum se zabývá také porovnáváním a mapováním přínosů a limitů mezinárodních sítí, kterou mohou tyto galerie propojovat.

Budeme sledovat podobnosti a preference v přístupu univerzitních galerií k práci s publikem na lokální i mezinárodní úrovni, budeme se snažit lépe pochopit a specifikovat, jak síťování a internacionalizace ovlivňují spolupráci mezi jednotlivými univerzitními galeriemi i mezi galeriemi a jejich návštěvníky.

Představíme si prostředí univerzitních galerií v České republice, zasadíme je do rozmanitějšího evropského kontextu a zjistíme možnosti spolupráce na lokální i mezinárodní úrovni. Sestavíme základní data a osvědčené postupy vybraných univerzit s cílem udržet a posílit mezinárodní spolupráci a podpořit vznik sítí v oblasti univerzit zaměřených na design a výtvarné umění.

Abstract

The main goal of the dissertation thesis is to analyze the environment and processes of university galleries and exhibition spaces through series of interviews and questionnaires at the selected art and design universities in the Czech Republic and Central Europe. The focus of the research project is to present and develop the phenomenon of university galleries in the Czech Republic through processed case studies. The research also compares and maps the benefits and limitations of international networks, the similarities and preferences in university galleries' approach within the field of public engagement and development, in order to better understand and specify how networking and internationalization affect collaboration among university galleries, but also between university galleries and their audience.

The aim of the thesis is primarily to present the environment of university galleries in the Czech Republic, to place it in a broader European context and to find out the possibilities of cooperation at the local and international level. The purpose of the mapping is to compile basic data and disseminate the best practices of selected universities in the field of design and art in order to maintain and strengthen international cooperation and networking in the field of design, artistic practices and perception.

Ráda bych na tomto místě poděkovala své rodině a svému příteli za podporu v době studia. Svě vedoucí práce, kolegům, konzultantům a ostatním odborníkům děkuji za cenné rady a informace.

OBSAH

Předmluva	7
1 Stav řešené problematiky	10
2 Cíle práce.....	12
2.1 Dílčí cíle	12
2.2 Cílové skupiny.....	13
3 Muzea umění, galerie a univerzitní galerie: poznámky k Jejich historii a terminologii	14
3.1 Zasazení galerií do společenského a historického kontextu	14
3.2 Vznik institucí prezentujících umění a kulturu	17
3.2.1 Proměna muzeí a galerií v českém kontextu.....	22
3.2.2 Ukotvení termínu.....	22
3.3 Fenomén univerzitní galerie.....	28
3.3.1 Vývoj univerzitních muzeí a galerií	28
3.3.2 Definování univerzitních galerií.....	33
3.3.3 Typologie univerzitních galerií	34
3.3.4 Role univerzitních nesebírkových galerií	37
3.3.5 Mezinárodní přesah a síťování univerzitních galerií.....	40
3.3.6 Mezinárodní síť	41
3.3.7 Přínosy a dopady mezinárodní spolupráce a síťování.....	46
3.3.8 Práce s publikem aneb univerzitní galerie jako kulturní centra	48
3.3.9 Muzejní pedagogika, galerijní animace a jejich role v utváření participativní galerie.....	56
3.3.10 Participativní univerzitní galerie	59
4 Část deskriptivní a analytická.....	62
4.1 Zvolené přístupy zpracování	62
4.2 Univerzitní galerie v České republice – případové studie.....	67
4.3 Univerzitní galerie z pohledu akademických kurátorů, dramaturgů, produkčních 68	
4.3.1 Interview: MgA. Romana Veselá, dne 12. 4. 2019, Zlín	68
4.3.2 Případová studie: Galerie FAVU, Galerie 209.....	71
4.3.3 Případová studie: Dům umění Ústí nad Labem Fakulty umění a designu Univerzity Jana Evangelisty Purkyně	73
4.4 Datová triangulace univerzitních galerií – management.....	77
4.4.1 Práce s publikem univerzitní galerie G18: Případová studie	86

4.5	Vyhodnocení kvantitativního šetření – dotazník.....	94
4.5.1	SWOT analýza univerzitních galerií a jejich prostředí v České republice 103	
4.5.2	Vyhodnocení strukturovaných rozhovorů se studenty	106
4.6	Zodpovězení výzkumných otázek	112
5	Projektová část	114
5.1	Vyhodnocení kvalitativního šetření.....	115
5.1.1	Mezinárodní síťování univerzitních galerií	115
5.1.2	Případová studie: Galerie Medium, Vysoká škola výtvarných umění v Bratislavě, Slovensko	116
5.1.3	Případová studie: Galerie LNAM, Lviv National Academy of Arts, Lvov, Ukrajina	117
5.1.4	Případová studie: Galerie ASP, Akademia Sztuk Pięknych w Krakowie	119
5.1.5	Vyhodnocení SWOT analýzy.....	121
5.2	Model evropské webové databáze univerzitních galerií	126
5.2.1	UNIG	127
5.3	Doporučení českým univerzitním galeriím	133
	ZÁVĚR	135
	Seznam použité literatury.....	138
	Seznam obrázků	146
	Seznam použitých symbolů a zkratek.....	147
	PŘÍLOHA I: Závěry diplomových prací	148
	PŘÍLOHA II: Záznamy k výzkumným šetřením.....	163
	PŘÍLOHA III: Životopis	164
	PŘÍLOHA IV: PUBLIKAČNÍ AKTIVITY.....	165

PŘEDMLUVA

Má dizertační práce se primárně zabývá mapováním univerzitních galerií a výstavních prostor v České republice a Evropě. Přibližuje způsoby jejich fungování a komunikace a zkoumá jejich společenskou roli. Univerzitní galerie vnímám jako unikátní platformu pro rozvoj společenské diskuze, formálního i neformálního vzdělávání, kulturního života, ale také jako epicentrum či průsečík mezioborové i mezinárodní spolupráce. Věřím, že přes jejich význam a potenciál nebyla doposud univerzitním galeriím věnována dostatečná pozornost ve vědeckých textech. I proto vzniká tato dizertační práce. Chci poukázat na příležitosti rozvoje univerzitních galerií jako prostoru, který vychovává nové generace umělců i kreativců a zároveň nabízí svým zřizovatelům – tedy vysokým školám – unikátní příležitosti v mnoha směrech. Velký důraz kladu také na potenciál galerií komunikovat s mezinárodním prostředím, jemuž přejí aktuální tendence síťování a navazování mezinárodních partnerství. Toto je zde aplikováno a reflektováno v prostředí univerzitních galerií, podobné přístupy ale mohou přinést mnoho užítku veškerým českým kulturním institucím, které kontaktu s mezinárodním prostředím dosud nevěnovaly adekvátní pozornost.

Univerzitní galerie, které z historického hlediska vznikaly, aby zdůraznily prestiž samotné univerzity či akademie, jsou dnes v podstatě běžnou součástí nejen umělecky zaměřených vysokých škol. Jen na území České republiky působí cca 20–30 uměleckých univerzit, akademií či fakult.

Ač je četnost univerzitních galerií na území České republiky vysoká (jedna univerzitní galerie zhruba připadá na každou umělecky zaměřenou vysokou školu či fakultu), studií a dokumentů zabývajících se jejich vývojem, specifikací či významem je u nás poměrně málo. Má práce vznikla ze zájmu a chuti se v tomto tématu vzdělávat a inspirovat se u ostatních univerzitních galerií, především s cílem podpořit další rozvoj univerzitní galerie G18 ve Zlíně, kde jsem v čase svého doktorského studia působila jako produkční a následně jako programová koordinátorka. Mým záměrem bylo také přiblížit galerii G18 současným tendencím a trendům v galerijním a muzejním prostředí všeobecně. Z prvotní rešerše jsem zjistila, že univerzitní galerie mezi sebou neumějí komunikovat, mnohdy o své vzájemné existenci nevědí, přitom však o vzájemnou spolupráci stojí. I z charakteristiky českého kulturního prostředí, které se teprve v posledních letech intenzivněji zaměřuje na význam a přínosy mezinárodního síťování a propojování, možná vychází neznalost možností mezinárodní spolupráce a s tím souvisejícího rozvoje mezinárodního prostředí a kooperace v oblasti univerzitních galerií.

Text tedy cílí na několik čtenářských skupin: primárně na zaměstnance univerzitních galerií, kteří ve vznikající platformě získají možnost společně komunikovat a spolupracovat a zároveň zprostředkovat zajímavé projekty studentům těchto umělecky zaměřených vysokoškolských institucí, dále jsou to studenti samotní, kterým tento projekt poskytne další možnosti a příležitosti k rozvoji kariéry v uměleckých oblastech s přesahem do interkulturní komunikace. V neposlední řadě zmapují data cenná pro národní i nadnárodní instituce, jako jsou například NIPOS,

Institut umění, Ministerstvo kultury, Universeum, UMAC, ICOM atd., které univerzitní galerie a prostory zahrnují do svých statistik, ale vzhledem k nekomplexním datům s nimi nemohou pracovat. Věřím také, že se univerzitní galerie postupně stanou nepostradatelným článkem infrastruktury kulturního turismu a právoplatnou součástí systému kulturních institucí, ve kterém zatím nemají své pevné místo.

Snažila jsem se nejprve zajistit historický pohled a uchopení pojmů muzeum a galerie, následně popsat a rozvést, s jakým typem univerzitních galerií se setkáváme v současném českém akademickém prostředí, a poté navrhnout a představit model zlepšení vzájemné komunikace galerií prostřednictvím níže rozpracovaného projektu. V teoretické části bylo mým stěžejním úkolem definovat a ukotvit termín „univerzitní galerie“, čímž bych ráda napomohla galeriím k lepší sebeidentifikaci a s tím související lepší komunikaci a sebereprezentaci.

Teoretická část obsahuje také rešerši, která definuje základní pojmy související s univerzitními galeriemi a přináší tak podrobnější vhled do fungování těchto institucí. Dále upozorňuji na podstatu přítomnosti univerzitních galerií v dosavadním kulturně-uměleckém systému. Zabývám se také jejich historickým vývojem a zasazují do kontextu vznik muzejních a galerijních institucí všeobecně. V teoretické části se zaměřuji také na představení práce s publikem a s tím souvisejícím pojmem „participativní galerie“. Celá teoretická část je doplněna o blok věnovaný tematice mezinárodní spolupráce.

Hlavním účelem celého snažení je prostřednictvím výzkumu zjistit, jak lze skrze internacionalizaci a síťování univerzitních galerií podnítit a zefektivnit mezinárodní a mezioborovou spolupráci mezi jednotlivými vysokými školami či přímo mezi jednotlivými studenty, a jaký dopad toto má na mladé začínající designéry a umělce.

Výzkumnou část jsem rozdělila do několika etap za užití diferenciovaných výzkumných metod, pro efektivnější aplikaci výsledků do výstupů práce. Pojem „univerzitní galerie“ dosud nebyl dostatečně terminologicky ustálen, jeho výzkum kategorizuje typologii univerzitních galerií, zabývá se jednotlivými účely a rolmi těchto univerzitních institucí, a především zkoumá prostor pro zdokonalení a upevnění mezinárodní spolupráce.

Mapování mezinárodních sítí, jejich podobností, rozdílností a preferencí v přístupu k univerzitním galeriím může pomoci lépe pochopit, jak je globalizace a internacionalizace ovlivňuje.

Prostřednictvím těchto kroků bych chtěla rozšířit význam mladého umění i designu a jeho rozvoj především v rámci univerzitních galerií. Získáme tak znalosti a pochopení toho, jak jsou univerzitní galerie koncipovány, praktikovány a řízeny. Předpokládám, že na základě podrobné analýzy a průniku do této tematiky vzniknou další otázky a témata, která rozšíří oblast výzkumu v této oblasti.

Výstupem projektu je uchopení a shrnutí fenoménu univerzitních galerií v České republice, součástí projektu tvoří sestavení přehledných dat a navržení základního konceptu mezinárodní platformy.

Pátrání po definici instituce galerie a muzea přechází v řešerši v rámci obecných dějin sbírkových i nesbírkových galerijních institucí a následně se v projektové části práce zaměřuji na specifika galerií univerzitních¹, které jsou především na území České republiky charakteristické svou nesbírkovou činností a zaměřují se zejména na současné umění a design. Jsou běžně přístupné veřejnosti, s pravidelným výstavním programem, zřizované univerzitou či jednou z jejích součástí (fakulta/ateliér/ústav apod.).

¹ Termín „univerzitní“ by zde měl být chápán v nejširším slova smyslu, zahrnuje všechny typy vysokých škol. Pro úplné uvedení dané tematiky do kontextu vývoje je fenomén univerzitních galerií posuzován právě z dnešního pohledu, jenž umožňuje časový odstup.

1 Stav řešení problematiky

Univerzitní galerie a muzea zažívají od počátku 21. století obnovený zájem, s čímž přirozeně souvisí jejich rozmach. Přirozeně k němu přispělo založení evropské sítě UNIVERSEUM v roce 2000, dále založení Mezinárodního výboru pro univerzitní muzea a sbírky UMAC patřící pod Mezinárodní radu muzeí (ICOM, 2001) nebo renovace a rekonstrukce Ashmolean Musea v Oxfordu v roce 2009 uznávaného za první univerzitní muzeum, které původně vzniklo roku 1683, a také zpřístupnění a renovace sbírek Muzea umění a řemesel v Paříži (2000). Rostoucí zájem publika dává univerzitním galeriím a muzeím nový směr, ale také zdůrazňuje potřebu oficiálního uznání těchto institucí ze strany mezinárodní odborné komunity muzeí a galerií.

Jaká je vlastně definice univerzitních galerií a jaká kritéria tuto definici doprovázejí? V současné literatuře je poměrně obtížné najít terminologii pojící se k univerzitním galeriím, poněvadž škála publikovaných příspěvků či článků zabývajících se touto tematikou je v rámci mezinárodních sítí a organizací typu ICOM velmi úzká. Jednou z možností je nechat se inspirovat klasickým výrokem z teorie vědy Augusta Comta. Tento výrok v moderní době rozvinul muzikolog Hans Heinrich Eggebrecht, když řekl že porozumět disciplíně a jejím pojmům znamená především zabývat se jejími dějinami. Na evropské půdě existují dvě již výše zmíněné instituce: UMAC (University Museums and Collections) a UNIVERSEUM, které se alespoň rámcově věnují těmto institucím, avšak jejich definice a informace jsou příliš všeobecné a nepřesné a jejich záměr se nevěnuje specificky umělecky a designově zaměřeným galeriím, ale celému portfoliu univerzitních muzeí (biologie, historie, psychologie, archeologie atd.).

Ačkoliv ICOM (International Council of Museums) pohlíží na univerzitní galerie jako na jednu z kategorií univerzitních muzeí, nedávno posunul definici pojmu „muzeum“², která ovlivní i vnímání a smysl galerií. Ustálená definice pojmu „univerzitní galerie“ prozatím neexistuje.

Dne 24. 4. 2019 mi v osobní doplňující korespondenci týkající se redefinování muzeí³ řekla Marta Lourenço, prezidentka mezinárodní sítě UMAC spadající pod ICOM, že potřebujeme nejprve definovat všechny instituce, které se svými aktivitami od univerzitních muzeí příliš neliší, ale jsou prozatím nezpůsobilé, aby se

² *Muzea jsou demokratizující, inkluzivní a polyfonní prostory pro kritický dialog o minulosti a budoucnosti. Uznávají a řeší konflikty a výzvy současnosti, spravují artefakty, chrání rozmanité vzpomínky pro budoucí generace a zaručují všem lidem stejná práva a rovný přístup ke kulturnímu dědictví. Muzea nejsou zisková. Jsou participativní a transparentní a pracují na aktivním budování vztahů s různými komunitami, aby shromažďovaly, uchovávaly, zkoumaly, interpretovaly, vystavovaly a zlepšovaly porozumění světu s cílem přispět k lidské důstojnosti a sociální spravedlnosti, globální rovnosti a planetární pohodě. (vlastní překlad, dostupné na: <https://icom.museum/en/activities/standards-guidelines/museum-definition/>)*

³ *„ICOM museum definition has two parts. The first is the one now under discussion, but it is followed by a list of institutions that are eligible to be called museum (science centers are museums, botanic gardens are museums, etc). Galleries are in the list - even galleries without collections, which is problematic. The second note is that I do not think there should be a special museum definition for a university museum (or gallery). I get asked that all the time -- what is the definition of university museum -- and I believe it should be the same as ICOM's. Otherwise, we would be position ourselves outside a system where we fought so hard to belong to.“*

dle současných definic „muzeem“ nazývaly. Vznikl tedy seznam všech těchto prostor, jde například o univerzitní vědecká centra, botanické zahrady, showroomy, výstavní haly a také univerzitní galerie (včetně těch nesbírkových), které by měly být do budoucna prodiskutovány a zahrnuty do tohoto redefiničního procesu. Od obecné muzeologické definice podle prezidentky Lourenço se musíme postupně dobrat ke specializovaným muzeím umění, galeriím, výstavním sálům a sochařským zahradám. Uvedené fenomény mají mnohdy velmi daleko k obecným společným charakteristikám definujícím ostatní přírodovědná, antropologická či historická muzea a sbírky.

Po pokusu definovat pojem „univerzitní galerie“ můžeme zkoumat její jednotlivé typy, díky čemuž odhalíme možnosti efektivnějších synergií v rámci mezinárodních aktivit těchto univerzitních galerií a varianty jejich práce s publikem.

Výzkum, který je součástí této dizertační práce, by měl poukázat také na nedostatky a úskalí aktuálního stavu univerzitních galerií, především chci ale podtrhnout přínosy a přesahy těchto institucí nejenom pro akademickou sféru.

2 Cíle práce

Cílem práce je:

- pokusit se vymezit základní terminologii a pojmy s problematikou univerzitních galerií spojené
- zmapovat prostředí a působení univerzitních galerií v České republice
- na základě výzkumu v České republice i v zahraničí navrhnout základní model síťování v potenciální lokální i mezinárodní spolupráci univerzitních galerií v Evropě

2.1 Dílčí cíle

- zmapovat, definovat a upřesnit pojmy z prostředí univerzitních galerií pro lepší orientaci a identifikaci v rámci dané tematiky z českého i mezinárodního prostředí
- poukázat na důležitost existence a s tím související rozvoj univerzitních galerií v kulturní i akademické sféře
- identifikovat dané univerzitní galerie v Česku i v Evropě na základě předem definovaných kritérií
- realizovat rozhovory s kompetentními zástupci univerzitních galerií
- představit doposud fungující mezinárodní sítě a možné cesty internacionalizace univerzitních galerií
- spustit a realizovat platformu, která poukáže na již existující univerzitní galerie

Shrňmě tedy výzkumné otázky:

- VO1: Jaké stěžejní pojmy a termíny se pojí s oblastí univerzitních galerií a jaké je současné prostředí, ve kterém univerzitní galerie působí?
- VO2: Jak umí dané univerzitní galerie pracovat se svým lokálním i mezinárodním publikem?
- VO3: Jaké jsou možné přínosy či naopak bariéry mezinárodního síťování univerzitních galerií?
- VO4: Jaká je konkrétní poptávka univerzitních galerií po možnostech mezinárodní spolupráce?
- VO5: Jaký přínos a dopad může mít mezinárodní síťování univerzitních galerií pro začínající umělce a designéry studující na univerzitách?

2.2 Cílové skupiny

Primární cílovou skupinou čtenářů této práce budou především pracovníci univerzitních galerií, manažeři, hlavní kurátoři a další, kteří ovlivňují směřování chodu univerzitních galerií v rámci komunikace a práce s publikem i v oblasti mezinárodní spolupráce.

Sekundární cílovou skupinou čtenářů mohou být studenti designových a uměleckých oborů, kterým by rozvoj mezinárodní spolupráce měl přinést a zprostředkovat nové možnosti a rozvoj mezioborových aktivit a příležitostí pro zdokonalení jejich konkurenceschopnosti a orientace na trhu kulturních a kreativních průmyslů. Studenti uměnovědných oborů, stejně jako akademičtí pracovníci či výzkumníci mohou využít tuto dizertační práci k hlubšímu výzkumu v oblastech muzeologie, kunsthistorie či například muzejní pedagogiky apod.

Další podstatnou cílovou skupinou jsou národní i nadnárodní instituce a organizace, kterým mohou tato data výrazně napomáhat k celistvosti předávaných informací. Jsou jimi například NIPOS (Národní informační a poradenské středisko pro kulturu), Institut umění, Ministerstvo kultury ČR, turistická a informační centra pro města i regiony, UMAC, ICOM, ArtMap.

3 MUZEA UMĚNÍ, GALERIE A UNIVERZITNÍ GALERIE: POZNÁMKY K JEJICH HISTORII A TERMINOLOGII

3.1 Zasazení galerií do společenského a historického kontextu

Galerie, výstavní síně a muzea umění jsou instituce, které nelze v současných kulturních sférách přehlédnout. Publikum dnes od nich očekává, že budou vstřícné především vůči široké veřejnosti.

Autorem termínu „veřejná sféra“ je Jürgen Habermas, který s tímto konceptem přišel v roce 1989, kdy se zabýval „formováním buržoazie v 18. století“. Zrození „veřejné sféry“ popsal jako proces postupný, jehož začátek můžeme datovat už do poloviny 16. století. Habermas se domnívá, že kritika této „veřejné sféry“ musí vycházet z analýzy základních procesů, které integrují sociální systémy. Jedině pak má tato forma kritiky potenciál označit vznik nových forem sociálních vztahů. „Veřejnou sféru“ neboli „veřejnost“⁴ chápal jako oblast společnosti, kde lidé mohou diskutovat problémy obecného zájmu. Podle Habermase došlo k odklonu od tzv. „reprezentační kultury“⁵ starého řádu k „občanské společnosti“⁶. Takzvaná „buržoazní veřejná sféra“ nastoupila společně se „střední třídou“ a jejími zástupci⁷ (Habermas, 1989).

„Veřejný prostor“, který ovšem v Habermasově kontextu není totéž co „veřejná sféra“, pak obecně znamená jakýkoliv fyzický, symbolický nebo virtuální prostor přístupný všem.

Tento princip pojetí „veřejnosti“ byl často přirovnáván k řecké „agoře“ jako k termínu, kterým je označováno místo, na němž se odehrává veřejný život. Zhruba ve stejnou dobu američtí sociologové známí jako interakcionisté popsali veřejný prostor jako veškerou sociální interakci, ke které docházelo v anonymitě města. Popsali zároveň také strategie, které člověk používá ke koexistenci ve společenských kruzích. Tyto strategie poukazují na to, že veřejný prostor podléhá společenským pravidlům, která však sami kontrolujeme. Ani v tomto případě není veřejný prostor nutně spojován s prostorem fyzickým. Z této teorie později vychází i francouzský sociolog a filozof Pierre Bourdieu. Termínem „veřejný prostor“ dnes běžně

⁴ Popisuje ji ve své knize *Strukturální přeměna veřejnosti*.

⁵ *Ta ztělesňovala a ukazovala sílu vládce a šlechty, jak tomu tradičně bylo u dvorského umění na konci 17. století.*

⁶ *Podle Habermase je to onen projekt moderny, který byl uskutečňován v 18. století. Ten byl ve 2. polovině 20. století zabrzděn, ale je v něm nadále nutné pokračovat.*

⁷ *Například s obchodníky a právníky, kteří se společně potkávali, aby si vyměňovali zprávy, informace, ale také ideje, což vedlo ke vzniku nových kulturních institucí jako byly klubovny, knihovny či veřejná divadla.*

označujeme místa přístupná veřejnosti. Za veřejný prostor zároveň můžeme považovat i místa, která jsou de iure v soukromém vlastnictví (Publicspace, ©2019).

Kritici Habermasova přístupu k demokracii a komunikaci pohlížejí na „veřejný život“ či „veřejnou sféru“ v jiném světle, jako na termín napadnutelný a sporný, produkující alternativní publikum či demokracii takovou, která zůstane navždy neúplná ve vlastním procesu transformace. Současná muzea a galerie jsou zapleteny do debat o vztazích mezi hmotnými předměty a lidmi, hmotnými předměty a architekturou, muzeem či galerií a městskou ekonomikou. Prostor se různými způsoby stává hlavním prostředníkem interakce rozmanitých sfér (společenského života, veřejné sféry i státu), tak je tomu i dnes v prostoru univerzitních galerií, muzeí, dalších kulturních institucích, ale také v jiných formách současné prostorové organizace, například v městských centrech, parcích či zahradách, které demonstrují Habermasovu teorii (Habermas, 2000, s. 229) dle níž termín „veřejnost“ postupuje dalšími sférami společnosti (Barrett, 2011).

Jedním z prvních a hlavních elementů, které můžeme ve vztahu galerií s pojmem „veřejnosti“ sledovat, je historický vývoj veřejného poslání těchto institucí v průběhu času. Právě muzea umění byla poměrně dlouhou dobu spojena s dvorskou společností. I přesto, že byla zpřístupněna veřejnosti, stále reprezentovala především královské či vévodské sbírky. Změna konceptu galerie či muzea jako prostoru pro elity a úzké významné skupiny (především aristokratického původu) se mění až s koncem devatenáctého století, kdy se poprvé mluví a uvažuje o těchto institucích jako o součásti „veřejné sféry“ takové, jak ji popisuje Habermas. Zatímco cílem muzeí 19. století bylo především předávání vědění, ve století dvacátém se již instituce intenzivněji soustřeďují na diváka či návštěvníka a jeho estetické vnímání. Konec 20. století s sebou přináší zaměření uměleckých výstavních institucí na prožitky návštěvníků a hlouběji se zabývá tím, co si diváci z výstavy odnášejí či jak je ovlivněna jejich zkušenost (Kottová, 2019).

Pierre Bourdieu (1997) v šedesátých letech vypracoval studii určenou návštěvníkům uměleckých galerií. Tehdejší galerie a muzea dle ní sice proklamovala oslavu občanství a otevřený přístup ke všem občanům bez rozdílu, přitom ale byly tyto instituce nadále navštěvovány úzkou a privilegovanou skupinou lidí. Bourdieu tvrdí, že existuje jakási hierarchie i mezi muzei a galeriemi a že je tudíž přístup ke „kulturnímu kapitálu“⁸ distribuován napříč různými třídami společnosti nerovnoměrně. Ve své studii tak prokázal, že návštěvnost galerií a jejich interakce s publikem úzce souvisí se sociální kompetencí, která je odvozena od vzdělání a výše příjmu daných návštěvníků. Tímto tvrzením usvědčuje muzea z neustálého posilování stávajících sociálních a kulturních odlišností, namísto aby zvyšovala sociální interakci a intenzivnější práci s širším publikem. Bourdieuovu práci shrnuje Velcovská (2010): „Kdo neovládá jazyk muzea, kdo se necítí být k takové návštěvě kompetentní, do muzea či galerie nepřijde“. Muzea či galerie jsou tak podle

⁸ *Kulturní kapitál Bourdieu (1986) popisuje jako „akumulovanou práci, která jedinci umožňuje proměnit sociální energii na reifikovanou či živou práci“.*

Bourdieuova jedním z nástrojů reprodukování sociální hierarchizace a nerovnosti. S tímto vývojem je také spojen termín „nové muzeologie“. Ten poprvé přináší Henri George Rivière a kanadští muzeologové kolem roku 1975 (Kroupa, 2010). „Nová muzeologie“ byla pak následně diskutována v různých aspektech ve sborníku *The New Museology* (1989), ve kterém publikoval i Peter Vergo, jehož myšlenka vychází z častých tehdejších finančních tlaků a s tím souvisejícího omezování působnosti galerií. Ty často souvisely se zastaralým vnímáním galerií, které byly určitými vrstvami společnosti považovány za nepřístupné či elitářské. Nová muzeologie v reakci na tuto situaci prosazovala zvýšený důraz na práci s veřejností a na nové přístupy k přemýšlení o muzejní výchově a její dostupnosti. Autoři zahrnutí do nové muzeologie byli přímo ovlivněni původními díly Pierra Bourdieua (1969 a 1979). Jak zmiňuje Kroupa (2010), proměnu muzeí na sklonku 20. století výstižně popsal Kenneth Hudson (1998) slovy „(...) nejdůležitější změnou, která se dotkla muzeí v posledním půlstoletí, je nynější – takřka všeobecně sdílené – přesvědčení, že muzea existují proto, aby sloužila veřejnosti. Muzea starého stylu takovou povinnost necítily. Vždyť existovala, měla své budovy, měla své sbírky a zaměstnance, kteří se o ně starali. Byla vcelku více či méně adekvátně financována a jejich návštěvníci, obvykle nepříliš početní, do nich přicházeli a s úžasem obdivovali to, co jim bylo expozičně předkládáno. V žádném případě to nebyli partneři ve společném podnikání. Hlavní péče muzeí byla totiž věnována jejich sbírkám, nikoli jejich návštěvníkům (...)“ (Hudson, 1998 cit. dle Kroupy, 2010, s. 334).

Současné univerzitní galerie pracují s obširným publikem a svou otevřeností a skladbou programu se snaží oslovit diváky napříč věkovými kategoriemi i sociálními třídami či minoritami. Vystává zde ovšem otázka, zda a jak jsou současné univerzitní galerie schopny nastavit již výše zmiňovaný „jazyk galerie“ a kolik z příchozích návštěvníků tvoří pasivní recipienti, kteří bez velké interakce pouze vstřebávají naservírovaný obsah a také jaká část publika naopak aktivně participuje a spolutvoří daný prostor a čas.

3.2 Vznik institucí prezentujících umění a kulturu

Nyní se úzce zaměříme na pojem „univerzitní galerie“, její přínosy a dopady na společnost, historický vznik i současnou situaci v České republice i v zahraničí.

Termín „univerzitní galerie“ není známý široké veřejnosti a mnohdy s jeho definicí mají problém i studenti, akademici či ostatní pracovníci vysokoškolských institucí, kteří tyto galerie provozují. Důležitost ukotvení a definování pojmu je ale poměrně vysoká nejen vzhledem k postavení a roli těchto univerzitních kulturních organizací.

Problém všeobecnějšího uchopení samotné definice přináší řada zaužívaných synonym, ale i kulturní a geografické rozdíly ve vývoji galerijní a muzejní činnosti. Abychom lépe pochopili způsob stanovení samotné definice, je důležité zasadit vývoj univerzitních galerií do všeobecnějšího kontextu, ke kterému se váže i historický vývoj veřejných galerií či muzeí umění u nás i ve světě. Zde bych ráda opět vycházela z myšlenky Hanse Heinricha Eggebrechta (v kontextu hudebních pojmů) nebo z myšlenky historika umění Hanse Beltiga (v kontextu umění), které se obě zakládají na tom, že jedinou možností, jak definovat pojem, je vyjít z jeho dějin.

Slovo „galerie“ vychází původně z architektonické terminologie, která jej užívala ve významu spojovací chodby ve formě ochozu v renesančních a barokních palácích či zámcích, kde byla umístěna rodová portrétní obrazárna nebo jiná reprezentační kolekce výtvarného umění (mc-galerie, ©2008). Termín galerie byl do češtiny převzat z italštiny, kam pronikl ze středověké latiny, kde se takto označovala předsálí kostelů a později přeneseně také vyvýšená patra (tzv. vnitřní balkony) divadel, která byla dozdobena výtvarnými díly. V alžbětinské Anglii byly termínem „long galleries“ označovány zastřešené dlouhé chodby či vyvýšené balkony sídel, které sloužily tehdejšíím dámám k procházce a konverzaci za nepříznivého počasí. V těchto dlouhých galeriích byly obvykle po stěnách zavěšeny malby (Maldonado, 1998). Význam zaužívání galerie jako budovy pro umění můžeme pozorovat u Galerie de la Vrillière v Paříži první poloviny 17. století, která již obsahuje záměrně vybudovanou expozici obrazů dobových nejslavnějších italských autorů. První zřetelné zaužívání významu „umělecké galerie“ sledujeme ke konci 18. století. Roku 1750 se galerie v Lucemburském paláci stala sídlem Královské galerie obrazů. Když byla roku 1787 přenesena do galerie Jindřicha IV. v Louvru, psalo se v tehdejší tisku o galerii Jindřicha IV. poprvé jako o galerii, která se stala místem pro muzeum královských sbírek. Od té doby můžeme pozorovat spojování slova galerie s budovami určenými pro umělecké sbírky. Dodnes zůstává jádro oddělení místa (galerie) od obsahu (specializované muzeum), které je zachováno doposud i přímo v Louvru v popisech místa jako La Grande galerie tedy Velká galerie a v popisech instituce Musée du Louvre.⁹

⁹ Za ústní sdělení děkuji panu prof. PhDr. Jiřímu Kroupovi, CSc. (profesoru na Filozofické fakultě Masarykovy univerzity v Brně, Veveří 28, Brno, dne 14. 5. 2020).

Od termínu „galerie“ nebo „muzeum umění“ se později formoval nový pojem pro domy umělců nebo výstavní síně – „kunsthalle“. Nejstarší německá „kunsthalle“ v Karlsruhe získala svůj název podle salonu v Musée du Louvre a stala se v podstatě synonymem pro muzea či galerie, jelikož vznikla pro tehdejší zpřístupnění dvorské sbírky. Salony se v Musée du Louvre pravidelně konaly od roku 1737, ale až v ponapoleonské době byl přeložen francouzský výraz „salon“ do německého „kunsthalle“, ještě později do české „výstavní síně“. Rozdíl mezi „muzeem umění“ či „galerií“ a „kunsthalle“ vězí především ve faktu, že většina výstavních síní nedisponuje vlastní sbírkou. Další rozdíly můžeme pozorovat zejména ve dvou rovinách – v rovině vzniku těchto institucí a v jejich systému vystavování. „Kunsthalle“ na rozdíl od státních či zemských muzeí a galerií vznikaly vždy zejména z popudu občanských uměleckých spolků či lokálním občanským založením ve veřejné sféře. V Německu tak „kunsthalle“ začínaly vznikat¹⁰ především z tehdy nových potřeb tzv. „kunstvereine“ neboli uměleckých spolků, které vystavovaly a prodávaly soudobé umění. Obliba „výstavních síní“ rostla především na konci 19. století a po celé 20. století. Druhý zásadní rozdíl mezi „galerií“ či „muzeem umění“ a „kunsthalle“ vězí v systému vystavování. Zatímco „muzea umění“ vystavují především lineárně¹¹ a jejich výstavy jsou dlouhodobějšího charakteru (stálé expozice), „kunsthalle“ vystavují naopak koncentricky¹² a jsou pro ně typické výstavy krátkodobé. Historicky se tak díky důležitosti a oblibě těchto krátkodobých výstav zrodila potřeba budovat nové prostory výstavních síní v muzejních budovách. V současnosti můžeme v mnoha výstavních institucích pozorovat trend, kdy se plocha výstavní síně určená k těmto krátkodobým dynamickým projektům neustále zvětšuje (Kroupa, 2010).

O vztahu muzeí, galerií a výstavních síní či o významu krátkodobých výstavních projektů píše ve svém nedokončeném spisu Francis Haskell, který zkoumal dějiny muzejních institucí a analyzoval právě vznik krátkodobých výstav již od 17. století. Haskell (2000) ve své knize přichází s pojmem „efemérní muzeum“, neboli „dočasné muzeum“, které je umístěno mimo tradiční muzeum kamenné. Ve své knize také pojednává o potírání rozdílů mezi „galeriemi“ a „výstavními síněmi“. Dnes toto stírání rozdílů můžeme pozorovat u velkých muzeí, která se stále více snaží i o provozování prostor ke krátkodobým projektům, i když je jejich hlavní náplní prezentace stálých sbírek. Naopak u výstavních síní, které se soustřeďovaly především na krátkodobé výstavy, se dnes můžeme setkat s rostoucí snahou o vytvoření alespoň malé vlastní sbírky.¹³

¹⁰ Kolem roku 1840.

¹¹ Časově nebo tematicky. Toto lineární řazení jako by vycházelo z původního významu slova „galerie“, dlouhé spojující chodby, kde byla díla umístěna.

¹² Výstavy se většinou týkají určitého tématu či sbírky. Navazují tak na tradici francouzských salonů.

¹³ Za ústní sdělení děkuji panu prof. PhDr. Jiřímu Kroupovi, CSc. (profesoru na Filozofické fakultě Masarykovy univerzity v Brně, Veveří 28, Brno, dne 14. 5. 2020)

První muzea umění, jak je chápeme dnes, můžeme datovat do 18. století. Vznikají s rozvojem zájmu veřejnosti o umění a vizuální kulturu. Nicméně již mnohem dříve existovaly sbírky předmětů a místa vystavování (např.: veřejná náměstí, fóra starověkého Říma, středověké církevní poklady, tradiční japonské svatyně). Zájem veřejnosti o umění a vizuální kulturu narůstal v průběhu 18. století souběžně s rozšiřující se tiskovou kulturou, která tak umožnila pronikání uměleckých děl k stále širšímu publiku.

První veřejné umělecké muzeum – Kapitolské – bylo otevřeno veřejnosti v Římě v roce 1734. Krátkodobé výstavy formou tzv. salonů, ze kterých se následně odvíjel koncept německých „kunsthalle“, se začaly objevovat ve Francii už od roku 1737.¹⁴

Ke vzniku řady významných evropských muzeí umění došlo v souvislosti s rozvojem samostatné vědy o umění. V té době vzniklo například Musée du Louvre v Paříži, které bylo veřejnosti otevřeno v roce 1787. V českém prostředí to byla například Obrazárna vlasteneckých přátel umění v Praze, na jejímž základě se později zformovala dnešní Národní galerie. První muzea umění či galerie vznikaly zprvu především transformací královských či aristokratických sbírek a sloužily jako kulturní symbol jednotlivých států. Jejich funkce byla především reprezentativní a rodové sbírky sloužily k oslavám šlechtických rodů či panovnických dynastií (Kesner, 2005, s. 41–42).

Fungování díla jako umění se v 19. století odehrává ve více různých institucionalizovaných rovinách, přičemž hlavními institucemi zabývajícími se uměním jsou akademie a školy umělecké tvorby, muzea, galerie a sběratelství či obchody s uměním. Důležitým mezníkem pro institucionalizaci moderního muzea umění se stalo otevření Altes Museum v německém Berlíně roku 1830. Odehrál se zde rozpor dvou koncepcí mezi Aloysem Hirtem, který chtěl zdůraznit „školu estetického vkusu“ vystavením ideálních děl pro výchovné účely, a Carlem Friedrichem, který jako jeden ze zakladatelů dějin umění trval na výlučném vystavení originálů, aby tak mohlo dojít k dialogu mezi divákem a obrazem a ke srovnávání různých umělců či uměleckých škol vedle sebe. Finálním verdiktem byl společný kompromis, který vystavil originální díla vývojově podle epoch za sebou (Kroupa, 2010).

V tehdejších nově zformovaných Spojených státech amerických byla muzea umění stále pro širokou veřejnost nepředstavitelným luxusem až do konce 19. století, kdy se bohatí patroni v rychle se rozšiřujících amerických městech rozhodli začít napodobovat právě evropské modely. Tehdy se ve Spojených státech objevily některé z nejnvlivnějších trendů v oblasti galerií a muzeí moderního umění.

Jedním z nich je dnes již zaužívaný pojem „white cube“, jde o jakýsi prostor reprezentující „čistou galerii“. Tato charakteristika vznikala na začátku 20. století v reakci na vzrůstající abstrakci moderního umění a z potřeb umělců minimalizovat rozptýlení v rámci výstavních prostor. Za významného institucionálního

¹⁴ Podle ústního sdělení prof. PhDr. Jiřího Kroupy, CSc. (profesora na Filozofické fakultě Masarykovy univerzity v Brně, Veveří 28, Brno, dne 14. 5. 2020)

představitele můžeme považovat Muzeum moderního umění v New Yorku. Alfred H. Barr, který jej ve třicátých letech 20. století vedl, doufal, že minimalizací vizuálního rozptýlení nasměruje diváky k čistému zážitku z uměleckého díla. Holé prostory, bílé zdi a minimalistické rámy, které začal používat, považujeme nyní za naprosto přirozenou součást výstavních institucí (Khan Academy, ©2019). Zavedení přístupu „white cube“ v oblasti galerijnictví a muzejnictví bylo jedním z nejzásadnějších zvrátů, které se dotýkaly sociálně funkční proměny těchto uměleckých institucí.

„Bílá krychle“ či „bílá kostka“, jak je do češtiny překládán anglický název „white cube“, je galerijním prostorem, který má zajistit ideální prostředí pro exhibici a prezentaci uměleckých děl. Bílé stěny, monotónní barva podlahy a skryté osvětlení – tento galerijní model vytváří čisté a diskrétní prostředí pro intenzivnější vnímání uměleckých děl v samotné abstrakci prostoru a jakousi jeho dekontextualizaci, která symbolizuje oddělení od vnější reality, tedy od historického, ekonomického i sociálního kontextu děl i návštěvníka. „Posun od fyzického a prostorového předpokladu místa k rozšířenému, kontextuálnímu, odrážejícímu sociální a politický radikalismus šedesátých a sedmdesátých let, považuje také bílou krychli za představitele normativní výstavní konvence, která slouží ideologické funkci kontroly a reprodukce hierarchií hodnoty. Vlna institucionální kritiky a konceptuálního myšlení, minimalismus a konceptualismus samotný přispěly k nové formě site-specificity, která implicitně zpochybnila nevinost prostoru a doprovodný předpoklad univerzálního pozorování objektu“ (Tranzit, ©2019).

Brian O'Doherty (2014) ve své knize Uvnitř bílé krychle: ideologie galerijního prostoru pojmenovává koncept modernistické galerie jako bílou krychli, kterou zároveň považuje za ideologický nástroj k použití moci, jenž vede přicházející návštěvníky k předem danému, a tedy očekávanému způsobu chování a smýšlení nad danými díly a prostorem. Podobně jako Bourdieu v 19. století kritizuje i O'Doherty modernistické pojetí výstavních prostor, která skrze výstavy umělců tehdejších počátků moderního umění odrazovala skupiny návštěvníků, kteří se necítili dostatečně zasvěcení a kompetentní k návštěvě (O'Doherty, 2014, s. 16).

„Dospěli jsme do bodu, kdy vnímáme nejprve prostor, umělecké dílo až poté.“

O'Doherty (2014) uvažoval ve svých esejích o „bílou krychli“ jako první. V poznámkách upozorňuje na význam galerijního prostoru v dějinách modernismu a „bílou krychli“ představuje jako model pro umění 20. století. Při analýze funkce galerijního modelu „bílou krychle“ se O'Doherty zaměřuje na transformaci malby, která se odehrála v 19. a na počátku 20. století, a na spojený problém vystavování umění v galerii.

„(...) prostor galerie je čímsi exkluzivním. Vystavená díla umístěná do izolovaných prostorových políček vypadají tak trochu jako drahé a vzácné zboží, jako klenoty či poklady (...)“ (O'Doherty, 2014, s. 67). Změny, které přinesl přístup bílé krychle a vývoj současného umění, musejí reflektovat i instituce, které se jejich

adjustací a interpretací zabývají a přinášejí či zprostředkují je odborné či široké veřejnosti (Garagemca, 2020).

3.2.1 Proměna muzeí a galerií v českém kontextu

V českých zemích působila v 19. století pouze jediná veřejná galerijní instituce, kterou byla Obrazárna společnosti vlasteneckých přátel umění založená roku 1796. Ta byla českou paralelou hal typu „kunstverein“ založených šlechtickými patrioty. Postupně k nim přibývaly další instituce. Do začátku 20. století, kdy byla otevřena Moderní galerie pro Království české, kterou založil císař František Josef I., suplovala Obrazárna společnosti vlasteneckých přátel umění neexistenci vlastních státních veřejných sbírek v českých zemích. Její sbírkový fond se začal vytvářet až od roku 1836 prostřednictvím nákupů, odkazů i darů uměleckých děl. Moderní galerie pro Království české, druhá z veřejných galerijních institucí v českých zemích ve své době představovala první veřejnou uměleckou sbírku, která vznikla jako soukromá nadace císaře Františka Josefa I. Ve své době představovala první veřejnou uměleckou sbírku nejen v českých zemích, ale i v celém Rakousku-Uhersku. Po vzniku Československa plnila roli státní galerie, i když nadále zůstávala pod zemskou správou. Zrušena byla na základě rozhodnutí říšského protektora ke dni 5. listopadu 1942. Její sbírky byly začleněny do tehdy nově vznikající Národní galerie. V Brně obdobným šlechtickým založením spojeným s „kunstverein“ vznikla Obrazárna Moravského zemského muzea (Olšovský, ©2014).

„Současná podoba galerií a muzeí umění jako specializovaných institucí zaměřených na shromažďování, vědecké zpracování a prezentaci děl z oblasti výtvarného umění se v Čechách, na Moravě a ve Slezsku vyhranila až po druhé světové válce. Dnešní síť nejdůležitějších galerií a muzeí umění tvoří Národní galerie v Praze, Moravská galerie v Brně a Muzeum umění v Olomouci, přičemž k této trojici můžeme přiřadit i Slezské zemské muzeum v Opavě, u něhož od počátku při založení hrály umělecko-historické sbírky významnou roli. Vznik těchto galerijních institucí je do značné míry spojen s fenoménem obrazáren, které byly zakládány při muzeích na počátku 19. století“ (CITeM, ©2005–2018).

3.2.2 Ukotvení termínu

Vydefinování a ukotvení pojmu považuji za stěžejní především kvůli usnadnění procesu sebeidentifikace dnešních uměleckých institucí a s tím souvisejících podmínek i ostatních paralel. Jasně definovaný termín pomůže efektivnějšímu nastavení pravidel fungování, ale také například lepšímu čerpání finančních prostředků i vzájemné komunikaci a spolupráci napříč celým sektorem. Následná definice pojmu „univerzitní galerie“ pak souvisí s uplatněním vysokoškolských výstavních prostor v rámci hierarchie systému kulturních institucí.

Pojem „galerie“¹⁵ se v českém prostředí nepoužívá jen pro muzea umění s vlastními sbírkami, ale také pro výstavní a prodejní instituce různého typu. V rámci ustálení terminologie a definování rozdílů pojmů „galerie“ a „muzeum umění“

¹⁵ Takto termín popisuje Olšovský ve svém textu *Vademecum muzeologie z roku 2014*.

najdeme nejen na území České republiky stále drobné spory. Intenzita a současnost používání pojmu „galerie“ se na území České republiky a většiny zemí střední či východní Evropy (Slovensko, Polsko, Ukrajina, Srbsko) od západního světa liší. Na území východní Evropy totiž stále najdeme sbírkotvorné umělecké nekomerční instituce, které jsou nazývány „galeriemi“, i když je dle přístupu níže zmíněné obecné definice v rámci instituce ICOM řadíme mezi „muzea“. Jedná se i o velké, národní či krajské organizace, jako jsou například česká Národní galerie, Slovenská národní galerie, Zacheta – Národní galerie ve Varšavě. Při hledání institucí tohoto typu například v Belgii či Holandsku narazíme téměř vždy na termín „národní umělecké muzeum“ (Aronsson, 2011). V českém prostředí se sbírkotvorné instituce od reorganizace v padesátých a šedesátých letech 20. století označují jako „muzea“ i „galerie“. Rozdělení se používalo až do poloviny devadesátých let minulého století. Zavedená terminologie se poté ještě zkomplikovala novým termínem „muzeum umění“, s nímž se setkáváme především v zahraničí (CITeM, ©2005–2018).

Podle Alison Baverstock (2010) je velmi náročné precizně oddělit současnou roli „muzeí“ či „galerií“ tak, aby jasně definovala rozdíly mezi těmito dvěma institucemi. Ostatně to potvrzují již výše zmíněné Haskellovy myšlenky, které se zabývají potíráním rozdílů mezi prostory pro krátkodobé výstavy – „kunsthalle“ – a prostory „muzea se stálými expozicemi“. Baverstock také zmiňuje, že vydefinování samotných termínů a rozdílů mezi nimi komplikuje fakt, že specifikace těchto pojmů se liší v závislosti na rozdílných definicích a přístupech kulturní politiky napříč státy a kontinenty. Uvádí to na příkladu Spojených států amerických, kde je většina uměleckých „galerií“ označována za „museum“.

Budeme-li se chtít držet mezinárodního prostředí, je vhodné aplikovat současnou definici, kterou specifikuje největší mezinárodní síť muzeí ICOM (The International Council of Museums). Ta definuje „muzeum“ jako stálou nevýdělečnou instituci ve službách společnosti a jejího rozvoje, otevřenou veřejnosti, která získává, uchovává, zkoumá, zprostředkuje a vystavuje hmotné doklady o člověku a jeho prostředí, za účelem studia, vzdělání, výchovy a potěšení. Na poslední mezinárodní konferenci ICOM v japonském Kjótu v září 2019 byl podán návrh na změnu této definice a její inovaci: „Muzea jsou demokratické inkluzivní a polyfonní prostory pro kritický dialog o minulosti a budoucnosti. Uznávají a řeší konflikty a výzvy současnosti, spravují a schraňují artefakty, chrání rozmanité vzpomínky pro budoucí generace a zaručují všem lidem stejná práva a rovný přístup k dědictví. Muzea jsou nezisková, participativní a transparentní a pracují v aktivním partnerství s různými komunitami i pro ně, aby shromažďovala, uchovávala, zkoumala, interpretovala, vystavovala a zlepšovala porozumění světu s cílem přispět k lidské důstojnosti a sociální spravedlnosti, globální rovnosti a světovému blahobytu“ (ICOM, ©2019).

Tento návrh však přes hojnou diskuzi v místě konference i na sociálních sítích nebyl stále finálně uznán (26. května, 2020) a na základě výzkumů i podkladů se teprve blíží své konečné podobě. Mezinárodní diskuzi, která byla nad novou

redefinici „muzea“ vyvolána, shrnuje na svém Twitter profilu Laura Dalton, PhD.¹⁶ Uvádí přístupy a postoje několika zemí. Kanada se například postavila proti návrhu nové definice, kterou rozporuje tím, že nový návrh nereflektuje definici nýbrž vizi, a neodráží navíc dostatečně současnou podobu světových „muzeí“. Stejný postoj a návrh odložení redefinice „muzea“ zastává i Argentina, Izrael, Rakousko, Belgie či Irán. Tyto státy se shodují na tom, že nová definice „muzea“ by měla lépe reflektovat vzdělávací roli „muzeí“ a s tím související možnosti financování či kulturní politiky.

Na webu ICOM se po konferenci objevil příspěvek shrnující další postup:

„Po důkladné debatě mezi členy ICOM se mimořádné valné shromáždění rozhodlo odložit hlasování o nové definici muzea. Rozhodnutí získalo 70,41 % hlasů pro. Byl to jeden z nejdemokratičtějších procesů v historii ICOM,“ tvrdí Suay Aksoy, prezident ICOM. Diskuse pokračuje a MDPP bude pokračovat ve své práci interakcí se všemi národními a mezinárodními výbory, aby společně hovořili o implementaci a asimilaci těchto nových myšlenek, protože se pravděpodobně objeví v nové definici, která bude doplněna o navrhované. Toto není konec, je to jen další začátek procesu redefinice. Vyzývám všechny členy, aby se účastnili diskuzí“¹⁷ (ICOM, ©2020).

ICOM také říká, že původní definice muzea platí bez jakýchkoliv omezení daných typem řídicího orgánu, územního dosahu, funkční struktury nebo zaměření sbírek té které instituce.

Z této všeobecné definice můžeme vyvodit, že „muzeum“ znamená především duchovní obsah instituce. Z tohoto důvodu musí být nadále od obecné definice specifikováno a upřesněno, o jaké „muzeum“ se přesně jedná.

Dle Statutu ICOM se do kategorie „muzeí“ nadále řadí také níže uvedené instituce:

- přírodní, archeologické a etnografické památky a lokality, historické památky a místa muzejní povahy, která shromažďují, uchovávají a zprostředkují materiální doklady o člověku a jeho prostředí,
- instituce, které uchovávají a vystavují živé exempláře rostlin a zvířat – botanické a zoologické zahrady, akvária a vivária,
- střediska vědy a techniky a planetária,
- **neziskové galerie umění**; restaurátorské ústavy a **výstavní síně**, které jsou stálou součástí knihoven a archivů,
- přírodní rezervace,

¹⁶ @roamingcurator, post ze dne 7. 9. 2020

¹⁷ „After a profound and healthy debate among ICOM members, the Extraordinary General Assembly has decided to postpone the vote on the new museum definition. The decision gathered 70,41 % votes in favour. This has been one of the most democratic processes in the history of ICOM,“ said Suay Aksoy, President of ICOM. „The discussion continues, and MDPP will continue its work by interacting with all the National and International Committees, to talk about the implementation and assimilation of these new ideas as they will probably appear in the new definition that will be an amendment of the proposed one. This is not the end, this is just another beginning in this process of redefinition. I invite all members to participate in the discussions as they advance.“ (ICOM, c2020) (přeloženo autorkou)

- mezinárodní, národní, regionální či lokální muzejní organizace, ministerstva, jejich sekce nebo veřejné agentury řídicí muzea v duchu definice uvedené v tomto článku,
- neziskové instituce nebo organizace zabývající se restaurováním, vědecko-výzkumnou činností, výchovně-vzdělávací činností, vzděláváním pracovníků, dokumentací a jinou činností vztahující se k „muzeím“ a muzeologii,
- kulturní střediska a jiné organizační jednotky, které se věnují péči o hmotné a nehmotné zdroje kulturního dědictví, jejímu uchování a správě (živé dědictví a digitální tvůrčí činnost),
- takové další instituce, o nichž výkonná rada ICOM po konzultaci s poradním sborem rozhodne, že mají některé či všechny rysy „muzea“ nebo napomáhají „muzeím“ a odborným zaměstnancům „muzea“ prostřednictvím muzeologického výzkumu, výchovy a vzdělávání (ICOM, 2019).

Pojem „galerie“ naopak původně značí architektonický prvek/tvar/památku jako hmotný objekt. Tento pojem se později transformoval do vhodnějšího významu památky jako pokladnice ve smyslu národního symbolu nebo také pokladnice moderního umění.

Předchozí kategorizace v rámci ICOM zahrnuje „galerii“ jako jednu z kategorií „muzea“, potažmo je zde pojem „galerie“ používán jako synonymum „muzea umění“, ovšem pouze „galerie/muzeum umění“ se sbírkotvornou činností. Zařazeny jsou zde i „výstavní síně“, které z předešlé kapitoly můžeme vnímat jako nesbírkové instituce, ty jsou ovšem v rámci výše uvedené kategorizace dále specifikovány pouze jako stálá součást archivů či knihoven. ICOM zde tedy vůbec nezohledňuje samostatné nesbírkové umělecké instituce typu „kunsthalle“.

„Specifikum českého prostředí začíná samotnou terminologií – obecně zažitým označováním výstavních prostorů vycházejícím z historické zkušenosti druhé poloviny 20. století. V českém prostředí slovo ‚muzeum‘ v očích veřejnosti vytváří mnohdy negativní asociace“ (Kučera, 2016, str. 27). Mohlo by se zdát, že Kučerovo tvrzení není aktuální v dnešní době, kdy každá větší „galerie“ či „muzeum“ i v malých městech vytváří a nabízí edukativní a interaktivní programy pro děti již od mateřských škol. Přesto stále panuje u velké části široké veřejnosti dojem, že „muzea“ jsou prostory s nudným historickým obsahem. Podivuhodné je, že v českém kontextu neexistují oficiální zveřejněné národní výzkumy či „benchmarkingy“, které by se této problematice věnovaly a přinesly reálná a aktuální data. Frekvence konferencí, seminářů či workshopů zaměřujících se na vnímání umělecké instituce jejími pravidelnými návštěvníky i širokou veřejností (z níž by se pravidelní návštěvníci mohli rekrutovat) je stále vyšší, pro území České republiky však prozatím (2020) neexistují aktuální data, ze kterých by tyto instituce mohly vycházet a efektivně s nimi pracovat. I Karina Kottová (2019) ve své knize popisuje, že „umělecké instituce ztělesňují ve vztahu k divákům značný paradox: jsou tradičně spojeny s určitým elitářstvím a uzavřeností do sebe, přestože na druhé straně vznikly z potřeby vzdělávat publikum a povznášet jeho vkus i z dalších osvícenských

myšlenek, které se následně rozvíjely v širší demokratizační postoje ve vztahu k prezentovanému umění.“

Pro lepší lokální specifikaci termínů si na území České republiky můžeme pomoci definicí ze zákona č. 122/2000 Sb., který uvádí, že: „Muzeum je instituce, která získává a shromažďuje přírodniny a lidské výtvořiny pro vědecké a studijní účely, zkoumá prostředí, z něhož jsou přírodniny a lidské výtvořiny získávány, z vybraných přírodnin a lidských výtvořin vytváří sbírky, které trvale uchovává, eviduje a odborně zpracovává, umožňuje způsobem zaručujícím rovný přístup všem bez rozdílu jejich využívání a zpřístupňování poskytováním vybraných veřejných služeb, přičemž účelem těchto činností není zpravidla dosažení zisku. ‚Galerií‘ je ‚muzeum‘ specializované na sbírku výtvarného umění.“ Jasný postoj k termínu nenabízí ani národní Asociace muzeí a galerií České republiky, která by mohla a měla poskytovat tyto informace z již výše zmíněných důvodů snazší sebeidentifikace kulturních institucí.

Metodické centrum pro muzea výtvarného umění definuje „galerie“ jako kulturní instituce, které uskutečňují různými formami nenahraditelný kontakt veřejnosti s originálním uměleckým dílem z oblasti výtvarného umění. Metodické centrum také rozděluje galerie do tří kategorií na základě rozdílného poslání a váhy poskytovaných služeb:

„Galerie“ jako veřejné specializované „muzeum“ podle sbírkového zákona – s prioritními úkoly nekomerční správy sbírky výtvarného umění, jejího uchování pro budoucí generace jako specifického segmentu hmotného kulturního dědictví, její odborné interpretace a prezentace veřejnosti, vedle toho je místem systematického kontaktu návštěvníka s originálním výtvarným dílem garantované umělecké kvality a s vysokou mírou multi- a interdisciplinarity jeho zprostředkování veřejnosti, které vychází ze současného stavu vědeckého bádání (mc-galerie, ©2008);

„Galerie“ jako veřejná výstavní síň „kunsthalle“ – zpravidla nekomerční prostor, bez vlastního sbírkového fondu, který prioritně plní úlohu kontaktního místa pro výtvarné umělce k vedení diskuze o vývoji a směřování současného umění a předkládání jeho aktuálních výsledků veřejnosti (mc-galerie, ©2008);

„Galerie“ jako místo pro prodej a nákup výtvarného umění – komerční prostor specializovaný na výtvarné umění, ustavený za účelem realizace zisku z prodeje prací výtvarných umělců. Komerční „galerie“ také může organizovat výstavy a jiné umělecké prezentace, při nichž nedochází k přímému prodeji výtvarného umění. Hlavním kritériem pro rozlišení komerční/nekomerční je tak způsob zřízení „galerie“ a její statut, který potom určuje charakter celé instituce (mc-galerie, ©2008).

Trendem současné doby je však i na území České republiky, po vzoru Tate Modern, používat termíny a samotné koncepty pro výstavní instituce, které se záměrně od výše zmíněných definic liší či se jim přímo vyhýbají. Výše zmíněné definice Metodického centra však stále nereflektují současnou charakteristiku nově vznikajících uměleckých a výstavních prostor, které mnohdy svým portfoliem aktivit

působí napříč všemi výše zmíněnými kategoriemi. Nejenom vymezení se vůči zmíněným a neaktualizovaným termínům, ale samotná absence pojmenování v oblasti institucionalizace pak dává vzniknout nové terminologii, která má blíže k charakteristice aktuální podoby těchto kulturních a uměleckých stánků.

Záměrné vyhýbání se označení „galerie“ známe i z českého prostředí, týká se například pražského DOXu – centra současného umění¹⁸, humpolecké 8smičky – zóny pro umění¹⁹, ostravského PLATa²⁰, šumavského Centra umění Kvilda a dalších, které s rozvojem vlastního konceptu a aktivit s tím souvisejících upřednostnily názvy, které zahrnují a lépe vystihují širší portfolio jejich činností v rámci přístupu k práci s obsahem i publikem. Tyto prostory totiž většinou disponují i kavárnou a malým obchodem s knihami a vlastními suvenýry (merchandisingem) či design shopem. Nabízejí tak prostor také pro další socializaci a pokračování dialogu s návštěvníky. Odehrává se v nich kromě krátkodobých výstav a mnohdy i stálých expozic také mnoho workshopů, koncertů, přednášek i (ne)formálních večírků.

Nicholas Mirzoeff (2018) píše, že současná doba nutí galerijní i muzejní instituce dělat něco navíc, aby se odlišily, aby byly schopny naslouchat a následně pohotově reflektovat požadavky návštěvníků. Tato situace dává prostor vzniku zajímavých konceptů, které se stejně jako předešlé vymykají tradičnímu konceptu „galerie“.

Zmínit zde můžeme například formáty „pop-up galerií“ či výstav, které jsou specifické svým dočasným a většinou nekonvenčním umístěním, „open air galerie“ či „umělecké intervence do veřejného prostředí“. Další z alternativních konceptů – „virtuální galerie“ – online formou představují obširnou škálu umělců a výtvarných děl, „venkovní galerie umění ve veřejném prostoru“ nebo nezvyklé médium (prostory) galerie jako jsou nástěnky, billboardy či výklenky v metru na sebe svou netradičností přitahují pozornost a zvou diváka k dialogu.

Vymezení se vůči tradičnímu galerijnímu formátu reprezentovanému bílými zdmi úzce souvisí i s „galeriemi univerzitními“, které jsou často vnímány jako prostor a místo pro experimentování a inovaci. Specifika a alternativní přístupy českých „univerzitních galerií“ rozebereme v následující kapitole.

¹⁸ www.dox.cz

¹⁹ www.8smicka.cz

²⁰ www.plato-ostrava.cz

3.3 Fenomén univerzitní galerie

3.3.1 Vývoj univerzitních muzeí a galerií

Lze předpokládat, že první **univerzitní muzea** se začala objevovat v dobách, kdy se univerzitní výuka více zaměřovala na přírodovědný výzkum. Nejspíše teprve do doby renesance pak můžeme datovat první výskyt tzv. „museionů“²¹ ve smyslu určitého školského prostoru, v němž se uchovávaly a prezentovaly různé technologické a přírodovědné kuriozity. Jediným zachovalým „museionem“ je dodnes Ashmolean muzeum v Oxfordu, které bylo založeno v roce 1683. Toto muzeum je pokládáno nejenom za nejstarší akademické muzeum, ale také za vůbec první veřejné muzeum v Evropě a nejstarší rozpoznatelnou formu moderní muzejní instituce (The museum review, ©2016). Zajímavostí je, že se v původní budově Ashmolean muzea v Oxfordu nacházel ve sklepě prostor určený k chemickým pokusům, v přízemí byl divadelní sál, který sloužil k přednáškám a vědeckým prezentacím a v horním patře se nacházel kabinet kuriozit. Právě tato kombinace činností je často zdůrazňována jako budoucí forma „muzea“ coby badatelské, sběratelské a veřejně přístupné instituce.²² Největší část univerzitních muzeí je dnes stále sestavená především z přírodovědeckých sbírek, jak je vidět i z grafu mezinárodní asociace akademických muzeí UMAC.

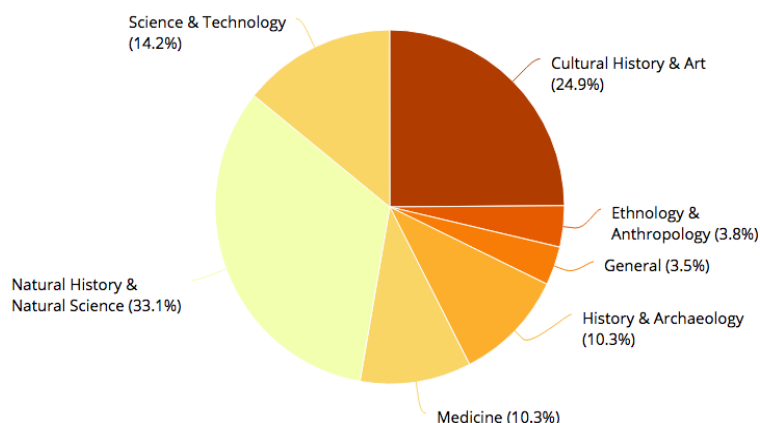
²¹ Vycházejí z nesebírkových prostor při alexandrijských školách ve starověku, které se zároveň staly i zdrojem pro moderní použití slova „muzeum“.

²² Podle ústního sdělení prof. PhDr. Jiřího Kroupy, CSc. (profesora na Filozofické fakultě Masarykovy univerzity v Brně, Veveří 28, Brno, dne 14. 5. 2020).

Subject Areas

The richness and diversity of university museums and collections is astonishing – they cover every unimaginable subject in the sciences, the humanities and the arts.

To facilitate the organisation of information and searches, the database is organised in 7 broad and all-encompassing Subject Areas. They are divided further into finer and more specific Subjects.



Obrázek 1 Přehled zaměření univerzitních muzeí a galerií, zdroj: UMAC, 2019

Stručné shrnutí historie „univerzitních muzeí“ přednesla Marta Lourenço, prezidentka UMAC, na konferenci *Il museo in evoluzione verso una nuova definizione* organizované italským ICOMem Italy a Univerzity Milan 8. května 2019. Za zlatý věk „univerzitních muzeí“ zde Lourenço prohlásila 19. století, kdy po celém světě a zejména v Evropě a Severní Americe, výrazně narostl počet „univerzitních muzeí“ a sbírek. Zmínila zde také, že tehdy měl nový model univerzity podle vzoru Berlína v roce 1810 ve svém jádru především výzkum, na druhé straně ale vznikaly nové disciplíny jako archeologie, antropologie nebo také dějiny umění, které měly svůj základ ukotven právě v práci se sbírkami. Výzkum probíhal v centru nové Humboldtovy univerzity a sbírky byly jádrem výzkumu.

Ve svém projevu Lourenço zmínila, že k mnoha evropským univerzitám patřilo někdy 20–30 muzeí. Obrovský pokles sledovala postupně ve 20. století a intenzivně po druhé světové válce, kdy přestala být idea „muzea“ na univerzitách samozřejmá.

Zásadní moment, který velmi výrazně ovlivnil vývoj univerzitních muzeí a galerií, přišel podle Kozak společně s vládními škrty a strukturálními změnami ve vysokoškolském vzdělávání v osmdesátých a devadesátých letech dvacátého století. Situace vedla k nedostatku personálu a k pokusům o tzv. „racionalizaci“ vysokoškolských sbírek prostřednictvím likvidace a prodeje. Úpravy pak úzce souvisely s objektově orientovanou výukou. Změna výuky i metodologie zanechala dříve hojně využívané objekty univerzitních muzeí a galerií v situaci nevyužitých. Univerzity v těchto letech také změnily pohled na financování. Dříve podporovanou péči o univerzitní sbírky a s tím související univerzitní muzea a galerie byly přesunuty a soustředěny na financování náboru nových studentů i pracovníků. Následně vyvstaly otázky související s úlohou a funkcí univerzitních sbírek a muzeí.

Alan Warhurst, který byl tehdejším ředitelem manchesterského muzea, dokonce v roce 1986 popsal boj univerzitních muzeí jako „krizi identity a účelu, krizi uznání umocněnou krizí zdrojů“ (UMAC ICOM, ©2019).

Marta Lourenço, prezidentka UMAC, také uvádí, že od krize v osmdesátých letech jsou univerzitní muzea nucena přesvědčovat své mateřské instituce o vlastní hodnotě a významu univerzitních sbírek s tím souvisejících. Mnoho univerzitních muzeí bylo v těchto letech uzavřeno, sbírky rozptýleny a některé objekty úplně ztraceny (The Museum Review, ©2016).

UMAC se jako mezinárodní síť věnuje především sbírkotvorným institucím. Nesbírkotvorné umělecké galerie a jejich snahu o kategorizaci v rámci pojmu „muzeum“ vidí Lourenço²³ jako problematickou. Dodává také, že definování pojmu „univerzitního muzea“ není nutností, ba naopak upozorňuje na nebezpečí přesného definování pojmu „univerzitní muzeum“, jelikož by se touto přesnou definicí univerzitní muzea či galerie mohly ze systému ostatních kulturních institucí úplně vyčlenit.

Co se týče specifické oblasti univerzitních nesbírkových galerií, které, jak je uvedeno výše, v současné době nezapadají do žádné pojmové kategorie, je dle mého názoru naopak důležité definovat a ustálit pojem „univerzitní galerie“ hned z několika důvodů. Definice univerzitních galerií přináší možnost lepší sebeidentifikace a jasného zařazení nejen do systému kulturních institucí, ale i do kulturní politiky a finančního čerpání. Jasná terminologie a její vymezení pak pomůže efektivně komunikovat v rámci vládních i nadvládních organizací, měst, krajů, ale i mezinárodních organizací či asociací, které podobné organizace sdružují. V neposlední řadě je jasná terminologie potřebná i v rámci zaužívání u galerijních návštěvníků, kteří mnohdy vlastně neví, co od univerzitních galerií mohou očekávat, kde je mohou hledat a zda je vůbec vstup umožněn i návštěvníkům mimo akademickou obec. Pro usnadnění definice pojmu, ale také pro uvedení kontextu bude níže popsán historický vývoj umělecky zaměřených univerzitních galerií.

Univerzitní galerie se vyvíjely postupně a obecně se dá říct, že jejich vznik a vývoj směrem k následné práci s publikem proběhl poměrně pozdě. Vznikaly buď soustředěním vlastních sbírek kolem nově vznikajících ústavů dějin umění nebo odkazem soukromých sbírek mecenášů. Budeme-li hledat počátky uměleckých galerií ve školském prostředí mimo univerzity, můžeme se zaměřit na nově zřizované umělecké akademie v 17. a 18. století. Na těchto akademiích byly organizovány soutěže, pořádány výstavy a musely zde být k dispozici také grafiky, kresby či originály děl určených pro akademickou výuku. Součástí akademií se tak postupně stávaly tzv. pinakotéky, glyptotéky, gypsotéky nebo grafické kabinety. Tyto sbírky byly kolem 18. století zpřístupňovány v nově vytvořených akademických obrazárnách nebo věnovány veřejnosti s cílem vytvořit nové umělecko-historické muzejní instituce. Jednou z nejpozoruhodnějších současných akademických

²³ Na základě osobní emailové korespondence ze dne 24. 4. 2019

obrazáren je obrazárna Akademie výtvarného umění ve Vídni, která vznikla na základě daru obrazů hraběte Lamberga-Sprinzensteina v roce 1822.

Součástí uměleckých škol se postupně stávaly i výstavní síně, ve kterých se odehrávaly krátkodobé výstavy tak, jak je vykládá právě Haskell v rámci pojmu „efemérní muzeum“. Dokládá to například rekonstrukcí inventáře a depozitáře divadelních kulis na výstavní a divadelní prostory (1990–1995) výše zmíněné vídeňské Akademie umění, která tak rozvíjela vídeňskou tradici těchto prostor jako moderního centra pro výuku a zprostředkování umělecké tvorby. V rámci historie budování univerzitních galerií hrají specifickou roli univerzity v USA. Ty se díky větším prostorám kampusů a získávání velkorysých a významných muzejních sbírek od mecenášů rozvíjely oproti Evropě o něco dřív. Nejstarší univerzitní galerie Yale University Gallery v New Haven zde vznikla roku 1832. V Americe jsou v rámci terminologie prestižní univerzitní umělecké sbírky nazývány právě „galeriemi“ a v prostředí univerzitních kampusů se jim dostává významného umístění.²⁴

Nové univerzitní galerie v Evropě vznikaly ke konci 19. století jako umělecko-historické galerie společně s rozvojem disciplíny dějin umění. Tyto galerie byly úzce spjaty s výukou dějin umění a také s výzkumem v této oblasti. Z významnějších evropských univerzitních muzeí umění, která svým vznikem a působením ovlivnila akademickou půdu i vývoj dějin umění, můžeme zmínit Princeton University Art Museum, které bylo založeno v roce 1882 a disponuje úctyhodnou sbírkou čítající okolo 100 000 exponátů z různých období a z řady světových kulturních oblastí. Exponáty univerzity namnoze darovali její bývalí studenti. Ve sbírce evropského malířství má zastoupení mimo jiných Hieronymus Bosch, Albrecht Dürer, El Greco, Michelangelo Buonarroti, Rembrandt van Rijn, Anthony van Dyck, Francisco Goya, Paul Cézanne, Édouard Manet, Claude Monet, Jean Renoir, Paul Gauguin, Vincent van Gogh, Edgar Degas, Henri Toulouse-Lautrec, Amedeo Modigliani, Vasilij Kandinskij, Hans Arp, Emil Nolde nebo Pablo Picasso, což lze považovat za příklad velmi reprezentativního akademického muzea umění (Princeton University Art Museum, ©2019). Dalším významným bodem v utváření univerzitních muzeí a galerií byl spis Gottfrieda Sempera *Ideales Museum für Metallotechnik* (1852), v němž je kladen důraz na moderní ideu muzea umění a její spojení se vznikem uměleckých akademií, kdy je „muzeum“ chápáno právě jako podpora výuky umění. Navrhoval proto, aby vedle každého muzea vznikla škola. Tvrdil, že ideální muzeum umění musí mít funkci veřejně výchovnou. Následně vzniklo ve Vídni Umělecko-průmyslové muzeum společně s Vysokou školou umělecko-průmyslovou nebo v českém kontextu Umělecko-průmyslové muzeum v Brně a vedle něj Střední škola umělecko-průmyslová.

Proces utváření univerzitních galerií v České republice souvisí od devadesátých let 20. století především s jejich rozvojem při uměleckých školách.

²⁴ Podle ústního sdělení prof. PhDr. Jiřího Kroupy, CSc. (profesora na Filozofické fakultě Masarykovy univerzity v Brně, Veveří 28, Brno, dne 14. 5. 2020).

Za nejstarší stále fungující univerzitní galerii v České republice můžeme považovat Galerii AVU, galerii Akademie výtvarných umění v Praze, která vznikla v roce 1993 jako výstavní prostor pro studenty a od té doby rozšířila své pole působnosti. Té předcházela pouze vznik tehdy ještě československé galerie MEDIUM při Vysoké škole výtvarných umění v Bratislavě. Za největší rozmach v oblasti českých univerzitních galerií můžeme považovat dobu po roce 2000.

V roce 2001 vznikla galerie UM při Vysoké škole uměleckoprůmyslové v Praze. Následována byla Fakultou výtvarných umění Vysokého učení technického v Brně, které otevřelo galerii FAVU (dříve pod názvem Aula) v roce 2004. Akademie múzických umění otevřela galerii GAMU v roce 2008, Univerzita Ladislava Sutnara se přidala s univerzitní galerií v roce 2011. Nový rozměr univerzitním galeriím v České republice přinesl vznik Domu umění při Univerzitě Jana Evangelisty Purkyně v roce 2016 a pozornost si vydobyla na univerzitní scéně i nejmladší galerie G18, kterou založila Fakulta multimediálních komunikací při Univerzitě Tomáše Bati ve Zlíně v roce 2018. Mnoho dalších univerzitních galerií vznikalo souběžně, některé z nich již ovšem nefungují a nahradily je nové koncepty či prostory (např. Galerie Armaturka v Ústí nad Labem). Důležitým faktorem při mapování historie univerzitních galerií v českém prostředí je skutečnost, že většina našich univerzit nemá dostatečně dlouhou historii a tradici, tudíž nemá ani tradici vlastních sbírek.

S koncem devadesátých let 20. století se začalo mobilizovat a formovat mezinárodní společenství sdružené kolem univerzitních muzeí a sbírek. Zpočátku byly formace pouze na národní úrovni, jednotlivé země začaly zakládat interní národní sdružení a asociace (např. Velká Británie, USA, Jižní Korea, Brazílie), za nimi následovalo síťování, sdružování a propojování na úrovni mezistátní.

Vznikly dvě zásadní sítě či asociace zabývající se akademickým dědictvím a univerzitními muzei v Evropě. Universeum – evropská síť akademického dědictví – byla založena v roce 2000 a UMAC – mezinárodní výbor pro univerzitní muzea v roce 2001. I na základě založení těchto evropských mezinárodních sítí, rozvinutí spolupráce a intenzivnější vzájemné komunikace se úroveň, a především vnímání „univerzitních muzeí (galerií)“ za posledních dvacet let výrazně zlepšila. I Lourenço, prezidentka UMAC, ve svém projevu na shromáždění v Miláně (2019) zmínila, že se významně zvyšuje povědomí o univerzitních sbírkách i muzeích – především díky jejich uznání mezinárodní sítí ICOM (popsána níže). Řada sbírek i univerzitních muzeí byla mezitím reorganizována, obnovena a postupně zpřístupněna, zahrnuta zpět do výuky a otevřena široké veřejnosti. Vytvářejí se nová univerzitní muzea, která jsou mnohem otevřenější a lépe připravena i na práci s veřejností či publikem (umac.icom.museum, ©2019).

3.3.2 Definování univerzitních galerií

Univerzitní galerie nebo univerzitní muzea umění můžeme tedy specifikovat jako sbírkové či nesbírkové instituce, založené a provozované vysokoškolskými institucemi či jejich součástmi (fakulty, ateliéry, ústavy...). Jsou nekomerčním prostorem, který prioritně plní úlohu kontaktního místa pro propojování akademické sféry s veřejností za účelem prezentace umění či designu. Univerzitní galerie také poskytují prostor k veřejné diskuzi. Terminologie užívání pojmu „univerzitní galerie“ či „univerzitní muzeum“ vychází stejně jako u veřejných galerií a muzeí z historického, kulturního a geografického kontextu.

Pro úplné uvedení dané tematiky do kontextu vývoje je zkoumaný fenomén univerzitních galerií posuzován právě z dnešního pohledu, jenž umožňuje časový odstup. Termín „univerzitní“ by měl být chápán v nejširším slova smyslu, jelikož zahrnuje všechny typy vysokoškolských vzdělávacích institucí.

Univerzitní galerie jsou dnes z pohledu ICOM mezinárodně chápány pod společným pojmem „univerzitní muzea“, která spadají pod zastřešující název (a s tím související definici) MUSEUM.ICOM, respektive jeho odnož a mezinárodní síť UMAC (International Committee for University Museums and Collections) zabývající se právě univerzitními muzei a sbírkami, nahlíží na univerzitní galerie jako na jednu z kategorií a součástí univerzitních muzeí specificky se zaměřujících na umění. Přesná definice pojmu „univerzitní galerie“ v rámci UMAC/ICOM zatím neexistuje. Důležitost vydefinování tohoto pojmu souvisí s rozvojem akademického výzkumu a probádání informací s touto tematikou spojených. Prezident mezinárodní sítě UNIVERSEUM Sébastien Soubiran deklaroval, že na rozdíl od fenoménu „univerzitních muzeí“ v Evropě neexistují téměř žádné výzkumy zabývající se specifickým univerzitních nesbírkových galerií či výstavních síní. Vydefinování pojmu, jeho šíření a aplikování do vědeckých výzkumů tak posiluje viditelnost a zdůrazňuje důležitost univerzitních galerií, potažmo akademického kulturního dědictví, nejen mezi odbornou komunitou, ale i u široké veřejnosti.

V anglofonní literatuře se můžeme setkat například také s pojmy:

- Academic gallery;
- Collage gallery;
- Campus gallery.

3.3.3 Typologie univerzitních galerií

S narůstající potřebou sebeidentifikace je dobré uvést typologii univerzitních galerií, která vychází z mapování provedeného v rámci této dizertační práce. Na základě kritérií, za která můžeme považovat především kvalitu a frekventovanost výstavní koncepce, četnost doprovodných programů, personální a finanční strukturu, velikost galerijních prostor i komunikaci s návštěvníky, byly vytipovány a identifikovány jednotlivé existující archetypy univerzitních galerií. Jejich rozdělení a definice může nejen usnadnit výše zmíněnou vlastní identifikaci, ale také může pomoci široké i odborné veřejnosti nastavit adekvátní nároky a očekávání od návštěvy těchto prostor.

Z celoevropského i celosvětového kontextu můžeme rozdělit univerzitní galerie na dvě zásadní skupiny z pohledu jejich přístupu k práci s akademickým dědictvím:

Univerzitní galerie / muzea umění se sbírkami (Yale Art Gallery, Fogg Harvard, Ashmolean Museum Oxford, Fitzwilliam Cambridge...). S těmito typy galerií se setkáváme v evropském kontextu primárně na území Velké Británie, ve Francii, Německu i Belgii. Současné české akademické prostředí nedisponuje jedinou veřejnosti přístupnou univerzitní galerií, která by uchovávala a prezentovala své umělecké sbírky.

Česká univerzitní muzea jako je Mendelovo muzeum v Brně či Hrdličkovo muzeum v Praze se sama identifikují jako „univerzitní muzea přírodovědecká“.

Univerzitní galerie výstavní (bez vlastních sbírek) jsou rozšířeným konceptem nejenom na území České republiky, ale také na území Slovenska, Polska či Ukrajiny. Zástupce nesbírkotvorných univerzitních galerií najdeme po celé Evropě (AirLab Wien, Medium Bratislava, Exhibiton Laboratory Helsinky, Designtransfer Berlin...). Tyto univerzitní galerie mají jasně danou personální strukturu, která je charakteristická jasným vymezením rolí, do kterých jsou zejména nominováni akademičtí pracovníci či technickohospodářští pracovníci univerzit. Tyto typy galerií mají pravidelné výstavní programy, které jsou založeny na jasně časově vymezených, dopředu plánovaných tematických cyklech. Charakteristickým rysem tohoto typu prostor je také jasná a dohledatelná komunikace s veřejností prostřednictvím webových stránek či sociálních sítí, případně skrze jiné tištěné materiály. Tyto univerzitní galerie disponují větším a důstojnějším galerijním prostorem než níže zmíněné výstavní síně. Mají také velmi dobře rozvinutý doprovodný program a s tím související úroveň práce s publikem. V českém prostředí můžeme mezi tyto výstavní galerie zařadit například DUUL v Ústí nad Labem, galerii G18 ve Zlíně, galerii UM, GAMU, GAVU a další.

Výstavní síně nejsou v zahraničním kontextu nazývány galeriemi. Většinou jde o menší experimentální prostory (jedna menší místnost / chodba) s nepravidelnou a neucelenou výstavní koncepcí a velmi krátkými ale frekventovanými výstavními cykly. Z větší části jsou tyto typy výstavních síní vedeny buď studenty či doktorandy

dané univerzity, nebo akademickými pracovníky, kteří se o chod těchto síní starají pouze v rámci části svého úvazku při dalších pracovních povinnostech. Tyto typy síní mohou být obtížněji dohledatelné, některé z nich nemají vlastní webové stránky a jejich komunikace s veřejností probíhá nepravidelně. Mnohé také nemají dostatečné časové ani personální kapacity na zajišťování dalších doprovodných programů či galerijních animací. V českém prostředí sem můžeme zařadit například galerii FSV v Praze, Výstavní síň Františka Vrány v Brně či galerii ČZU v Praze.²⁵

Prostředí České republiky přináší další specifické typy, které je potřeba v přístupu k univerzitním galeriím zohledňovat. Důležitou roli hraje zaměření zřizující univerzity, které mnohdy souzní s posláním a rolí své univerzitní galerie.

Můžeme tedy kategorizovat tyto univerzitní galerie:

1. Zřízené **umělecky zaměřenou** vysokou školou nebo její umělecky zaměřenou součástí typu fakulty, ateliéru, ústavu apod. (Galerie UM, Galerie FAVU, Galerie Ladislava Sutnara, Dům umění Ústí nad Labem, G18...).
2. Zřízené **neumělecky zaměřenou** vysokou školou nebo její součástí (Pitevna, Student, Galerie P).

Univerzitní galerie existují i v rámci neuměleckých vysokých škol či neumělecky zaměřených částí univerzit. Nejčastěji jsou přidruženy k pedagogickým fakultám se zaměřením na výtvarnou výchovu – příkladem je Galerie čtyři patra – galerie Katedry výtvarné výchovy Pedagogické fakulty Masarykovy univerzity v Brně, Galerie Student Pedagogické fakulty Ostravské univerzity nebo Galerie P – galerie Pedagogické fakulty Univerzity Hradec Králové. Jako další z příkladů je možno uvést univerzitní galerii Pitevna, která je také zřizována Katedrou výtvarné výchovy Pedagogické fakulty Masarykovy univerzity.

Dostáváme se do bodu, kdy bude užitečné pojmenovat rozdíl mezi galeriemi univerzitními a galeriemi studentskými.

Studentské galerie se od předchozích kategorií liší tím, že jsou zřizovány studenty daných univerzit nezávisle na akademické struktuře a stojí mimo univerzitu, většinou se právě kvůli tomu uchylují k zakládání spolků či jiných subjektů mimo akademickou strukturu, aby mohly provozovat svou galerijní činnost. Mohou zrcadlit funkci univerzitních galerií, jde např. o Galerii Podlaha Ostrava nebo galerii Photogether Zlín. Mnoho zde popsanych studentských galerií se postupem času překlene v etablované prostory. Jejich cesty mapuje a blíže představuje Lenka

²⁵ Na základě konzultace s prof. PhDr. Jiřím Kroupou, CSc. (profesora na Filozofické fakultě Masarykovy univerzity v Brně, Veveří 28, Brno, 2020).

Sýkorová ve svém projektu *Czech action galleries*.²⁶ Součástí výčtu studentských galerií je i kategorie „galerií experimentálních“, převážně studentských, jež povětšinou vznikly paralelně s předchozími typy univerzitních galerií. „Experimentálními“ mohou být v několika ohledech: v pojetí prostoru, kdy vystupují z klasického konceptu „white cube“ a stávají se ambientním médiem (jmenovat můžeme například Galerii NIKA – výstavní prostor výklenku v pražském metru nebo Billboart gallery , která prezentuje umění prostřednictvím billboardu) či v rozdílném pojetí konceptu (Díky moc Fakulty Multimediálních komunikací Univerzity Tomáše Bati , což je putovní bytová výstava studentů Ateliéru Reklamní fotografie na Fakultě multimediálních komunikací Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně). Některé z experimentálních galerií jsou součástí univerzitní struktury, jako například galerie NIKA, která je součástí pražské Vysoké školy umělecko-průmyslové. Záleží tedy na individuálním pojetí prostoru galerie a na tom, zda inklinuje spíše k univerzitnímu či studentskému typu.

Rozdílný přístup galerií dokládá i případová studie, která byla zpracována dle podkladů Galerie 209, univerzitní galerie Fakulty výtvarných umění Vysokého učení technického v Brně. Zdrojem studie byl také rozhovor se současným kurátorem FAVU, emeritním dramaturgem Galerie 209 Josefem Mrvou, který působí jako student doktorského studia právě na Fakultě výtvarných umění Vysokého učení technického v Brně.

Univerzitní galerie výstavní, kterým je věnována analytická a projektová část této práce, jsou místem pro experimentování a mezinárodní prezentaci prací studentů i akademických pracovníků, a především prostorem pro veřejnou diskuzi. Podílí se na lepším pochopení přidané hodnoty a třetí role univerzity. Důležitost definice a posílení vnímání univerzitních galerií jako součásti fenoménu muzejní a galerijní kultury spočívá také v tom, že mohou být snáze kategorizovány a zahrnuty v rámci obecných kulturních statistik, kde jsou mnohdy právě z důvodu nejasností vynechány a opomíjeny či řazeny do jiných s galerijní činností nesouvisejících okruhů.

Univerzitní galerie výstavní jsou většinou nekomerčního charakteru, s výjimkou fundraisingových elementů v jejich finančních strategiích. A právě snížená náročnost potřeby prodávat umělecká díla jim poskytuje tvůrčí svobodu a nezávislost v rámci prezentovaných výstav. Jeffrey Taylor dokonce deklaruje, že ve Spojených státech amerických nabízí síť univerzitních galerií hlavní místa pro umělecké formy, které by v komerčním sektoru nemohly existovat (Taylor, 2018).

²⁶ <http://www.actiongalleries.info/>

3.3.4 Role univerzitních nesbírkových galerií

Jak vyplývá z výše zmíněného historického vývoje, univerzitní galerie se zaměřením na umění a design se vyvíjely postupně. Největší rozmach nastal v současné a předchozí dekádě, což se odráží i na kulturní náplni a funkci, kterou mají nejen vůči akademické půdě. Historická funkce těchto institucí souvisela především s budováním prestiže daných univerzit. Dnešní přístup a role se jeví jako mnohem rozmanitější a jejich přesah je mnohdy daleko za hranicemi akademické půdy. Aktuálnost tématu univerzitních galerií v rámci České republiky dokládá i vznik konference Univerzitní galerie – Tradice, výstavní praxe a edukační potenciál²⁷, která si klade za cíl „upozornit na význam univerzitních galerií jako prvotního prostoru, v němž se studenti uměleckých a výtvarně-pedagogických oborů učí prezentovat svá díla, zkouší, jak funguje galerijní provoz a jaká úskalími hrozí kurátorská činnost“.

Univerzitní galerie dokazují, že jsou schopné realizovat ideály, které ostatní umělecká muzea či galerie prosazují ve svých poselstvích – především jde o závazek sloužit jako kulturní zdroj veřejnosti a zpřístupnit jí tak umělecké vzdělávání. Ačkoli galerie mají základní zájem na vzdělávání společnosti, jejich ambiciózní mise jsou méně rétorické, a o to spíše jsou záležitostí samotné praxe. Univerzitní galerie jsou svým programem, komunikací a otevřeným přístupem k publiku stejnou součástí kreativních průmyslů a kulturní ekonomiky jako jejich veřejné protějšky, ba naopak v mnohých případech jsou spíše jejich nadstavbou, doplněním takové širší kulturního programu měst a obcí, jíž veřejné instituce nemají kapacitu pokrýt. Může to být způsobeno jejich mnohdy neformální a otevřenou atmosférou a intenzivnějším nasloucháním potřebám návštěvníka, kterého na rozdíl od veřejných institucí musejí přesvědčit o své kvalitě a vyvrátit tak mýtus (viz výzkum k této dizertační práci), že jsou pouze tréninkovou a studentskou obdobou kulturních míst.

Jako instituce napojené na univerzitu jsou univerzitní galerie koncipovány tak, aby své návštěvníky vzdělávaly v důležité dovednosti jakéhokoli muzea, galerie s uměním či galerie: ve vizuální gramotnosti. Schopnost „číst“ umění je zřídka pouze intuitivní. Vyžaduje pozornost a kultivaci (*Boston Review: The Rise of the University Museum*, ©1993–2019). Interpretace umění, rozvoj mezioborové spolupráce či interkulturní chápání jsou nedílnou součástí aktivit a činností univerzitních galerií a jejich snahy být prostřednictvím takovéto univerzitní platformy jakýmsi pomyslným přemostěním mezi formálním a neformálním vzděláváním, akademickým i veřejným prostředím, začínajícím i etablovým přístupem vystavovaných umělců či designérů.

Obecně můžeme říci, že univerzitní galerie spojuje zájem o aktivizaci mladého publika, které nemusí být nutně studentstvem dané vysoké školy. Je v zájmu univerzitních galerií nalákat publikum širší, může jít například o studenty středních či základních uměleckých škol (dále jen ZUŠ) daného regionu, kteří jsou svým

²⁷ Pořádané v termínu 10.–11. listopadu 2020 pod záštitou Katedry výtvarné kultury a textilní tvorby Pedagogické fakulty Univerzity Hradec Králové.

zaměřením nejen ideálními návštěvníky, ale také potenciálními studenty, které vysoká škola může skrze platformu univerzitní galerie oslovit. Není proto výjimkou, že univerzitní galerie v Česku věnují významnou část svých aktivit této cílové skupině. Nicméně propagační činnost výše zmíněných aktivit je pouze malou součástí komplexního přístupu univerzitních galerií k občanské společnosti. Vzdělávání a kultivace mladých lidí, jejich propojování a motivace k mezioborové spolupráci jsou tím hlavním, co chtějí univerzitní galerie nabízet. Konkrétně můžeme zmínit například univerzitní galerii Dům umění Ústí nad Labem Fakulty umění a designu Univerzity Jana Evangelisty Purkyně, která nabízí četné portfolio aktivit. Jmenovat můžeme i unikátní sítotiskovou dílnu, galerijní animace a komentované prohlídky k výstavám, vzdělávací programy či zvukovou dílnu. Se středními školami či ZUŠ spolupracuje i zlínská univerzitní galerie G18, která se zaměřuje na individuální spolupráci s lokálními školami. Například se ZUŠ Slavičín připravují tzv. Konzultace s umělci, které spočívají v propojování studentů ZUŠ se studenty Fakulty multimediálních komunikací Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně na základě diskuzí a zpětné vazby k pracím studentů ZUŠ.

Univerzitní galerie ovšem nemusí mít jen podobu klasického výstavního prostoru s naplánovaným programem. Jejich experimentální charakter a často mladistvý pohled na současnou kulturní situaci je reflektován v mnoha činnostech. Konkrétně můžeme zmínit například univerzitní galerii NIKA Vysoké školy uměleckoprůmyslové v Praze, která je specifická svým umístěním a výstavnictvím. Galerie NIKA je výklenek v jedné z pražských stanic metra. Svým neobvyklým umístěním potvrzuje snahu univerzitních galerií o utužování komunikace s širokým publikem, již umocňuje forma expanze do veřejného prostoru. S existencí této galerie je zde konfrontováno i pasivní publikum, které univerzitní galerie primárně nevyhledává. Výhodou je také její nepřetržitá dostupnost. Skrze tento prostor je možné kdykoliv navštívit site-specific instalace od studentů i profesionálních umělců. Za obdobný prostorový experiment můžeme považovat také univerzitní galerii Billboart Gallery, která se zaměřuje na současné vizuální umění fungující na základě „publicartového“ projektu Billboart Gallery Europe. Unikátní je zde také napojení na obor Kurátorská studia na Fakultě umění a designu Univerzity Jana Evangelisty Purkyně, jehož studenti tyto výstavy realizují. Většina univerzitních galerií je samozřejmě velmi úzce propojena se studenty dané univerzity či vysoké školy, kteří její chod částečně zajišťují.

Univerzitní galerie se zaměřují na mladé kurátory, umělce či designéry. Nicméně, jak dokládá například program Galerie UM, návštěvníkům univerzitních galerií se nabízí také vyvážený poměr výstav retrospektivních a výstav současného mladého umění či designu. Kvalitu programu většiny univerzitních galerií garantuje tzv. galerijní rada skládající se především z interních pedagogů. Doplnují ji většinou studenti z řad doktorského studia či externí odborníci. Výstavní plány jsou povětšinou založeny na otevřených výzvách neboli „open callech“ (např. galerie NIKA, galerie FAVU, galerie AVU, galerie GAMU), ze kterých výstavní projekty vybírá již výše zmíněná galerijní rada ve spolupráci s předem určeným interním či

externím kurátorem. Druhá část univerzitních galerií se řídí systémem vlastního výběru a upřednostněného oslovení umělců, výstavní plán sestavuje kurátor dané galerie v rámci tematických ročních cyklů (např. galerie G18, Zlín).

Za specifikum univerzitních galerií můžeme označit také mezioborovost, studijní programy daných fakult, akademií či univerzit se často stávají obohacujícím prvkem. Rozdílné pohledy na potenciální témata či aktivity přinášejí širokou škálu nových poznání a příležitostí pro vznik společných projektů či prací, kterým se univerzitní galerie stala inspirací.

Co se doprovodného programu týče, univerzitní galerie dokáží pokrýt širokou škálu kulturních produktů, které se nemusejí vždy dotýkat samotné výstavy či obecně výstavního plánu. Univerzitní galerie organizují také koncerty (Galerie UM, Praha), plesy (Galerie Medium, Bratislava), performance (Galerie 207, Brno) či rozmanité workshopy a přednášky zahrnující rozdílná témata současného světa. Univerzitní galerie, stejně jako galerie či muzea veřejná, zohledňují, že již dávno nejsou středobodem těchto kulturních institucí pouze díla, ale především návštěvník samotný, jehož je třeba do galerie nalákat na další aktivity, které jsou publikem vnímány jako přidaná hodnota. Práci s publikem a důležitost jeho přítomnosti v univerzitních galeriích je zde věnována samostatná kapitola.

3.3.5 Mezinárodní přesah a síťování univerzitních galerií

Pojem „internacionalizace“ se v rámci vysokého školství objevuje čím dál častěji jako součást univerzitních strategií a rozvojových plánů. Existuje několik přístupů, jak dosáhnout lepší konkurenceschopnosti univerzity, zvýšení jejích kvalit a s tím související prestiže. Mezinárodní rozvoj vysokého školství včetně mezinárodní akademické mobility či výměnných programů studentů nebo strategická partnerství univerzit jsou jedním z aspektů, které mohou v tomto procesu hrát významnou roli. Univerzitní galerie se svým zaměřením a vývojem stávají potenciálem pro integraci a posílení strategií internacionalizace vysokých škol, které se mohou promítnout formou realizací společných mezinárodních uměleckých výzkumů či jiných výstavních projektů.

„Internacionalizaci vysokoškolského vzdělávání lze chápat jako aktivní účast vysokých škol na změnách způsobených globalizací. Nedávno aktualizovaná definice „internacionalizace“ vysokoškolského vzdělávání, kterou zveřejnil Evropský parlament, jasně poukazuje na to, že toto poslání je inkluzivní, spravedlivé a rovné. Uvádí se, že internacionalizace vysokoškolského vzdělávání je záměrným procesem, jehož součástí je integrace mezinárodní, interkulturní nebo globální dimenze do systému vysokoškolského vzdělávání, aby se tak zvýšila kvalita vzdělávání a výzkumu pro všechny studenty a zaměstnance a vytvářely se smysluplné hodnoty pro společnost“ (University World News, ©2019).

Internacionalizace je podle dokumentu *Rámec rozvoje vysokého školství do roku 2020* „výrazným prvkem kvality vysokých škol, jenž je třeba dále systémově na národní úrovni podporovat, protože přispívá ke zvýšení konkurenceschopnosti České republiky“ (Rámec rozvoje vysokého školství do roku 2020, [b.r.]).

Klademe-li si otázky jako: „Jak je na tom internacionalizace v rámci univerzitních galerií? Jakou roli hraje mezinárodní spolupráce v jejich posláních či vizích? Umí české univerzitní galerie efektivně komunikovat se zahraničními institucemi a umělci?“, nebudeme s odpovědí velmi spokojeni. Mezinárodní přesah českých univerzitních galerií stojí teprve na začátku své cesty. Pozorovat můžeme občasné tendence vybraných univerzitních galerií a jejich snahy o mezinárodní spolupráci. Jmenovat pak můžeme například výstavu *Vize, mise, revize* v galerii UM v Praze, která je založena na česko-holandské spolupráci a poukazuje na určité téma v mezinárodním kontextu. Výstavy zahraničních umělců se uskutečnily už i v G18 či galerii DUUL v Ústí nad Labem. Potenciál síťování však zůstává stále nedostatečně využitý. Inspirovat bychom se mohli třeba na poli akademického divadla a mezinárodního festivalu divadelních škol ENCOUNTER²⁸, který každoročně pořádají studenti Janáčkovy akademie muzických umění v Brně. Těm se rok od roku daří oslovovat čím dál více divadelních škol, které přijíždějí do České republiky prezentovat své výstupy a umožňují svým studentům a divadelníkům interkulturní propojení a spolupráci.

²⁸ www.encounter.cz

3.3.6 Mezinárodní síť

Málokterá česká univerzitní galerie se může pyšnit kvalitně rozvinutým mezinárodním programem, který by byl stálou součástí její galerijní činnosti. Kulturní mobilita pracovníků v univerzitních galeriích, mezinárodní studentské stáže či rezidence a společné přeshraniční projekty jsou většinou stále otázkou budoucnosti.

Běžnou současnou praxí jsou výstavy zahraničních umělců, případně občasně výměnné výstavy mezi univerzitami. Nicméně univerzitní galerie nemají o ostatních národních ani zahraničních univerzitních galeriích většinou přehled a přicházejí tak o velmi významná a přínosná potenciální partnerství, která by mohla působení jednotlivých univerzitních galerií rozvíjet.

Existující univerzitní galerie se bohužel neorientují ani na poli již existujících mezinárodních sítí pro ně určených, které pořádají pravidelné konference a vydávají na toto téma publikace.

Vzhledem k nepřehledným informacím v oblasti mezinárodních sítí a databází, které by mohly být vhodné pro univerzitní galerie, uvádím níže ucelený přehled o současných a aktuálních mezinárodních sítích a iniciativách, jejichž vzdělávací i networkingové aktivity mohou obohatit nejenom univerzitní galerie.

ICOM (International council of museums)

www.icom.museum

ICOM (International Council of Museums) je mezinárodní rada muzeí a muzejních profesionálů, která vznikla v letech 1946–1947. Zkoumá, rozvíjí a pečuje o komunikaci ve věci současného i budoucího, přírodního i kulturního, hmotného i nehmotného dědictví. ICOM je jedinou globální organizací v oblasti muzeí.

„ICOM je členská asociace a nevládní organizace, která stanovuje profesní a etické standardy pro muzejní aktivity. Jakožto fórum odborníků vydává doporučení k otázkám souvisejícím s kulturním dědictvím, podporuje budování kapacit a znalostí. ICOM je hlasem muzejních profesionálů na mezinárodní scéně a zvyšuje veřejné kulturní povědomí prostřednictvím globálních sítí a programů spolupráce“ (ICOM, 2019).

V číslech ICOM zaštiťuje 40 000 profesionálů ve více než 141 zemích, se 119 národními a 30 mezinárodními výbory.

ICOM má pět hlavních misí:

- stanovit standardy excelence;
- vést diplomatické fórum;
- rozvíjet profesionální síť;
- vést globální think tank;
- realizovat mezinárodní mise.

I Česká republika má svůj vlastní národní výbor ICOM, který vznikl v roce 1994 jako nástupce Československého výboru, který byl v roce 1946 jedním ze čtrnácti zakládajících členů Mezinárodní rady muzeí ICOM. Posláním českého výboru je především podpora zapojení českých muzejních a galerijních pracovníků do mezinárodních komunit (ICOM, 2019).

Tato síť má nejširší portfolio členů, na její konference a kongresy se sjíždějí tisíce zástupců galerií z celého světa. Vytváří vlastní žurnál plný aktuálních informací o dění ve světě muzeí a galerií.

UMAC (International Council of Museums Committee for University Museums and Collections)

www.umac.icom.museum

Jedna ze dvou nejzásadnějších mezinárodních sítí, které přispívají k rozvoji a podpoře univerzitních galerií a muzeí, je UMAC (International Council of Museums Committee for University Museums and Collections).

UMAC založila v červnu roku 2000 mezinárodní skupina profesionálů působících v prostředí univerzitních galerií, kteří si uvědomovali, že univerzitní muzea a galerie musejí čelit různým problémům, které často souvisely právě s tím, že jsou součástí vysokoškolských institucí. První mezinárodní konference UMAC se uskutečnila v roce 2001 v Barceloně. Současnou prezidentkou je Marta Lourenço (UMAC, 2019).

Poslání

„UMAC je mezinárodní výbor pro muzea a sbírky vysokých škol všech oborů. Posláním UMAC je přispívat společnosti ve prospěch všech – udržovat a neustále rozvíjet univerzitní muzea a sbírky jakožto základní zdroje výzkumu, vzdělávání a zachování kulturního, historického, přírodního a vědeckého dědictví.

UMAC plně respektuje hodnoty a principy zakotvené v Etickém kodexu ICOM (2013) a Magna Carta Universitatum (Bologna, 1988).

Cíle UMAC

- Poskytovat a organizovat mezinárodní fórum pro všechny profesionály pracující v univerzitních muzeích, galeriích a sbírkách.
- Podporovat výzkum, shromažďovat a šířit informace o univerzitních muzeích, sbírkách a dědictví.
- Podporovat v rámci muzejní komunity, politiků a široké veřejnosti a zviditelnění univerzitních muzeí, sbírek a dědictví.
- Zlepšit správu, ochranu, přístup a veřejné služby univerzitních muzeí, sbírek a dědictví poskytováním příležitostí odborníkům v rámci školení a vytváření sítí a partnerství pro spolupráci či výměnu zkušeností a vědomostí.
- Stimulovat zapojení muzeí a sbírek s podporou základních hodnot univerzity, jako jsou vzdělávání, výzkum, kreativní myšlení, svoboda, tolerance a odpovědnost.
- Přispět k realizaci programů, aktivit a strategického plánu ICOM a podněcovat komunikaci mezi členy ICOM s podobnými profesními zájmy, konkrétně muzea a sbírky v institucích vyššího vzdělávání.

- Podporovat hodnoty, etiku a standardy excelence ICOM v sektoru vysokoškolského vzdělávání prostřednictvím podpory osvědčených postupů a strategického plánování. (vlastní překlad)

Aktivity UMAC

UMAC spravuje celosvětově největší databázi univerzitních muzeí, galerií a sbírek čítající 3835 institucí s rozmanitým zaměřením. Největší počet registrovaných univerzitních muzeí, galerií a sbírek je v Evropě a pohybuje se okolo 2200 univerzitních institucí (ke dni 5. 6. 2020). Umělecky zaměřených univerzitních muzeí a galerií je v databázi registrováno 985.

Z dalších aktivit UMAC je potřeba určitě zmínit mezinárodní konferenci, která se každoročně koná na různých místech po celém světě. Na konferenci se sjíždějí mezinárodní odborníci na oblast univerzitních muzeí, galerií a sbírek.

Další aktivitou jsou pracovní skupiny, které jsou součástí UMAC od jeho vzniku. Odráží současné potřeby a výzvy univerzitních muzeí a sbírek po celém světě a jsou schvalovány valným shromážděním UMAC. Cílem pracovních skupin je nabídnout pracovníkům univerzitních galerií a muzeí, kurátorům sbírek, pedagogům a dalším odborníkům možnosti a příležitosti spolupráce, inovaci a rozvíjení znalostí v oboru. Pracovní skupiny se scházejí minimálně jednou ročně při příležitosti mezinárodní konference.

UMAC organizuje také workshopy a kurzy, které se zabírají nejrůznějšími oblastmi spojenými s univerzitními sbírkami či muzei (UMAC, 2019).

Z výše uvedeného grafu, který vychází ze vstupních dat registrovaných institucí do databáze UMAC (s. 28), je možné vidět, že v rámci mezinárodní sítě univerzitních muzeí převažují především muzea přírodovědně zaměřená, zatímco umělecké instituce obsadily až druhé místo a svým působením tvoří čtvrtinu všech univerzitních muzejních institucí, sbírek či uměleckých archivů. Společnou charakteristikou pro převažující většinu registrovaných uměleckých muzeí a galerií je sbírkotvorná činnost. V případě, že sbírky nevytváří, je ovšem prezentují. Dalším společným charakteristickým znakem může být výzkumná činnost, která je úzce vázána na sbírky a kulturní dědictví univerzit, které taková muzea provozují. Dá se tedy předpokládat, že i cílová skupina výše zmíněných institucí se bude lišit od té, kterou předpokládáme u galerií či výstavních síní. U některých UMAC členů, kterými jsou i archivy či sbírky samotné, se setkáváme s tím, že tyto instituce nejsou přístupné veřejnosti a jsou určeny výhradně akademické obci v návaznosti na výuku či výzkumnou činnost. V rámci databáze UMAC nenajdeme téměř žádné výstavní galerie či výstavní síně, jak jsme si je specifikovali výše. Zde nastává opět chvíle pro předestření základních momentů diskuze nad definicí univerzitních muzeí a galerií z pohledu těchto mezinárodních sítí. Jsou pro ně vlastně výstavní galerie bez sbírek a výstavní síně cílovou skupinou a chtěnými potenciálními členy? Většina stredoevropských či východoevropských galerií se nepovažuje za muzeum, tudíž o těchto mezinárodních příležitostech buď vůbec neví, nebo se domnívá, že pro ně

nejsou určené. I z tohoto důvodu vznikla potřeba zaměřit se na mezinárodní síťování a zintenzivnění diskuze o existenci a funkci univerzitních výstavních galerií a síní, které by v rámci rozvoje internacionalizace nabízely potenciál pro rozvoj mladých umělců, designérů i kurátorů, ale také pro utužování strategických partnerství jednotlivých škol. Zůstává tedy stále otázkou, jak razantně by došlo ke změně v grafu, kdyby se součástí této stávající komunity UMAC staly i četné univerzitní galerie v Evropě.

UNIVERSEUM

www.universeum-network.eu

Druhou ze dvou nejvýznamnějších mezinárodních organizací a sítí věnujících se univerzitním muzeím a sbírkám je UNIVERSEUM. Evropská síť univerzitního dědictví se zabývá univerzitním dědictvím jako celkem. Její působení je na rozdíl od UMAC omezeno pouze na evropské prostředí.

Síť UNIVERSEUM vznikla v roce 2000 ze setkání dvanácti zástupců univerzitních muzeí a sbírek se zaměřením na ochranu a propagaci akademického dědictví. Od té doby organizuje UNIVERSEUM výroční setkání, vydává publikace a podporuje výměny mezi akademickými pracovníky v rámci vysokoškolských institucí po celé Evropě. UNIVERSEUM je otevřeno profesionálům v oblasti univerzitního dědictví a univerzitních muzeí a galerií, výzkumníkům, studentům a dalším zájemcům o tuto tematiku.

„UNIVERSEUM se zabývá evropským akademickým dědictvím v nejširším smyslu. Zaměřuje se na uchovávání, studium, přístup a propagaci evropských univerzitních sbírek, muzeí, galerií, archivů, knihoven, botanických zahrad, astronomických observatoří, památek a obecně všech evropských institucí s akademickým dědictvím.“

Hlavní cíle UNIVERSEA jsou:

- podporovat reflexi a výzkum s cílem posílit naše znalosti o evropském akademickém dědictví,
- poskytovat podporu při zachování, péči a podpoře evropského akademického dědictví,
- poskytnout evropské fórum pro projekty spolupráce a sdílení zkušeností a znalostí,
- navázat vazby mezi evropskými institucemi a univerzitami týkající se jejich dědictví,
- povzbuzovat vytváření národních sítí v Evropě zaměřených na zachování, studium a propagaci evropského akademického dědictví,
- podporovat využívání evropského akademického dědictví pro výzkum a výuku (vlastní překlad) (Universeum Network, ©2018).

AAMG (The Association of Academic Museums and Galleries)

www.aamg-us.org

Asociace akademických muzeí a galerií je přední vzdělávací a profesní organizace akademických muzeí, galerií a sbírek, která působí v USA.

Organizace AAMG byla založená v roce 1980 jako Asociace univerzitních muzeí a galerií (ACUMG). Zabývá se otázkami, které jsou relevantní a jedinečné pro muzea, galerie a sbírky vysokých škol a univerzit všech oborů.

AAMG se snaží o zajištění nejlepších možných postupů akademických muzeí, galerií a sbírek prostřednictvím svých vzdělávacích a advokátních snah.

Kromě každoroční odborné konference poskytuje AAMG řadu dalších významných aktivit pro univerzitní galerie i muzea. Nabízí například databázi tzv. cestujících výstav, kde si členové mohou vybrat výstavy od jiných univerzitních muzeí a galerií a zařadit a zapůjčit je do svých výstavních plánů. Publikují také odborné články a texty vztahující se k univerzitním muzeím a akademickému dědictví. Narozdíl od předchozích sítí nabízí studentům členství zdarma (Association of Academic Museums and Galleries, ©2019).

V současné době hlásí členství 291 univerzitních galerií či muzeí (5. července, 2019). Na celém světě existují také lokální sítě a organizace určené pro univerzitní galerie a muzea. V evropských poměrech největší a nejvýznamnější je UMG (University Museums Group), která společně se svou sesterskou organizací UMIS zastupuje univerzitní galerie a muzea ve Velké Británii. Další národní iniciativy jsou k dohledání na webových stránkách UMAC.

Další mezinárodní síť a možnosti

Mezi další sítě, které se zaměřují na propojování a zefektivňování muzeí a galerií, můžeme jmenovat na nadnárodní úrovni například NEMO – Network of European Museum Organizations. K sítím s lokálním zaměřením patří například Baltic Museum Network či The Association of Danish Museums.

3.3.7 Přínosy a dopady mezinárodní spolupráce a síťování

Termín „network“ neboli česky „sít“ se často pojí s termíny spolupráce či kooperace. Podle Kerstin Schulenburg je ale velmi důležité, ba dokonce nezbytné tyto termíny od sebe navzájem odlišit. Dle její definice je spolupráce mnohem méně komplexní než právě termín „networku“ – „sítě“. Spolupráci považuje pouze za element neboli jednotlivý krok k vytvoření sítě. Podle Schulenburg úspěšné spolupráce hrají roli při vytváření důvěry a sebevědomí jako jedny z kroků v postupných budovacích procesech mezinárodních sítí. Uvádí také, že networky jsou sítěmi spoluprací. Jde o komplexní, decentralizované konstrukce s velkým počtem nezávislých účastníků, kteří sdílejí společnou vizi v rámci specifického tématu a zaměření, budují strategii a nastavují operativní cíle formou projektů a spoluprací, které jsou implementovány individuálními členy daného networku (Hampel, 2017). Jako příklad takového networku můžeme uvést síť avantgard, které se věnoval filmový teoretik a profesor Malte Hagener, zakladatel evropské sítě NECS (Evropská síť pro kina a mediální studia). Ve své knize (Hagener, 2007, s. 19) popisuje „avantgardy“ jako koncepty, které byly vždy považovány za jakési sítě, ovšem ne z pohledu hierarchie, ale z pohledu tzv. rhizomu. Svou teorii demonstruje na příkladu vrstev, které si v těchto sítích nejsou vertikálně podřízeny, ba naopak se horizontálně propojují různými způsoby – vzájemně se protínají i překrývají. Píše také, že žádná z těchto vrstev nebyla předem určena, všichni se v síti vzájemně ovlivňují, protože jsou různými způsoby propojeni.

K současnému megatrendu individualizace, jímž se zabývá Štrbová (2019), přiřazuje také protitrend. Ten znovu přináší propojování a spojování lidí v oblasti kulturního dědictví a projevuje se slučováním lidí do různých společenských skupin. Za tyto skupiny, respektive jejich tendence ke kolektivizaci a utváření participativních spolků můžeme přeneseně považovat právě mezinárodní asociace a sítě, které přinášejí možnosti mezikulturního i transdisciplinárního poznávání, ale také pragmatické benefity formou nových aktuálních informací, které jsou publikovány v rámci konferencí či magazínů. Přínosem sítí jsou také možnosti se setkat a představit vlastní aktivity a možné projekty, rozvíjet a zdokonalovat nejen pracovníky univerzitních galerií, ale také se prostřednictvím jejich vzdělávání lépe naučit pracovat s publikem univerzitních galerií – se studenty i s širokou veřejností. Mezinárodní sítě mohou přinést členským organizacím větší odolnost a lepší orientaci ve své organizaci, výraznější dopad na komunitu, která se okolo univerzitní galerie neustále tvoří, nové pohledy na uměleckou práci a aktivity s ní spojené, a v neposlední řadě také například zlepšení podmínek pracovníků univerzitních galerií.

Pro svůj obširný rozsah pojmání širokého portfolia oborů univerzitních muzeí je povědomí o těchto mezinárodních sítích velice nízké. Dokládá to i fakt, že registrovaných univerzitních galerií je do celosvětové sítě zapojeno pouze šest, i přestože (jak je možné dohledat) jen na území České republiky takových galerií působí na dvě desítky (UMAC, 2019).

Nynější prezident sítě UNIVERSEUM Sébastien Soubiran dokonce vyjádřil²⁹ zájem o spolupráci a data z mapování univerzitních galerií a tohoto výzkumu, jelikož si je sám vědom, že by sféra univerzitních galerií a muzeí mohla být hojněji zastoupena. I zde vznikl nápad na vytvoření a vybudování nové databáze, která by usnadnila komunikaci a potenciální síťování univerzitním galeriím. Projekt UNIG bude představen později v této práci.

²⁹ *V osobní emailové korespondenci ze dne 23. 6. 2019.*

3.3.8 Práce s publikem aneb univerzitní galerie jako kulturní centra

„Každá výstavní instituce již volbou struktury a zaměření dosahuje rozličných způsobů zapojení diváka, jenž se stává důležitou součástí výstavy.“

– S. Bann –

Pojem „práce s publikem“ rezonuje v kulturní sféře čím dál silněji. Univerzitní galerie pomáhají spoluutvářet a vychovávat nové generace publika. Nejprve bychom si v této kapitole měli vyjasnit, jak vlastně chápeme pojem „publikum“. Poté nastíníme možnosti přístupů, které můžeme praktikovat nejen na poli univerzitních, ale i v případě ostatních galerií. Představené koncepty práce s publikem by ideálně měly pomoci univerzitním galeriím inovovat způsob, jímž oslovují své návštěvníky. Zároveň ale nesmíme slevovat z hodnot, o něž univerzitní galerie pečují. Rozhodně zde tedy nechci podněcovat tyto galerie k vytváření divákovi se podbízejících spektakulárních výstav.

Trendy a vývoj kulturně-sociální roviny muzeí a galerií

Z pohledu dějin obecné muzeologie se můžeme v následujícím textu zaměřit na vývoj práce s publikem, jímž se můžeme následně zpětně inspirovat a vymanit se tak z rámce umělecké specifikace kulturních zařízení.

Role diváka a přístup k veřejnosti byly součástí galerijní a muzejní scény již od jejího počátku. Na přelomu 18. a 19. století, tedy v období, které bývá označováno za muzejní boom, můžeme sledovat důraz muzeí a galerií na vzdělávání, které souviselo s přímým zprostředkováním sbírkových předmětů veřejnosti a s rozšířením či obohacením diváckých vědomostí. Toto můžeme považovat za návaznou charakteristiku vycházející z osvícenských myšlenek, které umožnily v rámci „demokratizace umění“ přístup k uměleckým sbírkám nejen privilegovaným skupinám obyvatel. Nedostatečné finanční zajištění tehdejších institucí se projevovalo například nesrozumitelností až chaotičností některých instalací.

Pro období 19. století byla také typická nepřívětivá otevírací doba. Muzejní instituce otevíraly často pouze jednou až třikrát týdně v závislosti na ročním období: V průběhu dopoledne v zimní sezóně, v odpoledních hodinách v sezóně letní. Speciální otevírací dobu měli vědci, kterým se muzea přizpůsobovala individuálně. Ostatně vědci byli tehdejší „cílovou skupinou“ muzeí, právě k nim byl tedy textový aparát sbírek použitím odborného jazyka nejvstřícnější (stavěl tak ale bariéru mezi muzeem a ostatní publikum).

Znatelný posun do muzejní sféry přinesla šedesátá léta 19. století. „Pro zkoumané období se jako zcela zásadní jeví rychlý rozvoj občanské společnosti umožněný liberálním prostředím rakousko-uherského mocnářství, v oblastech obývaných slovenským etnikem nicméně do značné míry limitovaný maďarizačními tlaky. Muzejní fenomén se přestal omezovat pouze na tradiční kulturní centra a stále častěji pronikal do regionů, kde jej dále formovali příslušníci místních elit“ (Jagošová, Kirsch a kol., 2016).

Období 20. století v této oblasti můžeme charakterizovat vznikem pojmu „práce s volným časem návštěvníků“. Hodnota volného času tehdy neustále rostla především díky měšťanskému způsobu života, muzea tak získala příležitost připoutat pozornost širší skupiny návštěvníků ke svému programu. Rostl i důraz na politickou svobodu jednotlivců a fungování muzeí se v této době začalo týkat společnosti jako takové. Doba 20. století je charakteristická také vznikem tzv. školních muzeí, což byly kvalitně vybavené kabinety s rozvinutým edukačním působením, které bychom z tehdejšího hlediska mohli považovat za zárodek univerzitních muzeí a galerií (Noordegraaf, 2004.)

Diskutovaným fenoménem období první republiky byl tzv. „kulturní regionalismus“³⁰, který přenášel působení muzejních a galerijních institucí z center na periferie. V této době vzniká také Svaz československých muzeí, který s sebou přinesl více pozornosti věnované muzejním pracovníkům a potřebu jejich vzdělávání v oblastech prezentace a práce s publikem. Současně se začínají objevovat nové typy muzejních institucí, které byly spjaté s novou politickou skutečností; tzv. „legionářská muzea“ či památníky, zakládané členy Československé obce legionářské v různých místech republiky (Šopák, ©2020).

Klíčovým prvkem se v muzejní a galerijní komunikaci s návštěvníky stávalo živé slovo doprovázené textem. Muzea si začala uvědomovat důležitost vlastní propagační činnosti a potřebu aktivně získávat návštěvníky. Za inovaci v této oblasti můžeme považovat také počátek užívání audiovizuálních prostředků, např.: diapozitivy, stereoskopy či skioptikony. Období první republiky přineslo také rozvoj doprovodných programů a muzea začala nabízet kromě výstav a odborných publikací také kroužky či přednášky. Značné restriktce znamenala druhá světová válka. Provoz muzeí byl válkou omezen – směla reflektovat pouze úzce vymezená témata. Úplně zakázáno bylo například vystavování předmětů souvisejících s českou státností, což patřilo ke snaze o germanizaci českého prostoru. Mnohé muzejní instituce byly donuceny zrušit svou činnost a přemístit exponáty do bezpečí. Následovala významná ztráta zájmu publika, které tehdy řešilo existenčními problémy. V srpnu 1944 byla muzea uzavřena veřejnosti (Jagošová, Kirsch a kol., 2016).

„Přestože v muzeích postupně docházelo k prodlužování otevírací doby, lze říci, že po valnou část 20. století byli ve většině muzeí návštěvníci spíše trpěni, často s nevysloveným předpokladem, že exponáty je třeba před nimi chránit. Odborné a vědecké zpracování sbírek mělo jednoznačnou přednost před službou veřejnosti“ (Kesner, 2000). Změnu a důraz na participaci, ale také pomyslný převrat v přístupu k práci s veřejností přineslo v šedesátých letech 20. století hnutí Fluxus. Podstatou jejich tvůrčích aktivit bylo především včlenění diváka do vzniku uměleckého díla. Snahou seskupení okolo Allana Kaprowa a Johna Cage bylo vymezit se vůči pravidlům a limitům, které v tehdejší době charakterizovaly pojem tradiční instituce umění (Kottová, 2019).

³⁰ *Jde o distribuci kulturních statků na periferii související s politikou cílené a organizované lidovýchovy (Šopák, ©2020).*

Teprve zase až po druhé světové válce se galerie a muzea začaly aktivně zajímat o své návštěvníky. Vznikaly učebny v muzeích, pořádaly se zde mimoškolní aktivity, putovní výstavy. Tato doba je považována za počátky vzniku odborných výzkumů publika, a to nejen statistických, ale také těch, které se zabývaly otázkami, jak na návštěvníky působí výstavní prostor či rozmístění vystavených objektů. Typická je také spolupráce s ostatními kulturními zařízeními a specifikace práce galerií s veřejností. Do této doby také datujeme vznik oboru „muzejní pedagogiky“ (Beneš, 1980). Ve druhé polovině 20. století vznikla také první školní prodejna Školy umění v Uherském Hradišti, která by se v současném období dala považovat za univerzitní showroom či galerii studentských absolventských prací, ale také pedagogů či profesionálních umělců. Tehdy sloužila také jako poradna pro vkusné zařízení bytu.

Na začátku devadesátých let se začínají objevovat alternativní metody práce, které k nám pronikly ze zahraničí. Začínají se etablovat také nové galerijní a muzejní profese jako například PR – „Public Relations“ neboli „vztahy s veřejností“ (Kesner, 2005).

Následovalo ustanovení Asociace muzeí a galerií České republiky. Rada galerií České republiky vznikla v roce 1990 a stále reprezentuje galerijní instituce odborné veřejnosti. Funguje také jako partner veřejné správy při organizaci a správě muzejnictví. Reorganizací tehdy prošla i česká odnož mezinárodní organizace muzeí při UNESCO–ICOM (Centrální evidence sbírek muzejní povahy, ©1993–2019).

Práce s publikem se měnila souběžně s proměnou funkcí veřejných muzeí. Zpočátku sloužila univerzitní muzea jako „výkladní skříň“ jednotlivých univerzit. Sbírkový, které se stávaly samozřejmou součástí výuky, byly volně přístupné veřejnosti. Dnešní podoba veřejné univerzitní galerie reflektuje potřeby návštěvníků, stejně jako je tomu u jiných soudobých kulturních institucí. Kurátorské výběry a výstavní plány doprovázejí různé doplňkové a edukační programy a univerzitní galerie se stávají platformou dialogu mezi akademickou a veřejnou sférou. Skýtají také prostor neformálnímu setkávání akademických pracovníků se studenty i s širokou veřejností. Návštěvníky univerzitních galerií lze i přes všechny snahy o přístupnost stále definovat spíše jako „akademickou obec a její okruh“. Může to být způsobeno neznalostí a absencí dat a marketingových výzkumů zaměřených na současné i potenciální cílové skupiny.

Současná doba muzejních a galerijních institucí se zaměřuje na práci s publikem čím dál tím intenzivněji. Dnešní galerie a muzea souvisejí s obrovským rozmachem kreativního průmyslu, je proto důležité se odlišit, vymanit a zaujmout. Je potřeba si uvědomit, že ve středu těchto institucí už nestojí pouze síla jejich obsahu a expozic. Ve středu zájmu nyní stojí samotný návštěvník, kterého by se měla galerie a muzea nejen snažit aktivně oslovit, ale přimět ho k účasti na kulturním dění. Muzea a galerie se snaží integrovat nová média a technologie formou rozšířené či virtuální reality, která se stává součástí výstav. Expozice čím dál častěji doprovázejí audioprůvodci. Nejčastější formou komunikace však stále zůstávají tištěné kurátorské texty. Otevírací doba je u většiny institucí celotýdenní, s výjimkou pondělních uzavírek. Muzea a galerie lákají návštěvníky i na noční prohlídky či pozdně večerní otevírací

hodiny, které reagují na různé potřeby cílových skupin. Velmi populární je také galerijní a muzejní noc, během níž dochází k propojení těchto institucí, které otevrou návštěvníkům své výstavy v noci, za speciálního doprovodného programu. Trendem na poli spolupráce je i angažovanost kulturních organizací do významných kulturních událostí regionu (zapojení se do struktury festivalů atd.). Na základě nárůstu kulturního turismu a s tím souvisejícího zájmu měst o profilaci jako tzv. kulturní města či získání titulu Cultural Capital (UNESCO) se zvyšují nároky na práci s galerijním publikem i ze strany měst, regionů či destinačních společností.

Moderní muzeum by se mělo snažit být institucí otevřenou veřejnosti a termíny jako „participace“ či „práce s publikem“ by neměly zůstat pouze slibovanou součástí grantové politiky a statistik vykazovaných kontrolním orgánům.

Významným trendem českých kulturních institucí posledních let je zaměření na muzejní pedagogiku a galerijní animaci. Objevují se rozvinutá lektorská oddělení (GASK, Moravská galerie), interaktivní herny (8SMIČKA), experimentální lapidária (Klášter Broumov), která se nejenže zaměřují na práci s různými cílovými skupinami, ale svou činností také edukují širokou veřejnost a pomáhají jí při hledání cesty k interpretaci umění. Z pohledu Bourdiera či Habermase se galerie a muzea tímto způsobem postupně otvírají veřejnosti.

Publikum v prostředí univerzitních galerií

Rozvoj a angažovanost publika se za poslední roky staly ústředním tématem široké škály kulturních institucí. Právě práce s publikem³¹ se stává také klíčovým prvkem při vytváření a zlepšování vztahů muzeí a galerií se společností. Následující kapitola stručně popisuje důležitost přítomnosti této problematiky v muzejních institucích a předkládá praktické příklady či strategie pro její rozvíjení nejen v oblasti univerzitních galerií. Tato kapitola vychází z textu publikovaného v knize *Nenávratné stopy* (Gartnerová, 2019).

Tkáč (1990) definuje ve svém terminologickém slovníku muzejní návštěvníky či publikum jako „veřejnost se vztahem k muzeu“. Samotného muzejního návštěvníka pak uvádí jako „člena muzejního publika, který realizuje nebo realizoval jednu nebo více návštěv v muzeu“. Pojem „muzejní publikum“ taktéž ve svém slovníku definuje jako „část muzejního publika, která se profesionálně nebo neprofesionálně zabývá obory v muzeu zastoupenými“.

S celosvětově známými pojmy jako „public engagement“ či „audience engagement“ pracuje čeština jako s angažovaností publika či ještě obecněji se tato tematika zaštiťuje pojmem práce s publikem. Adam Reed Rozan, ředitel Oddělení angažovanosti publika ve Worcester Art Museum v Massachusetts v rozhovoru pro odborný magazín *MuseumID* (2016) definoval angažovanost návštěvníků jako „směrnici přístupu k opětovnému pohlížení na muzea a zaměření se na komunikaci s publikem“. Jde o formu nového startu muzejních a galerijních institucí, která přináší alternativní perspektivy, ale nejčastěji pomáhá propojovat různé oblasti kulturních institucí a publika dohromady. Rozan také říká, že zdůrazňováním angažovanosti publika usiluje o vytvoření stimulujících zážitků pro návštěvníky muzeí a galerií po celou dobu jejich návštěvy. Zkoumáním angažovanosti publika se kulturní instituce učí rozumět procesu diváckého prožívání, a to jak před návštěvou, během ní, i po ní (tedy jak zajistit návrat návštěvníka do muzea či galerie).

Doba 21. století s sebou přinesla společně s technologickými vymoženostmi také větší nároky na galerijní a muzejní prostředí. Tyto instituce pracují nejen s kvalitou obsahu výstav, ale také s kvalitou adjustace a přiblížení interpretace výstavních projektů potenciálním návštěvníkům, kteří potřebují prostor k diskusi a participaci – s uměním i navzájem mezi sebou. Tento zvrát v přístupu k divákům – zaměření se na jejich participaci – podrobně popisuje ve své eseji *The Social Turn: Collaboration and Its Discontents* Claire Bishop (Art International, 2006). Zmiňuje zde nárůst tzv. „nového institucionalismu“, který popisuje jako autorsko-kurátorský přístup mířící ke zvýšení zájmu o performativní výstavy. Při nich totiž dochází k přímé kolaboraci s umělci a k rozšíření působnosti dané instituce od klasického výstavního prostoru k prostoru provokujícímu diskusi. Etnograf Tomasz Rakowski (Estalella, 2018) se pokusil zachytit a popsat novou metodologii z pohledu etnografického

³¹ Termínů „publikum“ či „divák“ zde bude používáno v kontextu pohledu Ranciérea (2011), který chápe diváka či publikum jako aktivního činitele či participanta, nikoliv jako pasivního návštěvníka. Tyto charakteristiky sice aplikuje na divadelní prostředí, ale můžeme je snadno přenést do prostředí uměleckých galerií.

přístupu k umění. Jejím cílem není vyvolat „mechanické“ sociální změny, ale vytvořit společnou kreativní událost s nepředvídatelnými a naléhavými účinky. Hledá etnografické přístupy v zapojení účastníků výstav do kolaborativního procesu. Dnes je víc než kdy jindy nutné vnímat návštěvníka galerie jako základní kámen, na kterém lze teprve nadále stavět. Výstavní plány, doprovodné programy, prostory – to vše se dnes odvíjí od návštěvníků uměleckých organizací, v ideálním případě jsou to právě oni, kdo se podílí na spoluvytváření programu a koncepce celé galerie. Vznikají nové výstavní prostory, nové galerijní aktivity, upravuje se vizuální stránka výstavních prostor (Black, 2005).

Stephen Wright (2013) tvrdí, že by se současná muzea a galerie měly snažit držet krok s tzv. „usological turn“³² prostřednictvím přijetí „přístupu kultury 2.0.“ především ve smyslu jejich modelu legitimace, který je založen na návštěvníkově zkušenosti, zpětné vazbě a jeho vstupu či přínosu.

Celosvětově významné umělecké galerie či muzea se předhánějí v originálních a inovativních přístupech. Čína a státy Perského zálivu zažívají obrovský boom interaktivních prostor s využitím nových médií a technologií. Lidé plánují své dovolené na základě kulturní nabídky daných regionů. Trh s mezinárodní poptávkou zažívá žně. Jak je tomu v prostředí univerzitních galerií? Jsme si vědomi toho, že návštěvník je naším odrazovým můstkem? A jak se s tím v akademickém prostředí vyrovnáváme? Kdo navštěvuje univerzitní galerie a co od nich očekává?

Porozumění, pochopení a budování struktury publika je klíčovým elementem pro budoucí udržitelný rozvoj nejen univerzitních galerií, ale všech kulturních institucí. Fokus na obsahovou kvalitu výstav jde ruku v ruce se soustředěnou prací s publikem. Návštěvník se přirozeně stává základním prvkem a nedílnou součástí tvorby komunikační a organizační strategie. „Projekty a akce, na jejichž vzniku se diváci, byť i minimálně sami podíleli, přirozeně vzbudí jiný typ zájmu než propagační a marketingové strategie, které mají za úkol návštěvníky přilákat na programy, jejichž obsah či forma se jim zdají vzdálené“ (Pfeiffer Kottová, 2019).

Karina Pfeiffer Kottová, kurátorka, teoretička umění a také současná ředitelka Ceny Jindřicha Chaloupeckého se ve své knize *Institute a divák* (2019) zabývá právě přístupem současných galerií a muzeí k publiku, jež analyzuje a dává do širších souvislostí se vzděláváním, interpretací umění a demokratizací umění všeobecně.

Základem úspěchu je pochopit, kdo jsou naši návštěvníci, kategorizovat si cílové skupiny, které již do galerie pravidelně docházejí, vytvořit jejich „persony“³³ a nadále s nimi pracovat, umožnit jim stát se součástí tvorby a procesu. Důležitá je i druhá strana – potenciální návštěvníci a ti, které bychom v galerii chtěli potkávat častěji. Zaměříme se na jejich potřeby a očekávání a umožníme jim prostřednictvím programu větší přístupnost. Potřebujeme nalézt a vytipovat vhodné kanály prezentace a interpretace, které budou návštěvníkům blízké. Naším úkolem je

³² Blíže vysvětleno a popsáno v publikaci *Toward a lexicon of usership*, Stephen Wright, 2018

³³ „Osobnostní profily, které nám dají představu o potřebách a zájmech naší cílové skupiny“ (Kreativní Česko, 2019).

identifikovat, z čeho se skládá nabídka galerie, která přesvědčí naše potenciální návštěvníky a poté se zaměřit na komunikaci s nimi, což ostatně výstižně shrnuje i citát:

„Snažíme-li se vytvořit program pro návštěvníky, s nimiž jsme dosud nepřišli do styku, je to jako bychom se snažili naplánovat oslavu s překvapením pro někoho, s kým jsme se nikdy nesetkali.“

– Nina Simon –

Překročíme-li hranice našeho sektoru, zjistíme, co funguje jinde a můžeme se inspirovat. Velmi dobrým příkladem potenciální mezioborové implementace jsou například prvky imerzivního divadla³⁴ a možnost jejich přenosu do galerijního kontextu.

„Je zvláštním paradoxem, že původní orientaci muzeí na službu veřejnosti, vzdělávání a potěšení složitě objevuje moderní muzeologie až od třetí třetiny 20. století. Otázka, kterou dnes řeší šéfové světových galerií a muzeí, zní: „Proč muzea neumějí sloužit veřejnosti?“ (Plaček, Půček, Šimčík, 2018). Šimčík a kol. (2018) dodávají, že jedním z možných vysvětlení je, „že oslnění racionální vědou přineslo adoraci jednoho principu (princip prezentace vědeckého pokroku) a marginalizace principů ostatních. Z toho důvodu pak dochází k tomu, že pokusy přiblížit muzeum publiku jsou zpochybňovány i dnes.“

S obdobnou otázkou se můžeme obrátit i na univerzitní galerie, kterým se daří oslovovat studenty a akademické pracovníky, ale zájem veřejnosti je ve většině případů spíše okrajový. Je tedy určitě dobré si pokládat otázky typu: Jak můžeme zajistit sociální a kulturní začlenění široké veřejnosti do univerzitních galerií? Jak pracujeme se začleňováním menšin, handicapovaných návštěvníků či seniorů? Jak mohou univerzitní galerie přilákat různorodější publikum a snížit sociální a kulturní rozdíly? Jak můžeme zajistit, aby publikum univerzitních galerií bylo reprezentativnější pro společnost jako celek? Na druhou stranu je dobré se ptát, jakou mají samotné univerzitní galerie personální vybavenost, aby byly schopné aplikovat tyto marketingové a komunikační přístupy, jejichž význam v dnešní době velmi rozmanité kulturní konkurence neustále narůstá. Jak mají univerzitní galerie prezentovat jejich zřizující organizace? Jakou roli hrají univerzitní galerie v oblasti kulturního turismu a ve vytváření kulturních produktů daných regionů a jak s nimi pracují či jak je vnímají regionální či národní instituce a municipality? Odpovědi na tyto otázky nabízí koncept práce s publikem či analýza tohoto prostředí.

Většinu univerzitních galerií stále navštěvuje nedostatečně rozmanité publikum, omezené na výzkumníky/studenty/profesory a jejich okruh, případně hrstka informovaných obyvatel dané lokality. Můžeme se zatím pouze domnívat, kde vzniká komunikační problém.

³⁴ *Imerzivnímu divadlu se specificky věnuje BRYCHTA, Lukáš. 2014. Imerzivní divadlo: Divadlo na hraně hry. In Miloslav Klíma a kol. Divadlo a interakce VIII a 1/2 – Modré stránky. Praha: Pražská scéna, s. 49–80.*

Univerzitní galerie mají nastavené pravidelné celoroční programy, kde kromě prezentace interních studentů či pedagogů představují nejrozličnější umělce z České republiky i ze zahraničí. Mohou fungovat jako ideální platforma propojující širokou veřejnost s akademickou sférou. Univerzitní galerie v dnešní době slouží také jako kulturní „huby“, kde se kromě samotných výstav odehrává řada kulturně-vzdělávacích aktivit. Vzhledem k současným galerijním trendům a přístupům v muzejnictví můžeme říci, že středobodem tvoření obsahu galerií by měl být její návštěvník, který má možnost na tvorbě participovat. Po letech zkušeností přišla v roce 2010 Nina Simon s rozvinutím výkladu pojmu participativní muzeum prostřednictvím vydání knihy *Participatory Museum*. Simon říká, že spolupráce s návštěvníky galerií, muzeí, knihoven či kulturních center nejenom zvyšuje návštěvnost těchto institucí, ale především pomáhá budovat silnou komunitu, která se nadále podílí na institucionálním rozvoji.

Praktiky a rady, které Simon představuje, se dají velmi snadno aplikovat i na oblast univerzitních galerií a mohou tak pomoci překonat bariéry, jimž univerzitní galerie čelí. Problémů nebo spíše výzev, kterým univerzitní galerie čelí a snaží se je uchopit a vyřešit, je několik: Nedostatečná rozmanitost návštěvníků z řad veřejnosti a s tím úzce související chybějící finanční prostředky na dostatečnou komunikaci a vytváření marketingové strategie, ale především nedostatek času samotných návštěvníků a přemíra existence kulturních aktivit, v jejichž množství je těžké se zorientovat. Na jednu stranu se galerie snaží vytvářet další program, který by návštěvníky do galerie nalákal, na stranu druhou se nejen kvůli ekologickým apelům veřejně hovoří o regulaci kulturní produkce. Finanční prostředky ve formě grantů a dotací většinou závisejí spíše na kvantitativních ukazatelích (počet návštěvníků, počet realizovaných programů...) než na těch kvalitativních. I na to je velmi důležité klást důraz při nastavování strategií a programových plánů daných institucí. Otázkou práce a specifikací publika se na českém území zabývá také Ondřej Horák, který již v roce 2009 uspořádal konferenci s názvem *Pro koho to děláš?*, ze které později vyšel i sborník shrnující textovou dokumentaci k debatě v oblastech doprovodných a animačních programů českých galerií a muzeí. Práce s publikem je multidisciplinárním oborem, na který můžeme pohlížet z mnoha úhlů. V knize Niny Simon se setkáváme s přístupem obecné muzeologie, v přístupu Ondřeje Horáka sledujeme hledisko galerijního pedagoga a animátora. Ladislav Kesner se snaží aplikovat na tyto instituce marketingové a komunikační nástroje.

3.3.9 Muzejní pedagogika, galerijní animace a jejich role v utváření participativní galerie

Samotná vzdělávací role muzea či galerie má velmi obšírný kontext: zahrnuje jak galerijní a muzejní edukaci, tak komunikaci a práci s návštěvníky. Z toho logicky vyplývá také zájem uměleckých institucí o realizaci výzkumů zaměřených na potenciální publikum. K cílům moderních muzeí a galerií patří řešení otázek spojených s poznáním návštěvníků z hlediska složení jednotlivých cílových skupin. Teprve na základě výsledků takových šetření mohou edukačně zaměření pracovníci jednotlivých institucí vytvářet vzdělávací aktivity a akce, které budou odpovídat potřebám a zájmům té či oné skupiny. K nejvíce populárním patří tzv. animační programy, které dnes hrají klíčovou roli jak při upevňování vztahu se stávajícím publikem, tak v rámci oslovování a budování dalších cílových skupin. V této části se budeme věnovat objasnění významu muzejní a galerijní edukace se zvláštním důrazem na vysvětlení speciální funkce animačních programů při vzdělávání publika.

„Cílem muzejní edukace je zvýšit působnost muzejních expozic a výstav na návštěvníky a poukázat na vzdělávací efekt sbírkových předmětů. Víceméně se jedná o prezentaci jedinečnosti muzeálií s ohledem na využití v nich obsažených cenných historických poznatků ve prospěch (celoživotního) vzdělávání“ (Tomešková, 2015).

Jiroutová (2014) popisuje, jak muzejní pedagogika reaguje na výrazný posun v oblasti vzdělávání, kterým muzea i galerie za poslední roky prošly: „Následkem tohoto posunu muzeum odklonilo svou pozornost od sbírkových předmětů jako hlavního „klienta“ této instituce a zaměřilo se na návštěvníka jako člena komunity, již muzeum slouží a jejíž potřeby a požadavky na celoživotní vzdělávání si klade za cíl plnit“ (Jiroutová, 2014). Uvádí také, že si muzejní pedagogika obecně zakládá na poslání muzejních institucí, jejichž cílem je návštěvníky seznamovat s novými poznatky, podněcovat je a vybízet k dialogům, které následně mohou vést k hlubšímu poznání a vnitřnímu obohacení.

„Edukační funkce muzea se může realizovat buď prostřednictvím samotných expozic a nebo prostřednictvím muzejní edukace, tedy řízeného procesu, během něž se návštěvník muzea něčemu učí a někdo (nebo jiné alternativní médium) mu jeho učení usnadňuje. Svou povahou se muzeum řadí k významným edukačním médiím vedle škol a různých dalších mimoškolních institucí, které se vzdělávacím obsahem různého druhu didakticky zacházejí. V muzeu se návštěvníci mohou sami spontánně učit anebo se účastnit vedeného edukačního procesu“ (Šobánková, 2015). Uvedená tvrzení jsou platná i pro univerzitní galerie, kde jsou v posledních letech již rovněž běžně aplikována.

„Na vztah muzejní a galerijní pedagogiky můžeme nahlížet z více stanovisek. Muzejní pedagogiku lze chápat jako nadřazený pojem pedagogiky galerijní, ale ne absolutně, uvědomíme-li si, že existují i galerijní pedagogové ve výstavních síních

bez sbírkového fondu. Obě disciplíny můžeme při troše tolerance označit za rovnocenné obory. S přispěním metafory bychom mohli říci, že muzejní a galerijní pedagogika jsou dvě sestry, které si mohou v průběhu života pomáhat a vyměňovat zkušenosti“ (Stuchlíková, 2012, s. 14). Vzdělávání v galerijním prostředí je specifické tím, že pomáhá navazovat kontakt mezi návštěvníkem a uměním samotným.

Galerijní animace je zpravidla jednou z nejzajímavějších a zároveň i nejefektivnějších forem vzdělávání, které může probíhat v prostředí kulturní instituce. Prostřednictvím galerijních animačních programů nabývá publikum vědomostí, zkušeností a dovedností a upevňuje si postoje a hodnoty i z hlediska historie vlastních a cizích kulturních zvyklostí, mýtů a tradic (Šobánková, 2015). Této problematice se u nás věnuje Radek Horáček v knize *Galerijní animace a zprostředkování umění* (1998). Výraz „animace v galeriích“ zde vysvětluje jako „oživující“ činnosti a aktivity, při nichž návštěvníci pomocí různých materiálů či předmětů vytvářejí dílčí výtvarné etudy, které svým principem, technologií nebo obsahovým zaměřením navazují na sledované výtvarné dílo. Animace je proces kontaktu s výtvarným dílem, který účastníky vede prostřednictvím zážitku k možnostem bohatšího poznání a k získávání nových zkušeností“ (Horáček, 1998, s. 71–72). Cílem galerijní animace je zapojení účastníků programu do tematických aktivit. Především prožitek jim pomáhá získat určité znalosti a dovednosti. Návštěvníci se stávají součástí participativního procesu a daného programu.

Cíle galerijní animace podle Horáčka (1998) jsou:

- probuzení zájmu o umění,
- citový zážitek,
- osvojování informací o vývojových etapách dějin umění,
- rozvíjení a procvičování „čtení“ hodnot a významů umělcova sdělení.

Galerijní animaci nadále dělí do několika kategorií:

- teoretické programy (komentované prohlídky a besedy),
- praktické programy (praktické kurzy, ateliéry a tvůrčí dílny),
- smíšené programy (animace).

V mezinárodním měřítku můžeme pozorovat vzrůstající zájem veřejnosti o edukační činnost muzeí a galerií a ze statistik návštěvnosti prohlídek i doprovodných programů můžeme odvodit, že aktivity lektorských oddělení tvoří nepostradatelnou součást programu galerií a muzeí a výrazně se podílejí na celkové návštěvnosti těchto institucí (Horáček, 1998, s. 62).

Kroupa (2010) odlišuje „galerijní animaci“ od „zprostředkování umění“. „Galerijní animaci“ specifikuje jako upírání se k estetickým kompetencím především mladého publika, kdežto „zprostředkování umění“ dle něj specificky předává uměleckohistorické a sociálně historické znalosti o současném umění celé veřejnosti.

Zmapování oblasti galerijní pedagogiky a seznámení s problematikou edukace aktuálně probíhající v českých kulturních institucích je velice širokým tématem a zasloužilo by prozkoumat do větší hloubky. Pro tuto práci je ale stěžejní poukázat na efektivní formy galerijní pedagogiky se zvláštním důrazem na možnosti využití galerijní animace a jejího vzdělávacího potenciálu. Na dobrých příkladech potom můžeme demonstrovat škálu příležitostí, které tato oblast představuje v rámci samotné práce s publikem.

V prostředí univerzitních galerií můžeme v posledních letech sledovat posilování všeobecného zájmu o rozšíření galerijní činnosti ve smyslu rozšíření její nabídky o další doprovodné programy k výstavním činnostem, při jejichž realizaci by byl cíleně využíván edukační potenciál instituce. V prostředí univerzitních galerií se s explicitně pojmenovaným a zajištěným lektorským oddělením setkáváme zatím poměrně výjimečně – v České republice můžeme jmenovat snad jen DUUL v Ústí nad Labem. Jinak pozorujeme zárodky a snahy o jejich vznik v přípravě a realizaci stále častějších a propracovanějších doprovodných aktivit. Spolupráce s komunitami, kde je pozornost směřována právě na návštěvníky univerzitních galerií (jako jsou žáci mateřských, základních a středních škol, ostatní kulturní instituce či široká veřejnost) se propisuje v několika příkladech. Kromě již výše zmíněného DUULu v Ústí nad Labem můžeme vzpomenout pražskou Galerii UM, u které můžeme zdůraznit velmi dobře zorganizovaný komplexní doprovodný program k výstavě *Vize, mise, revize*, galerii G18 a její spolupráci s dalšími regionálními kulturními aktéry jako je Zlin Film Festival, Zlin Design Week, Galerijní a muzejní noc (Krajská galerie ve Zlíně) nebo Galerii AMU s jejími pravidelnými komentovanými prohlídkami. Konkrétní aktivity vybraných univerzitních galerií si zde popíšeme v rámci případových studií. Edukační role dostává v případě univerzitních galerií úplně jiný rozměr, jelikož je nedílnou součástí vzdělávacích institucí, ale zároveň jakýmsi pojátkem k neakademickému světu a publiku.

Díky rozšiřující se nabídce doprovodných edukačních aktivit včetně nově vznikajících animací se v současné době můžeme nejen v českých univerzitních galeriích stále častěji setkat s kombinací formálního a neformálního vzdělávání. Moderní způsoby edukace, které aktuálně probíhají v galerijním prostředí, tak pozitivně působí na návštěvníky nejen díky využití nových přístupů, ale také kvůli záměrné aplikaci zážitkových metod a technik, které jedince i skupinu aktivizují a přivádí k bohaté komunikaci o umění. Prostřednictvím nabídky rozmanitých edukačních programů a díky intenzivnějšímu zaměření na práci s publikem u nás v posledních letech nabývají na významu tzv. „participativní univerzitní galerie“. Galerijní edukátory sdružuje v České republice Komora edukačních pracovníků při Radě galerií České republiky.

3.3.10 Participativní univerzitní galerie

Během rešerší k tématu práce s publikem jsem zjistila, jak je velmi dobře přijímán³⁵ koncept již výše zmiňované Niny Simon, který se zde pokusím představit, jelikož ho považuji za vhodný k aplikaci do prostředí univerzitních galerií. Kritické reakce na publikace Niny Simon se týkají především „neakademičnosti textu“ a povrchnosti některých teoretických okruhů, které by dle diskuzí³⁶ a recenzentů mohly zacházet více do hloubky. Ani koncept OF/BY/FOR ALL, který vychází z některých poznatků, které Simon zmiňuje ve svých předchozích knihách (*Participatory Museum, The Art of Relevance*) či na svém blogu *Museum 2.0*, se nemusí dle některých čtenářů zabývat problematikou kulturních institucí dostatečně do hloubky. Knihy Niny Simon vycházejí z obecné muzeologie a přístupy zde publikované se nemusí vždy shodovat s názory uměleckohistorických institucí. Nicméně níže prezentovaný model – OF/BY/FOR ALL – je dle mého názoru svým přístupem otevřený aplikaci do rozmanitých sfér pro svou jednoduchost. Je tedy pouze na přístupu kulturních manažerů, kurátorů či ředitelů univerzitních galerií, v jaké míře jej přijmou a využijí. Pro příklad uvedení tohoto modelu do praxe byla vybrána galerie G18 ve Zlíně, která prostřednictvím případové studie ukazuje, jak se dá tento koncept v prostředí univerzitních galerií využít. Tento participativní koncept pracuje důstojně s „excelencí“, na kterou dbají univerzity a představuje pouze jednu z mnoha možností alternativních postojů k přemýšlení nad prací s divákem. Dle mého uvážení je vhodným nástrojem, který odpovídá požadavku otevírání prostoru univerzitních galerií veřejnosti.

³⁵ Dokazují to články na webech museumnext.com, museumstudies.ku.edu, sjpcl.org, culturehive.co.uk.

³⁶ Viz diskuze (*GoodReads* ©2020).

OF/BY/FOR ALL (KDO, S KÝM, PRO KOHO)

Koncept se skládá ze tří částí:

KDO – Kdo za vším stojí? Kdo univerzitní galerie reprezentuje? Zde se bavíme o galerijních radách, zaměstnancích či partnerech. I zde by totiž měli být poměrnou částí zastoupeni právě ti, s nimiž chceme v rámci univerzitních galerií pracovat. Málokterá univerzitní galerie má ve své radě někoho z řad studentů či odborné nezávislé veřejnosti mimo zaměstnanecký poměr na dané univerzitě. Zde vidím prostor pro změnu – v intenzivnějším zapojení členů jiných komunit.

S KÝM – S kým tvoříme? S kým bychom měli tvořit naše výstavy, workshopy a další aktivity? Tato část by měla být zastoupena našimi cílovými skupinami, které by měly mít možnost spoluvytvářet program univerzitní galerie. Studenti, pedagogové, ale například i žáci středních a základních škol, kteří univerzitní galerie v některých městech aktivně navštěvují. Tito všichni by měli dostat prostor k diskuzi o tom, co je bude bavit, co upevní jejich vztah k univerzitní galerii a co je přiměje se vracet, případně přivést nové členy.

PRO KOHO – Pro koho to vše děláme? Ke komu mluvíme? Program by měl být přívětivý a srozumitelný celé komunitě. Zároveň vzniká prostor ke zvážení kvality našich informací – kurátorských textů, anotací vystavovaných objektů či pravidel her.

Přístup ke společnosti a ke galerijní činnosti nelze unifikovat ani v úzce specializované kategorii univerzitních galerií, ač jejich společenská tendence povětšinou následuje společný trend, který vychází z orientace na recipienta a je dnes běžnou součástí ekonomizačního procesu. Rozmanitost a pestrost se projevuje především v přístupu k práci s galerijním návštěvníkem. Prostřednictvím programu a nastavením výstavního plánu totiž univerzitní galerie zaujímají stanovisko ke společenské odpovědnosti v rámci sociálního a kulturního rozvoje daných lokalit. V českém prostředí univerzitních galerií můžeme sledovat několik odlišných přístupů. Tento fakt deklaruje potřebnost působení těchto galerií na prohlubování vztahů uměleckého prostředí a akademické půdy s širokou veřejností.

Ve většině univerzitních galerií, které zastávají reprezentační funkci svých zřizovacích univerzit, spoluudává obsah a zaměření galerií tzv. galerijní rada. Z velké části se skládá z interních akademických pracovníků, jimiž jsou: kurátor či vedoucí galerie, vedoucí jednotlivých uměleckých ateliérů a třeba v případě FAVU také zástupci z řad doktorských studentů. Dalšími členy mohou být externí profesionálové. Málokdy je v českém prostředí součástí rady i zástupce odborné veřejnosti, přesto, že jde o jednu z primárních cílových skupin.

Aplikaci výše zmíněného principu do praxe univerzitních galerií představíme v případové studii. Role univerzitních galerií už dávno není zaměřená pouze na

prezentaci školních prací a výstupů, univerzitní galerie nyní fungují jako rovnocenný článek kulturně-spoločenského procesu.

Proto by měly dobře znát své návštěvníky a jejich potřeby a neměly by zapomínat na specifické skupiny publika jako jsou handicapovaní, senioři, rasové menšiny atd. Galerie by měla poskytovat prostor k jejich začleňování do společnosti a umožňovat jim kontakt nejen s okolním světem prostřednictvím umění, ale především kontakt s ostatními lidmi. Výzkumná část dizertační práce přináší případovou studii práce s návštěvníkem ve zlínské univerzitní galerii G18, tato část je doplněna několika rozhovory, ve kterých kurátoři a manažeři několika univerzitních galerií popisují, jak pracují se svým publikem. V závěru práce jsem sepsala doporučení, která vycházejí z analýzy současné situace univerzitních galerií v České republice.

Aktivní práce s publikem je pro univerzitní galerii nezbytná. Kulturní recipienti se vyvíjejí souběžně s obměnou všeobecného vnímání veřejnosti. Habermas (2000, s. 256–257) charakterizuje společenskou úlohu dřívějších salónů schopností pružně reagovat na proměnu publika od konzumenta ke kritikovi. Prostředí univerzitních galerií poskytuje ideální prostor pro rozvoj i experiment v komunikaci a interakci s publikem. To dokládá mimo jiné i případová studie práce s publikem v galerii v G18. Na území České republiky je ale daleko víc univerzitních galerií, které se intenzivně věnují práci s publikem a doprovodnému programu dávají stejnou důležitost jako výstavám samým. Univerzitní galerie v Praze, Brně i Ústí nad Labem tak mají potenciál stát se do budoucna právoplatnou součástí rozvoje kulturního života měst a svým působením přispět i k rozkvětu decentralizace kulturního turismu.

Spolupráce (s mateřskými organizacemi, ostatními kulturními institucemi, komerčními firmami, školami a lidmi) je klíčem k dlouhodobé udržitelnosti univerzitních galerií. Prostřednictvím spolupráce můžeme na půdě nejenom univerzitních galerií vytvářet a rozvíjet kreativní a kulturní prostor, kde se umění stane pomyslným pojítkem a komunikačním prvkem.

4 Část deskriptivní a analytická

Nyní se budeme věnovat analýze z části zahraničních, ale především českých univerzitních galerií. Na základě předchozí definice a specifikace je zde třeba uvést, že na rozdíl od zahraničí, kde převažují galerie a muzea se sbírkami, je pro české prostředí charakteristický právě typ galerií výstavních (tedy bez sbírky), a také typ výstavních síní.

Předmětem výzkumu jsou zde tedy výstavní galerie a síně bez sbírek, které vznikaly u nás i v zahraničí především v začátku 21. století za účelem prezentace univerzit či akademií a děl jejich studentů a pedagogů. Tyto univerzitní galerie jsou zřizovány uměleckými i neuměleckými vysokými školami a mezi jejich hlavní činnosti patří především prezentace současného umění a designu.

4.1 Zvolené přístupy zpracování

V práci bylo postupováno podle následujících etap:

Etapa I–II : intenzivní sběr sekundárních dat a informací dostupných k prozkoumání existence a rozměru univerzitních galerií v České republice i v Evropě. Rešerše již existující databází, institucí či organizací, které jsou s tematikou univerzitních galerií úzce spjaty.

Etapa III : kontextualizace a rozvoj daného tématu a s tím související terminologie a typologie univerzitních galerií.

Etapa IV : prozkoumání specifických požadavků a potřeb univerzitních galerií v mezinárodním měřítku a zjištění potenciálních možností, přínosů a překážek v mezinárodním síťování a jeho propojení souvisejícím s budováním publika.

Etapa V : kvantitativní šetření mezi studenty uměleckých a designových oborů, na které potenciální rozvoj mezinárodní spolupráce univerzitních galerií může mít velký dopad.

Průnikem všech etap a sběru dat je sestavení několika případových studií z českého i zahraničního prostředí, které poslouží k lepší a detailnější orientaci a přibližování se fenoménu „univerzitních galerií“. Jednotlivé etapy budou následně podrobně popsány.

Etapa I

Etapa I – „mapování“ – spočívá v analýze sekundárních zdrojů dat. Použitá metoda analýzy, nazývaná „desk research“ (Machková, 2009, s. 45) neboli „výzkum od stolu“ (internetové vyhledávání v nejrůznějších oborových a speciálních databázích), spočívá v analýze dat, která byla čerpána z dostupných databází, akademických článků, periodik či informací získaných od profesionálů pohybujících se ve sféře univerzitních galerií.

Vzhledem k možné neaktuálnosti výsledků této první fáze bylo nutné získaná data (databázi univerzitních galerií) následně verifikovat.

Etapa II

Verifikaci dat / ověřování subjektů lze provést standardním způsobem vyhledávání na jednotlivých webových stránkách univerzit či přímo univerzitních galerií metodou „desk research“, „metodou sněhové koule“ či přímo „terénním průzkumem“ (tzv. „study visits“).

„Metoda sněhové koule“ je určena k získávání nových kontaktů pomocí postupného nominování osobami, které již ve výběrovém souboru jsou. Proces výběru začíná u jednotlivců, u nichž se ví, že splňují daná kritéria. Během rozhovoru jsou požádáni, aby nominovali další osoby, které daná kritéria splňují, a aby výzkumníkům v ideálním případě s těmito osobami pomohli zprostředkovat kontakt. I s nimi je posléze provedeno interview a celý proces se opakuje. Výběrový soubor se tak rozrůstá prostřednictvím napojení se na sociální kontakty. Respondenti či informátoři jsou tedy na sebe průběžně „nabalováni“ – odtud metafora sněhové koule. Cílem je obvykle rychlé a snadné rozšíření ne zcela vyhovujícího počátečního výběrového souboru (Bednář a kol., 2016).

„Terénní průzkum“ spočívá v realizaci výzkumu v konkrétních podmínkách sledovaných zemí a používá se v případě, že sekundární data neposkytují dostatečné podklady pro rozhodování a další kroky. Terénní výzkum je poměrně nákladný, protože pracuje s primárními informacemi. Jde o informace, které nejsou veřejně dostupné a dohledatelné a jsou získávány účelově pro potřeby řešení daného výzkumného záměru (Machková, ©2009, s. 45).

Etapa III

Třetí etapa je věnována kontextualizaci a kompletaci tématu prostřednictvím „datové triangulace výzkumníků“. Do výzkumu byli zahrnuti studenti marketingových komunikací, kteří se podíleli na dílčím výzkumu řešené problematiky v rámci svých diplomových prací.

Datová triangulace je kombinací metodologií v jedné studii stejného fenoménu, přičemž dohromady rozeznáváme čtyři typy strategie triangulace: kombinaci různých datových zdrojů, výzkumníků, teorií a metodologií. (FTVS UK Praha, online, 1997).

Autorka: Lenka Sršňová

Eventový management v prostředí univerzitních galerií

Metody výzkumu: dotazníkové šetření a polostandardizované rozhovory

Práce je součástí přílohy č. 2.

Autorka: Romana Danišová

Propedeutická studie produkční části univerzitních galerií

Metody výzkumu: hloubkové rozhovory a komparativní analýza

Práce je součástí přílohy č. 2.

Etapu IV

Pro realizaci kvalitativní analýzy byly do projektu vybrány standardní výzkumné metody umožňující dosažení plánovaných výsledků, tedy zjištění kvalitativního stavu a potřeb relevantních mapovaných univerzitních galerií na mezinárodní úrovni. Základní metodou je metoda kvalitativního individuálního polostrukturovaného rozhovoru doplněná o participativní SWOT analýzu.

SWOT analýza je jednoduchým nástrojem zaměřeným na charakteristiku klíčových faktorů ovlivňujících strategické postavení podniku, organizace či instituce. SWOT analýza využívá předchozích analýz tím, že identifikuje jejich hlavní silné a slabé stránky a porovnává je s hlavními externími vlivy, respektive příležitostmi a ohroženími, a směřuje k syntéze jako východisku pro formulaci strategie (Sedláčková, 2006).

Polostrukturovaný rozhovor je kvalitativní metodou, jejímž účelem je proniknout do hloubky problematiky a rozvíjet konkrétní otázky za konkrétním účelem. Řadí se do skupiny „interview“ a jeho unikátnost spočívá ve využití scénáře/návodu, kde existuje možnost měnit pořadí a formulaci otázek. Rozhovory byly často realizovány přímo v místě univerzitních galerií a poznatky z nich byly doplněny metodou „field notes“.

Etapu V

Ve své poslední etapě výzkumná část dizertační práce využívá formy kvalitativní analýzy formou řízeného strukturovaného rozhovoru zvaného „pen and paper interview“, která je určena sekundární cílové skupině, tedy studentům uměleckých a designových oborů, jejichž univerzita/akademie/fakulta disponuje univerzitní galerií.

V této etapě bylo zjišťováno povědomí veřejnosti o univerzitních galeriích a motivační prvky a přínosy těchto institucí s dopadem na širokou veřejnost. Sběr dat probíhal formou dotazníkového online šetření.

Aby měl dotazník vypovídající hodnotu, dotazování by mělo proběhnout na dostatečně reprezentativním vzorku (Management Mania, ©2011–2016).

Vzorek respondentů u polostrukturovaných hloubkových rozhovorů byl sestaven na počtu pěti až deseti pracovníků univerzitních galerií v České republice i v Evropě.

Vzorek respondentů u strukturovaných rozhovorů byl nastaven na výběr deseti studentů uměleckých škol v ČR i v zahraničí. Vzorek respondentů dotazníkového šetření je sestaven na minimální počet dvě stě respondentů z České republiky.

Průnik etap

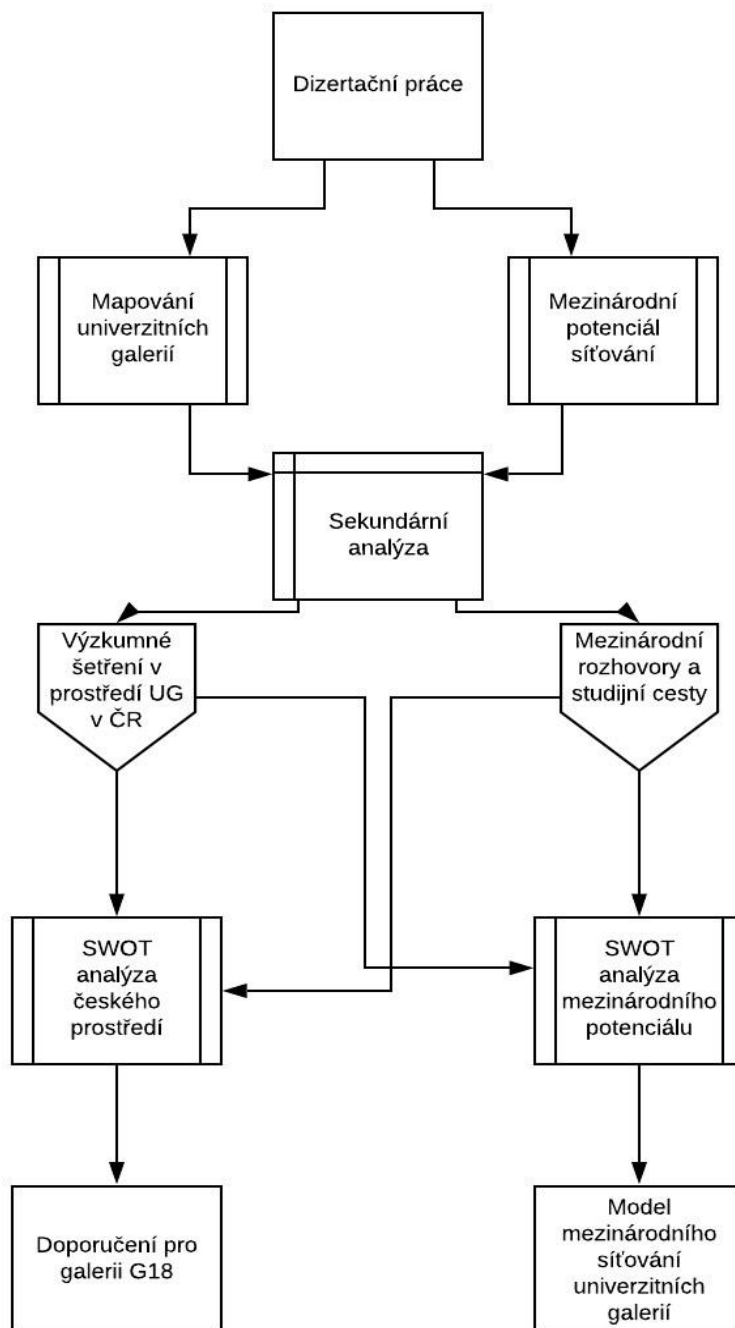
Pro snazší uchopení dané tematiky byly zpracovány případové studie, které představují vybrané univerzitní galerie a jejich přístupy. Případová studie je kvalitativní výzkumnou metodou., jejím předpokladem je soustředění na jeden objekt. Zkoumanou jednotkou může být například instituce. V tomto případě zvolená dle těchto kritérií: nesbírková organizace se zaměřením na umění a design, zřizovaná univerzitou, otevřená široké veřejnosti. Pro případovou studii je charakteristická kombinace několika technik sběru informací (rozhovor, audiovizuální etnografie, fieldnotes, analýza dokumentů...). Případové studie vycházejí z předpokladu, že důkladné prozkoumání jednoho či několika případů napomůže porozumění případům podobným, v našem případě v prostředí univerzitních galerií (Swanborn, 2010, s. 12–13).

Galerie, které jsou níže zpracovány formou případových studií, byly vybrány na základě těchto kritérií:

- jde o univerzitní výstavní galerii či výstavní síň bez sbírek,
- působištěm je střední či východní Evropa,
- jde o galerii otevřenou veřejnosti, s pravidelným výstavním (i doprovodným programem),
- informace o její činnosti jsou snadno dohledatelné, kontaktní osoba komunikuje online, v českém či anglickém jazyce,
- v době výzkumu je fungující,
- disponuje ustáleným managementem (alespoň jednou osobou – akademikem či THP, která se věnuje činnosti galerie na plný či poloviční úvazek).

Finální výběr jsem provedla na základě osobních doporučení a také díky ochotě pracovníků univerzitních galerií spolupracovat a stát se součástí tohoto výzkumu.

SCHÉMA PRÁCE



Obrázek 2 Schéma práce, zdroj: vlastní

4.2 Univerzitní galerie v České republice – případové studie

Univerzitní galerie pomáhají odhalit a posílit identitu, obraz, jedinečnost, význam a také hodnotu univerzity jako organizace. Jsou přemostěním mezi akademickou půdou a veřejností a suplují roli mediátora univerzitního výtvarného prostředí veřejnosti. Univerzitní galerie mohou také vyjadřovat a zrcadlit historický, kulturní, ekonomický či kulturní kontext univerzity nebo fakulty a také závazek k vizi, poslání a filozofii. Univerzitní galerie jako součást organizační kultury navíc posiluje jednotu interních zainteresovaných subjektů, které se týkají poslání a vize univerzity.

I pro výše zmíněné důvody a dopady se můžeme domnívat, že portfolio univerzitních galerií v České republice je velmi dobře a hojně vyplněno. Na základě rešerše totiž můžeme říci, že všechny české veřejné umělecky zaměřené vysoké školy, případně umělecky zaměřené části neumělecky zaměřených univerzit disponují vlastní univerzitní galerií, některé univerzity dokonce několika.

4.3 Univerzitní galerie z pohledu akademických kurátorů, dramaturgů, produkčních

4.3.1 Interview: MgA. Romana Veselá, dne 12. 4. 2019, Zlín

Současný stav univerzitních galerií v Česku, jejich vývoje a směřování popisuje v následujícím záznamu rozhovoru Romana Veselá, emeritní vedoucí univerzitní galerie Armaturka v Ústí nad Labem a současná hlavní kurátorka univerzitní galerie G18. V první část rozhovoru se zaměříme na výhody a přednosti univerzitních galerií.

„Univerzitní galerie mají velkou přednost a tou je akademická půda, tedy svobodné akademické prostředí, jehož hlavní zájem by měl spočívat ve výzkumu a vzdělávání. Galerie provozovaná na tak otevřené intelektuální platformě může mít daleko nezávislejší cíle než jakákoliv jiná instituce ve městě. To, co je jinde skloňováno jako alfa a omega (vývěsní štít zřizovatele, vysoká návštěvnost, edukativní charakter, lektorské centrum, programy pro veřejnost) je pro univerzity až třetí rolí. Tou první je vzdělávání vysokoškoláků a druhou výzkum. Galerie je místem, kde se propojuje univerzita s veřejností. Není výkladní skříní ani pouhou platformou pro prezentaci školních prací, měla by spíše spoluvytvářet/dovytvářet univerzitní projekty.“

Vývoj univerzitních galerií sleduje Veselá již několik let a zmiňuje, že univerzitní galerie v Česku stojí na počátku svého vývoje. „Stále ještě přemýšlíme, k čemu vlastně jsou. Před několika lety do hry vstoupil RUV a univerzitní galerie se staly zdrojem bodů. Myslím však, že by měly sloužit spíše k aplikovanému a kreativnímu výzkumu než k navazování kontaktů a sbírání ‚ruvových bobříků‘. Samozřejmě je to také důležité, ale přála bych si, abychom konečně začali chápat jejich potenciál. Třeba by je pak brala vážně i veřejnost. Když jdou návštěvníci na ‚univerzitní konferenci‘, přemýšlejí, jestli to nebude moc odborné, jestli tomu budou rozumět, jestli si nebudou připadat hloupě, ale když jdou do univerzitní galerie?“

Prestiž univerzitních galerií je v České republice v porovnání s přístupem západní Evropy či USA velice nízká, na což Veselá poukazuje. Rozhovor se dále věnoval možnostem zvýšení této prestiže, za jednu z cest Veselá považuje i internacionalizaci.

„Myslím, že internacionalizace je naprosto zásadní! My jsme si zvykli hrát hru na regiony a centrum, ale podíváme-li se na to kriticky, tak v Čechách přeci žádné pořádné centrum není. Každý by měl vědět, kde v jeho oboru teče nejčistší a největší proud, co mu on sám může nabídnout a kde je jeho partner. A pak jsou tu i ty institucionální výhody (granty, bobříci), mezi největší ale asi patří práce v zahraničí, která je vždy inspirativní.“

Z odpovědí Romany Veselé můžeme vyčíst, že ve světě univerzitních galerií nacházíme různé přístupy a očekávání. Každá galerie má své specifické poslání a plní svou předem stanovenou roli. Za přednost univerzitních galerií považuje Veselá akademické prostředí, které jim poskytuje tvůrčí svobodu. Ve svých

odpovědích také zmiňuje první, druhou a třetí roli univerzity a jejich návaznost na galerijní aktivity.

Roli vzdělávací jsou univerzitní galerie schopny naplňovat několika způsoby:

a) akademické obory, které jsou na galerii přímo i nepřímo vázané, můžeme je rozdělit do dvou rovin. Ta první rovina nabízí studentům praktická cvičení v ‚trenažeru‘ galerijního prostředí (studenti kurátorských studií, arts managementu, pedagogiky, atd.)

umožňují studentům pohyb v téměř reálném prostředí tzv. trenažeru – uvedení získaných teoretických poznatků do praxe (Kurátorská studia, Arts Management, Výtvarná umění, Galerijní pedagogika...). Ti se v univerzitních galeriích učí pracovat s ní jako s nástrojem vzdělávání a komunikace s veřejností. Druhá rovina nabízí možnost pro studenty akademických oborů (dějiny umění, muzeologie, ...) vyzkoušet si interpretační posuny a možnosti galerie jako jedné z mnoha dalších způsobů, jak uchopit umělecký předmět nebo ideovou koncepci.

b) vzdělávání v rámci globálních společenských témat probíhá prostřednictvím každé jedné výstavy, případně doprovodného programu,

c) galerijní animace pomáhají naplňovat edukativní roli a přizpůsobovat sdělný potenciál výstav a programů různým segmentům či generacím návštěvníků. Mnohdy zábavnou gamifikovanou formou rozvíjejí určitá témata a uvádějí je do celospolečenského kontextu,

d) umožňují neformální a informální vzdělávání prostřednictvím poskytování platformy pro záměrné setkávání různých cílových skupin návštěvníků,

e) v rámci jednotlivých projektů jsou mnohdy také prostředkem pro mezioborové i mezikulturní vzdělávání,

f) důležitou roli v rámci vzdělávání hrají také univerzitní galerie v prostředí univerzit třetího věku, kdy umožňují seniorům zůstat v blízkém kontaktu se současným děním, které je právě prostřednictvím umění velmi dobře reflektováno.

Role výzkumná je v mnoha českých univerzitních galeriích stále méně rozvinutá. Může to být dáno tím, že například u zahraničních muzeí a galerií byly středem výzkumu právě sbírky a kulturní dědictví, které bylo či je součástí těchto muzeí. V českém prostředí výstavních galerií bude záležet především na jejich programu a na tom, zda svou činností budou participovat na výzkumu či nikoliv. V České republice se výstupy výzkumů univerzitních galerií dají dále rozdělovat buď do RUV (Registru uměleckých výstupů) nebo do RIV (Rejstříku informací o výsledcích). České nesbírkové prostředí nabízí široké využití v rámci akademického výzkumu. Primárně by univerzitní galerie mohly být právě platformou pro výzkum uměním (Artistic Research), jelikož k němu poskytují vhodné zázemí. Výzkum se ovšem nemusí omezovat pouze na výtvarná umění, dá se aplikovat i v široké škále oborů od sociologie a práce s publikem, přes psychologii a s tím související vnímání těchto institucí až po pedagogická odvětví a možné nové trendy ve vzdělávání.

Třetí role univerzity v českém prostředí na rozdíl od evropského kontextu ještě není pevně a primárně s univerzitními galeriemi spojována. Jde ale jen o otázku času a flexibilní schopnosti reagovat na současné trendy a univerzitní galerie se mohou stát silnou součástí tohoto poslání. Vždyť kde jinde se může skloubit akademické s veřejným, humanitní s přírodovědným, umělecké s pedagogickým, technickým, formální s neformálním a vzdělávací se zábavním než v univerzitních galeriích.

Třetí role univerzit se stává společenskou nutností a univerzitní galerie mohou být jedním z funkčních a efektivních nástrojů, které budou toto poslání naplňovat.

Splňovat svá poslání a vize a následovat tím předurčené role a filozofie univerzit může každá univerzitní galerie svým individuálním způsobem a také se k tomu tak staví. I na základě tohoto diverzifikovaného záběru univerzitních galerií je určitě vhodné rozdělit a popsat jednotlivé typy, které se v českém prostředí promítají. (viz zde str. 34)

4.3.2 Případová studie: Galerie FAVU, Galerie 209

Rozhovor proběhl dne 28. května 2019 na Fakultě výtvarných umění Vysokého učení Technického v Brně, Josef Mrva působí jako kurátor galerie FAVU při Fakultě výtvarných umění Vysokého učení technického v Brně. V minulých letech působil jako kurátor a dramaturg společně s kolegou Tomášem Plachkým, který působil jako produkční v Galerii 209. Galerie FAVU je v současné době centrální univerzitní galerií a jejím záměrem je reprezentace a budování prestiže fakulty potažmo univerzity.

FAVU VUT v Brně disponuje dvěma univerzitními galeriemi. Jaký je rozdíl v jejich vedení?

O galeriích

Galerie 209 vznikla v roce 2013 a je zaštitěna Ateliérem Malby Ludka Rathouského. „Tato galerie funguje jako studentský, alternativní projekt, kde se více střídají pozice v rámci managementu. Účelem je poskytnout studentům možnost seznámit se s galerijním provozem, tato galerie není tolik závislá na akademické půdě. Galerie se zaměřuje na představení mladých tvůrců a zprostředkování informací o uměleckém chodu a současném proudu. Galerie 209 vytváří platformu pro studenty, má především edukativní a prezenční a inspirativní účely.“

Galerie FAVU vznikla z původní galerie Aula. „Galerie FAVU je reprezentativnějším prostorem, který se zaměřuje na spolupráci s ostatními univerzitami a prezentaci lokální i zahraniční akademické sféry. Na rozdíl od Galerie 209 je závislá na umělecké radě. Tato galerie se také snaží primárně o zisk bodů z RUV.“

Personální zajištění

V galerii FAVU působí jeden kurátor a jeden produkční společně s galerijní radou, která se spolupodílí na sestavování výstavního plánu a spravuje galerii. Galerijní rada se skládá z deseti členů, mezi nimiž jsou zástupci studijního oddělení, vedení jednotlivých ateliérů či zástupci z řad studentů. Management galerie FAVU je oproti studentskému managementu Galerie 209 stálejší a profesionálnější.

Galerie 209 funguje bez galerijní rady a slouží také jako tréninkový prostor pro studenty. Mají zde možnost vyzkoušet si běžný provoz v galerii a všechny aktivity s tím spojené.

Výstavní program

V galerii FAVU funguje výstavní plán na základě jednorokně avizovaných open callů, které jsou určeny pro kohokoliv bez omezení. Z open callu následně galerijní rada vybere daný počet projektů (cca osm ročně), které jsou prezentovány v galerii FAVU. Galerie 209 funguje spontánněji, na základě kontaktů studentů, kteří v galerii působí.

Financování

Obě galerie fungují díky grantovým příspěvkům. FAVU je ale na rozdíl od Galerie 209 spolufinancována z prostředků fakulty. Galerie 209 má příspěvky od svého zřizujícího ateliéru.

Mezinárodní aktivity

FAVU má strategičtější pozici pro mezinárodní spolupráci. Aktuálně se například „podílí na dlouholetém výzkumu a spolupráci se Stuttgartem, která vyústí ve výstavu v roce 2019. Využívají se strategická partnerství se zahraničními univerzitami, ne však specificky s univerzitními galeriemi.“ Internacionalizace není součástí statutu, vše, co se výstav týče vychází z open callu.

Galerie 209 funguje spíše na náhodném vytipování mladých umělců na základě kontaktů studentů z ERASMU (především Polsko). Realizují se také náhodná pozvání umělců do galerie pro inspiraci a rozvoj povědomí studentů FAVU. Je zde snaha o představení mezinárodní umělecké scény, která vždy vychází z vlastní iniciativy studentů, kteří v Galerii 209 působí.

4.3.3 Případová studie: Dům umění Ústí nad Labem Fakulty umění a designu Univerzity Jana Evangelisty Purkyně

Mezi jednu z neaktivnějších univerzitních galerií, co se počtu aktivit a intenzity práce s publikem týče můžeme považovat univerzitní galerii Dům umění v Ústí nad Labem Fakulty umění a designu Univerzity Jana Evangelisty Purkyně. I její výkonná manažerka Mgr. Adéla Machová v rozhovoru uvádí, že je potřebné zaměřit se na rozdílná poslání a že právě definice různosti kategorií může univerzitním galeriím pomoci v následném navazování specifické spolupráce.

Následující případová studie představí také fungování dané galerie na základě rozhovoru s výkonnou manažerkou Mgr. Adélou Machovou.

„Myslím si, že je třeba rozlišovat mezi posláním jednotlivých kulturních institucí. Nesbírkové instituce mají výhodu oproti těm sbírkotvorným především v rozmanitějších možnostech spolupráce a v zaměření na současné umění, z něhož plyne nevázanost na prezentaci vlastní sbírky. Mohou připravit zajímavé výtvarné a kulturní události. Edukativní role je pro ně spíše nástrojem, jak dostat do galerií publikum.“

„Nejsme zvyklí chodit pravidelně do galerií a kulturních institucí, tento zvyk je potřeba pěstovat. A právě instituce, které nejsou sbírkotvorné ale spíše kulturní a výtvarně zaměřené mají potenciál v rámci umělecko-veřejného prostředí doplňovat roli zprostředkovatele současného dění v rámci uměleckých procesů a aktivit.“

Případová studie byla vytvořena na základě podkladů o Domě umění a rozhovoru s výkonnou manažerkou galerie Mgr. Adélou Machovou dne 10. července 2019.

„Fakulta nás nezřizuje, aby si vytvořila vlastní prezentační zázemí. Naše fakulta nás podporuje, protože nás vnímá jako součást akreditačních a vzdělávacích plánů a také jako část své identity. Univerzita nás zase vnímá jako podporovatele tzv. „třetí role univerzity“, kdy se snažíme komunikovat s veřejností.

O galerii

Výstavní program této instituce se zaměřuje na prezentaci významných uměleckých osobností a klíčových uměleckých proudů a témat formujících situaci aktuálního, především středoevropského výtvarného umění. Mezi klíčové cíle Domu umění patří profesionální prezentace aktuálních uměleckých projevů, podpora rozvoje mezinárodní spolupráce formou pořádání společných výstavních projektů, tvůrčí výzkumná činnost v oblasti současného výtvarného umění a uplatňování společenské odpovědnosti v oblasti sociokulturního rozvoje místní komunity.

Personální obsazení

Dům umění spravuje čtyřčlenný tým ve spolupráci s ředitelem galerie, který je zároveň děkanem Fakulty umění a designu UJEP, prof. Mgr. Michalem Kolečkem, Ph.D.

Na dalších pozicích zde působí Mgr. Adéla Machová, výkonná manažerka Domu umění, a dvě produkční. Jedna produkční má na starosti primárně produkci a

propagaci výstav, kontakt s médii, instalace a transport výstav. Druhá produkce se stará o přípravu a propagaci doprovodného programu, animační programy pro školy a zájmové skupiny a o sociální síť. Celý tým doplňuje externí lektorka animačních programů, kterou je studentka výtvarného oboru pedagogické fakulty. Ta s podporou týmu Domu umění nebo svého pedagoga vytváří animační programy k jednotlivým výstavám. Další pozici zde zastává odborná pracovnice, která se v Domě umění stará o chod sítotiskové dílny.

Každoročně Dům umění nabízí několika studentům galerijní stáže. Tento program je nazýván jako „tvůrčí praxe“ a je určen pro studenty univerzity na dobu minimálně půl roku, v ideálních případech na celý rok. Tvůrčí praxe obnáší základní práci pro galerii (instalace výstav, podílení se na propagaci, organizace doprovodných programů) – vše záleží na zaměření vybraných studentů. Nástavbou působení studentů v Domě umění je příprava a tvorba vlastního programu. Většinou se uskutečňuje navrhováním doprovodných programů formou tvůrčích dílen – vazby knih, práce s přírodním materiálem atd.

Studenti v rámci praxe docházejí do galerie minimálně dvakrát týdně. Do tvůrčí praxe jsou uchazeči vybíráni prostřednictvím open callů. Většinou je z kapacitních důvodů přijímáno čtyři až pět studentů.

Dům umění má také svou uměleckou radu a instalační tým složený z pedagogů, absolventů či zaměstnanců fakulty.

Provoz

Otevřeno je během akademického roku od úterý do soboty, od 10 do 18 hodin. Vstupné je dobrovolné.

Výstavní plány

„Vymezili jsme si téma středoevropského současného umění zároveň s akcentem na náš region. Na téma, které nás tam na severu nějakým způsobem neustále ovlivňuje a je stále živé. Abychom zůstávali v kontaktu s publikem, aby jim téma bylo blízké, ale zároveň abychom jim přinášeli novinky. To se týká i našich studentů umění a designu. Naším záměrem je studentům i veřejnosti ukazovat aktuální proudy v současném umění.“

Výstavní programové linie – český nebo středoevropský kontext současného umění s akcentem na region. Ročně probíhá cca šest výstav a závěrečná výstava diplomových prací studentů fakulty.

Doprovodné programy / práce s publikem

Doprovodné programy zde probíhají dvakrát až třikrát týdně. Jsou zde stanovené pravidelné programové úterý a čtvrtky a občasné kreativní soboty. V rámci doprovodného programu spolupracujeme nejen se studenty Fakulty umění a designu, ale snažíme se proniknout i na fakulty ostatní. Vznikají tak zajímavé spolupráce se studenty Filozofické či Pedagogické fakulty i s ostatními neakademickými organizacemi z regionu. Doprovodné programy jsou plánovány v půlročních cyklech.

„Na galerijních animacích spolupracujeme se studenty výtvarné výchovy na pedagogické fakultě. Doprovodné programy doplňujeme o workshopy našich studentů, například jedna kolegyně dělá zvukové animace, díky čemuž udržujeme kontakt se zvukovým uměním.“

Cílové skupiny se specifikují především v rámci doprovodných programů, poté upravujeme komunikační nástroje a marketingové kanály.

„Z jednotlivých cílových skupin si vybíráme a uzpůsobujeme jim půlroční cykly. Například jsme se napojili na místní organizaci, která pracuje s handicapovanými lidmi, kteří měli zájem o navázání spolupráce. Dohodli jsme se, že zkusíme komentovanou prohlídku, což ocenili. Navrhli jsme jim pak možnost dalších programů, například naší síťotiskové dílny, a zorganizovali jsme společně workshop.“

Dalšími specifickými skupinami jsou školy a školky. Dům umění se stal součástí evropského projektu, který je určen žákům sedmých až devátých tříd základních škol a jehož účelem je představit žákům vysokoškolské prostředí a přiblížit možnosti a zaměření studia a oborů, které by mohli v budoucnosti studovat. „V rámci tohoto projektu jsme připravili programy, které představovaly práci kurátora, lektora animací, grafické techniky a robotika (ve spolupráci s ateliérem interaktivní média), fotografie...“

Studentům jako cílové skupině kromě vlastního výstavního programu organizuje Dům umění také odborné exkurze. „Nechtěli jsme usnout na vavřínech, tak realizujeme i výjezdy a exkurze do dalších galerií a výstavních prostor. Jde o takové funkční doplnění kontextu, aby si studenti nemysleli, že přijdou k nám a zjistí vše, co se děje a aktuálně řeší na téma umění.“

Výstavy jsou určeny široké veřejnosti. „Informace se snažíme v poslední době uzpůsobovat i běžnému divákovi. Vznikají samozřejmě primárně texty pro odbornou veřejnost a studenty. Snažíme se zjišťovat informace o publiku – jak si nás našlo, kde o nás slyšelo. Zjišťujeme, že když se výstavní program ožíví o nějakou úplně jinou výstavu, o které se dá více mluvit nebo je na ni nějakým způsobem upozorněno, přijdou k nám úplně noví lidé, kteří nás po letech teprve objeví.“

„Taky nás potěšilo, když jsme se stali součástí Galerijní noci. Diváci se o nás konečně dozvěděli třeba i v dalších městech. Všichni společně jsme se snažili zacílit kampaň i na okolí Ústí nad Labem.“

Mezinárodní spolupráce

Dům umění využívá navázaných fakultních partnerství či buduje svá vlastní. Na základě fakultní spolupráce s galeriemi v Rakousku a Chorvatsku vznikla například putovní výstava, která byla prezentována ve všech zmíněných zemích. Každá z galerií ji přizpůsobila svému prostředí a vytvořila k ní vlastní doprovodný program.

Další spolupráce je navázaná s drážďanskou galerií Riesa Efau, se kterou Dům umění například žádá o společné granty a přeshraniční projekty na výměnné výstavy či mobilitu umělců.

Dům umění se snaží do výstavního plánu zahrnovat alespoň jednu zahraniční výstavu ročně. Strategická či stálá spolupráce mezi univerzitními galeriemi zatím neprobíhá. Dům umění má již nějaké univerzitní galerie nakontaktované, zatím ale probíhala spolupráce pouze na základě konzultací. Nicméně v nejbližší době plánují společnou výstavu s univerzitní galerií Zóna akademie v polském Štětíně.

Na základě prezentované případové studie je velmi dobře patrné, jak důležitou roli hraje v prostředí univerzitní galerie práce s publikem, která se může stát silným komunikačním nástrojem i měřítkem oblíbenosti dané instituce. Na práci s publikem v Domě umění lze ocenit a vyzdvihnout práci cílenou na specifické skupiny, velmi dobře hodnotím spolupráci s handicapovanými. Práce s těmito skupinami v prostředí univerzitních galerií přináší nejen požitek z umění a vyústění práce akademické sféry, ale i mnohem hlubší hodnoty jako sociální inkluzi.

Ze strategického hlediska kulturního managementu je také velmi dobré předem plánovat nejen výstavy ale i samotné doprovodné programy, které jsou v tomto případě sestavovány půl roku dopředu. Publikum si lépe zvyká na určitou kulturní frekvenci.

Dům umění pracuje se všemi rovinami role univerzity, kdy se ještě navíc prostřednictvím galerijních animací a aktivit zasazuje o rozvoj mezioborové spolupráce nejen v rámci univerzity a s ostatními fakultami, ale také s regionálními organizacemi a dalšími institucemi. Málokterá z českých univerzitních galerií disponuje tak hutným pravidelným doprovodným programem jako Dům umění. Většina univerzitních galerií má velmi aktivní a měnící se výstavní plán i s doprovodným programem, nicméně v mnohem pozvolnějším měřítku.

Na téma doprovodného programu a práce s publikem vznikla další případová studie, která prezentuje jednotlivé aktivity univerzitní galerie G18. Je sestavena na základě ročního pozorování a aktivního zapojování se do spoluvytváření doprovodného programu v Galerii G18 autorkou této práce.

4.4 Datová triangulace univerzitních galerií – management

Výzkumy, které se zaměřovaly na management univerzitních galerií a jejich doprovodný program, prováděly tehdejší studentky magisterského studia na FMK UTB ve Zlíně Romana Danišová a Lenka Sršňová v rámci svých diplomových prací. Rozhovory byly vedeny především s produkčními těchto galerií, v některých případech také s kurátory či přímo proděkany, pod které činnost univerzitních galerií na některých vysokých školách spadá.

Níže uvedené galerie byly vybrány na základě podobných kritérií, jako tomu bylo u univerzitních galerií popsanych v případových studiích. Tedy především na základě snadné dohledatelnosti (přístupný web či sociální sítě) a ochoty spolupracovat a podílet se na výzkumu.

Vybraným vzorkem univerzitních galerií se staly tyto subjekty:

Galerie FX v Banské Bystrici – Akademie umění

Galéria Médium v Bratislavě – Vysoká škola výtvarných umění

Galerie FAVU v Brně – Fakulta výtvarných umění Vysoké Učení Technické (dále jen VUT)

Galerie 209 – Fakulta výtvarných umění VUT

Galerie UM – Vysoká škola uměleckoprůmyslová v Praze

Galerie NIKA – Vysoká škola uměleckoprůmyslová v Praze

Galerie 207 – Vysoká škola uměleckoprůmyslová v Praze

Galerie H2 – Vysoká škola uměleckoprůmyslová v Praze

Struktura a role personálního zabezpečení v rámci univerzitních galerií:

Na základě rozmanitosti rolí jednotlivých recipientů, ale také v rámci rozličnosti struktur na daných univerzitách se nedá jednoznačně určit pevná struktura a hierarchie týmu a personálního zastoupení. Z tohoto důvodu zde budou popsány všechny role, které se uplatnily napříč výzkumným šetřením Romany Danišové i Lenky Sršňové, ale také role, které vzešly z dalších rozhovorů nebo terénního průzkumu provedeného v rámci této dizertační práce. Ne všechny univerzitní galerie mají rovnoměrně zastoupeny všechny níže zmíněné pozice. V mnoha případech se zde objevuje kombinace pouze některých z těchto vyznačených rolí a jejich kompetence se prolínají napříč.

Manažer / vedoucí / ředitel galerie

Většina českých i slovenských univerzitních galerií má jasně určeného vedoucího galerie, který má na starosti její směřování, zodpovídá za finanční chod celé instituce a také za personální zabezpečení a další spolupráce. Některé univerzity mají tuto roli spojenou s rolí hlavního kurátora výstavního programu, případně s proděkany, kteří mají na starosti vztahy s veřejností či strategický rozvoj. U univerzitních výstavních síní roli vedoucího zastávají buď pedagogové, nebo samotní studenti v rámci některého z předmětů, který je úzce spojený s chodem síně.

Kurátor výstav

Kurátor výstav má na starosti obsahovou náplň galerie a tvorbu jejího konceptu, v mnoha případech také výzkumnou činnost. Sestavuje výstavní plány a úzce spolupracuje s produkčními galerií. V mnoha případech roli interního kurátora nahrazují externí kurátoři jednotlivých výstav. Velmi častým jevem v rámci československého prostředí je spolupráce kurátora galerie s tzv. galerijní radou.

Produkční galerie

Osoba zodpovědná za realizaci a facilitace všech aktivit univerzitních galerií. Produkční komunikuje s umělci, ale také s kurátory, grafiky, architekty a dalšími osobami, které jsou do procesu tvorby výstavy zakomponovány. Ve většině případů je produkční galerie zároveň zodpovědný za komunikaci a propagaci univerzitní galerie. Stará se o zajištění kustodů, materiálů a dokumentů potřebných k úspěšné realizaci výstavy či doprovodného programu.

Marketér / PR specialista / event manažer

Tato pozice má ve své kompetenci kompletní propagaci galerie jako celek i její jednotlivých částí (výstav i doprovodného programu). Většinou se osoba na této pozici stará o chod webových stránek, sociálních sítí, komunikaci s médii, případné plánování a realizování PR aktivit.

Účetní/ekonom

Pozice účetního či ekonoma je obzvláště v akademickém prostředí velmi důležitá, ale také specifická. Stará se o výběrová řízení, zajišťování smluv a dokumentace, rozpočet galerie i chod projektů s tím spojených.

Lektor animačního programu

Pozice lektora nebo edukátora je v prostředí československých univerzitních galerií zastávána jen zřídka. Z výzkumného šetření se dá říci, že specifické zaměření na rozvoj galerijní animace a s tím spojenou pozici v prostředí univerzitní galerie má prozatím jen Dům umění Univerzity Jana Evangelisty Purkyně v Ústí nad Labem.

Grafik

Zajišťuje vizuální identitu univerzitní galerie, stará se také o veškeré vizuální výstupy k dílčím částem programu. V mnoha univerzitních galeriích plní roli grafiků studenti daných univerzit.

Grantový manažer

Tato pozice byla zajištěna pouze v případě galerie MEDIUM v Bratislavě. Pozici grantového manažera zde má na starosti zajištění vícezdrojového financování, přípravu a realizaci projektů z lokálních i mezinárodních zdrojů, aktivní vyhledávání dalších potenciálních příležitostí.

Technický / instalační tým

Společně s produkčními galerií zajišťují samotnou instalaci a realizaci výstav. Umístění vystavených děl a objektů, jejich nasvícení, případně zabezpečení před možným znehodnocením díla. Technické týmy jsou také ve většině případů sestaveny ze studentů, případně technických pracovníků na univerzitách či akademiích.

Architekt výstav

Role architekta výstavy je návrh vizuálního a architektonického konceptu výstavy. Společně s kurátory řeší především vhodná média a platformy pro vystavení a prezentaci objektů, ale také aplikaci nových médií a technologií, která může přinášet

další roviny interpretace. V mnohých případech je prozatím v prostředí univerzitních galerií právě kurátor zároveň architektem výstavy. Univerzity či akademie, které se zaměřují na prostorový design, architekturu či scénografii využívají spolupráce se studenty těchto oborů.

Kustod

Kustodi mají na starosti dohlížení na bezpečný průběh výstavy. Slouží návštěvníkům také k usnadnění orientace a zodpovězení základních dotazů. Mnoho univerzitních galerií využívá také studenty, kteří jsou kustody jejich výstavních projektů.

Fotograf

Dokumentuje výstavní projekty a doprovodné akce.

Galerijní rada

Galerijní radou disponuje víc než 80 % navštívených galerií. Tento poradní orgán je většinou složený se zástupců akademické obce dané vysoké školy / univerzity / akademie, z jejích studentů, ale také externích odborníků. Galerijní rada dohlíží na chod univerzitních galerií, stojí většinou za volbou a nominováním nových vedoucích pracovníků či kurátorů. Snaží se také přispívat k rozvoji univerzitní galerie a její napojení na zřizovatelskou organizaci případně externí subjekty. Galerijní rady na území České republiky a Slovenska většinou čítají pět až osm členů.³⁷

³⁷ *Konkrétní fungování univerzitních galerií na výše zmíněných fakultách je detailněji rozepsáno v příložené diplomové práci Romany Danišové – příloha č. 1.*

Finanční zdroje v prostředí univerzitních galerií

Fondy zřizujících fakult / univerzit / ateliérů

Většina univerzitních galerií je finančně podporována především ze zdrojů zřizujících organizací, případně jejich součástí (rektorát, děkanát...). Výše podpory se liší v závislosti na velikosti i angažovanosti univerzit ve vztahu k univerzitním galeriím. Univerzity přispívají na činnost galerií formou mezd zaměstnanců, případně stipendii pro studenty a také finančními prostředky určenými na produkci obsahu a organizace aktivit univerzitních galerií.

Prostředky z grantů Ministerstva školství i Ministerstva kultury

Z výsledku výzkumů vyšlo najevo, že velká část univerzitních galerií v České republice žádá a čerpá prostředky z grantů Ministerstva školství či Ministerstva kultury. Některé z galerií uvedly, že čerpají prostředky z grantů, které dostává přímo jejich zřizující organizace. Vybrané univerzitní galerie ovšem uvádějí, že žádají ještě o specifické granty na svou činnost. Jedním z problémů, které galerie zmiňovaly, byla nejasná identita v prostředí žádostí o grant. Jako žadatel je v případě univerzitních galerií uvedena přímo univerzita, ne galerie jako samostatná instituce, což může způsobovat i neudělení grantu určeného výhradně pro kulturní organizace.

Lokální a regionální zdroje

Univerzitní galerie využívají také lokálních i regionálních zdrojů. Ve většině případů se jedná o podporu města či kraje, ve kterém univerzitní galerie působí. Některé z galerií čerpají finance také z lokálních nadací či fondů určených na podporu a rozvoj kultury v daných lokalitách.

Mezinárodní projekty

I přes rozmanité množství grantových možností v mezinárodním prostředí jen velmi malá část univerzitních galerií v České republice a na Slovensku doposud využila tuto možnost. I na základě tohoto faktu je možné využít potenciál níže rozvedeného modelu mezinárodní spolupráce a umožnit univerzitním galeriím nejen čerpat další finanční zdroje, ale také využitím mezinárodních grantových možností rozvíjet jejich sítě a s tím spojené aktivity.

Fundraising

Fundraising je další z možností vícezdrojového financování. Žádná ze zapojených univerzitních galerií prozatím nevyužívá strategického fundraisingu k získání finančních prostředků, ačkoliv občasné aktivity a jednorázoví sponzoři se objevují i na poli univerzitních galerií.

Mecenáši

V prostředí zkoumaných univerzitních galerií v České republice a na Slovensku nejsou prozatím zapojeni žádní kulturní mecenáši, kteří by finančně podpořily chod těchto organizací.³⁸

Komunikace univerzitních galerií

Další část výzkumu Romany Danišové se zabývala komunikací a s tím souvisejícími PR aktivitami univerzitních galerií.

Externí komunikace – online

V rámci externí komunikace se využívání kanálů u galerií liší. Za základní nedostatek komunikace i lepší orientace považují absenci vlastních webových stránek některých univerzitních galerií, případně absenci alespoň specifické sekce v rámci webové struktury univerzity. Základními komunikačními kanály v online prostředí jsou tedy v mnohých případech profily na sociálních sítích (Facebook, Instagram).

Na základě PR výstupů se můžeme o akcích univerzitních galerií dozvědět také prostřednictvím jejich mediálních partnerů, případně výstupů, které jsou publikovány na webových stránkách lokálních či národních médií ale i kulturních, uměleckých či designově zaměřených platform (culturenet.cz, czechdesign.cz, artalk.cz)

Externí komunikace – offline

V offline podobě se setkáváme nejčastěji s tištěnými výstupy jako jsou plakáty, letáky či pozvánky k akcím v univerzitních galeriích. Za komunikační kanál můžeme považovat také publikace či katalogy. Přirozená je i spolupráce s tištěnými lokálními i regionálními médii, případně s danými informačními centry či institucemi

³⁸ *Finanční struktura, ohodnocení umělců či zaměstnanců v prostředí univerzitních galerií i náklady na provoz jsou detailněji rozepsány v příložené diplomové práci Romany Danišové – příloha č. 1.*

starajícími se o cestovní ruch v dané oblasti, které mohou zahrnout univerzitní galerie jako součást svých tištěných materiálů určených pro turisty a návštěvníky.

Interní komunikace

Prostředí interní komunikace je v univerzitních galeriích vedeno především prostřednictvím tzv. cloudů. Univerzitní galerie využívají platformy jako Microsoft Office či Google drive, kde uchovávají dokumenty v online prostředí a zároveň zde mohou komunikovat. Dalšími komunikačními nástroji jsou klasicky telefon, email, síť univerzitního intranetu nebo uzavřené skupiny na sociálních sítích.

Časový harmonogram univerzitních galerií

Výstavní koncepty jsou ve většině univerzitních galerií plánovány rok až dva dopředu. U výstavních síní, které mají flexibilnější a krátkodobější program, se setkáváme s kratší dobou plánování výstav i doprovodných programů. Open cally vyhlašují univerzitní galerie rozdílně, nicméně můžeme říci, že většina z nich spouští open call na konci jara až na začátku léta, aby s vybranými výstavními projekty mohly zahájit další akademický rok. Výstavy v univerzitních galeriích trvají většinou v rozmezí jednoho až dvou měsíců, u univerzitních výstavních síní se doba liší – pohybuje se většinou v rozmezí deseti až dvaceti dnů. Instalace i deinstalace výstav ve většině případů nezabere více než týden. Pravidelný doprovodný program má pouze malé zastoupení z dotazovaných univerzitních galerií. Většinou se plánuje pouze v krátkém časovém předstihu. Konkrétním doprovodným aktivitám se věnuje následující kapitola vycházející z výzkumu Sršňové (2019).

Obsahová náplň univerzitních galerií

Na základě shrnutí výsledků výzkumu Sršňové (2019) můžeme uvést tři typy obsahových náplní univerzitních galerií:

- a) **Základní** – tato obsahová náplň se projevuje úzkým portfoliem doprovodných aktivit. Z výzkumu vyšlo najevo, že je v rámci základního modulu univerzitními galeriemi organizována vždy pouze vernisáž k aktuální výstavě. Na další aktivity nemají univerzitní galerie finanční, personální či časové kapacity. Jedná se například o galerie NIKA či H2.
- b) **Rozšířený** – tento modul se kromě vernisáží profiluje dalšími doprovodnými programy, které ovšem nemají svou pravidelnost či jasný koncept. Jejich plánování záleží na aktuální výstavě a přístupu umělců či kurátorů. Tyto typy univerzitních galerií vyprodukuje průměrně pět až deset doprovodných aktivit za semestr. Zde můžeme zmínit například galerii FAVU či galerii 209.
- c) **Komplexní** – obsah splňuje výše zmíněná kritéria role univerzity / univerzitní galerie a prostřednictvím doprovodného programu naplňuje roli vzdělávací, výzkumnou i třetí roli. Jedná se o univerzitní galerie, které mají pravidelné doprovodné programy tvůrčí i vzdělávací, zároveň umožňují prostřednictvím svých aktivit i neformální setkávání či širší možnosti interakce s publikem. Můžeme jmenovat například galerii UM či galerii MEDIUM.

U vybraných univerzitních galerií je již povinnou součástí přihlášky výstavního projektu do open callu rozepsaný návrh doprovodného programu, což považuji za velmi důležité a v prostředí univerzitních galerií progresivní.

Univerzitní galerie, které byly součástí výzkumu, nabízejí tyto aktivity:

Vernisáže – zahajovací události k výstavám jsou nejnavštěvovanějšími aktivitami doprovodného programu. Organizují se všechny univerzitní galerie a jejich četnost souvisí s četností výstavních projektů. Většinou jde o neformální setkání konané u příležitosti představení výstavy, umělců a s komentářem s tím souvisejícím. V některých univerzitních galeriích je mluvené slovo doprovázeno dalšími kulturními prvky (koncert, DJset, performance apod.)

Dernisáže – jsou závěrečné události výstavních projektů. Jejich účel je podobný jako v případě vernisáží, přiblížení konceptu výstavy, daných autorů či kurátorů. Dernisáže nejsou běžným a pravidelným doplňkem univerzitních galerií.

Komentované prohlídky – další z aktivit, která se objevuje napříč doprovodným programem většiny univerzitních galerií. Komentované prohlídky slouží k přiblížení a představení výstavy a jednotlivých děl provázených většinou samotným umělcem či kurátorem výstavy. Na některých univerzitách provádějí komentovanou prohlídku studenti uměnovědných oborů v rámci výuky.

Další doprovodné aktivity:

- workshopy
- tvůrčí dílny
- přednášky
- kulturní akce (koncerty, filmová promítání, autorská čtení)
- neformální setkávání (plesy, večírky pro zaměstnance i studenty)

Univerzitní galerie jsou zároveň prostory pro výuku, ale také obhajoby studentských prací. V mnoha případech univerzitní galerie nabízejí i studentské stáže, případně zprostředkovávají konzultace prací či konzultace pro zájemce a uchazeče o studium. Některé univerzitní galerie svůj prostor pronajímají či poskytují ostatním součástí univerzity či partnerům pro jednorázové akce.

4.4.1 Práce s publikem univerzitní galerie G18: Případová studie

Galerie G18 působí při Fakultě multimediálních komunikací Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně teprve od září roku 2019. Za tuto krátkou dobu se jí ale podařilo zorganizovat několik úspěšných (dokládá četná návštěvnost a zpětná vazba studentů) akcí, na kterých si můžeme ukázat rozmanitou práci s rozličnými komunitami. Tuto případovou studii jsem zpracovala a publikovala já v kapitole knihy *Nenávratné stopy* (Gartnerová, 2019).

1) Spolupráce se studenty FMK

Stěžejní komunitou galerie G18 jsou jednoznačně právě studenti Fakulty multimediálních komunikací ve Zlíně. G18 je otevřenou platformou a působí nejenom jako výstavní prostor, ale také jako neformální infopoint či místo pro setkání nejenom s uměním, ale především s komunitou lidí, která se postupně kolem galerie tvoří. G18 spolupracuje se studenty velmi intenzivně, v rámci předmětu Komunikační agentura byl určen na začátku akademického roku tým lidí, kteří se na chodu galerie podíleli. Pomáhali s produkcí vernisáží, instalací výstav, dokumentací akcí. Zásadní momenty spolupráce byly ale ty, kdy si studenti mohli bez limitů vytvořit vlastní program, který se stal součástí galerie. Obrovský úspěch tak měla například akce Grand Prix – závod autíček na autodráze či hodina jógy. Na první pohled akce ne úplně spjaté s galerijní činností otevřely dveře dalším lidem, jiným cílovým skupinám, kterým tyto bližší aktivity poskytly bezpečné místo v galerijním prostředí, které na základě návštěvy mohli lépe poznat. Studenti se tak během roku stali součástí organizačního týmu, OF, budeme-li hovořit ve frameworku Niny Simon.³⁹



Obrázek 3 Grand Prix v galerii G18, zdroj: galerie G18

Další spolupráce se studenty proběhla prostřednictvím výstav jejich bakalářských a magisterských prací. Dvěma ateliérům byl poskytnut kompletní prostor galerie s veškerým vybavením a studenti si ve spolupráci s vedoucími jednotlivých ateliérů

³⁹ Viz. vysvětlení termínu a přístupů na straně 60 – 61.

měli možnost vyzkoušet práci s interiérem galerie, instalací samotných objektů, ale také komunikaci s dalšími vystavujícími, aby se do prostoru vešli a zachovali určitou estetickou linku. Podíleli se také na přípravě vernisáže, kam pozvali například kapelu jednoho z externích pedagogů. Zde mluvíme o konceptu BY, tedy spolupodílení se na přípravě programu.

2) Spolupráce s absolventy

Spolupráce s absolventy je pro G18 také velmi důležitá. Jde o lidi, kteří mají k univerzitě už vybudovaný vztah, strávili zde svá studentská léta a většinou se rádi vracejí. Jak jim říct o nové galerii a získat jejich pozornost? Vystavit jejich práce. V rámci prvních dvou výstav, které na půdě G18 proběhly, bylo více než 25 % vystavených objektů vytvořených právě absolventy FMK. Jejich zakomponování do výstavy mělo velmi pozitivní účinek. Nejenomže se někteří z nich přišli na své vystavené práce osobně podívat (mnohdy i z jiných měst), ale přivedli s sebou své kamarády, rodiny a posunuli povědomí o G18 zase o kousek dál. Dalším zdárným příkladem absolventské spolupráce byla organizace interaktivní performance Závody robotů. Tato akce byla na fakultě poměrně známá z předchozích let a měla již své fanoušky. Bylo proto velmi dobré vzít ověřenou akci a zakomponovat ji do jiného prostředí.

3) Spolupráce s externími subjekty

V galerii G18 se také podařilo navázat významná partnerství s lokálními i národními firmami či podniky. V rámci doprovodného programu zaměřeného na rozvíjení mezioborové spolupráce a její přesahy byl zorganizován workshop s lokálním floristickým startupem *Kytka do bytku*, kde měli studenti možnost naučit se nejen aranžovat květiny, ale zároveň si s nimi zkusit pracovat v galerijním prostředí. Vytvořená floristická díla v rámci workshopu tvořili jako site-specific instalaci do výstavy, která byla v G18 svého času prezentována. Naučili se pracovat nejen v neobvyklém interiéru pro umístování květin, museli se také naučit přemýšlet o tom, v jakých světelných podmínkách budou květiny umístěny, jak budou vypadat bez vody v delším časovém období, zda jsou zrovna jimi vybrané květy vhodné pro případné návštěvníky s alergiemi atd. Workshop byl přínosný i pro samotnou firmu v rámci nových přístupů studentů a napojením na jejich designové práce.



Obrázek 4 Floristický workshop, zdroj: galerie G18

O workshop byl velký zájem nejen z řad studentů a akademiků, ale i z řad široké veřejnosti, i proto, že opět šlo o široké veřejnosti bližší tematiku květin, která je přivedla do prostor galerie, kterou by jinak nejspíš nenavštívili.

Další z aktivit uspořádaná tentokrát ve spolupráci s Městským divadlem Zlín byla zaměřená na promítání záznamu úspěšné divadelní hry s názvem *Ovčáček Miláček*. Tato divadelní hra několikrát vyprodala divadlo i kinosály, ve kterých běžel její živý přenos. Poprosili jsme divadlo o zapůjčení práv a v rámci doprovodného programu výstavy Divadelních plakátů jsme udělali dvakrát večerní promítání této divadelní hry v příjemném prostředí galerie. Divadlu jsme na oplátku pomohli s propagací studentského předplatného a s přiblížením se současné generaci studentů.

V neposlední řadě je nutné zmínit spolupráci a participaci na lokálních festivalech a událostech. Každoročně probíhá ve Zlíně několik významných akcí s národním i mezinárodním přesahem. Za galerii G18 byly vtipovány tři události, kterých jsme se stali součástí, abychom se opět přiblížili a představili budoucím návštěvníkům.

Galerijní a muzejní noc – V průběhu této akce se otevírají všechny galerijní a muzejní instituce ve Zlíně ve večerních a nočních hodinách a připravují si speciální programy. G18 participovala prostřednictvím série workshopů zaměřených na prezentaci jednotlivých ateliérů Fakulty multimediálních komunikací UTB ve Zlíně. Bylo skvělé stát se součástí akce a mapy těchto kulturních institucí, které jsou místní občané zvyklí navštěvovat už několik let. S programem, který byl přizpůsoben dětem, teenagerům i dospělým se do galerie podařilo dostat opět nové a pro galerii zajímavé komunity.



Obrázek 5 Průzkumy tradice, zdroj: galerie G18

Zlin Design Week – největší designová událost ve městě se snaží přiblížit design široké veřejnosti. ZDW se odehrává po dobu jednoho týdne v různých částech města. G18 nabídla k dispozici prostory a ve spolupráci s týmem ZDW a FMK a několika univerzitami z Evropy i Asie vytvořila výstavu Foodprint, která se zabývala designem stolování a jídla obecně. Díky zahrnutí do programu Zlin Design Weeku navštívilo galerii cca 1300 lidí za jeden týden.

Gallery Tour – projekt, který organizuje lokální galerie Kabinet T. Každoroční jednodenní event je určený pro zlínské galerie, které se na jeden den stávají stanovišti skupinové procházky nadšenců do umění. Každá galerie se zapojuje v rámci své vlastní iniciativy. G18 zvolilo jako formu participace komentovanou prohlídku mezinárodní výstavy FoodPrint. Komentovaná prohlídka byla velmi úspěšná a na základě účasti pedagogů místní střední školy se pak už v personifikované formě uskutečnila ještě dvakrát v průběhu výuky výtvarné výchovy místního gymnázia.



Obrázek 6 Komentovaná prohlídka, zdroj: galerie G18

Zlin Film Festival – zapojení do filmového festivalu přineslo stejně jako Zlin Design Week nové a diverzifikované publikum, které se na tuto akci sjíždí z celé republiky i ze zahraničí. Výstava *Sdílená imaginace* představila výtvary žáků základních a středních škol napříč republikou a jedna z jejích částí byla koncipována jako výtvarná dílna přístupná široké veřejnosti po celou dobu festivalu v otevírací době galerie G18.

4) Spolupráce s veřejností

Veřejnost je na půdě univerzitních galerií vzácnou komoditou, se kterou se mnohé obdobné instituce teprve učí pracovat. I v G18 se snaží zaměřit na efektivnější komunikaci a intenzivnější interakci široké odborné i běžné veřejnosti. Uzpůsobují tomu své výstavní i doprovodné programy. Koncept výstav, doprovodných programů a dalších aktivit je samozřejmě součástí konceptu FOR.

Participativní výstavy

Velký úspěch měla participativní výstava manželů Mildeových, kteří prostřednictvím svého díla komunikovali s diváky a vybízeli je k zapojení se do jeho dotvoření. Princip a koncept výstavy představoval prostředí domova a představ o něm. Účastníci si kromě vyhotovených děl mohli vyplnit vlastní dotazník a na základě sesbíraných dat Mildeovi mohli vytvářet a rozvíjet svoje umělecká díla.



Obrázek 7 Neviditelné vzory, zdroj: galerie

Participativní doprovodný program

Doprovodný program je v G18 rozmanitý. Od tradičních forem vernisáží a komentovaných prohlídek se tato univerzitní galerie stále víc uchyluje k současným trendům galerijních aktivit. Organizuje tvořivé dílny (kaligrafie,

výroba denníků, tvorba fotogramů, recyklovaných tašek, recykliteratury...) až po netradiční aktivity, které nejsou primárně koncipovány pro tyto instituce – hodiny jógy, závody robotů, Grand Prix. Svou rozmanitostí cílí na různé cílové skupiny.

Kafe s kurátorem

Kafe s kurátorem je aktivita primárně určená ke sdílení zpětné vazby návštěvníků se zaměstnanci galerie. Funguje na principech skupinové diskuse a sdílení nápadů a podnětů, které by publikum mělo zájem zrealizovat či navštívit. Tato aktivita bude pravidelně organizována každý měsíc.



Obrázek 8 Kafe s kurátorem, zdroj: galerie G18

Poskytnutí prostoru

G18 neslouží jen k vystavování a navštěvování expozic. Její prostor je poskytován místním skupinám i iniciativám z fakulty i z externího prostředí. V galerii G18 tak například proběhla tisková konference Fakulty multimediálních komunikací Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, nebo prostor pravidelně využívala ke svým setkáním iniciativa místních občanů zabývajících se vizuálním smogem města Zlína.

5) Open call

Open call je velmi častým nástrojem, který pomáhá dotvářet program univerzitních galerií. V G18 funguje ve dvojitým režimu. Ten první je úzce specifikovaný pro studenty a pedagogy fakulty a vybízí je k přihlášení děl a výstav. Na základě diskuse a výběru galerijní rady jsou pak zařazeny do výstavního plánu.

Druhá neformální rovina probíhá v čase oficiálních galerijních prázdnin, kdy je prostor nabídnut studentům či jiným zájemcům, kteří zde mohou zorganizovat vlastní projekty.

4.5 Vyhodnocení kvantitativního šetření – dotazník

Vnímání univerzitních galerií z pohledu široké veřejnosti

Pro lepší uchopení práce s publikem a s tím souvisejících zaměření mezinárodních aktivit a programů bylo realizováno výzkumné šetření v rámci široké veřejnosti a jejího vnímání univerzitních galerií.

Výzkum byl realizován online formou prostřednictvím nástrojem Google Forms, s čímž se pojí i určité limity a asociace, které by měly být v rámci interpretace výsledků zmíněny. Dotazník byl rozšiřován prostřednictvím svých profilů na sociálních sítích, tzn.: Facebook a Instagram, dále e-mailovou komunikací a ve spolupráci s webovým portálem Ministerstva kultury Culturenet. I přes snahu dostat se k široké veřejnosti prostřednictvím sdílení dotazníku s dalšími lidmi je dosti pravděpodobné, že výsledky mohou mít zkreslený charakter, neboť na svých sociálních sítích občas zmiňují program v univerzitní galerii, ve které působím. Portál Culturenet je sledován především kulturně zaměřenými lidmi, je tedy větší pravděpodobnost, že o univerzitních galeriích již někdy slyšeli.

Google Forms neumožňuje participaci na výzkumném šetření bez nutnosti registrace, což mohlo mít vliv na počet odevzdaných dotazníků.

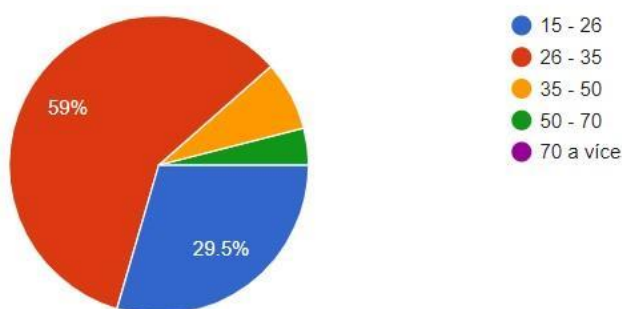
Výzkum probíhal od června do července 2019 pouze na území České republiky. Na výzkum nebyly alokovány žádné finanční prostředky, veškeré výsledky a výstupy byly získány pouze organickou formou.

Věk respondentů

Průzkumu se zúčastnilo dvě stě respondentů, z nichž nejpočetnější skupinu představovala věková kategorie 26–35 let. Toto můžeme přiřadit k možným důsledkům mého vlivu, jelikož tato věková kategorie lidí jsou moji vrstevníci a jsou nejpočetněji zastoupeni i v rámci svých kruhů na sociálních sítích. Věk respondentů byl zjišťován především kvůli možnosti porovnání jejich znalosti prostředí univerzitních galerií.

Jaký je váš věk?

200 responses



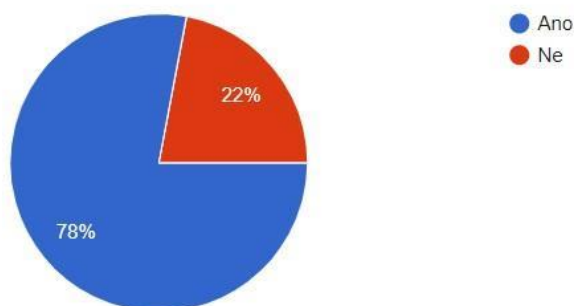
Obrázek 9 Věk respondentů, zdroj: vlastní

Muzea a galerie

Druhá otázka byla zaměřená na zjištění zájmu o oblast umění galerijních a muzejních institucí všeobecně. Tady 78 %, tedy 156 respondentů uvedlo, že navštěvuje muzea umění i galerie. Ze 78 % již někdy slyšelo o univerzitních

Navštěvujete muzea umění či galerie?

200 responses

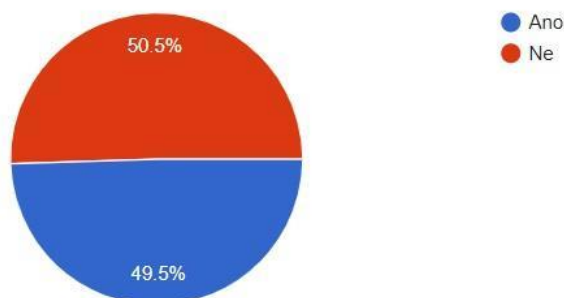


galeriích 99 respondentů.

Obrázek 10 Muzea a galerie, zdroj: vlastní

Slyšeli jste někdy o nějaké univerzitní galerii?

200 responses



Obrázek 11 Povědomí o univerzitních galeriích, zdroj: vlastní

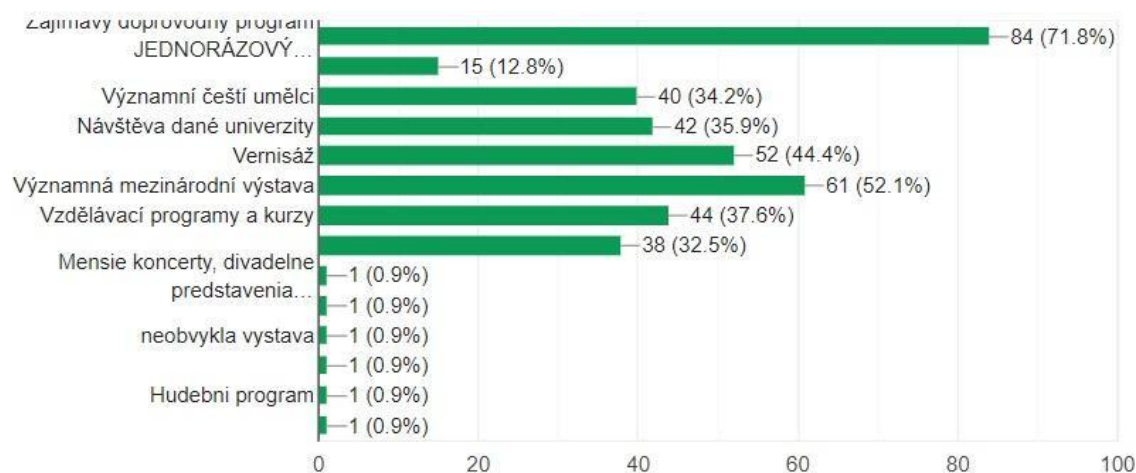
Univerzitní galerie

Následně se dotazník větvil na dvě kategorie. První zodpovídali respondenti, kteří nikdy o univerzitní galerii neslyšeli. Zde měli zodpovědět, co si pod názvem univerzitní galerie představují. Odpovědi byly většinou stejné, formulované především jako „galerie, která spadá pod univerzitu a vystavuje studentské práce“.

Zde vzniká velký marketingový a komunikační prostor pro všechny univerzitní galerie, které se snaží zdůrazňovat své širší poslání, které se neuchyluje pouze k vystavování studentských prací. Dále respondenti měli uvést, co by je přimělo k návštěvě takové univerzitní galerie.

Co by vás přimělo takovou univerzitní galerií navštívit?

117 responses



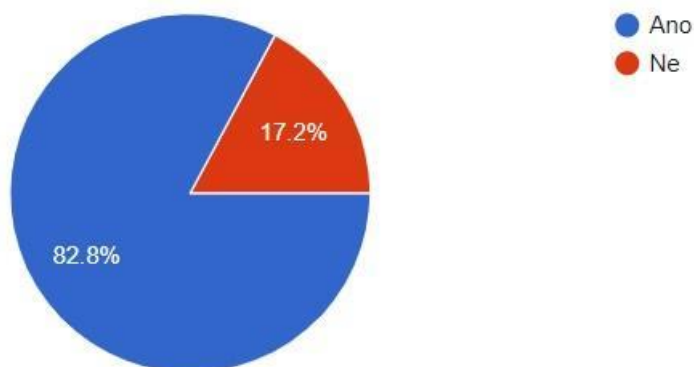
Obrázek 12 Aktivita zdroj: vlastní

Zde 71,8 % respondentů uvedlo, že by do univerzitní galerie zavítali kvůli zajímavému jednorázovému doprovodnému programu ve formě přednášek, workshopů či komentovaných prohlídek. Více než většina respondentů také uvedla, že by je do univerzitní galerie nalákala významná mezinárodní výstava. Následně poměrně stejně početně zastoupené byly aktivity jako vernisáž, vzdělávací či tvořivé dlouhodobé kurzy, významní čeští umělci či samotná návštěva dané univerzity.

Další větev dotazníku byla určena těm, kteří již někdy zaznamenali univerzitní galerii. První část se věnovala tomu, zda již v nějaké univerzitní galerii byli a jaké univerzitní galerie znají.

Navštívili jste někdy univerzitní galerii?

99 responses



Obrázek 13 Návštěvnost, zdroj: vlastní

Z 99 respondentů, kteří již někdy zaznamenali univerzitní galerie, takovou galerii navštívilo 82,8 %, což je 82 respondentů. Následující otázka zjišťovala, které univerzitní galerie respondenti znají. Jmenovali tyto následující české a zahraniční galerie.

České univerzitní galerie

G18, galerie Fakulty multimediálních komunikací Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně

Galerie FAVU, Fakulta výtvarných umění, Vysoké učení technické v Brně

NIKA – galerie Vysoké školy uměleckoprůmyslové v Praze

PIŤEVNA – galerie Masarykovy univerzity v Brně

UM – galerie Vysoké školy uměleckoprůmyslové v Praze

GAMU – galerie Akademie múzických umění v Praze

Galerie N – Fakulta textilní, Technologická univerzita v Liberci

Pevnost poznání – Univerzita Palackého v Olomouci

Galerie umění – Univerzita Pardubice

GAFU – galerie Fakulty umění Ostravské univerzity

Galerie AVU – Akademie výtvarných umění v Praze

Dům umění Ústí nad Labem, Univerzita Jana Evangelisty Purkyně

Výstavní síň Františka Vrány – Mendelova univerzita

Galerie SUTNARKA – Univerzita Ladislava Sutnara v Plzni

Galerie T – Univerzita Hradec Králové

Galerie D9 – Jihočeská Univerzita v Českých Budějovicích

Galerie 207 – galerie Vysoké školy uměleckoprůmyslové v Praze

Galerie Edikula – Masarykova Univerzita v Brně

Galerie VŠB – Technické univerzity Ostrava

Zahraniční galerie

MEDIUM – galerie Vysoké školy výtvarných umění v Bratislavě

Galerie FX – Univerzita v Banské Bystrici

Sheldon Gallery v kampusu University of Nebraska-Lincoln

Ailab Vídeň

Polsko Galeria uniwersytecka Cieszyn

Galerie LNAM – Akademie umění v Lvově, Ukrajina

Hammer Museum

Fowler Museum

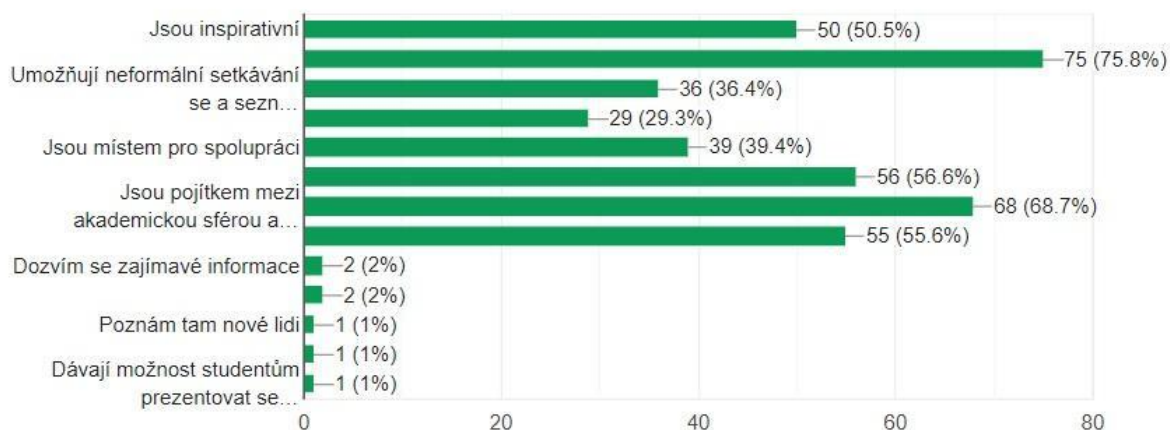
Galerie F8

School Gallery at Haute École des arts du Rhin in Strasbourg

Respondenti v rámci výzkumu také zmiňovali návštěvu jednorázových výstavních univerzitních projektů jako jsou výstavy diplomek, klauzur či projekt Pokoje. Následující část se zaměřovala na **vnímání přínosů** těchto institucí.

Jaký mají podle vás univerzitní galerie přínos?

99 responses



Obrázek 14 Přínosy univerzitních galerií, zdroj: vlastní

Největší procento, tedy 75,8 % respondentů se shodlo, že přínosem univerzitních galerií je především to, že vystavují práce studentů a pedagogů daných univerzit. Dále si 68 % dotazovaných myslí, že jsou pojítkem mezi akademickou a neakademickou sférou a 56 respondentů uvedlo, že význam univerzitních galerií spočívá v tom, že rozšiřují povědomí o nových umělcích či designérech, 56 lidí také odpovědělo, že jejich přínosem je obohacování kulturního života v dané lokalitě. Dále mezi přínosy účastníci šetření zahrnuli prezentaci zajímavých informací, inspirativnost prostředí či možnost potkat a poznat nové lidi.

Na konec dotazníku měla část respondentů, kteří nějakým způsobem již znají prostředí univerzitních galerií, specifikovat jejich očekávání, co se obsahu a působení univerzitních galerií týče. Níže byly vybrány pouze některé z nich.

Rozvíjení inspirace a přehled v rámci současného umění.

Kulturní zážitek, inspirace, prohlédnutí prací mých přátel.

Spolupráce mezi univerzitními galeriemi, něco jako gallery swap by bylo cool, aneb přemístění spřátelené univerzity do galerie a prezentovat její práce, třeba workshop s pedagogem z dané univerzity a naopak.

Prostor k experimentu a prezentaci umění studentů a pedagogů dané školy, ale i kurátorsky originálně pojatý koncept s neotřelou myšlenkou, který do místa přináší umění z celého světa a oživuje prostor.

Více propojení běžných občanů města s designéry, umělci.

Já mám pořád pojem galerie špatně spojený s nudou... přitom věřím, že se tam dají najít fakt zajímavé věci. Takže u mě by bylo důležitý nejdřív změnit moje

podvědomí galerie s nudným pánem v roláku, který vypráví, proč má Van Gogh na obraze leknín, abych se do galerie vůbec dostala.

Očekávám představení prací studentů, náhled, co se na univerzitě děje a co jsou studenti schopni vytvořit, možnost externích firem/lidí navázat spolupráci s konkrétním studentem. Vhodné by bylo více do dění univerzitních galerií zapojovat veřejnost a podpořit tak zapojení studentů mimo univerzitu.

Líbilo se mi vysvětlení studentských prací, které pomáhá k pochopení umění obecně, zejména toho konceptuálního a abstraktního.

Rôznorodý program, ktorý bude prepájať umelecké obory s obormi inými, ale aj verejnosť s umelcami či obyčajne každodenne aktivity s umením.

Že se budou aktivně podílet na rozvoji kulturního života města, rozšiřovat obzory. Odehrávat by se zde mohly aktivity studentů – i mezi fakultami (pokud by to však bylo galerijně prezentovatelné samozřejmě), aspoň o sobě dostanou všichni lepší povědomí, dále workshopy, přednášky pro veřejnost. Mohlo by to fungovat i jako slučovací místo, předtím než se jde někam na pivo :D

Že poskytnú možnosť prezentácie študentom, ale zároveň prinesú aj nejakú inšpiráciu zo súčasného umeleckého sveta - za mňa je dôležité prinášať aj zahraničných umelcov, ale najmä prezentovať regionálnu či národnú scénu. Dávať tak priestor na zviditeľnenie sa aj menej známym, ale kvalitným národným (teda napríklad českým) umelcom a podporovať národnú a regionálnu kultúru osobitným spôsobom. Prezentácia zahraničných umelcov, tak môže byť doplnením a akýmsi kontextom, čo sa deje vo svete. Dávať priestor domácim umelcom a rozširovať povedomie o národnej kultúre vnímam ako dôležitú tému a myslím, že by si v aj v univerzitných galériách zaslúžila miesto.

Komunikaci k veřejnosti především, že nebudou skryté a uzavřené v univerzitním světě. Workshopy, přednášky. Myslím, že by taková galerie měla dávat ale prostor nejen studentům té dané univerzity, ale obecně mladým lidem/lidem v uměleckých začátcích.

Veřejné výstavy prací studentů, rozšíření i do venkovního prostoru, nalákání veřejnosti do prostor univerzity – propagace univerzity; prodejní výstavy; výtvarné workshopy pro veřejnost; přednášky úspěšných profesorů a absolventů

Velmi otevřenou prezentaci studentů a absolventů bez tlaku velkých kulturních institucí, možnost osobního setkání a debaty s umělci, větší osobitost, „intimita“.

Záleží na konkrétní galerii, například u nově vzniklé galerie na brněnském Seminári dějin umění bych uvítala spolupráci mezi mladými umělci a kunsthistoriky.

Výchova k lásce k umění a investování do něho, podpora mecenášství a vzdělanosti, neformální setkávání a navazování kontaktů

Neformální prostředí, kde se jednak propojí studenti a pedagogové a pak univerzita a společnost. Mezi těmito skupinami často panují komunikační úzké vazby, které by mohla galerie rozmotat.

Avantgarda – univerzity mohou poskytovat prostor pro radikální politickou imaginaci a konceptuální umění, které by jinde v komerčních galeriích hledalo místo obtížněji.

Jsou prostorem i pro takové formy umění, které by na jiné platformě nemohly fungovat, mají představovat také velmi mladé a alternativní formy.

Shrnutí

Z výzkumu a odpovědí jednotlivých respondentů je patrné, že mají o univerzitní galerie zájem. U těch, co o nich zatím neslyšeli a nenavštívili je, považují za velmi důležité zaujmout a nalákat je k návštěvě. V rámci výše zmíněných aktivit, které se nemusí vždy nutně pojit s uměleckou aktivitou, je velký potenciál zapojení širší veřejnosti. Více se k tomuto váže případová studie galerie G18 výše v této práci. U lidí, kteří univerzitní galerie znají a navštěvují je, je důležité vyslyšet jejich přání. Věnovat se návštěvníkům a jejich potřebám intenzivněji. Sbírat data, ptát se, vytvořit prostor pro poskytnutí zpětné vazby a následné spoluvytváření daných aktivit.

Z dotazníku vyplývá, že si lidé přejí propojovat více akademickou půdu s běžnou veřejností. Univerzitní galerie jakožto potenciální kulturní huby k tomu mají ten nejlepší potenciál a prostor. Měly by se tedy především soustředit na návštěvníky. Nicméně ti nemusí být pouze ze široké veřejnosti, mohou do chodu galerie zapojit i místní firmy či další kulturní a neziskové organizace, aby tak společně přispívaly k rozvoji kulturního života v místech jejich působení.

Jen na území České republiky působí téměř 30 univerzitních galerií, které mohou sloužit k rozmanitým činnostem a aktivitám. Je potřeba, aby si jednotlivé zřizovací univerzity uvědomily, jaký mají univerzitní galerie přesah a význam a své galerie podporovaly. Ty jim totiž plní nejen roli třetí univerzity, ale také skvělý komunikační a marketingový nástroj, který umožňuje vytváření interní a externí komunity, která je pro úspěšné budování kulturní instituce velmi důležitá.

4.5.1 SWOT analýza univerzitních galerií a jejich prostředí v České republice

Na základě datové triangulace, osobních návštěv univerzitních galerií i díky rozhovorům s manažery či kurátory vznikla tato SWOT analýza mapující české prostředí univerzitních galerií a jejich spolupráci v rámci mezinárodního i lokálního prostředí. Na základě této SWOT analýzy bude na konci projektové části vyhodnoceno doporučení pro univerzitní galerie v ČR.

Silné stránky

- rozvinutý doprovodný program
- kvalitní výstavní plány
- téměř každá umělecká vysokoškolská instituce v ČR má svoji galerii
- univerzitní galerie jsou součástí i neumělecky zaměřených vysokých škol

Za silnou stránku univerzitních galerií v České republice lze považovat jejich rozmanitost a diverzitu v rámci portfolií doprovodných aktivit. Univerzitní galerie pracují s různými cílovými skupinami a segmenty a snaží se tak být přívětivější a otevřenější i vůči neakademické obci. Výstavní plány, které jsou mnohdy pod supervizí odborných galerijních rad, si drží svou kvalitu a prezentují lokální a zahraniční umělce profesionální formou. Vybavení univerzitních galerií, které umožňuje profesionální adjustaci děl, je povětšinou na vysoké úrovni, doplněno o současné technologie umožňující interaktivnější prezentaci. Univerzitní galerie jsou na území České republiky velmi frekventované. V současné době (únor 2020) je na území republiky 24 uměleckých univerzitních galerií, které jsou zřizovány uměleckými, ale také neuměleckými vysokoškolskými institucemi.

Slabé stránky

- české univerzitní galerie nejsou součástí mezinárodních sítí
- nevěnují se akademickému mezinárodnímu výzkumu
- galerie nemají rozvinuté partnerství s ostatními kulturními institucemi a projekty
- nedostatečný počet personálu v galeriích
- nedostatečné prosíťování v rámci republiky
- galerie o sobě navzájem neví
- nedostatečná propagace většiny univerzitních galerií
- galerie nemají svoje webové stránky (špatně dohledatelné)
- galerie nemají žádné kanály v angličtině
- galerie nejsou propojeny s lokálními institucemi pro turistický ruch
- galerie neparticipují na zahraničních projektech
- galerie si nedělají průzkumy (benchmarking)

Slabé stránky jsou zde čtenější. Hlavní problém shledávám v tom, že české univerzitní galerie nejsou zapojeny do světových sítí a databází a neúčastní se mezinárodních kongresů a konferencí. S tím souvisí i to, že české univerzitní galerie

nepřispívají svými poznatky a výsledky bádání do mezinárodního výzkumu. Za další slabou stránku lze považovat nevědomost a nepropojenost s ostatními univerzitními galeriemi v ČR. Zatím neexistuje žádná platforma (na rozdíl od UK či zemí Balkánu), kde by se zástupci českých univerzitních galerií potkávali a měli příležitost rozvíjet spolupráci či sdílet svoje zkušenosti i přesto, že z rozhovorů vyplynulo, že by o takové médium byl ze strany univerzitních galerií zájem. Univerzitní galerie v České republice také zaostávají, co se týče spolupráce s ostatními kulturními institucemi v daných lokalitách či komerční sférou. Jen zřídka narazíme na rozvinutou formu spolupráce, která galeriím může přinášet větší publikum či dokonce zefektivnění komunikace. Tyto i další slabé stránky ale můžeme dávat za vinu tomu, že v rámci české sféry univerzitních galerií je plošně nedostatečný a podhodnocovaný počet zaměstnanců. Problémem při navazování mezinárodní spolupráce je určitě také úplná absence jakýchkoliv anglických kanálů u většiny univerzitních galerií. Mnohé z nich nemají ani webové stránky a některým chybí i základní profily na sociálních sítích.

Příležitosti

- potenciál v oblasti síťování
- kulturní decentralismus
- kulturní turismus a mobilita
- praktické stáže
- intenzita propojení mezioborové spolupráce
- participativní výstavy a program
- vzdělávání pracovníků univerzitních galerií
- univerzitní galerie bez sbírek součástí ICOM

Současné trendy v oblasti kulturního dědictví⁴⁰, které zahrnují také decentralizaci kulturního turismu všeobecně, s sebou přinášejí potenciál univerzitních galerií stát se jednou ze zastávek zahraničních i lokálních turistů. Obrovský potenciál skýtá právě mezinárodní síťování a kooperace, díky kterým mohou vznikat interkulturní a interdisciplinární projekty, které mohou nadále rozvíjet nejenom samotný obsah galerií, ale také kvalifikaci pracujících zaměstnanců či znalosti a zkušenosti studentů umění, designu či arts managementu. Univerzitní galerie jsou také perfektním místem, kam mohou přijet studenti ze zahraničí (kurátoři, produkční, umělci) a vyzkoušet si fungování umělecké instituce v rámci akademické půdy. Zapojit se lze do projektů (ERASMUS+ či třeba ERASMUS pro mladé podnikatele). Kulturní mobilita je také součástí evropských i národních strategií, tudíž je ve většině případů i finančně podporována různými orgány a institucemi. V neposlední řadě se nabízí prostor k diskusi a otevření tematiky univerzitních galerií, které nevlastní sbírky, tudíž prozatím nejsou vnímány jako přímá součást ICOM. Nicméně i díky této práci

⁴⁰ Publikace *Kulturní dědictví návod k použití* (Štrbová, 2019) uvádí dvanáct megatrendů, které formují současnost nejen kulturního dědictví – jsou jimi individualizace, změna genderových rolí, stárnutí populace, kultura vědění, nová práce, zdraví, neoekologie, konektivita, globalizace, urbanizace, mobilita, jistota.

a výzkumu, který byl představen na dvou mezinárodních konferencích ICOM/UMAC (Kjóto, 2019) a UNIVERSEUM (Brno, 2019) vznikly vzájemné dialogy a možnosti propojení, které se mohou nadále rozvíjet.

Úskalí

- neuchopitelnost totožnosti galerií (galerie nebo univerzita?)
- vnímání akademické půdy jako „školní tréninkové“ galerie
- nedostatek financí a pracovních míst pro zaměstnance univerzitních galerií
- neustálená terminologie

Neustálou hrozbou je také externími subjekty vnímaná roztržitost identity univerzitních galerií. Projevuje se na mezinárodní i lokální úrovni, především v rámci grantové politiky či vzdělávacích aktivit. Galerie se do programů či o dotace hlásí jako samostatné instituce, nicméně záštita i zřizovatel, tudíž aplikant je univerzita samotná. Způsobuje to obtížnosti začlenění a další kategorizace univerzitních galerií a je potřeba toto začít řešit na lokální i mezinárodní úrovni. S neuchopenou identifikací galerií souvisí i neustálená terminologie. I tato práce má být dalším krokem k pevnějšímu uchopení, ustálení a vysvětlení termínu univerzitní galerie pro usnadnění nejen komunikačních procesů, ale celkového vnímání společnosti. U veřejnosti stále panuje také vnímání univerzitních galerií jako jakýsi tréninkový prostor, kde se vystavují pouze studentské práce, a tudíž nejsou vnímány jako prestižní prostory. Už jen v rámci České republiky ovšem můžeme tento pohled označit za přežitý, protože víme, že univerzitní galerie se svými výstavními programy i ostatními aktivitami mnohdy konkurují svým neuniverzitním kolegům v oblasti výstavnictví. V neposlední řadě lze za úskalí považovat nedostatečné personální zabezpečení a s tím související výši mezd pracovníků univerzitních galerií. Na území České republiky je v podstatě trendem, že v galerii pracují akademičtí či THP pracovníci pouze na částečné úvazky. V mnoha univerzitních galeriích v České republice je za galerii zodpovědný pouze jeden člověk, který je v galerii kurátorem, produkčním, PR oddělením i grantovým specialistou. Vedení univerzit či fakult by měla zvážit, jaké příležitosti univerzitní galerie přináší, začlenit je do svých strategií a plánů.

4.5.2 Vyhodnocení strukturovaných rozhovorů se studenty

Strukturované rozhovory, které byly vyplňovány na bázi otázek formou dotazníku, byly vedeny s jedenácti studenty primárně umělecky zaměřených vysokých škol z České republiky i ze zahraničí v rozmezí měsíců února až července 2019. Část z nich probíhala v online prostředí, část byla vedena tváří v tvář. Respondenty byli náhodně vybraní studenti, kteří projevili zájem o participaci ve výzkumném šetření.

Respondenti

Tento výzkum byl zaměřen cíleně na studenty jakožto primární cílovou skupinu většiny českých i zahraničních univerzitních galerií. Studenti jsou v rámci budování publika nepostradatelnou součástí, jelikož se mohou angažovat ve více rovinách. Jako součást galerijního personálu, jako spolupřadatelé, tvořitelé jednotlivých aktivit či jako návštěvníci. Prostřednictvím mezinárodní spolupráce se mohou stát součástí mezinárodních projektů, které rozšíří nejenom jejich odborná portfolia, ale také mezinárodní zkušenosti a mezioborovou spolupráci, která má v univerzitních galeriích velký potenciál a prostor. Prostřednictvím zapojení se do mezinárodních projektů mohou pak následně vytvořit program pro širší publikum univerzitních galerií formou mezinárodních skupinových výstav, na přednáškách, workshopech atd.

Výzkumu se zúčastnilo sedm studentů Fakulty multimediálních komunikací Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, jedna studentka Fakulty sociálních věd Univerzity Karlovy v Praze, jeden student National and Kapodistrian University v Aténách a dva studenti z polské Jan Matejko Academy of Fine Arts.

Jejich studijní obory byly velmi rozmanité: od studentů archeologie, přes studenty digitálního designu, marketingových komunikací, produktového designu až po obor uměleckého vzdělávání.

Jsem si jako autorka vědoma, že většinové zastoupení studentů jedné fakulty může mít dopad na výsledky šetření. Nicméně studenti FMK UTB byli vybíráni z rozdílných ateliérů, aby se pokryla co nejširší škála zaměření.

Univerzitní galerie

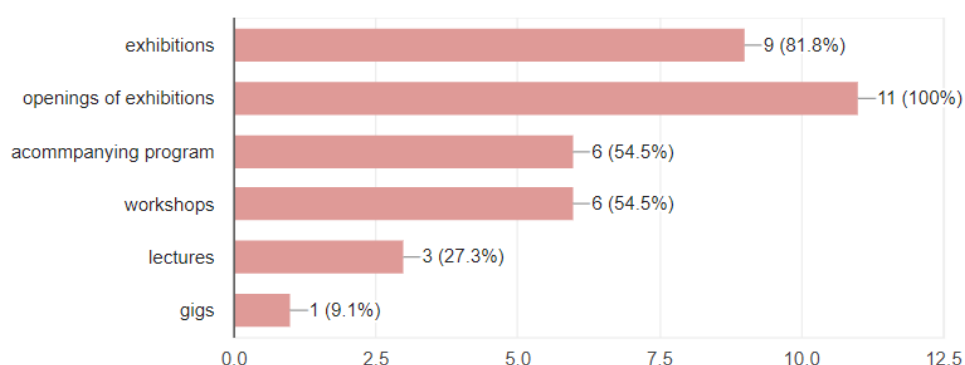
Další otázky byly zaměřeny na univerzitní galerie – zda je respondenti navštěvují a na jaké konkrétní aktivity docházejí. Nikdo z respondentů neodpověděl, že by univerzitní galerii nenavštěvoval. Většina studentů se shodla, že galerie navštěvuje pravidelně.

Studenti, kteří odpověděli, že „příležitostně“, většinou ještě mimo scénář dotazníku sdělili, že je to pro ně cca dvakrát za semestr.

Podle jejich výpovědí navštěvují především tyto **aktivity**:

What events do you visit there?

11 responses



Obrázek 15 Aktivity, zdroj: vlastní

Všech jedenáct studentů se shodlo, že navštěvují vernisáže výstav, devět z nich uvedlo, že navštěvují výstavy samotné, šest studentů uvedlo návštěvu doprovodných programů (komentované prohlídky, diskuzní panely...) i workshopy či dílny. Pouze tři studenti uvedli návštěvu lekcí v galerii v rámci výuky a jeden student odpověděl, že do galerie chodí i za zábavou (koncerty, promítání filmů...).

Dále byla položena otázka, jaká je **nejoblíbenější aktivita** studentů v rámci univerzitní galerie. Někteří studenti uváděli aktivity spojené s komunikací a networkingem, jiní vyzdvihovali část doprovodných programů a vernisáží. Studentka uměleckého vzdělávání (Artistic Education) uvedla, že její oblíbenou aktivitou je kurátorství v rámci univerzitní galerie. Studenti také zmiňovali v rámci oblíbených aktivit například rozvoj kritického myšlení, učení se novým perspektivám a zažívání neobvyklých věcí.

„Almost everything – I like to visit the openings to meet the artists and my friends as well as to go there on my own to enjoy it better or experience something unusual in the gallery space during some workshops etc.“

Český překlad: Téměř všechno – ráda navštěvuji vernisáže, abych zde potkala umělce i své přátele stejně jako sem chodím ráda sama, abych si to lépe užila či zažila něco neobvyklého v prostorách galerie během workshopů atd.

„Thinking about possible meanings, motivations behind the art and learning new perspectives.“

Český překlad: Přemýšlení o možných významech, motivací, která stojí za uměním a učení se novým perspektivám.“

Následující část se zabývala tím, jestli si studenti myslí, že univerzitní galerie jsou centrem inspirace, kreativity a nových informací.

Obrázek 16 Inspirativní univerzitní galerie, zdroj: vlastní

Jednoznačně se všichni shodli, že jsou a nadále bylo zjišťováno, proč si to myslí a co je k tomu přiměřelo.

„Because its a common ground for wide diversity of people – despite the differencies such as cultural background, language, knowledge. It's also ideal space for sharing ideas, sharing opinions, creating (so important) discussion about certain phenomena among generations.“

Překlad: Protože je to společné místo pro širokou diverzitu lidí – jako jsou kulturní rozdílnosti, jiný jazyk či rozlišné vědomosti. Je to také ideální místo pro sdílení myšlenek a nápadů, názorů, a především místo pro diskuzi o určitých fenoménech v rámci generací.“

„Our gallery is a place for art of our students. Students work on these pieces for the whole year a they make it their way. So, it's a place for creativity.“

Překlad: Naše galerie je místo pro umění a naše studenty. Studenti pracují na těchto dílech celý rok, aby je udělali dle svého. To je místo pro kreativitu.

“Artists in university galleries are often young and not so famous, its a great opportunity for them and also for me to ‚discover them‘ .. in regular galleries I wouldn't have a chance to meet them, or at least not know for sure.“

Překlad: Umělci v univerzitních galeriích jsou často mladí a ne tak známí. Je to velmi dobrá příležitost pro ně, ale také pro mě, abych je objevila. V ostatních galeriích bych neměla možnost se s nimi setkat.

Většina studentů se shodla na tom, že projekty, výstavy či workshopy organizované v rámci univerzitních galerií jsou pro ně dalším kanálem, kde se mohou inspirovat a nadále to využít nejen ve svých školních projektech. Autorka také považuje za důležité, že zde studenti zmiňují setkávání a komunikaci s různými lidmi – umělci, ostatními studenty, veřejností, což nejen že plní třetí roli univerzity, ale také umožňuje intenzivnější budování komunity a s tím spojené získávání publika. Když si návštěvníci zvyknou chodit do galerie nejen kvůli výstavám, ale i kvůli inspirativním osobnostem či přátelům, bude komunikační strategie mnohem jednodušší. Spokojený návštěvník, který si zde popovídá, inspiruje se, pozná někoho nového, totiž bude nadále šířit informace o galerii a lidé se budou postupně nabalovat.

Dále se scénář výzkumu věnoval otázce, **co by si studenti přáli zrealizovat** v univerzitní galerii, kdyby to mohlo být cokoliv.

Většina odpovědí směřovala k potkávání se a spoluputování, mezi studenty navzájem, studenti s vystavujícími umělci. Z odpovědí lze vyčíst, že studenti mají zájem o univerzitní galerie jako o místa, kde mohou diskutovat, sdílet své myšlenky a nápady. Společně tvořit.

Také zde zmiňovali, že by rádi poznali práce studentů z ostatních ateliérů či škol a účastnili se vzdělávacích lekcí i workshopů.

V odpovědích byly často zmiňovány digitální a interaktivní instalace, performance nebo kinetické a dynamické objekty. Z tohoto lze usoudit, že se poptávka stále více zaměřuje na nové technologie a média, které je potřeba

v galeriích exponovat a umožnit tak studentům setkat se a poznat nové technologické přístupy.

Studenti projevíli zájem i o neformální programy typu party. Považují za důležité umět vytvořit v rámci univerzitních galerií i kulturní platformu, která bude umět poskytnout takové formy zábavy jako jsou koncerty či DJ sety, které opět mohou rozvíjet sociální interakci i networking.

„More of works of people from different departures exhibited. With all the contacts/portfolios included to make the collaborations between departures of TBU better! Even provide kind of a month-zine or sth with works of art students.“

Překlad: Více prací lidí z ostatních ateliérů/fakult. Prostřednictvím rozdílných kontaktů a portfolií zlepšit mezioborovou/meziateliérovou spolupráci na UTB. Případně také nabízet měsíčník nebo něco na tento způsob s pracemi studentů.

„That’s a hard one :D first, i would say party, for example some electronic show with screening digital art – it will bring closer different types of art and also get together people from different surroundings.“

Překlad: Těžká otázka. Řekl bych párty. Například elektronickou show, v rámci které by se promítalo digitální umění. Umožnilo by to sblížení se různých druhů umění a také lidí z rozdílných prostředí.

„I see a conceptual art project to which students, phd students and professors would be invited to participate in, that would combine seminars, workshops and a problem exhibition as a final outcome.“

Překlad: Představuji si konceptuální umělecké projekty, na které by byli přizváni studenti, doktorandi a profesori, aby se na nich společně podíleli. Umožnilo by to kombinaci seminářů, workshopů a také výstavy jako finálního výstupu.“

Rozhovor poté přešel k tématu mezinárodní spolupráce, jejich přínosů a vlivů na studenty. Co si studenti myslí o mezinárodní spolupráci?

Většina z nich odpověděla, že si myslí, že jde o skvělou příležitost pro každého, která je také velmi důležitá v rámci propagace kulturních institucí. Mezinárodní spolupráce by podle jednoho z respondentů měla být povinná, jelikož vystoupení z komfortní zóny, když čelíte novým lidem, jazykům, kulturním zvykům, vás naučí nejvíce.

„Great idea! Internationalization is the word I'm looking for almost everywhere, but of course it has to have its limits in order to preserve the roots, traditions of each individual and each culture. Great example is the workshops where Czech students can mingle with Erasmus students so they can come up with original ideas within their new "territory" or out of their typical reach.“

Překlad: Internacionalizace je slovem, které hledám téměř všude, ale určitě má své limity v rámci zachování si vlastních kulturních tradic. Dobrým příkladem je workshop, kde čeští studenti mohou spolupracovat s ERASMUS studenty a tím přijít s originálními nápady vytvořenými v jejich novém „teritoriu“.

Dále studenti odpovídali na to otázku, zda by měli zájem stát se součástí mezinárodního projektu, který by byl organizován v rámci univerzitní galerie. Žádný z respondentů neodpověděl negativně. Pouze dva studenti odpověděli, že možná.

Další z otázek se věnovala možným bariérám, překážkám či limitům, které studenti mohou vidět právě v účasti na mezinárodních projektech. Zmínili zde problémy jako nedostatek finančních prostředků, strach z velké odpovědnosti či nedostatečné jazykové vybavenosti, strach z neúspěchu.

„To leave your present life behind. Fear of failure, that people at the new place would not like or understand me. Money and organisational details, like accommodation, seem to be a barriers too. Of course starting something new and unknown is scary at the beginning but nothing worthy were ever created without vulnerability and doubts.“

Překlad: Nechat za sebou současný život. Strach ze selhání, strach z toho, že ostatní lidé mi nebudou rozumět, nebo mě nebudou mít rádi. Peníze a organizační detaily jako ubytování, mohou být také překážkou. Určitě začínat něco nového je děsivé ze začátku, ale nic, co by za něco stálo, nebylo vytvořeno bez obav a zranitelnosti.“

Na všechny tyto problémy a strachy je třeba myslet i při propagaci galerijních projektů. Vytvořit bezpečné zázemí, kde se studenti nebudou bát vyjádřit svůj názor a naopak budou ochotni rozvíjet své komunikační a prezentační dovednosti. Toto jde velmi dobře propojit s metodami neformálního vzdělávání, které na základě určitých aktivit umí tyto strachy odbourat nebo jim předcházet. Je také velmi důležité mít při těchto mezinárodních projektech dobré koordinátory a facilitátory, kteří v případných nepříjemných situacích umí zasáhnout.

V neposlední řadě se výzkum věnoval možným přínosům a výhodám, které v očích studentů mezinárodní spolupráce přináší.

Nové kontakty, dovednosti, mezikulturní prostředí, lepší portfolio a s tím související zaměstnanost či rozvíjení jazykových dovedností jsou přínosy, které studenti zmínili.

Shrnutí strukturovaných rozhovorů

Z rozhovorů se studenty vyšlo najevo, že se o dění v rámci univerzitních galerií velmi zajímají. Náplň a činnost univerzitních galerií je blízká výtvarným oborům či studiím komunikace a médií, a i proto zde vidí potenciál. V rámci univerzitních galerií projeví studenti největší zájem o vybudování zázemí a prostoru pro sdílení myšlenek, názorů a nápadů, které mohou rozvíjet jejich tvorbu a zkvalitňovat následné uplatnění na trhu práce. Zájem projeví primárně o aktivitu, ve kterých jim bude umožněna spolupráce s ostatními umělci či osobnostmi nebo mezi studenty navzájem. Aktivitu v univerzitních galeriích by měly také směřovat více směrem k novým médiím a technologiím, a to nejen v rámci samotné obsahové náplně, ale v přístupu ke galerijní činnosti všeobecně.

Mezinárodní spolupráce představuje pole, které by mělo získat větší důležitost. Mezinárodní prostředí má v očích studentů mnoho přínosů a mohlo by rozvíjet nejenom samotné participanty, ale i programové plány univerzitních galerií.

Univerzitní galerie se jeví jako ideálně multimediální platforma, která umožní studentům na akademické půdě vyzkoušet si více neformálních a praktických aktivit. Bylo by tedy dobré prohlubovat spolupráci mezi těmito institucemi a jejich prostřednictvím zakomponovat činnost a aktivity studentů i dalších cílových skupin publika. Pro takový typ činností vzniká potenciál v rámci vytvoření mezinárodní sítě univerzitních galerií, v rámci které by mohly být tyto společné aktivity nejenom organizovány, ale také vzájemně komunikovány a propagovány.

Vzniká zde také prostor pro hlubší výzkum a šetření, které by se mělo více zaměřit na aktivní práci se studenty a s tím související internacionalizaci univerzit. Univerzitní galerie se totiž nabízí jako schopný komunikační nástroj a platforma pro realizaci výše zmíněných činností.

4.6 Zodpovězení výzkumných otázek

VO1: Jaké stěžejní pojmy a termíny se pojí s oblastí univerzitních galerií a jaké je současné prostředí, ve kterém univerzitní galerie působí?

Odpověď na tuto výzkumnou otázku je součástí kapitoly Fenomén univerzitní galerie v teoretické části této práce. Současné prostředí univerzitních galerií popisují případové studie vybraných institucí, které jsou doplněny v rámci datové triangulace o dva současné výzkumy zaměřené na management galerií i jejich jednotlivých aktivit.

Nejdůležitějším prvkem zodpovězení této výzkumné otázky je nastavení jasné definice aplikovatelné především na české prostředí univerzitních galerií, které se může svým zaměřením i historickým vývojem lišit od zahraničí. Viz kapitola Fenomén univerzitní galerie.

VO2: Jak umí dané univerzitní galerie pracovat se svým lokálním i mezinárodním publikem?

Univerzitní galerie v České republice se začínají čím dál více zaměřovat na potřeby návštěvníků i kulturního prostředí všeobecně. Součástí jejich výstavních plánů jsou i četné doprovodné aktivity sestávající z diverzifikovaných workshopů, diskusí, komentovaných prohlídek i jiných kulturních aktivit.

Je třeba jít publiku naproti a otevřít univerzitní galerie také mimoakademickému návštěvníkovi, sledovat současné trendy a přizpůsobovat mu některé procesy i komunikaci.

Velký potenciál vidím v intenzivnějším využívání nových technologií, jako jsou nejrůznější mobilní aplikace, interaktivní projekty, virtuální či rozšířená realita a další.

Je také třeba dbát na to, aby samotný návštěvník měl možnost spolupodílet se na vytváření a směřování galerijních aktivit např. formami, které popisuje případová studie doprovodných programů a práce s publikem v galerii G18.

I v tomto případě je důležité spolupracovat nejen s ostatními lokálními kulturními i jinými organizacemi a institucemi, ale nebát se participace mezinárodních projektů a aktivit, které mohou univerzitním galeriím přinést nové nápady i přístupy.

VO3: Jaké jsou možné přínosy či naopak bariéry mezinárodního síťování univerzitních galerií?

Přínosy i bariéry mezinárodní komunikace mapuje SWOT analýza a rozhovory s kurátory a vedoucími univerzitních galerií v předešlých kapitolách.

Z organizačního úhlu pohledu je potřeba zajistit především udržitelné financování a chod mezinárodní sítě a vhodně zvolit angažovaný realizační tým. Jasně vytyčit společné vize a cíle vznikající organizace a aktivity s tím související.

Určitě je v rámci dalšího postupu vhodné zaměřit se na fungování podobných mezinárodních fungujících sítí jako je ELIA, IETM, ICOM apod.

VO4: Jaká je konkrétní poptávka univerzitních galerií po možnostech mezinárodní spolupráce?

Z realizovaných rozhovorů a návštěv univerzitních galerií vzešlo, že zájem je především o sdílení informací pro pracovníky těchto zařízení, výměnu zkušeností, ale i osvědčených umělců či výstavních projektů.

Zástupci univerzitních galerií také projevíli zájem o společné skupinové putovní výstavy či realizování blogu či jiné platformy, která bude přinášet aktuální informace z tohoto prostředí.

Toto všechno má potenciál pojmout právě vznik mezinárodní sítě či organizace, která se bude specificky věnovat pouze prostředí univerzitních galerií. Na rozdíl od UMAC či AAMG bude mít usnadněnou a specificky vytyčenou cílovou skupinu umělecky zaměřených univerzitních galerií a muzeí a může tak předejít jevu, který vyzval z rozhovorů – že o těchto existujících sítích univerzitní galerie nevědí. Otevírá se zde také možnost přidružit se k těmto etablovaným institucím, což by usnadnilo organizační i komunikační procesy. Více o této tematice v kapitole Mezinárodní síťování univerzitních galerií.

VO5: Jaký přínos a dopad může mít mezinárodní síťování univerzitních galerií na začínající umělce a designéry studující na daných univerzitách, které disponují univerzitní galerií?

Výsledky výzkumu zaměřeného na studenty ukázaly, že přínosy mezinárodní spolupráce a s tím souvisejícího síťování univerzitních galerií mají na studenty pozitivní vliv. Vyzdvihují větší prostor pro inspiraci a mezioborovou spolupráci. Rozvoj jazykových a komunikačních dovedností, poznávání ostatních existujících oborů, zaměření ale i samotných kultur. Studenti nadále vidí přínos v mezinárodní spolupráci jako další krok ke zvýšení jejich konkurenceschopnosti a uplatnitelnosti na trhu práce. V neposlední řadě výsledky také ukazují, že studenti vidí i socializační potenciál pro budování nových, nejen profesionálních vztahů.

5 PROJEKTOVÁ ČÁST

Mezinárodní síťování a spolupráce má v oblasti univerzitních galerií potenciál a její zefektivňování může pozitivně ovlivnit hned několik sektorů. Univerzitní galerie, tak jak byly popsány, mají ovšem v této oblasti značné mezery, na mezinárodní prostředí se orientují pouze zřídka a mají-li za sebou mezinárodní projekty, jde spíše o pasivně zaměřené výstavy zahraničních umělců. Otvírá se zde tedy možnost nabídnout a zrealizovat mezinárodní platformu, která by si kladla za cíl navýšení mezinárodního síťování jako jednu ze společných hodnot univerzitních galerií, dále by měla podporovat angažovanost a edukaci v rámci možných přínosů těchto přeshraničních spoluprací a jejich dopadů na instituce, jejich zaměstnance, studenty i návštěvníky.

Z šetření, která byla realizována většinou s manažery těchto galerií, vyšlo najevo, že zájem je především o sdílení informací pro pracovníky těchto zařízení, výměnu zkušeností, ale i o přizvání etablovaných umělců či výstavních projektů. Toto všechno má potenciál pojmout právě vznik mezinárodní sítě či organizace, která se bude specificky věnovat pouze prostředí univerzitních výstavních galerií a síní. Na rozdíl od UMAC či AAMG bude mít usnadněnou a specificky vytyčenou cílovou skupinu umělecky zaměřených univerzitních galerií bez sbírek a může tak předejít jevu, který vyvstal z rozhovorů – že o těchto existujících sítích univerzitní galerie nevědí. Otvírá se zde také možnost přidružení k etablovaným sítím, což by usnadnilo organizační i komunikační procesy.

Přínosy i bariéry mezinárodní komunikace mapuje SWOT analýza a rozhovory s kurátory a vedoucími univerzitních galerií.

5.1 Vyhodnocení kvalitativního šetření

5.1.1 Mezinárodní síťování univerzitních galerií

Mezinárodní síťování, jak již bylo výše zmíněno, je velmi přínosné i v oblasti univerzitních galerií. Na evropském území fungují desítky univerzitních galerií. Tento výzkum se úzce specifikoval na prostředí střední a východní Evropy, konkrétně země V4 a přidružené.

Na území Slovenska se v době mapování vyskytovaly pouze tři univerzitní galerie, tak jak je vnímá aktuální definice, a to v Bratislavě a v Banské Bystrici. Polsko je na tom i vzhledem ke své rozloze a počtu vysokých uměleckých škol o poznání lépe. Jen ze vzorku, který se podařilo obsáhnout v rámci mapování, můžeme odhadovat počet polských univerzitních galerií na cca 40–50. V Polsku je běžným jevem, že univerzita či akademie má galerií několik, doplněny ještě o univerzitní muzea či univerzitní sbírkotvorné galerie. Na území Maďarska se i skrze jazykové bariéry podařilo dohledat pouze tři univerzitní galerie, to je ale spíše přisuzováno formě mapování, která Maďarsko zkoumala pouze online formou.

Ve východní Evropě se podařilo zkontaktovat vlivné osobnosti umělecké akademické sféry v Srbsku a na Ukrajině, a tudíž můžeme konstatovat, že trend univerzitních galerií je hojně rozšířen i zde. Procentuálně můžeme odhadovat četnost univerzitních galerií na stejné úrovni jako je v Česku či v Polsku, totiž že každá umělecky zaměřená vysoká škola má alespoň jednu univerzitní galerii.

Následující kapitola představí tři zástupce těchto zemí formou případové studie. Personální obsazení, provoz, dosavadní mezinárodní spolupráce, výstavní plány apod. Dále se budeme zabírat jejich přístupy, a především reakcemi na možnost mezinárodní spolupráce a síťování univerzitních galerií, které budou zapracovány i do SWOT analýzy.

Následně zde budou také vyhodnoceny výsledky rozhovorů se studenty uměleckých škol, na které by zmíněné síťování mohlo mít reálný dopad.

5.1.2 Případová studie: Galerie Medium, Vysoká škola výtvarných umění v Bratislavě, Slovensko

Případová studie je zpracována na základě návštěvy galerie MEDIUM, která proběhla 22. února 2018, součástí návštěvy byl rozhovor s tehdejší kurátorkou Janou Kapelovou.

O galerii

Galerie MEDIUM byla založena 8. ledna 1991 jako součást Vysoké školy výtvarných umění v Bratislavě. MEDIUM plní nejen tradiční funkci galerie (s výstavní plochou 173 m²), ale funguje i jako komunikační prostor VŠVU s přesahy mimo školu.

Výstavní aktivity tvoří součást a zároveň nadstavbu koncepce umělecko-pedagogického procesu. Jsou zaměřeny na všechny aktuální polohy umění, v souladu se širokým spektrem studijních oborů školy.

Kvalitu programu zaručuje galerijní rada (jmenovaná na dva roky) složená ze tří zástupců školy, vedoucí galerie a jednoho externího člena.

Výběr výstavních projektů se koná jednou ročně (v říjnu). Hlavním kritériem pro schválení a realizaci je kvalita a také snaha o zachování rovnováhy mezi prezentací studentek, studentů, pedagožek a pedagogů školy příp. partnerských škol, kurátorských koncepcí a výstav etablovaných umělkyň a umělců z domácího i zahraničního prostředí.

Personální obsazení galerie

Galerii spravuje hlavní vedoucí galerie ve spolupráci s galerijní radou, která funguje jako poradní orgán a sestavuje výstavní plány z přihlášených projektů prostřednictvím open call. Vedoucí galerie nadále spolupracuje s asistentem, který je většinou nominován z řad studentů, a kustodem, který je z externího prostředí. Do chodu galerie jsou zapojováni také studenti v rámci výuky formou poskytnutí prostoru galerie MEDIUM, který mohou libovolně využít pro jimi navrhnuté a následně realizovaný program.

Provoz

Galerie je otevřena široké veřejnosti od úterý do neděle a vstup je zde volný. Provoz galerie probíhá všech dvanáct měsíců v roce. Otevírací doba je zde nastavená na dlouhé a krátké dny, které se určují na základě dlouhodobého pozorování návštěvnosti. Otevírací dobu se snažíme přizpůsobit návštěvníkům. Výstavní plocha je 173 m² a je rozdělena několika menšími místnostmi.

Výstavní program galerie

Galerie MEDIUM prezentuje aktuální tvorbu studentů a pedagogů VŠVU a jejich partnerských vzdělávacích institucí ze zahraničí, která je rovnocenně doplněna tvorbou výtvarníků z externího prostředí. Výstavní plán má tři části: první je věnována studentské a pedagogické tvorbě, druhá část se soustředí na předem dohodnuté spolupráce (např.: November – měsíc fotografie, ZURETA...), třetí část

tvoří prezentace etablovaných umělců. Výběr probíhá prostřednictvím open callu, který je vyhlašován jednou ročně.

Doprovodný program galerie

Doprovodný program v galerii MEDIUM je velmi obsáhlý. Od vernisáží, komentovaných prohlídek, přes studentské aktivity až po akce pro zaměstnance univerzity. Velice mě zaujala aktivita studentů „Konzultace bez vedoucího“, kdy si studenti navrhli a pravidelně realizovali neformální konzultace svých prací, jejichž účelem bylo nejenom dostat zpětnou vazbu od ostatních studentů, ale navázat případné nové spolupráce a rozvinout myšlenkový koncept. Za další z úctyhodných aktivit galerie MEDIUM považuji univerzitní ples, který každoročně organizují. Akce je určena všem zaměstnancům univerzity a slouží k neformálnímu setkávání všech zaměstnanců a s tím souvisejícímu budování pozitivního vztahu ke galerijnímu prostoru. Další ze zajímavých aktivit zaměřujících se na úzce specifikovanou skupinu byly programy pro maminky s dětmi, kdy prostřednictvím pravidelných dětských koutků v galerii bylo matkám s dětmi umožněno vzdělávání a inspirace v rámci uměleckého prostředí, u kterého zároveň bylo postaráno o jejich děti. Aktuální informace o doprovodném programu galerie MEDIUM doporučujeme sledovat na jejich facebookových stránkách. Galerie také pořádá studentské slavnosti, které otvírají a zavírají semestr.

5.1.3 Případová studie: Galerie LNAM, Lviv National Academy of Arts, Lvov, Ukrajina

Případová studie vznikla 24. března 2018 na základě návštěvy a rozhovoru se zaměstnanci galerie.

O galerii

Galerie LNAM je umělecký prostor vytvořený na podporu tvůrčích iniciativ studentů akademie. Moderně vybavená galerie je plnohodnotným centrem kulturního a uměleckého života města, je jakýmsi prezentátorem akcí pocházejících z akademické půdy pro veřejnost ve Lvově a především slouží jako inkubátor autorských projektů pro studenty a absolventy Akademie.

V galerii LNAM neexistují žádná žánrová, stylistická či jiná omezení kreativních implementací, cílem je vytvořit co nejpohodlnější platformu pro realizaci myšlenek mladého uměleckého prostředí. Galerie započala svou činnost 25. března 2015.

Personální obsazení

Personální zázemí tvoří dva zaměstnanci na plný úvazek (ředitelka galerie a ředitelka kurátorského týmu), kterým je k dispozici tým dobrovolníků z řad studentů. Galerie LNAM nemá galerijní radu. Kurátoři výstav se v galerii střídají. Kurátorem výstav bývá většinou expert z komerčního prostředí či pedagog z katedry managementu.

Provoz

Galerie se rozkládá ve dvou prostorných místnostech a je bezplatně otevřena veřejnosti každý den v týdnu od 10 do 17 hodin.

Výstavní program galerie

Galerie LNAM vystavuje převážně studentské práce přímo z akademie, případně práce pedagogů nebo umělců, kteří jsou alespoň částečně spjati s univerzitou. Výstavní plán většinou nabízí dvanáct výstav ročně, přičemž na jednu výstavu je vyčleněna doba dvou až třech týdnů. Galerie LNAM organizuje především skupinové výstavy, které souvisejí se studentskými pracemi. Je jednou ze tří univerzitních galerií a je považována za hlavní. Druhá galerie je určena výhradně pro studenty grafického designu, kurátorskou i realizační a produkční činnost zde mají kompletně na starosti studenti z ateliéru grafického designu. Tato galerie nemá stálý management a působí spíše jako studentská umělecká laboratoř a experimentárium. Třetí galerie akademie se věnuje čistě prezentaci výstupů profesorů a pedagogů univerzity, má pevně daný management i výstavní plán.

Každý rok je na konci akademického roku pořádána v rámci galerie LNAM výstava nejlepších magisterských prací.

Doprovodné aktivity

Galerie nabízí klasické portfolio galerijních aktivit jako vernisáže či komentované prohlídky. Z dalších aktivit nabízí pravidelné kurzy Arts Managementu, které jsou pro studenty i veřejnost organizovány ve spolupráci s katedrami akademie. Dále disponuje tzv. experimentální laboratoří. V rámci tohoto projektu dostanou studenti k dispozici prostory v čase mezi jednotlivými výstavami a mohou s ním libovolně experimentovat. Záměrem je podpora dalších aktivit, které se dají v galerii provozovat a které se mohou stát atraktivní nadstavbou výstav a přilákat další publikum. Vznikají tak nejrůznější koncerty, workshopy či studentské festivaly. Studentům je v rámci této aktivity k dispozici i venkovní část přiléhající ke galerii, kam mohou se svým programem expandovat.

Mezinárodní spolupráce

V minulosti byla galerie LNAM součástí jednoho společného projektu s Polskem a Bulharskem, ze kterého vznikla výstava. Každé tři roky je galerie LNAM součástí Mezinárodního sympózia skla, které pořádá Lviv National Academy of Art. V rámci komunikačních kanálů jsou jejich aktivity součástí časopisu 7UA Magazine – Seven Ukrainian Artists, který je publikován ve spolupráci s Greenwave gallery v Číně.

Mají zájem se svými aktivitami expandovat. Galerie LNAM není součástí žádné mezinárodní sítě a o sítích jako je UMAC či UNIVERSEUM před mou návštěvou neslyšeli.

5.1.4 Případová studie: Galerie ASP, Akademie Sztuk Pięknych w Krakowie

Případová studie byla vytvořena na základě návštěvy a rozhovoru s vedoucí galerie v březnu roku 2018.

O galerii

Galerie Akademie výtvarných umění v Krakově je interdisciplinárním výstavním prostorem jedné z nejstarších uměleckých škol v Polsku. Pomyslně spojuje prostor města a hlavní budovu akademie a funguje od roku 2015. Stále nemá stanovenou vizi a jednotný koncept, z rozhovoru ale vyplynulo, že vedoucí galerie se snaží o vedení, které by pojalo tři stěžejní pilíře: Pořádání samostatných výstav, nabízení spolupráce s umělci, čímž chce pokrýt portfolio nabízených oborů fakultou, aby tak přinesli inspiraci a nové proudy pro studenty i pedagogy, a posledním pilířem je alespoň částečná prezentace prací studentů akademie, která doposud v této galerii vůbec neprobíhá a v neposlední řadě rozvinutí mezinárodní spolupráce.

Provoz

Otevřeno mají od úterý do neděle, vždy od 12 do 17 hodin. Galerie nemá akademické prázdniny a její provoz běží dvanáct měsíců v roce.

Personální obsazení

Galerie má pouze jednoho zaměstnance na pracovní úvazek a je jím hlavní kurátor / vedoucí galerie. Dále zde působí galerijní rada s devíti členy. Jde o rektora, vedoucího galerie a sedm umělců, kteří reprezentují sedm oborů akademie.

Na instalaci, produkci a hlídání výstav se podílí tým galerijních asistentů z řad studentů, které doplňují dobrovolníci z externího prostředí. Tento tým funguje v galerii prostřednictvím předem určených služeb.

Program výstav

Jako jedna z mála galerií se galerie ASP nezabývá prezentací prací svých studentů. Jejich výstavní program založený na formátu open callu sestává ze dvou kategorií. Ta první, která čítá asi tři až čtyři výstavy ročně, je věnována prezentaci profesorů a pedagogů akademie, kteří odcházejí do důchodu. Jde o formu poděkování a zároveň představení jejich celoživotního díla. Druhý proud představuje umělce, kteří nesouvisejí s akademií. Jde o polské i zahraniční umělce. Výstavy vybírá galerijní rada prostřednictvím open callu.

Mezinárodní aktivity

Nemají žádné stálé partnery mezi univerzitami ani mezi univerzitními galeriemi. Většinou spolupracují se zahraničními umělci, které již znají nebo je oslovují z důvodu zájmu o jejich dílo. Aktivní participace proběhla v rámci realizace norskopolské putovní výstavy, která byla vystavena v galerii ASP a následně v Norsku.

V galerii ASP se také podařilo uspořádat výstavu pedagogů z čínské Akademie umění.

Umělci, kteří se v galerii ASP prezentovali, pocházeli z Norska, Španělska, Itálie či Německa. Tyto zahraniční výstavy jsou v kombinaci s výstavami lokálních umělců prezentovány v počtu tří výstav ročně.

Doprovodný program

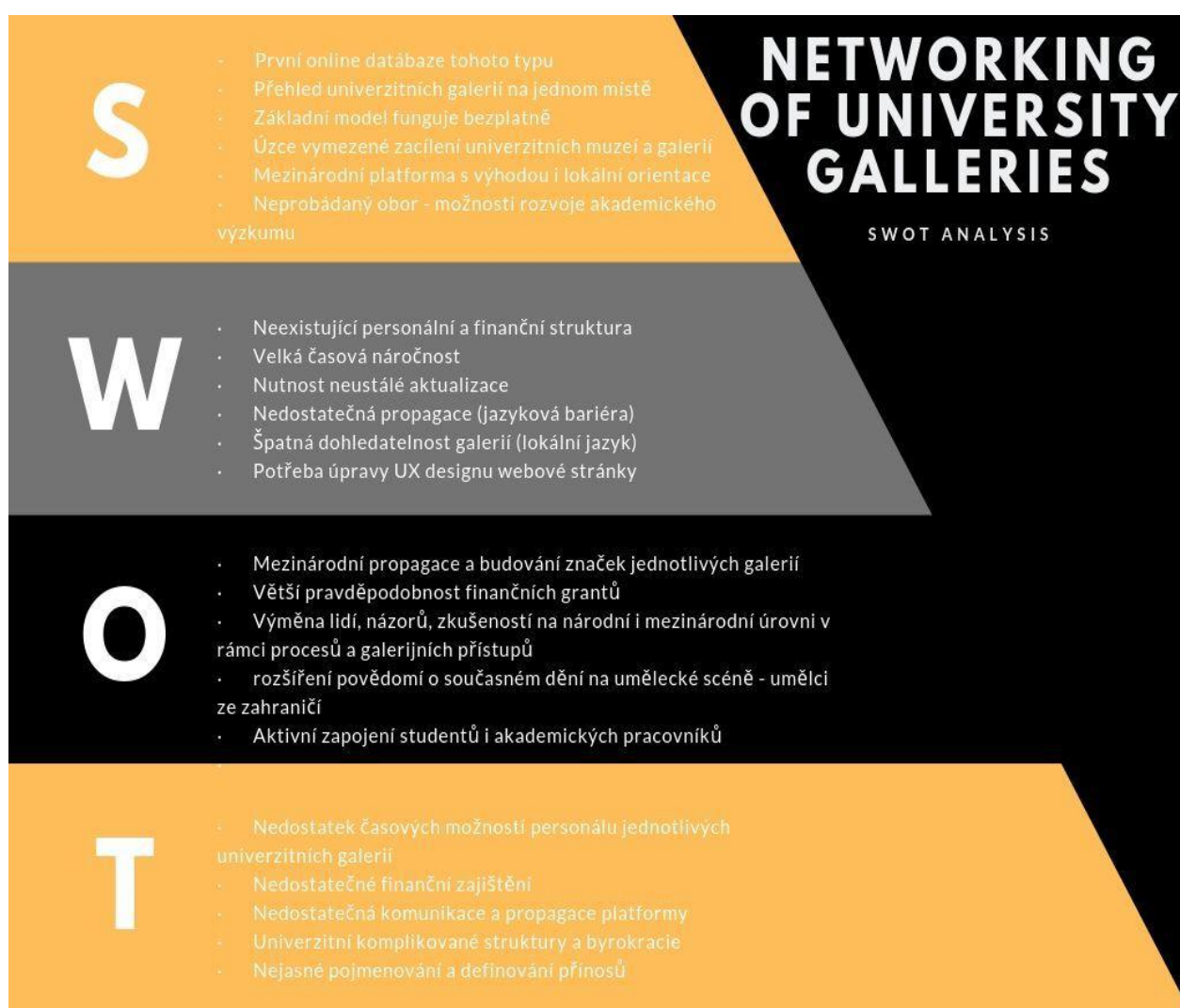
- 1) Workshopy pro různé skupiny (děti, mladí dospělí, studenti, starší lidé)
- 2) Koncerty
- 3) Projekce filmů
- 4) Semináře/otevřené diskuse

„Doprovodné aktivity neprobíhají pravidelně. Přála bych si opak, ale vyžaduje hodně času a energie je kompletně naplánovat, zorganizovat a následně realizovat. Kromě toho v galerii ASP nemáme rozpočet určený na doprovodné akce. To znamená, že vše musí proběhnout metodou „udělej si sám“, za pomoci studentů a učitelů akademie, kteří jsou sice ochotní pomoci, ale zároveň obvykle zaneprázdnění vlastní prací. Chtěla bych také zřídit sdružení – něco jako místní iniciativu, do které budou zapojeni zajímaví lidé – studenti, profesori, umělci, kurátoři, aktivisté, kteří budou primárně ochotni se setkat, diskutovat, vytvářet a dělat zábavné věci v prostředí naší galerie. Myslím, že díky tomuto druhu asociace budu alespoň o trochu více schopna posunout doprovodné akce na lepší úroveň.“ řekla v rozhovoru Margarita Vladi, kurátorka a manažerka galerie ASP Krakow.

5.1.5 Vyhodnocení SWOT analýzy

„Organizace sdružené v mezinárodních sítích spojuje společný účel. Vedou si dobře, pokud jsou strategicky, strukturně a kulturně kompatibilní, a pokud jsou jejich členové otevření kolaborativnímu procesu, vystupují jako ucelená entita a co nejvíce jsou zapojeni do sdílených rozhodovacích procesů a akcí. V případě univerzitních galerií se hlavní benefity projevují v oblastech sdílení a propagace. Hodně však záleží na konkrétních cílech, rozsahu, zdrojích, způsobech řízení, členské základně, struktuře, komunikačních systémech, provozních podmínkách, výstupech a trvání plánovaných opatření (totéž lze vyjádřit také pomocí proč, kdo, co, jak, kde a kdy). Společně jsou partneři schopní rozšiřovat, vkládat a dodávat, svolávat, budovat komunitu či

učit se a facilitovat, zbytek je již nepodstatný.“ Oliver Serrat, otevřená reakce na dizertační projekt autorky na portálu Researchgate.



Obrázek 17 Swot analýza, zdroj: vlastní

SWOT analýza

S

- První online databáze tohoto typu
- Přehled univerzitních galerií na jednom místě
- Základní model funguje bezplatně
- Úzce vymezené zacílení univerzitních muzeí a galerií
- Mezinárodní platforma s výhodou i lokální orientací
- Může být využito několika „stakeholdery“ (kulturní turismus, statistické úřady...)
- Neprobádaný obor – možnosti rozvoje akademického výzkumu

W

- Neexistující personální struktura
- Velká časová náročnost
- Nutnost neustálé aktualizace
- Nedostatečná propagace (jazyková bariéra)
- Špatná dohledatelnost galerií (lokální jazyk)
- Potřeba úpravy UX designu webové stránky

O

- Možnost sloučit se se silnějšími a již funkčními sítěmi
- Rozmanité množství aktivit, které se dají pod záštitou organizovat
- Mezinárodní propagace a budování značek jednotlivých galerií
- Větší pravděpodobnost finančních grantů
- Výměna lidí, názorů a zkušeností na národní i mezinárodní úrovni v rámci procesů a galerijních přístupů
- Rozšíření povědomí o současném dění na umělecké scéně – umělci ze zahraničí
- Aktivní zapojení studentů i akademických pracovníků
- Rozvoj „know-how“ personálu

T

- Nedostatek časových možností personálu jednotlivých univerzitních galerií
- Nedostatečné finanční zajištění
- Nedostatečná komunikace a propagace platformy
- Univerzitní struktury a byrokracie
- Nejasné pojmenování a definování přínosů

Detailní rozbor SWOT

Silné stránky

„Přijde mi to jako super nápad. Myslím si, že každá z těch našich dvou galerií k tomu bude přistupovat s odlišným přístupem a rozdílnými očekávání. Galerii 209 vnímám jako přínos v rámci rozvinutí nových spoluprací a obohacení výstavního portfolia zahraničních studentů. Pro galerii FAVU by participace na takovém projektu mohla přinést rozvoj vnímání univerzitní image na mezinárodní půdě.“ Jan Mrva, Galerie 209 a galerie FAVU

Mezinárodní síťování univerzitních galerií přináší především obrovskou výhodu při otevírání tohoto tématu v akademickém prostředí. I prezident sítě Universeum Sébastien Soubiran potvrzuje, že umělecké akademické instituce typu univerzitních galerií či muzeí jsou stále velmi neprobádané a jejich účast na mezinárodních setkáních je v porovnání s určitými obory velmi nízká. Můžeme to přisoudit neúplné definici a s tím související chybné identifikaci institucí, případně nevhodně zvolenými propagačními a komunikačními kanály. Mezinárodní síť či databáze univerzitních galerií by byla první na světě svého druhu, a mohla by posloužit ostatním již existujícím mezinárodním sítím. Vznikla by platforma shromažďující informace o univerzitních galeriích na jednom místě, což je přínosné nejenom pro galerie samotné, ale také pro další instituce, které mohou s tímto typem informací pracovat (turistická informační centra, národní statistické organizace, města či kraje...). Tato platforma by měla mezinárodní lokální přesah, mohla by umožnit setkávání a navazování partnerství v rámci jedné i více zemí, čímž by rozšířila a zkvalitnila tento obor.

„Výhodu vidím v tom, že by si člověk mohl snadno dohledat, které galerie jsou podobně tematicky zaměřené a mohlo by dojít k výměně zkušeností, rozvoji spolupráce a plánování celoevropských projektů.“ Adéla Machová, Dům umění Ústí nad Labem

Slabé stránky

„Vidím potenciál, ale také mnoho ‚ale‘. Když se dostatečně pojmenují přínosy pro potenciální zájemce, určitě by to mělo smysl. Je třeba si stanovit, co zasíťování jednotlivým galeriím přinese.“ Adéla Machová, Dům umění Ústí nad Labem

Každá mezinárodní i lokální iniciativa potřebuje pevně danou strukturu, jasné cíle, uchopené financování a celkově pevný koncept dané mezinárodní sítě. Vše vyžaduje čas a silné personální zajištění, což úzce souvisí s kvalitním a udržitelným financováním. Je tedy potřeba zvážit, zda bude fungovat prozatímní databáze, která si žádá jen občasné aktualizace a dobrou propagaci, nicméně nepřináší žádné aktivní prvky a společné projekty.

„Nemyslím si ale, že vznik databáze sám o sobě rozvine spolupráci. Spíš se v tom jednotlivé instituce budou muset najít. Je třeba si uvědomit, že jakmile bude vznikat platforma, sama si bez další komunikace nevystačí.“ Adéla Machová, Dům umění Ústí nad Labem

Příležitosti

„Na jednu stranu to velmi ulehčuje práci, protože se nemusí vymýšlet už jednou vymyšlené, na stranu druhou se tím dají velmi snadno ověřovat a komparovat závěry. A pak jsou tu i ty institucionální výhody (granty, bobříci), mezi největší ale asi patří práce v zahraničí, která je vždy inspirativní.“ Romana Veselá v rámci rozhovoru vedeného dne 12. 4. 2019 ve Zlíně.

Mezinárodní síťování může přinést spoustu příležitostí, každý z respondentů zmiňoval jiné možnosti a přínosy, které by ocenil. Výhodou zasíťování je také zastřešení, které může kromě silnější propagace také vyvíjet silnější strukturu celé organizace. Zvýší se šance na žádosti o dotace, zlepší se prostor pro marketingovou komunikaci. Jednotlivé aktivity, které by se daly realizovat, asi komplexně nepojmeme – můžeme zde ale zmínit například společné výstavy, mezinárodní konference, umělecké výměnné rezidence, výměnu pedagogů, studentské pobyty, neformálně vzdělávací aktivity, putovní skupinové výstavy, sdílené workshopy a plenéry atd.

Mezinárodní síťování a propojování by mohlo rozšířit povědomí o současném dění na umělecké scéně. Příležitosti nese také zřejmý rozvoj interkulturního chápání a práce s rozvíjením komunikačních kompetencí.

„Hlavním benefitem je, že tento druh sítě nám umožňuje kombinovat a vyměňovat si zkušenosti a výstavy, abychom mohli nadále na této mezinárodní síti stavět. Nejen pro pracovníky univerzitních galerií, ale i pro studenty. Omezení přímo pro nás jako ASP by mohla být právě v univerzitní struktuře, což znamená především byrokracii a zdoluhavé procesy a dohody s nadřízenými. Je více než zřejmé, že bychom se jako galerie měli účastnit tohoto druhu činností a síťování, ale bohužel lidé, kteří jsou u moci, nejsou vždy úplně racionální.“ Margarita Vladi, galerie ASP v Krakowě

Hrozby

I když je internacionalizace a síťování více než jasným trendem, a především potřebou současné doby, určitě s sebou nese i určitá úskalí, s nimiž je lepší dopředu počítat. Záleží to především na struktuře a filozofii jednotlivých mateřských organizací, tedy univerzit. Většinu galerií řídí galerijní rada s právem veta, kromě nejistoty samotného schválení zde také hrozí byrokratické a časové prodlevy, které mohou omezovat potenciální spolupráci. Otázkou zůstává, jak by vedení fakult přistupovalo k „uvolnění“ zaměstnanců v případě těchto aktivit. Z rozhovorů vyplynulo, že ne všechna vedení fakult podporují aktivity tohoto typu a že v případě zájmu vedoucích galerií, který se neseťkává se schválením rady, musí zaměstnanci vytvářet tyto hodnoty ve volném čase. Za největší úskalí tedy považují nedostatek financí a lidských zdrojů.

Zamýšlíme-li se nad tím, jak síťování a mezinárodní spolupráci podpořit, vzniká prostor pro nastavení nového modelu sítě, jehož cílem by bylo mapovat a aktivně oslovovat univerzitní galerie a následně jim poskytnout prostor pro vzájemnou spolupráci. V první části je určitě nutné podpořit komunikaci s univerzitními galeriemi a navýšit tak informovanost v oblasti možností a příležitostí mezinárodního síťování. Důležitou roli zde pravděpodobně sehraje i jasné vydefinování pojmu „univerzitní galerie“ a její role v již existujících, potažmo vznikajících mezinárodních sítích. Výstupem mého výzkumu je tedy návrh mezinárodní (prozatím) webové platformy, která si klade za cíl etablovat mezinárodní síťování na jednu z klíčových hodnot na poli univerzitních galerií a výstavních síní a zvýšit tak angažovanost i edukovanost jednotlivých galerií v této problematice.

5.2 Model evropské webové databáze univerzitních galerií

Při rešerši a mapování univerzitních galerií bylo zjištěno, že jejich dohledatelnost v online prostředí je velmi komplikovaná. Je to způsobeno především tím, že většina univerzitních galerií nemá vlastní webové stránky a spadá do webové struktury univerzity/akademie/fakulty. Ta ale pouze v ojedinělých případech vytvářejí svým galeriím anglické mutace. Např. v České republice mají anglické mutace jen tři z deseti univerzitních galerií. Některé galerie mají své webové stránky, ty mají většinou také pouze v lokální jazykové mutaci. Velmi častým jevem bylo také nahrazování webových stránek formou sociálních sítí. Šlo o impuls k založení první mezinárodní databáze UNIG, která by měla sloužit jako seznam všech univerzitních galerií, které mohou využívat jak turisté, kteří přijedou do daných měst, tak samotné galerie, které mohou začít navazovat spolupráci, jednotliví studenti uměleckých škol, kteří mohou zjistit příležitosti vystavení jejich prací prostřednictvím „open callu“ „či sítě jako UMAC či UNIVERSEUM pro doplnění těchto institucí do jejich sítí.



Obrázek 18 Print screen webové stránky, zdroj: vlastní

5.2.1 UNIG

UNIG je první online databází, která funguje od prosince 2019. Jejím účelem je sdružovat a propagovat umělecky zaměřené univerzitní galerie v Evropě a rozšiřovat tak povědomí u akademické obce, široké i odborné veřejnosti o těchto institucích.

Tento projekt nese název UNIG a vychází ze spojení slov UNiverzitní Galerie nebo UNiversity Galleries. Zároveň tato zkratka při vyslovení připomíná výslovnost anglického slova „unique“, které má vyjadřovat právě unikátnost, v tomto případě přímo univerzitních galerií. Tato databáze, která bude detailněji představena v další kapitole, může být právě pojícím prvkem mezi mezinárodními sítěmi, které se věnují univerzitním muzeím a sbírkám obecně. Mediátorem a zprostředkovatelem vzájemné komunikace mezi jednotlivými univerzitními galeriemi či inspiračním kanálem pro rozmanité cílové skupiny.

Na projektu se podíleli:

Autorka a iniciátorka databáze: Eva Gartnerová

Programové a softwarové řízení: Milan Švehla

Vizuální styl: Matej Vázal

Překlady textů: Michal Tenkrát

Webová stránka a projekt UNIG

Na základě „desk research“ a terénního výzkumu vznikl potenciál pro vytvoření jednotné komunikační platformy určené primárně univerzitním uměleckým a designovým galeriím. Tato online platforma si klade za cíl sloužit především jako prostor pro vybudování aktuální databáze a přehledu univerzitních galerií, dále chce také fungovat jako zprostředkovatel a nositel rozvoje tématu v prostředí univerzitních galerií a v neposlední řadě jako „kick-off“ materiál a možná platforma k rozvíjení potenciální mezinárodní sítě univerzitních galerií.

Současný stav

Databáze univerzitních galerií UNIG funguje od prosince roku 2019. V současné době pokrývá většinu informací o univerzitních galeriích v České republice a na Slovensku a má v plánu do konce roku 2020 rozšířit své portfolio o další univerzitní galerie z Evropy i na základě mezinárodních projektů (V4, ERASMUS+), které vznikly v návaznosti na tuto práci.

Současným úkolem databáze je komunikovat a cílit na univerzitní galerie zabývající se uměním a designem a motivovat je k bezplatné registraci a sounáležitosti s tímto projektem. Vytipovat lokální zástupce jednotlivých evropských zemí, kteří se na poli univerzitních galerií orientují a prostřednictvím jejich lokální sítě a komunikačních kanálů pomoci s propagací UNIGu na jejich regionální i národní úrovni.

Prozatímní úloha UNIGu spočívá v budování databáze a sběru dat z prostředí univerzitních galerií. Existuje ale velký potenciál tuto mezinárodní databázi rozvíjet několika směry.

O projektu

UNIG je online databáze univerzitních galerií v Evropě. Cílem tohoto projektu je vytvořit aktuální mezinárodní databázi univerzitních galerií na evropském kontinentu a zmapovat jejich pokrok a fungování tak, aby se zefektivnila mezinárodní a interdisciplinární spolupráce.

Vize

UNIG je ucelenou mezinárodní databází univerzitních galerií, která je využívána pro potenciální mezinárodní spolupráce studentů umění a designu a rozvíjení kulturního života v lokalitách daných univerzitních galerií.

Mise

Posláním projektu je shromažďovat informace o univerzitních galeriích na jednom místě s cílem posílit jejich vzájemnou mezinárodní spolupráci prostřednictvím upozorňování a komunikace jednotlivých univerzitních galerií a usnadnit tak začínajícím studentům umění a designu, aby se etablovali v kreativních a kulturních sférách na evropské úrovni.

Cíle

Cílem tohoto projektu je vybudování aktuální mezinárodní databáze univerzitních galerií na území Evropy a jejich následné mapování za účelem zefektivňování mezinárodní a mezioborové spolupráce a potenciálu v ní se ukrývajícím.

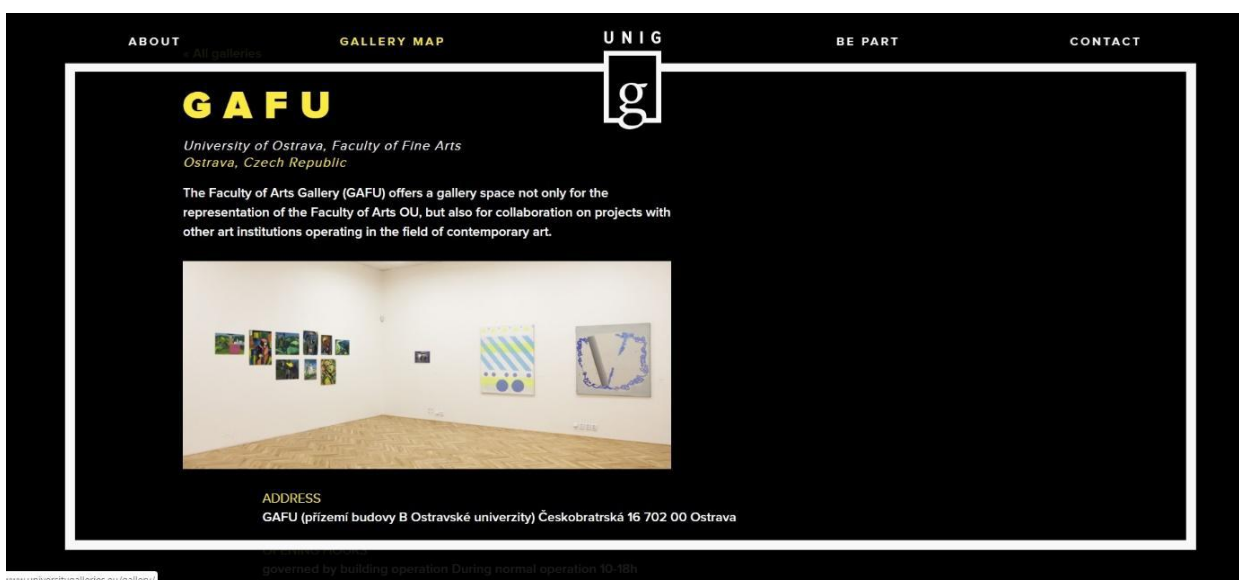
Univerzitní galerie a výstavní prostory vnímáme jako jednu z nejdůležitějších platform pro přidruženou ke studiím uměleckých a designových oborů, která by měla sloužit k rozvoji schopností a uplatnitelnosti začínajících umělců a designérů. Je to také ideální forma pro inovace a zkvalitňování výuky vysokého školství a s tím související uplatnitelnosti získané teorie do praxe již v rámci studia umělců, designérů i kulturních manažerů. V rámci neustálého růstu důležitosti globalizace, mezinárodní a mezioborové spolupráce a sdílení zkušeností, tak vidíme ve vybudování mezinárodní databáze a sítě univerzitních galerií velký potenciál.

Dílní cíle jsou:

- usnadnit přístup k informacím o univerzitních galeriích,
- rozvíjet téma univerzitních galerií v rámci akademické půdy i kulturních průmyslů,
- podporovat společnou propagaci a komunikaci univerzitních galerií,
- zprostředkovat platformu pro aktuální informace z dění univerzitních galerií.

Funkce webu

Webová databáze funguje na principu formulářů, které může vyplnit zástupce univerzitní galerie. Nahraje do ní kontakty, webové stránky, odkazy na sociální sítě, základní informace jako adresu, otevírací dobu a ilustrační fotografie. Tyto



informace po nahrání schválí administrátor webu, který může zamezit SPAMu či irelevantnímu a nechtěnému reklamnímu obsahu.

Po odsouhlasení informací se formulář automaticky zapracuje do online mapy a seznamu již zaregistrovaných galerií, které se dají filtrovat na základě různých parametrů. Filtry jsou nastaveny podle země, města, univerzity a do budoucna je v plánu přidat položku „zaměření galerie“ (např.: současné umění, nová média, videoart, design atd.). Na základě výzkumu se bude také na web nahrávat vydefinování a přiblížení termínu univerzitní galerie a typologie s tím související. Každá z galerií zároveň při registraci dostane možnost se zařadit do dané kategorie, které jsou popsány výše, což ulehčí například hledání projektových partnerů se stejnou strukturou organizace a zaměřením.

Návštěvník webu si může udělat přehled o existujících galeriích a prostřednictvím UNIGu jako rozcestníku se dostat na jednotlivé webové stránky či sociální sítě dané univerzitní galerie.

Stránka nabízí také základní informace o databázi, její vize a poslání, je zde část věnovaná týmu a kontaktům na spravující personál. Stránka již nemá velkou finanční

Obrázek 19 Print screen webové stránky, zdroj: vlastní

náročnost, co se nákupu softwaru týče, je závislá především na lidech a jejich časových možnostech.

Personální zajištění projektu:

Autorka a iniciátorka databáze: Eva Gartnerová

Programové a softwarové řízení: Milan Švehla

Vizuální styl: Matej Vázal

Překlady textů: Michal Tenkrát

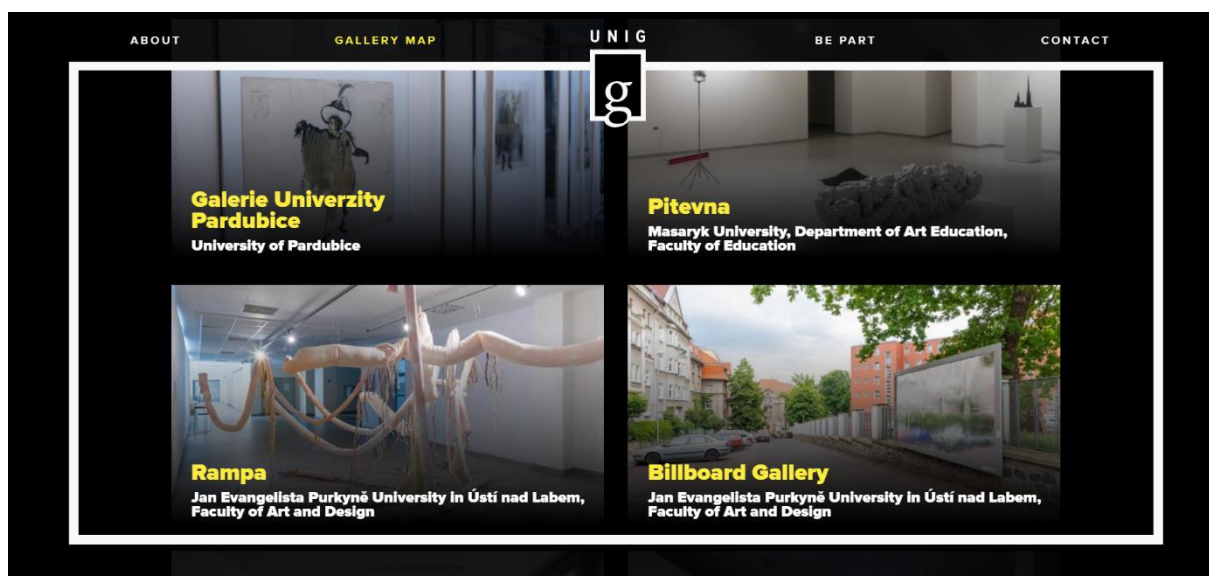
Samotný vznik webové databáze trval několik měsíců. Přípravy obsahovaly návrh struktury webu, textové vyhotovení, grafické zpracování, a nakonec samotné programování. Po spuštění webu byly vyhrazeny dva měsíce na jeho

pretestování a následně byl web publikován. Návrh textů a struktury webu vznikl na základě připomínek a rozhovorů s potenciálními uživateli. Vizuální styl celého projektu vytvářel Matej Vázal a následně jej aplikoval Milan Švehla. Komunikace a propagace databáze na území České republiky proběhla ve spolupráci s diplomantkami Lenkou Sršňovou, Romanou Danišovou a Gabrielou Blažkovou.

Udržitelnost a aktuálnost vývoje databáze samozřejmě závisí na personálním obsazení, které je úzce spojeno s finančním managementem. Rozvoj a budoucnost webové platformy budou specifikovány níže.

Financování

Celý projekt byl financován Interní grantovou agenturou Fakulty multimediálních komunikací Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně a částečné náklady na cesty spojené s výzkumem pokryly externí zdroje typu Visegrad Fund, Ministerstvo kultury a jiné.



Obrázek 20 Print screen webové stránky, zdroj: vlastní

Budoucnost a možné návaznosti a souvislosti projektu:

Vytvořením webové platformy UNIG vzniklo prostředí pro sběr základních dat a kontaktů a s tím související přehled existujících a aktivních uměleckých a designových univerzitních galerií především v České republice.

Aktivnímu síťování a mezioborové spolupráci nebude stačit pasivní webová stránka, ze které je možné pouze čerpat informace. Potřebujeme vytvořit aktivní síť univerzitních galerií se silně uchopenou a vydefinovanou strukturou, aktivním týmem profesionálů a jasnou finanční strukturou projektu. Pro vývoj takové mezinárodní sítě existují dvě cesty:

- a) cesta připojení k již etablovaným funkčním strukturám UMAC/UNIVERSEUM
- b) vytvoření vlastní nezávislé platformy

Za vhodnější považují první cestu, která přináší více výhod než překážek. Univerzitní galerie se vyskytují po celém světě. Ačkoliv databáze mezinárodní sítě UMAC „hostí“ pouze sedm univerzitních galerií (v celé Evropě a Austrálii), na základě terénního výzkumu vyplynulo, že jenom na území České republiky, Slovenska a Polska je jich několik desítek. I tento fakt můžeme považovat za jasný signál potřeby ujasnit si terminologii a s ní spojené a lépe mířené komunikace mezinárodních sítí. Z rozhovorů s vedoucími galerií v České republice, na Slovensku, a dokonce i ve Vídni či na Ukrajině totiž vyplynulo, že univerzitní galerie mezinárodní sítě neznají. Ochuzují se tak o velmi inspirativní zdroje informací a kontaktů v oboru.

V tuto chvíli je dobré zmínit, že o současnou vybudovanou databázi UNIG již výše zmíněné sítě projevíli zájem.

Dalšími výhodami, které ve spojení s těmito existujícími sítěmi vidím, jsou:

- a) již fungující personální struktura
- b) rozvinutý finanční management
- c) pravidelné aktivity typu konference, job exchange atd.
- d) akademický přesah publikování do impaktovaných časopisů
- e) možnost sdílení dlouholetých zkušeností formou mentoringu, supervize
- f) vybudována již silná síť univerzitních muzeí

V tomto případě by bylo vhodné sestavit užší tým, který by se věnoval specificky univerzitním galeriím a do organizace UMAC se mohl přidat např. prostřednictvím pracovní skupiny. Tato skupina by se věnovala po celý rok specificky univerzitním galeriím se zaměřením na umění a design a měla možnost rozvíjet jejich společné aktivity.

K projektu také vznikla první propagační publikace, která představuje čtenářům přehled univerzitních galerií v České republice a jejich aktivity. Do budoucna by se měla publikace rozšířit o galerie z dalších částí Evropy. Publikace je součástí přílohy č. 2.

Možné návazné aktivity projektu:

- rozšíření mapování v jednotlivých zemích Evropy,
- zhotovení celoevropské databáze univerzitních galerií,
- zvýšení počtu zahraničních stáží a výstav studentů,
- zvýšení počtu zahraničních stáží a výstav pedagogů,
- mezinárodní workshopy a společné výstavy, výměna lektorů a pedagogů,
- sdílení příkladů dobré praxe z vedení univerzitních galerií,
- publikace článků, knih, podcastů,
- organizace konference, Pecha Kucha Night,
- interaktivní mapa pro turisty se zájmem o univerzitní galerie (mobilní aplikace),
- organizace letní školy.

Přínosy:

- možnost žádat o větší evropské granty
- rozvoj prozatím neprobádaného akademického tématu univerzitních galerií,
- možnost sdílet informace o aktuálním dění – pozvánky na konference, open cally jednotlivých univerzit, nabídku studijních programů pro studenty výtvarných oborů ERASMUS.
- rozvoj neformálního a informálního vzdělávání,
- zefektivnění a zkvalitňování interkulturní komunikace,
- příležitosti pro mezioborovou spolupráci,
- decentralizace kultury – spolupráce etablovaných galerií s těmi univerzitními na lokální i mezinárodní úrovni,
- kulturní turismus – aktuální boom cestování za účelem návštěvy kulturních institucí, univerzitní galerie součástí kulturní struktury cestovního ruchu.

V současné době (červen 2020) se díky tomuto projektu podaly dva mezinárodní projekty na podporu mezinárodního síťování univerzitních galerií a kulturních událostí. Je velmi pravděpodobné, že budoucnost projektu UNIG bude podpořena několika dílčími mezinárodními projekty, které povedou k jednomu cíli – zvýšit povědomí o mezinárodních možnostech síťování univerzitních galerií a zprostředkování platformy pro další setkávání a rozvoj myšlenek.

5.3 Doporučení českým univerzitním galeriím

1. Sběr dat, „benchmarking“

Průzkumy, studie a analýzy by se měly stát nedílnou součástí fungování univerzitních galerií. Sběr dat mířený hlouběji než jen na kvantifikaci a odhadovaný počet návštěvníků za rok, následně poslouží za podklad pro zefektivňování aktivit, komunikace a celkové práce s publikem. Publiku univerzitních galerií je potřeba se věnovat i po výzkumné stránce, abychom lépe pochopili jeho potřeby a zájmy, které můžeme případně reflektovat v návaznosti na sestavování programu či komunikace. Je vhodné také pracovat s daty národních statistických úřadů či se studii zpracovanými nadnárodními asociacemi a sítěmi, ze kterých se v mnoha případech dá vycházet a inspirovat k další výzkumné činnosti. Z českých platform je možno využít NIPOS (Národní informační a poradenské středisko pro kulturu) nebo webovou platformu statistikakultury.cz. Z mezinárodních zdrojů můžeme jmenovat například EGMUS (European Group on Museum Statistics) nebo Eurostat.

2. Spolupráce s ostatními institucemi a významnými akcemi v regionu

Síťování by mělo probíhat na lokální i mezinárodní úrovni. Spolupráce s lokálními institucemi jako jsou mateřské, základní, střední či základní umělecké školy přináší nové publikum a možnosti pro galerijní vzdělávání mladší generace. Tito žáci se pak současně stávají potenciálními zájemci o studium na umělecké vysoké škole. Spolupráce a propojování s regionálními festivaly či organizacemi umožňuje univerzitním galeriím důvěryhodnější postavení na kulturní scéně daných měst i v očích široké veřejnosti. Propagaci může pomoci spolupráce s lokálními turistickými informačními centry, která mohou potenciální návštěvníky nasměrovat. S městy, která mají vlastní materiály a mapy, je dobré se domluvit, aby do nich univerzitní galerii zařadili. V případě, že se ve městě vyskytují jiné iniciativy typu ArtMap, GalleryTour, USE-IT mapa je dobré oslovit a zahájit spolupráci i s těmito místními iniciativami, které se snaží dané lokality kulturně zviditelnit.

3. Propojení s ostatními univerzitními galeriemi

Propojení s ostatními galeriemi vysokoškolských institucí je dalším z bodů doporučení, který s sebou přináší několik možností. V rámci propojení s institucemi, které mají většinou totožné nebo velmi obdobné prostředí provozu, je dobré sdílet zkušenosti. Povědomí o existenci ostatních univerzitních galerií může přinášet také nové nápady na propojování a spolupráci studentů i pedagogů nebo snazší orientaci na scéně současného umění či designu.

4. Lokální a mezinárodních sítě

Pro propojení na národní i mezinárodní úrovni lze využít asociací, sítí či databází, které organizují setkání, vzdělávací aktivity a informují o současných trendech či možnostech. Na lokální úrovni můžeme jmenovat například Asociaci muzeí a galerií České republiky či českou odnož ICOM – tyto dvě organizace se věnují muzeím a galeriím u nás. Pro univerzitní či akademické galerie a muzea jsou určeny sítě UMAC, UNIVERSEUM, či AAMG, které jsou popsány výše v této práci. Univerzitním galeriím specificky se věnuje platforma UNIG, která vznikla na

základě projektu k této dizertační práci. Mezinárodní asociace NE-MO přináší taktéž novinky z oblasti světových galerií a muzeí.

5. Internacionalizace

Prohlubující se globalizace přispívá k internacionalizaci vysokých škol nejen v České republice. Tento trend je dobré následovat i v rámci univerzitních galerií a již výše zmíněných mezinárodních aktivit. K prohlubování mezinárodních projektů a spoluprací lze využít programy Visegrádských fondů, ERASMUS + strategických partnerství, Kreativní Evropy či Horizont 2020. V rámci tzv. „domácí internacionalizace“, která v podstatě pracuje se zahraničními lidmi a návštěvníky na lokální úrovni, je dobré myslet na psaní a publikaci informací a textů v angličtině. Vhodné je mít alespoň anotace na sociálních sítích se základními informacemi v angličtině, případně v místě konání výstavy či programu možnost bilinguálních textů.

ZÁVĚR

Přínos oborové praxi a výzkumu

Tématu univerzitních galerií se akademické výzkumy u nás zatím téměř nedotýkaly. Přitom jako specifická část univerzitních muzeí nabízejí obrovský potenciál ve výzkumu uměleckém, sociálním, marketingovém či pedagogickém. Fenomén „univerzitní galerie“ nabízí otázky, které mohou být zkoumány nejen na akademické půdě.

Téma lze vhodně rozvíjet na základě podpory lokálních zdrojů jako TAČR (Technická agentura České republiky) či GAČR (Grantová agentura České republiky), Ministerstva kultury a dalších. Vzhledem k mezinárodnímu přesahu téma aspiruje na mezinárodní výzkum, který by mohl být podpořen a aplikován v rámci projektů jako Horizont 2020 či kulturních evropských programů typu ERASMUS+, Kreativní Evropa, Visegrádský fond, Norské fondy a jiné.

Dizertační práce nabízí propedeutickou studii prostředí univerzitních galerií na území České republiky s přesahem do centrální a východní Evropy. Představuje základní terminologii a typologii těchto institucí a rozebírá přístupy managementu, práce s publikem či možnosti mezinárodní spolupráce a jejich přínosy a dopady na univerzitní prostředí.

V rámci projektové části práce byla vytvořena první online databáze univerzitních galerií v Česku, která může být nadále obohacena o ostatní univerzitní galerie v rámci Evropy, které do ní mají volný přístup. Univerzitním galeriím se nenabízí pouze webová platforma, ale také využití získaných poznatků a výsledků, které mohou být aplikovány do prostředí univerzitních galerií i dalších kulturních organizací.

Nabízí se zde také možnost spolupráce univerzitních galerií s dalšími externími partnery jako jsou města, kraje, centrály cestovního ruchu a informační centra, která mohou pomocí propagace a komunikace univerzitních galerií rozšířit své kulturní portfolio, nabídnout občanům i turistům rozmanitější služby v kreativních průmyslech a pomoci decentralizovat a následně propojit turismus i kulturu z nejnavštěvovanějších památek v dané lokalitě.

Výsledky a výstupy této práce mohou být uplatňovány také v rámci aplikace do studijních plánů oborů jako je kulturní management, arts management nebo mediální komunikace, které mají k dispozici univerzitní galerii a výuku s ní mohou intenzivněji propojit a rozvíjet.

Informace mohou být nápomocné také zřizujícím univerzitám a jejich mezinárodním oddělením, která tak jejich prostřednictvím mohou navazovat další mezinárodní strategická partnerství a zefektivňovat pozici univerzity v rámci internacionalizace.

V neposlední řadě je velký důraz kladen na uvědomění si důležitosti univerzitních galerií jako nedílné součásti strategií třetí role univerzity.

Navazování mezinárodních kontaktů je dobré k dalšímu zefektivnění mezinárodní výuky, prostřednictvím univerzitních galerií se mohou angažovaní umělci, kurátoři,

výzkumníci či další osobnosti zapojit do formálního i neformálního vyučování, vést blokové výuky či přednášky z jejich prostředí.

Informace získané v rámci teoretické výuky pak mohou být aplikovány v prostředí univerzitních galerií jako v povětšinou prvních umělecky zaměřených institucích, se kterými přijdou studenti v rámci praxe do kontaktu.

Shrnutí

Dizertační práce pojednává o fenoménu univerzitních galerií specificky zaměřených na prezentaci a práci s uměním. Jde o první práci svého druhu v takovémto rozsahu. Mapuje danou tematiku primárně v českém prostředí, částečně se však dotýká i evropských jevů. Může a měla by se stát podkladem, který poslouží dalším vědcům a vědkyním k tomu, aby se univerzitní galerie více zviditelnily, aby se o nich začalo mluvit a aby si především akademická půda i široká veřejnost začala intenzivněji uvědomovat potenciál a přínosy těchto institucí.

Univerzitní galerie jsou ideální platformou, která umožňuje propojovat akademickou sféru s veřejností, sdružuje obory a zefektivňuje mezioborovou spolupráci. Jde o skvělý marketingový i komunikační nástroj, který má kromě naplňování třetí role univerzit potenciál rozvíjet jejich studenty, zaměstnance i ostatní „stakeholdery“. Přináší své lokalitě alternativní kulturní vyžití a rozvoj kreativních průmyslů. Je kanálem, který mohou využívat nejenom samotné univerzity, ale také města, kraje či ostatní kulturní organizace. Univerzitní galerie jsou fenoménem, který si zaslouží obrovskou pozornost a zkvalitňování svého působení.

Tato dizertační práce zmapovala české prostředí univerzitních galerií, definovala základní teorii a věnovala se potenciální možnosti využití a přesahů mezinárodní spolupráce, která je velmi důležitým elementem a tématem současnosti. V rámci práce vznikla první online databáze, která může posloužit nejen českému ale i celoevropskému prostředí jako základ k budování společné sítě či mezinárodní instituce, pomůže zintenzivňovat komunikaci mezi jednotlivými univerzitami a přinášet nové trendy a příklady dobré praxe z tohoto oboru.

Je velmi důležité, aby se tato platforma nadále vyvíjela a aktivně komunikovala a pracovala na výše navržených aktivitách a budování struktur. I přesto, že existují jisté limity její udržitelnosti v rámci finančních a personálních prostředků, už teď si našla platforma své vlastní příznivce, kteří mají zájem nadále se podílet na jejím vývoji a fungování. Je důležité ostatní motivovat a setrvat v usilovné práci.

Můj osobní přístup spočívá v tom, že se více otevřelo a přiblížilo téma fenoménu univerzitní galerie nejenom prací na výzkumu, ale také prezentací průběžných výsledků na mezinárodních konferencích.

Věřím, že je třeba univerzitní galerie dostat do podvědomí široké veřejnosti jako místa pro umění i design otevřená novým možnostem. Zařadit je na seznamy úspěšných a kvalitních kulturních a vzdělávacích institucí, aby se předešlo jevu, že nálepka „univerzitní“ slouží jako synonymum slova tréninková či amatérská.

Vytvořením potenciální mezinárodní sítě a intenzivnějším propojováním se individuální galerie stanou silnějšími a mohou mít lepší pozici pro vyjednávání s dalšími „stakeholdery“ a zainteresovanými stranami.

Univerzitní galerie by měly sledovat současné trendy muzejnictví a galerijní činnosti, pracovat se svými návštěvníky jako středobodem jejich existence. Neměly by se bát experimentovat – s alternativní otevírací dobou, novými technologiemi, výtvarným obsahem.

Léta mého doktorského studia a intenzivní věnování se univerzitním galeriím byay těmi nejinspirativnějšími v rámci mého dosavadního osobního i profesního vývoje. Univerzitní galerie jsou u nás zatím možná ještě neobjeveným pokladem kulturních služeb. Díky výzkumu, rozhovorům a komunikaci s lidmi v tomto oboru ale pevně věřím, že jejich rozkvět teprve přijde.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

BARRETT, Jennifer. *Museums and the public sphere*. Malden, MA, USA: Wiley-Blackwell, 2011. ISBN 978-140-5173-834.

BAVERSTOCK, Alison. *How to Get a Job in a Museum or Art Gallery*. Londýn: Bloomsbury Publishing, 2010. ISBN 9781408193594.

BEDNÁŘ Pavel, Markéta DUBOVÁ, Marcel KRAUS, Petr NÁVRAT, Eva ŽÁKOVÁ. *Metodika mapování kulturních a kreativních průmyslů na lokální a regionální úrovni ČR*. Praha: Institut umění, 2016. ISBN 978-80-7008-372-7.

BENEŠ, Josef. *Muzeum a výchova*. Praha: Ústav pro informace a řízení v kultuře, 1980. Problémy sbírkové evidence; sv. 2. ISBN neuvedeno.

BOURDIEU, P. *The Forms of Capital*. In: *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*. Ed. John C. Richardson, 241–258. New York: Greenwood press, 1986. ISBN 978-0313235290

BOURDIEU, Pierre. *Love of Art: European Art Museums and their Public*. New Ed edition (25 Mar. 1997). Polity, 1997. ISBN 978-0745619149.

BLACK, Graham. *The engaging museum: developing museums for visitor involvement*. New York: Routledge, 2005. ISBN 978-0-415-34556-9.

ČESKÁ REPUBLIKA. *Zákon o ochraně sbírek muzejní povahy*. In: Sbíрка zákonů, 2000, 122/2000 Sb.

DANIŠOVÁ, Romana. *Management univerzitních galerií*. Zlín: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, 2019. Diplomová práce. Vedoucí práce Josef Kocourek.

ESTALELLA, Adolfo a Tomas Sanchez CRIADO. *Experimental collaborations: ethnography through fieldwork devices*. New York: Berghahn Books, [2018]. ISBN 978-1-78533-853-3.

GARTNEROVÁ, Eva. *Přístup k návštěvníkům univerzitních galerií a udržitelnost jejich zapojení. Nenávratné stopy: tradice a udržitelnost jako roční téma galerie G18 = Irreversible traces: tradition and sustainability as the annual theme of the G18 Gallery*. Zlín: Univerzita Tomáše Bati, Fakulta multimediálních komunikací, 2019, 225–241. ISBN 978-80-7454-870-3.

HABERMAS, Jürgen. *The structural transformation of the public sphere: an inquiry into a category of bourgeois society*. Cambridge, Mass.: MIT Press, 1989. ISBN 9780262081801.

HABERMAS, Jürgen. *Strukturální přeměna veřejnosti: zkoumání jedné kategorie občanské společnosti*. Praha: Filosofia, 2000. Morální a politická filosofie. ISBN 80-700-7134-6.

HAGENER, Malte. *Moving forward, looking back: the European avant-garde and the invention of film culture, 1919-1939*. Amsterdam: Amsterdam University Press, 2007. ISBN 9789053569610.

HAMPEL, Annika. *Fair cooperation: a new paradigm for cultural diplomacy and arts management*. Bruxelles: P.I.E. Peter Lang, [2017]. ISBN 978-2-8076-0469-8.

HASKELL, Francis. *The Ephemeral Museum: Old Master Paintings and the Rise of the Art Exhibition*. Yale: Yale University Press, 2000. ISBN 9780300085341.

HOOPER-GREENHILL, Eilean. *Museums and Education: purpose, pedagogy, performance*. London: Routledge, 2007, 231 s. ISBN 0415379350

HORÁČEK, Radek. *Galerijní animace a zprostředkování umění: poslání, možnosti a podoby seznamování veřejnosti se soudobým výtvarným uměním prostřednictvím aktivizujících programů na výstavách*. Brno: CERM, 1998. ISBN 80-7204-084-7.

JIROUTOVÁ, Jana. *Muzejní a galerijní pedagogika pohledem zahraničních odborníků*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2014. ISBN 978-80-244-4195-5.

KESNER, Ladislav. *Marketing a management muzeí a památek*. Praha: Grada, 2005. Expert (Grada). ISBN 80-247-1104-4.

KESNER, Ladislav. *Muzeum umění v digitální době: vnímání obrazů a prožitek umění v soudobé společnosti*. Praha: Národní galerie v Praze, 2000. ISBN 978-80-7203-252-5.

KOTLER, Neil, KOTLER Philip, KOTLER Wendy. *Museum marketing and strategy: Designing missions, building audiences, generating revenue and resources*. New Jersey: John Wiley & Sons, 2008, 544 s. ISBN 0470370394

KOTTOVÁ, Karina. *Instituce a divák*. Praha: Display, 2019. ISBN 97880-906381-8-1.

KOZEL, Roman, Lenka MYNÁŘOVÁ a Hana SVOBODOVÁ. *Moderní metody a techniky marketingového výzkumu*. Praha: Grada, 2011. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-3527-6.

KROUPA, Jiří. *Metodologie dějin umění*. Brno: Masarykova univerzita, 2010. ISBN 978-80-210-5315-1.

KUČERA, Jakub. *Od veřejného muzea umění k malé nekomerční galerii*. Praha: Univerzita Karlova, Fakulta humanitních studií. Vedoucí práce Jaroslav J. Alt.

LOURENÇO, Marta. *Between two worlds: The distinct nature and contemporary significance of university museums and collections in Europe*. Lisabon, Portugalsko, 2005. Dizertační práce. University of Lisboa.

MACHKOVÁ, Hana. *Mezinárodní marketing: nové trendy a reflexe změn ve světě*. 3., aktualiz. a přeprac. vyd. Praha: Grada, 2009. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-2986-2.

MALDONADO, Eduardo a Simon YANNAS. *Environmentally Friendly Cities: Proceedings of Plea 1998*. Portugal: Routledge, 1998. ISBN 9781873936818.

MIRZOEFF, Nicholas. *Jak vidět svět*. Přeložila Andrea PRŮCHOVÁ HRŮZOVÁ a Jan J. ŠKROB. Praha: ArtMap, 2018. ISBN 978-80-906-5995-7.

NOORDEGRAAF, Julia. *Strategies of display: museum presentation in nineteenth- and twentieth-century visual culture*. Rotterdam: NAi Publishers, 2004. ISBN 9789056623784.

O'DOHERTY, Brian. *Uvnitř bílé krychle: ideologie galerijního prostoru*. Praha: tranzit.cz, 2014. Navigace. ISBN 9788087259306.

OCHRANA, František, Michal PLAČEK, Milan PŮČEK a Antonín ŠIMČÍK. *Management a hospodaření muzeí*. Praha: Karolinum, 2018. ISBN 978-80-246-3638-2.

RANCIÈRE, Jacques. *The emancipated spectator*. London: Verso, 2011. ISBN 9781844677610.

SEDLÁČKOVÁ, Helena a Karel BUCHTA. *Strategická analýza*. 2., přeprac. a dopl. vyd. Praha: C. H. Beck, 2006. C. H. Beck pro praxi. ISBN 80-717-9367-1.

SIMON, Nina. *Participatory museum*. US: Museum 2.0, 2010. ISBN 978-0615346502.

SRŠŇOVÁ, Lenka. *Eventový management v prostředí univerzitních galerií*. Zlín: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, 2019. Diplomová práce. Vedoucí práce Martina Juříková.

STUHLÍKOVÁ, Alice. *Profese galerijního pedagoga*. Brno, 2012. Dizertační práce. Masarykova univerzita, Pedagogická fakulta, katedra výtvarné výchovy. Vedoucí dizertační práce Radek Horáček. 173 s. a 9 s. příl.

SÝKOROVÁ, Lenka. *Nezávislé kurátorství ve volném čase: nezávislý kurátor a umělec-kurátor na české vizuální scéně 2000–2016 = Independent curating as a leisure activity : an independent curator and artist-curator on the Czech visual art scene in 2000-2016*. Přeložila Zuzana DUSSEL JURGENS. Ústí nad Labem: Fakulta umění a designu Univerzity Jana Evangelisty Purkyně, 2016. ISBN 978-80-7561-028-7.

SWANBORN, P. G. *Case study research: what, why and how?*. Los Angeles: SAGE, 2010. ISBN 978-1-84920-611-2.

ŠOBÁŇOVÁ, Petra. *Vzdělávací obsah v muzejní edukaci*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2015. ISBN 978-80-244-4625-7.

ŠTRBOVÁ, Denisa. *Kulturní dědictví: návod k (pou)žití*. Praha: Institut umění – Divadelní ústav, 2019. ISBN 978-80-7008-412-0.

TAYLOR, Jeffrey. *Visual arts management: a new paradigm for cultural diplomacy and arts management*. New York: Routledge, 2018. ISBN 978-1-138-68470-6.

TKÁČ, Vladimír. *Výkladový slovník termínů z výzkumu vztahu muzea a publika*. In TKÁČ, Vladimír (ed.). *Muzeum a publikum*. Sborník ze semináře/Museum and public. Seminar proceedings. Opava: Slezské muzeum Opava, 1990, s. 37–66.

TOMEŠKOVÁ, Kateřina. *Otevřená klenotnice poznávání: didaktické analýzy edukačních programů Muzea Komenského v Přerově*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2015. ISBN 978-80-244-4622-6.

VELCOVSKÁ, Eva. *Muzeum a návštěvník*. Brno: Masarykova univerzita, 2010. Magisterská diplomová práce. Masarykova univerzita.

WRIGHT, Stephen. *Toward a Lexicon of Usership*. Eindhoven: Van Abbemuseum Bilderdijkstraan 10 5611 NH Eindhoven, NL, 2013. ISBN 978-94-90757-14-4.

ONLINE:

AUDIENCE ENGAGEMENT: How Museums Learned to Love their Visitors. *Museum ID* [online]. 2016, [cit. 2020-01-02]. Dostupné z: <https://museum-id.com/audience-engagement-how-museums-learned-to-love-their-visitors-by-adam-rozan/>

ARONSSON, Peter, Gabriella ELGENIUS. *Building National Museums in Europe 1750-2010. Linköpings universitet: Linköping University Electronic Press.[online]. 30. 9. 2011 [cit. 2020-01-15]. Dostupné z: <http://www.ep.liu.se/ecp/contents.asp?issue=064&volume=>*

Art and visual culture: Medieval to modern: Habermas and the public sphere. The open university [online]. OpenLearn, ©1999–2019 [cit. 2019-09-19]. Dostupné z: <https://www.open.edu/openlearn/history-the-arts/art-and-visual-culture-medieval-modern/content-section-2.3.3>

BISHOP, Claire. *The Social Turn: COLLABORATION AND ITS DISCONTENTS*. In: *Art International 2006* [online]. -: -, 2006, s. 17 [cit. 2020-06-21]. ISBN -. ISSN -. Dostupné z: <https://artasprocessfa2011.files.wordpress.com/2011/09/claire-bishop-the-social-turn-collaboration-and-its-discontents.pdf>

Boston Review: The Rise of the University Museum [online]. Boston: Boston Review, ©1993–2019 [cit. 2019-05-13]. Dostupné z: <http://bostonreview.net/arts-culture/alana-shilling-janoff-university-art-museums>

Galerie UM. *UMPRUM* [online]. Praha: UMPRUM, ©2019 [cit. 2019-07-10]. Dostupné z: <https://www.umprum.cz/web/cs/galerie-um>

G18 [online]. Zlín: G18, ©2019 [cit. 2019-07-10]. Dostupné z: www.g18.cz

Galerie FAVU. *Vysoké učení technické v Brně* [online]. Brno: Vysoké učení technické v Brně, ©2019 [cit. 2019-07-10]. Dostupné z: <https://ffa.vutbr.cz/edit/tvurci-cinnost/galerie/favu>

Historie regionálních galerií. In: *CITeM (Centrum pro informační technologie v muzejnictví)* [online]. CITeM: CITeM, ©2005–2018 [cit. 2019-07-10]. Dostupné z: <http://www.citem.cz/promus11/HistorieRegGal.htm>

History of Art Museums. *History of Museums* [online]. ©2019 [cit. 2019-07-10]. Dostupné z: <http://www.historyofmuseums.com/museum-history/history-of-art-museums/>

How Museums and Galleries Can Help Us Unwind?. *Cultural Partnership* [online]. British Council: EU-Eastern Partnership Culture and Creativity

Programme 2015–2018, 2018 [cit. 2019-07-10]. Dostupné z:
<https://www.culturepartnership.eu/en/article/museums-and-stress>

ICOM [online]. ICOM, ©2019 [cit. 2019-04-29]. Dostupné z:
<https://icom.museum/en/activities/standards-guidelines/museum-definition/>

Is internationalisation creating inequality in higher education?. In: *University world news* [online]. University World News: University World News, ©2019 [cit. 2019-07-10]. Dostupné z:
<https://www.universityworldnews.com/post.php?story=20190109100925536>

Inside the White Cube: The Ideology of the Gallery Space. Garagemca [online]. Garage Museum of Contemporary Art: Garage Museum of Contemporary Art, ©2020 [cit. 2020-01-04]. Dostupné z: <https://garagemca.org/en/publishing/brian-o-doherty-inside-the-white-cube-the-ideology-of-the-gallery-space>

Jak poznat vaše publikum. In: *Kreativní Česko* [online]. Praha: IDU, ©2020 [cit. 2020-02-22]. Dostupné z: <https://www.kreativnicesko.cz/clanky/jak-poznat-vase-publikum>

Lucie JAGOŠOVÁ, Otakar KIRSCH a kol. Muzejní profese a veřejnost 1 Nástin historie a současnosti vzájemných vztahů muzeí a jejich publika [online]. Brno: Masarykova univerzita, Filozofická fakulta, Ústav archeologie a muzeologie, ©2016 [cit. 2020-01-02]. ISBN 978-80-210-8432-2. Dostupné z:
https://www.academia.edu/31173084/Muzejn%C3%AD_profese_a_ve%C5%99ejnost_1._N%C3%A1stin_historie_a_sou%C4%8Dasnosti_vz%C3%A1jemn%C3%BDch_vztah%C5%AF_muze%C3%AD_a_jejich_publika_Museum_professions_and_the_public_1._The_outline_of_history_and_present_of_mutual_relationships_between_museums_and_their_audience

LAURENCO, Marta. Defining the UNIVERSITY MUSEUM today: Between ICOM and the ‘third mission’. In: *UMAC ICOM* [online]©2019 [cit. 2019-07-10]. Dostupné z: <http://umac.icom.museum/defining-the-university-museum-today-between-icom-and-the-third-mission/>

LEWIS, Geoffrey. Running a museum: A practical handbok. ©2004, online, [cit. 2. 3. 2019], Dostupné z: <https://bit.ly/2F2znGr>

Management Mania [online]. Praha: Managementmania.com, ©2011–2016 [cit. 2019-04-03]. Dostupné z: <https://managementmania.com/cs/dotaznik>

Mc-galerie. [online]. Praha: 2008 [cit. 2019-01-28]. Dostupné z:
<http://www.mc-galerie.cz/o-nas/co-je-galerie/>

Metodologie: Triang. Web FTVS Karlovy univerzity v Praze [online]. Praha: FTVS CUNI, ©1997 [cit. 2019-04-03]. Dostupné z: <http://web.ftvs.cuni.cz/hendl/metodologie/triang.htm>

Museum definition. ICOM MUSEUM [online] ICOM, ©2019 [cit. 2019-08-13]. Dostupné z: <https://icom.museum/en/activities/standards-guidelines/museum-definition/>

NIPOS - Národní informační a poradenské středisko pro kulturu [online]. [cit. 2019-07-10]. Dostupné z: <https://www.nipos-mk.cz/?cat=54>

OECD (2001), *Managing University Museums*, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/9789264194984-en>.

OLŠOVSKÝ, Jaromír. *Galerie a muzea umění*. In: *Vademecum muzeologie* [online]. 2014 [cit. 2019-07-10]. Dostupné z: <http://vademecum.fpf.slu.cz/?p=52>

O nás. *Dům umění Ústí nad Labem* [online]. Ústí nad Labem: DUUL, ©2019 [cit. 2019-07-10]. Dostupné z: <https://duul.cz/o-nas/dum-umeni-usti-nad-labem-fakulty-umeni-a-designu-univerzity-jana-evangelisty-purkyne/>

Public space – Created in public space. *Public space* [online]. FAI-AR, IN SITU, ARTCENA, ©2019 [cit. 2019-12-04]. Dostupné z: <https://createinpublicspace.com/topic/public-space/>

PFEIFFER KOTTOVÁ, Karina. *Institucionální avantgarda*. In: *Sešit pro umění, teorii a příbuzné zóny 15/2013* [online]. Praha: Vědecko-výzkumné pracoviště AVU., 2013, 59–84 [cit. 2020-01-05]. ISBN -. ISSN -. Dostupné z: http://vvp.avu.cz/wp-content/uploads/2014/08/Sesit_15_2013_Kottoval.pdf

Princeton University Art Museum. [online]. Princeton, NJ 08544: Princeton University Art Museum Princeton, ©2019 [cit. 2019-07-10]. Dostupné z: <https://artmuseum.princeton.edu/>

RODINI, Dr. Elizabeth. A brief history of the art museum. In: *Khan Academy* [online]. Khan Academy: Khan Academy, ©2019 [cit. 2019-07-10]. Dostupné z: <https://www.khanacademy.org/humanities/art-history-basics/beginners-art-history/a/a-brief-history-of-the-art-museum-edit>

Curatorial dictionary. *Tranzit* [online]. -: -, ©2019 [cit. 2019-12-21]. Dostupné z: <http://tranzit.org/curatorialdictionary/index.php/dictionary/white-cube/>

The Art of Relevance. *Good Reads* [online]. -: Goodreads, ©2020 [cit. 2020-02-23]. Dostupné z: <https://www.goodreads.com/book/show/30688264-the-art-of-relevance>

UMAC: International council of museums committee for university museums and collections [online]. ©2019 [cit. 2019-07-23]. Dostupné z: <http://umac.icom.museum/>

Universeum Statutes. *Universeum Network* [online]. UNIVERSEUM European Academic Heritage Network, ©2018 [cit. 2019-07-10]. Dostupné z: https://www.universeum-network.eu/docs/doc/UniverseumStatutes_EN.pdf

Zenobia R. Kozak, PhD. The Role of University Museums and Heritage in the 21st Century. *The museum review* [online]. 2016, 2016, 2016(1), 5 [cit. 2019-04-10]. Dostupné z: <http://articles.themuseumreview.org/vol1no1kozak>

SEZNAM OBRÁZKŮ

<i>Obrázek 1 Přehled zaměření univerzitních muzeí a galerií, zdroj: UMAC, 2019</i>	29
<i>Obrázek 2 Schéma práce, zdroj: vlastní</i>	66
<i>Obrázek 3 Grand Prix v galerii G18, zdroj: galerie G18</i>	86
<i>Obrázek 4 Floristický workshop, zdroj: galerie G18</i>	88
<i>Obrázek 5 Průzkumy tradice, zdroj: galerie G18</i>	89
<i>Obrázek 6 Komentovaná prohlídka, zdroj: galerie G18</i>	89
<i>Obrázek 7 Neviditelné vzory, zdroj: galerie</i>	90
<i>Obrázek 8 Kafe s kurátorem, zdroj: galerie G18</i>	92
<i>Obrázek 9 Věk respondentů, zdroj: vlastní</i>	95
<i>Obrázek 10 Muzea a galerie, zdroj: vlastní</i>	95
<i>Obrázek 11 Povědomí o univerzitních galeriích, zdroj: vlastní</i>	96
<i>Obrázek 12 Aktivity zdroj: vlastní</i>	97
<i>Obrázek 13 Návštěvnost, zdroj: vlastní</i>	98
<i>Obrázek 14 Přínosy univerzitních galerií, zdroj: vlastní</i>	100
<i>Obrázek 15 Návštěvnost galerií studenty, zdroj: vlastní</i>	Chyba! Záložka není definována.
<i>Obrázek 16 Aktivity, zdroj: vlastní</i>	107
<i>Obrázek 17 Inspirativní univerzitní galerie, zdroj: vlastní</i>	107
<i>Obrázek 18 Swot analýza, zdroj: vlastní</i>	121
<i>Obrázek 19 Print screen webové stránky, zdroj: vlastní</i>	126
<i>Obrázek 20 Print screen webové stránky, zdroj: vlastní</i>	129
<i>Obrázek 21 Print screen webové stránky, zdroj: vlastní</i>	130

SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK

UTB	Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
UMPRUM	Vysoká uměleckoprůmyslová škola v Praze
FAVU	Fakulta výtvarných umění
VUT	Vysoké učení technické
FMK	Fakulta multimediálních komunikací
UMAC	International Council Of Museums Committee For University Museums And Collections
ICOM	International council of museums
AAMG	Association of Academic Museums and Galleries
VŠVU	Vysoká škola výtvarných umění v Bratislavě
UJEP	Univerzita Jana Evangelisty Purkyně v Ústí nad Labem
FMK	Fakulta multimediálních komunikací UTB

PŘÍLOHA I: ZÁVĚRY DIPLOMOVÝCH PRACÍ

V rámci datové triangulace zde bude představen výzkum absolventky Romany Danišové, která se pod vedením Mgr. Josefa Kocourka, PhD. a ve spolupráci a na základě zadání konzultantky její práce Mgr. Evy Gartnerové zabývala managementem univerzitních galerií. Celá práce je součástí přílohy 2. Jejími respondenty, stejně jako u kolegyně Sršňové, se kterými realizovala polostrukturované rozhovory, byly tyto české a slovenské univerzitní galerie:

Galerie FX v Banské Bystrici – Akademie umění

Galéria Médium v Bratislavě – Vysoká škola výtvarných umění

Galerie FAVU v Brně – Fakulta výtvarných umění Vysoké Učení Technické (dále jen VUT)

Galerie 209 – Fakulta výtvarných umění VUT

Galerie UM – Vysoká škola uměleckoprůmyslová v Praze

Galerie NIKA – Vysoká škola uměleckoprůmyslová v Praze

Galerie 207 – Vysoká škola uměleckoprůmyslová v Praze

Galerie H2 – Vysoká škola uměleckoprůmyslová v Praze

Hierarchia v univerzitných galériách

V prvej časti sa autorka pýtala na zloženie tímu priamo zodpovedného za chod galérie. Z hľadiska zodpovedných členov sa však nedala vylúčiť aj skupina ľudí, ktorá rozhodovala o výstavnom obsahu v galérii. Tu sa totiž odpovede líšia. Autorka robila rozhovory zväčša s osobami označenými ako produkčný/á, referentka výstavného oddelenia, no v jednom z prípadov to bol samotný študent či kurátor alebo aj samotný prodekan fakulty výtvarných umení v tomto prípade z Banskej Bystrice. Práve z dôvodu takejto diverzity sa autorka rozhodla opísať hierarchické zloženie každej galerijnej univerzity jednotlivo. Úloha produkčného je ako sa javí najviac komplexná, kde sa zodpovedná osoba stará o komunikáciu s vystavujúcim, o zariadenie ľudí na inštaláciu, o technické záležitosti, má prehľad o možnostiach z hľadiska bezpečnosti, je zodpovedná za otváraciu dobu, zabezpečenie chodu galérie, zaistenie kustódov na stráženie výstavy, poskytuje materiály potrebné k inštalácii pre vystavujúcich, je zodpovedná za riešenie transportu apod.

Takýto model predstavovala zlínska galéria G18, kde bola priamo zodpovedná za chod galérie dvojica produkčná a kurátorka. Výstavný obsah je však schvaľovaný galerijnou radou, kde sú pedagógovia jednotlivých umeleckých oborov, dekan, kurátori (externí a interní), supervízory. Občas sa však v galérii nárazovo vytvoria aj recipročné výstavy, prispôbené určitej téme.

Galéria Fx v Banskej Bystrici je pod vedením prodekana fakulty výtvarných umení so svojim asistentom. V rámci technického tímu je využívaný študent sochy, ktorý je architektom pri inštaláciách, aby presne určil ako bude výstava umiestnená a ako sa z technických zásad v tomto priestore musí inštalovať. Priestor je strážený kustódkami. Priestor tejto galérie je špecifický práve preto, že sa nachádza v zasklenom foajé budovy a nepotrebuje veľa zamestnancov aj kvôli svojim veľkým rozmerom. Galerijná rada však taktiež rozhoduje o výstavnom pláne, ktorý prodekan neskôr koordinuje a jeho asistent rieši správu žiadostí.

Galéria Medium v Bratislave má vo vedúcej osobe zastúpenie hneď niekoľkých funkcií, t.j. grantovú manažérku, PR a event manažérku, grafičku a koordinátorku. Má však aj dvoch kustódov, kde jeden má prispôbené funkcie na asistenta. V tomto subjekte veľmi výrazne figuruje galerijná rada taktiež, ktorá sa po dvoch rokoch vždy mení a je zložená z piatich členov, ktorí rozhodujú o výstavných dielach, či sú to školské projekty, etablovaní umelci alebo kurátorské projekty. Brnianske galerijne univerzity majú dva typy vedenia.

V prípade galérie FAVU ide o produkčnú spolu s dvomi kurátormi, kde jeden bude zameraný na produkciu a druhý na výber umenia. Galerijná rada ako v predošlých prípadoch ovplyvňuje výstavný obsah galérie. V tomto prípade ide o šesťčlennú skupinu ľudí, ktorí z cca tridsať prihlásených projektov vyberajú sedem.

V prípade druhej brnianskej univerzitnej galérie 209 ide hlavne o ateliérovú angažovanosť. Kurátor dohliada na výstavný program, no študenti ho tvoria. Prebiehalo to však aj tak, že sa tvorili kurátorské tímy študentov, ktorí korigovali umelcov a mali na starosti celú galériu. Ide o prístup, ktorým sa študentom čo najviac ponúkne možnosť zistiť v praxi ako prebieha vedenie galérie ako aj samotné

kurátorstvo. Postupne sa z hľadiska účinnosti prispôbovali tímy tak, aby sa každá funkcia zameriavala na niečo iné, či už išlo o fotografiu, kurátorstvo, grafiku a pod. Pražská UMPRUM a jej galerijné projekty sa tiež líšia vo svojom hierarchickom obsadení. Pri galérii UM sa o chod galérie stará prorektor pre vonkajšie vzťahy pre medzinárodnú spoluprácu, ktorý ma na starosť výstavnú činnosť a produkčná úloha referentky výstavného umenia. Dozor sa využíva cez dohodu o pracovnej činnosti. Výstavný program sa naplňa na základe zvolania odbornej rady, kde je komisia zložená z odborníkov a pedagógov školy z piatich katedier (architektúra, grafika, voľné umenie, teória umenia a užité umenie).

Galéria 207 nedisponuje vlastným priestorom, je v interiéri ateliéru a je pod vedením kurátora, bývalého absolventa ateliéru intermediálnej komunikácie v rámci UMPRUM v Prahe. Jeho galerijný tím je zložený zo študentov rôznych oborov ako napr. fotografia, animácia architektúra, grafický design a pod. V tomto prípade ovplyvňuje výstavný obsah najmä kurátor a zároveň aj vedúci galérie.

Galéria H2 je celkom študentský projekt. Je pod vedením študentov teórie moderného umenia dejín umenia, ktorí sa starajú o kurátorstvo a taktiež spolužiaci zastávajúci ďalšie funkcie ako PR a sociálne siete, grafika alebo produkcia. Výstavný obsah je volený dvomi kurátormi – študentami, ktorí s vystavujúcimi naďalej komunikujú. Galerijná rada teda v rámci UMPRUM funguje iba pre galériu UM. Autorka z týchto poznatkov vyvodila, že na bezprostredné vedenie univerzitnej galérie zväčša nie je potrebné viac ako dvoch ľudí. Pri samotnom výbere výstavných diel a stanovovania programu zasahuje galerijná rada alebo kurátor, ktorý je väčšinou hlavnou zložkou aj vedenia galérie.

Financie a podpora univerzitných galérií

Univerzitné galérie zväčša čerpajú financie z projektov ministerstva školstva ako v prípade zlínskej univerzity G18, kde táto možnosť vznikla na základe akreditácie arts managementu. Ako sa utorka dozvedela, ambície na podávanie grantov rastie, avšak napríklad grant z ministerstva kultúry nebol možný, keďže projekt musí byť zabehnutý aspoň rok a pol, čo nebolo v tomto prípade naplnené. Mimo finančnej podpory však galériu podporuje mesto Zlín, nadácia VIVA a z mediálnej podpory je to napríklad Czechdesign alebo galerijný tourmap pod záštitou spoločnosti Kabinet T, ktorý je akýmsi partnerom galérie a zverejňuje akcie a informácie o galérii. Cieľia primárne na študentov, kým sa stane priestor viac známy a neskôr budú cieľiť aj na širokú verejnosť. Spomenutých partnerov galéria komunikuje zverejnením loga na webových stránkach a tlačovinách. Rozpočet na jednotlivé výstavy sa pohybuje v cenách okolo 30 000 českých korún pre kurátora, ktorý danú výstavu zostavuje. Z toho sa následne kurátorovi odrátava odmena a vystavujúci dostávajú honorár v rozmedzí 3–5 tisíc. Ak je potrebné dodatočne vyrobiť určité elementy alebo zabezpečiť materiál rieši to univerzita, ako aj náklady na tlač, vernisáž a pod. V rámci univerzity poistenie spadá na celý výstavný priestor, kde je samozrejmosť, že sú celoplošne poistení aj študenti, teda výstavy sa samostatne nepoistujú. V prípade veľmi cennej výstavy sa zabezpečia kustódi. Výnimkou je v tomto banskobystriická

galérie Fx, ktorá nie je financovaná a funguje skôr bez rozpočtu z občas uvoľnených peňazí rektora, t.j. peňazí, ktoré nie sú bezprostredne fakultné, na veci typu osvetlenie a iné technické záležitosti. V tomto prípade nebývajú finančne ohodnotení ani umelci a vystavujú na vlastné náklady. Na verejnosť galéria priveľmi nekomunikuje a nevyužíva podporu mediálnych partnerov z dôvodu slabej odozvy cieľovej skupiny.

Galéria Medium v Bratislave má školský finančný limit v rozmedzí 1500–2000 eur, ktorý je však často prekročený. Sú podporovaní aj Bratislavským samosprávnym krajom, ktorý poskytuje galérii granty. Ak by galéria chcela osloviť Ministerstvo školstva alebo kultúry potrebujú ako podklad k žiadosti konkrétny dôvod na získanie financií. Je potrebné to mať ošetrené dôvodom ako je napríklad výmena svetelného systému, oprava stien atď. Žiadna iná dlhodobá spolupráca čo sa týka partnerstva v prípade tejto galérie nefiguruje. Pokiaľ v galérii vystupujú českí umelci, podporu poskytuje České centrum prípadne iné zahraničné školy (napr. holandská škola, ak boli v priestoroch zahraniční umelci). Vystavujúci sú ohodnotení z poskytnutého grantu, no nie je to garantované. Umelci vystavujú na vlastné náklady v závislosti toho, či vytvárajú úplne nové diela alebo či už existujú a potrebujú príspevok iba na prípadné modifikácie. Grant, ktorý je vystavovateľovi poskytnutý je už podľa jeho uváženia využitý na výstavu alebo ako honorár. Poistenie taktiež spadá na celú galériu. Spravidla sa výstavy nepoistujú, no v galérii funguje kamerový systém a dozor.

Brnianska galéria FAVU zastrešuje aj financie pre galerijný projekt 209. Rozpočty spájajú grant mesta Brno v hodnote 70 000 českých korún a okrem toho dostáva vystavujúci 8000 na realizáciu výstavy. Z toho môže neskôr podľa vlastného uváženia čerpať na svoj honorár. Interné náklady ako napríklad grafika, produkcia, materiály a iné technické náležitosti má na starosti Fakulta Výtvarných umení. Priemerne je rozpočet jednej výstavy vo výške 15 000 českých korún. V rámci partnerstva uzatvorila galéria zmluvu s portálom ArtTalk, ktorý propaguje výtvarné umenie. Galéria poskytne podklady svojej hovorkyni, ktorá ich spracuje a na základe vlastného zoznamu novinárov a médií píšucich o výtvarnom umení ich rozposiela. Propagácia tiež funguje prostredníctvom odborov vonkajších vzťahov Vysokého učení technického. Médiá sú platené keďže relevantných nie je veľa. Logá sú viditeľné na plagátoch a pozvánkach, no nie sú na školskom webe. Vysoká škola má obecnú poisťku na svoj celkový chod, teda aj galériu. Galerijný projekt 209, ako už autorka spomínala, je viac špecifický a teda väčšina záležitostí je pokrytých z financií riešených galériou FAVU. Avšak poistenie na samotný priestor nie je zabezpečený, keďže to ani nie je celkom realizovateľné. Galéria sa nachádza na chodbe univerzitných priestorov, t.j. poistenie by bolo príliš vysoké.

Galéria UM v Prahe je financovaná školou, ktorá je financovaná ministerstvom školstva. Každoročne žiadajú o dotáciu hlavného mesta Praha, kde sa čiastky pravidelne menia. Študenti sa v tomto prípade usilujú o riešenie vlastných dotácií a sponzorov, ktorí sú ochotní zastrešiť náklady na výstavy alebo prispieť v určitom smere. Partneri okrem hl. mesta Praha sú aj mediálni, a to Radio 1, Radio Wave,

Czechdesign.cz, DesignCabinet.cz, GoOut a občasná dohoda s niektorými inštitúciami alebo firmami, ktoré môžu byť aj zahraničné. Ich logo je uvedené na webe a sú zmienení ako poďakovanie pri zahájení výstavy. Rozpočty na výstavy sú však rôznorodé, kedy sú niekedy veľmi nízkonákladové výstavy a v iných prípadoch sa financie rozdeľujú medzi výstavné materiály, grafické materiály, tlač, a pod. Pokiaľ je vystavujúci zároveň kurátor, čo je veľmi časté, je ohodnotený formou štipendia. Všeobecne však galéria poskytuje príspevok v hodnote 50 000 českých korún a v prípade väčšej náročnosti sa očakáva finančná participácia aj samotného umelca. Výstavný priestor je poistený pred požiarom, povodňami, krádežou a poškodením a pri veľmi drahých dielach dochádza k pripoisteniu. Galéria UM z finančného hľadiska rieši aj náklady smerujúce ku galérii 207. Rozpočet na výstavy sa tu však pohybuje iba v hodnotách 5000 českých korún, z čoho väčšinou honorár o výške 1000 putuje umelcovi. Rovnaké podmienky platia pre študentskú iniciatívu galerijného priestoru H2.

Autorka zhodnotila, že vo väčšine prípadov sú galérie financované rozpočtom univerzít a podporou mesta. Mnohokrát však dochádza k dodatočným žiadostiam o grant, keďže financie nie sú vždy dostačujúce, z čoho sa spravodlivo peniaze prerozdeľujú na všetky výdavky spojené s inštaláciou výstavy a taktiež na poskytnutie určitej odmeny umelcom. V niektorých prípadoch autorka zistila, že situácia s financiami nie je ideálna a teda dodatočné náklady putujú iba za vystavovateľom.

Produkčná náplň univerzitných galérií

V rámci internej komunikácie je osvedčeným portálom google drive alebo intranet, kde sa študentom rozposielajú informácie a rôzne pozvánky. Taktiež sa však najjednoduchšie a najefektívnejšie komunikuje cez sociálne siete a to či už interne alebo pre verejnosť v rámci propagácie. Najčastejšie sa na výber výstavných diel vyhlasujú open cally alebo verejné výzvy, do ktorých sa záujemci môžu prihlasovať a posilať svoje projekty. To sa však v niektorých prípadoch líši pri oslovených respondentoch, ako to autorka ďalej opíše.

V prípade zlínskej univerzity je aktuálny rok pilotným, teda na zahájenie boli zatiaľ zrealizované dve študentské výstavy, ktoré priestor otvorili a predstavili verejnosti. V súčasnosti však stála kurátorka vytvára list externých kurátorov, ktorých osloví a s nimi tvorí výstavný program, čím je teda aj zodpovedaná jedná z hlavných otázok výskumu, a to či galéria spolupracuje aj s inými kurátormi. Galéria chce do budúcnosti určite open cally vyhlasovať, no doposiaľ fungovali iba interne, teda to nebolo sprístupnené verejnosti. V zmysle vyhlasovania open callov funguje väčšina galerijných univerzít. Open call pre nich predstavuje základ, kde sa môžu prihlásiť mnohé obory, iné školy, odborná verejnosť, pedagógovia, doktorandi a aj zahraniční umelci. Výzva je vyhlásená v októbri a z prihlásených projektov neskôr galerijná rada alebo kurátor vyberá najzaujímavejšie projekty. Pokiaľ sú niektoré výstavy dopredu na rok stanovené, program sa o ne dopĺňa vo voľných mesiacoch. To platí najmä pre obdobie prázdnin a pod. Ak sú dohodnuté dlhodobé spolupráce, sú začlenené v programe.

Banskobystrická galéria Fx funguje na báze tvorby každej výstavy iným kurátorom. V galerijnej rade sú štyria teoretici, ktorí vyučujú dejiny umenia a sú teda aj garantmi rôznych výstav. Tu sa však tiež nedá vylúčiť fakt, že si umelci často vlastné výstavy aj kurátorsky vedú. Snažia sa najmä o to, aby boli výstavy vždy zaujímavé, netradičné a pôsobili „trendsettersky“, podľa slov Michala Murína, vedúceho galérie. Pokiaľ ide o galériu Medium, každá výstava je na osobnej preferencii vystavovateľa, teda či chce využiť kurátora alebo si túto kompetenciu vyskúšať sám. V tomto prípade napríklad vedenie navrhuje vystavujúcim aby využila pomoc kurátora, ktorý sa v tomto obore naozaj vzdeláva, aby študenti zistili, že je to o vzájomnom dialógu a môžu tak dostať iný uhol pohľadu na svoj koncept a akési usmernenie z teoretickej roviny.

Tento názor zdieľa aj galéria UM v Prahe, kde okrem toho, že môže byť kurátorom aj sám vystavujúci využíva sa pomoc kurátorov – študentov. Galérie, ktoré nefungujú na open calloch sú Galéria 207 a H2. Galéria 207 funguje ako teoreticky povinne voliteľný predmet pre študentov voľnej katedry, kde sa môžu realizovať, ale voliteľný je pre celú škálu oborov na škole. Galerijný tím má zostavený zo študentov rôznych oborov, ktorý sa stanovuje na začiatku semestra. Výber diel tu spadá pod kurátora Petra Krátkeho, ktorý galériu vedie a občas sa o názor delí s tímom. Tu na základe stanoveného listu umelcov vystavuje raz etablovaný autor a raz študent ateliéru. Pôvodne fungoval koncept aj tak, že na základe pozvania kmeňového

kurátora zostavoval program pozvaný externý kurátor. Momentálne však galéria funguje na zmienenom jednom kurátorovi.

Galéria H2 je vedená dvomi kurátormi študentami, ktorí tiež vyberajú vystavujúcich zo svojich skúseností a prehľadu namiesto open callu. V budúcnosti chcú spolupracovať s externým kurátorom, ktorému iba prenechajú priestor. Čo sa týka inštalačného tímu, je to vždy pomoc spolužiakov a rôznych študentov či dobrovoľníkov, ktorí pomáhajú výstavu do priestoru zakomponovať. Galéria Fx využíva architekta, ktorý presne naviguje inštalačný tím.

Galéria FAVU má technickú dielňu s kolegom, ktorý pri náročnejších inštaláciách pomáha študentom. Vo všeobecnosti sú za to však zodpovední samotní študenti. Pri grafickom spracovaní výstav to prebieha rovnako. Študenti grafického designu vytvoria vizuálnu identitu, do ktorej je potom zakomponovaný vizuál každého vystavujúceho podľa ich prípadných komentárov. Študenti grafiky spracovávajú aj prípadné tlačoviny a pod. Pokiaľ je potrebný transport, funguje to na báze dohody. Vystavujúci si dokáže materiály preniesť aj sám alebo využije školskú dodávku, prípadne sa menšie materiály tiež prevážajú v zodpovednosti univerzít. Z bezpečnostného hľadiska sú priestory zabezpečované kamerovým systémom, alarmami a dozorom. Vystavujúci však dostávajú inštrukcie, kde smú alebo nesmú v rámci priestoru zasahovať. To sa často týka stropov kvôli nosnosti, podlahy, elektriny, materiálu alebo stien, aby vystavujúci vedeli kde nesmú vrtať apod. Dbá sa na závesné systémy, ktoré v niektorých prípadoch nie sú vôbec dovoľované ako napríklad pri galérii Medium.

Autorka sa zaujímalala aj o niečím zaujímavé výstavy, prípadne technológie, ktoré boli pri výstavách používané. Galéria G18 zdieľovala zaujímavú výstavu ktorá bude mať veľkoformátovú tapetu dotváranú na mieste, alebo sprievodný workshop v spolupráci s floristkou, ktorá naučila prítomných ako majú pracovať s kvetinovými inštaláciami, ktoré neskôr ostali v priestore. Galéria Fx a Galéria FAVU využíva videoprojekcie, Galéria Medium a Galéria UM mala v priestoroch virtuálnu realitu, Galéria 207 využila tepelnú kameru, ktorá snímala telesné teplo, Galéria H2 využila šesťstenový reproduktor a Galéria 209 mala v priestoroch demolačnú výstavu, ktorá vznikala spôsobom demolácie všetkého čo sa vystavovalo samotnými autormi. Taktiež však používali špeciálne farby na vymaľovanie niektorých priestorov kvôli špecifickému konceptu výstavy alebo projektovali na špeciálne fólie, ktoré zaujímavovo lámali svetlo. Ako finálne vyhodnotenie priebehu galérie zostávajú záverečnú správu kvôli viazanosti na grant, kde sa spisuje ako prebiehali jednotlivé výstavy dopredu naplánované.

Niektoré z galerijných subjektov spisujú aj priebeh návštevnosti a elementy, ktoré boli úspešné a ktoré zas menej. Zlínska galéria G18 evaluovala aj študentov, ktorí sa rozhodli priestoru vypomáhať. Galéria Medium pridáva recenzie ako kvantitatívne vyhodnotenie a v prípade Galérie 207 sú samotné recenzie spísané študentami, ktorí musia k téme zaujať kritické stanovisko, keďže je to základom ich skúšky. Galéria UM počíta okrem vyššie spomenutého aj návštevnosť. Odozva vystavujúcich býva neformálna, zväčša pozitívna, prípadne sa zapracujú komentáre k nevyhovujúcim

alebo negatívnejším aspektom. Nie je však na to vedený archív, kde by mali spísané od umelcov presné informácie. Spolupráca sa taktiež udržuje do ďalších akcií a rokov, kedy môže dôjsť aj k nečakaným vzájomným projektom alebo opätovnému vystavovaniu. Galéria 207 sa však chce opakovaným spoluprácam vyvarovať, keďže ich koncepcia je skôr o využití vždy iného umelca a o udržaní rôznorodosti. Podľa získaných informácií je možné zhodnotiť, že efektívnou komunikáciou pre verejnosť sú najmä sociálne siete a interne funguje intranet alebo archív dokumentácie typu google drive apod. Univerzitným galériám fungujú hlavne open cally, v špecifickejších projektoch je to postavené na kurátoroch, ktorí majú vytvorenú predstavu a zoznam umelcov, ktorých oslovujú. Produkčné náležitosti však spadajú na študentov samotných, ktorí si častokrát vyskúšajú rôzne kompetencie v rámci vedenia alebo chodu galérie a môžu k tomu pristupovať zo svojím osobitým názorom, ktorý je v istom zmysle korigovaný skúsenejším dohľadom.

Všeobecne sa zhodnotenia nearchivujú, pripravujú sa vždy iba záverečné správy, ktoré hodnotia výstavy a grant, ktorý sa na ne využíval. V niektorých prípadoch sa hodnotí aj návštevnosť a sú poskytované subjektívne recenzie. Iná dokumentácia alebo oficiálny report od vystavujúcich neprebíha.

Časový harmonogram univerzitných galérií

Tvorba časového harmonogramu galérie je pri galériách veľmi podobná. Program výstav sa stanovuje na rok dopredu. V prípade open callov, ktoré sú vyhlasované v októbri, sa už v novembri tvorí program na rok resp. do konca septembra, tak, aby mohla prebiehať nová výzva, do ktorej sa vystavujúci môžu prihlasovať. Sú však respondenti, ktorí majú kratšie časové plánovanie. Galéria 207 tvorí výstavný program na semester, Galéria Fx na pol roka dopredu, galéria H2 na semester dopredu a galéria 209 označuje plánovanie dopredu ako náročnejšie. Zimný semester je pre nich jednoduchší z hľadiska menšej časovej vyťaženia aj vďaka nadchádzajúcim prázdninám, no v letnom semestri je času menej a pri výbere je potrebný celý tím, kde sa dohadovanie a plánovanie nesie v dlhšom časovom horizonte. Spravidla inštalácie náročnejších výstav trvajú maximálne týždeň. V priemere sú to však tri až štyri dni a deinštalácia prebieha v rozmedzí jedného až dvoch dní. Pokiaľ ide o jednoduchšie výstavy inštalácia je stihnutá v rámci jedného dňa a deinštalácia je zrealizovaná v polovici dňa. Výstavy sa menia každý mesiac alebo mesiac a pol v prípade Galérie G18, kde sa plánuje zaviesť štyri až šesť výstav ročne. To isté platí pre Galériu Medium, Galériu FAVU a Galériu UM. Galéria 209 funguje na báze dvojtýždňových výstav, teda päť až šesť výstav na semester alebo v rámci troch aktívnych mesiacov. Galéria H2 má v priemere dĺžku výstavy jeden mesiac alebo tri týždne. Galéria Fx uvádza, že výstavy sa pohybujú od dvojtýždňových až po trojmesačné, ktoré sa však realizujú počas letných prázdnin. V Galérii 207 sa výstavy menia každý týždeň a ročne sa realizuje desať až dvanásť výstav. Sprievodný program býva v niektorých galériách rozmanitý. Vernisáž prebieha pri každej z výstav v každom z oslovených galerijných subjektov. Súčasťou programu však bývajú komentované prehliadky, workshopy a diskusie. G18 má

mesačne tri až štyri sprievodné akcie. Galéria 209 nerobí vernisáže, no každú výstavu začína komentovanou prehliadkou alebo prednáškou prípadne špeciálnym vystúpením, kde autor predstaví projekt, seba a priebeh jeho tvorby. Za jeden mesiac teda stihnú dve výstavy, v rámci ktorých sú priemerne štyri sprievodné akcie. V Galérii Medium je to jeden event na výstavu, avšak táto galéria tvorí iné nezvyčajné eventy a to napríklad umelecké plesy v priestoroch galérie, detské workshopy, koncerty kde prepája jednotlivé obory alebo grilovacie akcie, ktoré sa dajú organizovať vo vonkajších priestoroch. Prichádza teda k uvoľnenej atmosfére a networkingu potrebného v umeleckej sfére. Galéria Fx nerobí žiadne sprievodné eventy, iba jednu až dve vernisáže mesačne. Brnianska galéria FAVU má vernisáže, komentované prehliadky a chce zaviesť aj dernisáže. Propagácia a komunikácia daných akcií prebieha rovnako ako pre samotnú výstavu. Podobne je to aj v prípade pražskej galérie 207. Galéria UM navyše organizuje zaujímavé akcie typu diskusie s architektkami, ako náhľad na ženy v tomto obore. Organizujú minimálne tri akcie za mesiac. Na základe vyhodnotenia týchto odpovedí autorka zhrnula, že výstavný plán sa organizuje na rok alebo pol roka dopredu, v niektorých prípadoch na semester.

Inštalácie sú v priemere nenáročnejšie v rozmedzí troch dní a náročnejšie trvajú týždeň. Deinštalácia prebieha rýchlo a nenáročne. Striedanie výstav je pomerne individuálne a sprievodné akcie sú zväčša tri až štyri mesačne. Vernisáže sú realizované vždy a odlišné eventy sú už na vedení jednotlivých galérií.

Eventy a doprovodný program v univerzitních galeriích

V rámci datové triangulace bude představen výzkum absolventky Lenky Sršňové, která se pod vedením docentky Juříkové a ve spolupráci s konzultantkou a zadavatelkou její práce Evou Gartnerovou zabývala přístupem univerzitních galerií k doprovodnému programu. Celá práce je součástí přílohy č. 2. Respondenty polostrukturovaných rozhovorů byly tyto české a slovenské univerzitní galerie:

Galéria FX v Banské Bystrici – Akadémie umění

Galéria Médium v Bratislavě – Vysoká škola výtvarných umění

Galerie FAVU v Brně – Fakulta výtvarných umění, Vysoké Učení Technické (dále jen VUT)

Galerie 209 – Fakulta výtvarných umění VUT

Galerie UM – Vysoká škola uměleckoprůmyslová v Praze

Galerie NIKA – Vysoká škola uměleckoprůmyslová v Praze

Galerie 207 – Vysoká škola uměleckoprůmyslová v Praze

Galerie H2 – Vysoká škola uměleckoprůmyslová v Praze

Výsledky práce Lenky Sršňové, výstupy polostrukturovaných rozhovorů

Otázky boli zamerané na vernisáže, iný sprievodný program, na najnavštevovanejšie eventy, ktoré sa v galériách odohrávajú, na opakovanosť eventov, tím, ktorí eventy organizuje atď.

V tejto časti môžeme hovoriť o troch typoch univerzitných galérií, prvým z nich sú galérie, ktoré organizujú iba vernisáže, na iný sprievodný program nemajú čas, financie a ani energiu. Druhým typom sú galérie, ktoré okrem vernisáže organizujú komentované prehliadky respektíve prednášky a tým ich sprievodný program úplne končí. Tretím typom sú galérie, ktoré majú rôznorodý a v celku častý program.

Galériami, ktoré majú iba vernisáže sú Galéria NIKA a Galéria H2, z rozhovoru vyplynulo, že je tomu tak v Galérii H2 najmä kvôli zaneprázdnenosti vedúcich galérie a kvôli malej motivácii. Galéria ešte nie je tak etablovaná, preto je pre nich zložitejšie zaplniť návštevníkmi aj samotné vernisáže, takže iné eventy by nedávali v tento moment zmysel. Napriek tomu, že galéria nič iné neorganizuje, škola, alebo konkrétne ateliéry využívajú tento priestor na už spomínané prednášky alebo workshopy, ktoré s výstavou nesúvisia. Napríklad, počas autorkinej návštevy tam prebiehal workshop o šití obuvi.

Galéria NIKA je veľmi obmedzená priestorom, v ktorom sa nachádza, je to malý výklenok v priestoroch stanice metra, konkrétne Karlovho námestia. Kurátorka galérie vysvetľovala, že vôbec zorganizovanie vernisáže je pre nich trochu náročnejšie, keďže sa tam nenachádza žiadne zázemie a v zimných mesiacoch je tam naozaj chladno. Z toho dôvodu aj samotné vernisáže trvajú maximálne 30 minút, kurátorka galérie spomínala zaujímavý poznatok, že je niekedy zaujímavé vidieť ľudí, ktorí metrom prúdia a nevidia, čo sa tam v daný moment na vernisáži odohráva. Niekedy sa pristavia, vypočujú si to, začnú sa o galériu zaujímať, niekedy naopak len prejdú okolo. Toto je podľa autorkinho názoru zaujímavým bodom univerzitnej galérie, ktorá sa nachádza v metre.

Brnenské univerzitné galérie, takže Galéria FAVU a Galéria 209 majú popri vernisáži aj komentovanú prehliadku, alebo prednášku. Vždy je to jedno z týchto dvoch bodov programu, produkčná Galéria FAVU spomínala, že v súčasnosti galéria prechádza zmenami a bude mať stálych dvoch kurátorov, ktorí už počítajú so širším sprievodným programom. Momentálne však na to ona sama nemá čas a ani kapacitu, keďže okrem vedenia galérie rieši aj propagáciu celej fakulty. V Galérii 209 má každá výstava najskôr komentovanú prehliadku a následne za tým pokračujú vernisážou. Všetko sa teda odohráva v jeden deň, iný sprievodný program v galérii taktiež nemajú. Na druhej strane, táto galéria môže slúžiť aj na klauzúry a obhajoby prác študentov, takže toto sa vymyká obyčajnému charakteru galérie, tieto špecifické „eventy“ však môžeme skôr radiť do časti doplnková výuka.

Galérie UM, Médiu, FX a Galéria 207 majú častejší a rôznorodejší sprievodný program. Okrem vernisáží, komentovaných prehliadok, alebo prednášok je program rozšírený o ďalšie eventy, ktoré sú v niektorých prípadoch navrhované práve umelcami, ktorí v galériách vystavujú a niekedy sú organizované univerzitou, ktorá daný priestor galérie na tieto akcie využíva. V prípade Galérie 207 sa jedná

o program zostavený z vyššie spomínaných vecí – každý utorok v galérii prebieha vernisáž a ďalší utorok výstava končí (výstavný cyklus trvá vždy iba 7 dní, ďalších 7 dní je venovaný deinstalácii a inštalácii ďalšej výstavy), tým, že Galéria 207 je zároveň aj predmetom pre študentov, tak v utorok, kedy výstava končí majú komentovanú prehliadku výstavy doplnenú o prednášku autora a vernisáž. Z tejto prednášky musia študenti spracovať recenziu na danú výstavu a tvorbu autora, vďaka ktorej vykazujú svoju činnosť na tomto predmete. Galéria FX pravidelne raz týždenne organizuje tzv. Raňajky v Ďatelinke, kedy si prizvú umelcov, ktorí v galérii aktuálne vystavujú, alebo profesorov, ktorí prišli napríklad na stáž na Akadémii umenia, alebo iných známych umelcov, ktorí sa v daný moment nachádzajú v Banskej Bystrici. Sú to neformálne stretnutia študentov a zaujímavých ľudí z oboru, kedy sa pri šálke dobrej kávy a koláči porozprávajú o rôznych témach z umeleckých oborov. Okrem toho sa v galérii odohrávajú spomínané vernisáže, komentované prehliadky, niekedy prednášky či vernisáže.

Galéria UM a Galéria Médium majú z galérií, kde prebehol výskum najzaujímavejšie a najširšie portfólio sprievodného programu, ktorý sa v nich odohráva. Obe galérie už pri prihlasovaní open callu majú povinnú kolónku sprievodného programu, chcú, aby umelci už vopred rozmýšľali nad tým, čo by sa tam malo odohrávať. V priemere sú to okrem vernisáže ďalšie dva eventy pre danú výstavu, v Galérii Médium môže prebiehať viac výstav naraz (až tri), všetky majú však vernisáž zároveň. Galéria UM často krát hostí aj klauzúry, alebo už spomínané konzultácie prác študentov, alebo uchádzačov o štúdium. V galérii teda za mesiac spolu s vernisážou prebiehajú približne 3–4 eventy, najnavštevovanejšie sú vernisáže a taktiež diskusie, tie sú zamerané na odbornú verejnosť a majú veľkú úspešnosť. Návštevnosť komentovaných prehliadok sa odvíja od toho, v ktorom dni a o koľkej sú zorganizované, tiež či momentálne v inej galérii neprebieha zároveň ďalší program. Z výskumu vyplynulo, že Galéria Médium má najčastejšiu a hlavne najrôznorodější program, okrem vernisáží, komentovaných prehliadok, prednášok, v galérii prebiehal v minulosti napríklad aj ples pre zamestnancov fakulty a študentov, okrem toho organizujú pravidelne tzv. opensemestre, takže zahájenia semestru a closesemestre, takže zatvorenia semestru. Niekedy ich osloví aj filozofická fakulta s prosbou o prepožičanie priestoru, takže tam vytvoria ich prednášku, niekedy hostujú umelcov, ktorí sa nachádzajú v neďalekej malej galérii. Celkovo sa snažia dať priestor aj ľuďom, ktorí potrebujú priestory na iné typy akcií, ako napríklad krst knihy, tým zvyšujú povedomie o danej galérii a tým pádom sa tešia celkovo väčšej návštevnosti. Zo všetkých skúmaných galérií sa autorke diplomovej práce Lenke Sršňové najviac páči tento model.

Otázku, ktoré eventy sú najnavštevovanejšie bolo ťažké zodpovedať aj pre dotazovaných, väčšina z nich sa zhodla, že sú to vernisáže (v niektorých galériách sú zároveň jediným sprievodným programom), niektoré hovorili tiež o prednáškach a komentovaných prehliadkach (Galéria 207 má však pre študentov napríklad komentovanú prehliadku a prednášku povinnú), iní vedúci galérií hovorili zase, že to závisí na time manažmente a hlavne na príťažlivosti témy daného eventu.

Napríklad, v Galérií Médiu majú dobrú skúsenosť aj so spomínaným plesom, kedy sa skrz galériu podarilo spojiť rôzne ateliéry a ľudí, ktorí by sa pri inej príležitosti nestretli, takže svojim spôsobom vytvárajú na fakulte aj akýsi networking.

Autorka diplomovej práce teda nemôže na túto otázku odpovedať jednoznačne, podľa jej názoru by v žiadnej galérii a pri žiadnej výstave nemala chýbať vernisáž, ktorá sa v súčasnosti očakáva, okrem nej by mal byť program rôznorodý, aby zaujal čo najširšiu cieľovú skupinu a jednoznačne by mal hostiť zaujímavé mená z oboru.

Pri otázke zameranej na komunikáciu a propagáciu sprievodného programu sme sa s vedúcimi galérií, alebo ich kurátormi dostali k rovnakým marketingovým nástrojom, ako pri propagovaní samotných výstav. Odpoveď na otázku, koľko ľudí sa zapája do organizácie eventov bola veľmi jednoduchá, buď je to produkčný galérie, kurátor, alebo umelec. V žiadnej galérii to nebol niekto ďalší, takže neexistuje extra tím, ktorý by organizoval už spomínaný sprievodný program.

Poslednou otázkou bolo, koľko času, energie a financií vrážajú do sprievodného programu v porovnaní s výstavami, niektorí zhodnotili, že je to minimálna energia, o financiách často krát ani nehovorili, v Galérii UM to bolo napríklad podľa odhadu 10% času, ktorý vrážajú do sprievodného programu. Produkčná galérie hovorila o tom, že ich rozpočet nie je dostatočne veľký na to, aby mohli mať sprievodný program s honorármi, takže umelci väčšinou robia prednášky či komentované prehliadky úplne zadarmo.

Doplňková výuka v univerzitných galériách

V tejto časti polo štandardizovaných rozhovorov sa nachádzalo posledných päť otázok, ktoré mali odpovedať najmä na informácie ohľadom výuky, ktorá prebieha, respektíve v niektorých prípadoch neprebieha v dotazovaných galériách. Otázky boli zamerané na zapájanie študentov (nie len danej fakulty ale aj iných fakúlt a oborov) do chodu galérie, na priebeh ďalšej výuky v galériách, na eventy, ktoré sú organizované len pre študentov a tiež tam bola subjektívna otázka pre daných respondentov a to, či si myslia, že by galérie mali byť tréningovými galériami pre študentov.

Každá z galérií nejakým spôsobom do jej chodu zapája aj študentov danej fakulty, alebo univerzity. Niektoré z nich to majú intenzívnejšie, ako ostatné, napríklad Galéria NIKA a Galéria H2 sú celkovo vedené študentmi a jediná vec, s ktorou sa obracajú na univerzitu je rozpočet, avšak aj účtovníctvo si vedú sami kurátori galérií. V oboch galériách sú zároveň ďalší študenti zapojení do iných častí, ako je fotografia – dokumentácia výstav, grafika, produkcia, alebo technická pomoc s výstavami. V tomto prípade teda hovoríme o „študentských“ galériách, ktoré však dosahujú napríklad pri etablovanej Galérii NIKA už profesionálny ráz. Výstavy sa opakujú pravidelne, návštevníci vedia, čo od toho môžu očakávať, v prípade Galérie H2 je celý koncept ešte nie úplne vyhranený a v budúcnosti sa pravdepodobne bude inak formovať a vyvíjať. Určite to bude závisieť aj od toho či momentálni kurátori nájdu ďalších študentov, ktorí sa vedenia galérie chopia, v opačnom prípade je možné, že galéria zanikne a priestor bude opäť hľadať svoje využitie.

V ďalších galériách je vždy zapojený pracovník univerzity, niekedy to je asistent ateliéru, niekedy akademický pracovník, ako produkčný, alebo projektový manažér, ktorý zaisťuje celkový chod galérie, no nemá presah do jej umeleckej sféry. Do výstav a ich organizácií sa teda môžu zapájať študenti, doktorandi, pedagógovia. V každej z týchto galérií však majú svoju úlohu aj študenti, primárne pomáhajú pri produkcii výstav, v niektorých prípadoch pri strážení výstav, alebo sami vytvárajú výstavy, ktoré tam majú byť vystavené.

Galéria FAVU má k študentom jasné postavenie, produkčná galéria v rozhovore uviedla, že sú radi keď sa študenti zapájajú do chodu galérie, na druhej strane, neuprednostňujú ich pred inými vystavovateľmi, primárne sa pozerajú na kvalitu danej výstavy až podľa toho vyberajú práce, ktoré sa vystavia. To znamená, že niekedy v daný semester tam môže prebiehať viac výstav od študentov, niekedy jedna, no niekedy žiadna. Tak isto dávajú priestor všetkým študentom, nie len tým, ktorí navštevujú ich univerzitu, čo sa týka iného zapojenia študentov do Galérie FAVU, tak momentálne po personálnych zmenách ju budú kurátorovať dvaja doktorandi, okrem toho vždy oslovujú grafikov z dvoch grafických ateliérov, ktoré na fakulte majú a s nimi na danej výstave spolupracujú.

Galéria Médium má pre študentov zase stáž, v rámci ktorej sa môžu zapojiť do chodu galérie, väčšinou je to stáž, ktorú využívajú grafici, alebo fotografi, galéria je však otvorená úplne všetkým študentom. Momentálne na VŠVU otvárajú Mgr. stupeň štúdia teórie umenia, takže predpokladajú, že bude väčší záujem zo strany študentov o zapojenie sa do galérie či už ako kurátor, alebo ako jej iná súčasť.

V Galérii 207, Galérii 209 a v Galérii UM sú taktiež zapojení študenti, väčšinou výstavy fotia, vytvárajú im grafiku, alebo sami vystavujú či kurátorujú výstavy, ktoré sa v nich odohrávajú, opäť to však závisí na motivácii študentov aj zo strany vedúcich ateliérov a aj z ich osobných hodnôt. Študenti iných fakúlt sa nijakým spôsobom do galérií nezapájajú. Študijná výuka väčšinou v galériách neprebíha, v Galérii H2 môžu prebiehať workshopy alebo prednášky organizované ateliérmi, no kurátori galérie do tohto typu programu vôbec nezasahujú, takže nám nevedeli povedať veľa o daných eventoch a ich pravidelnosti.

V galérii UM prebiehajú maximálne konzultácie a obhajoby prác, tento druh výuky sa odohráva vo viacerých dotazovaných galériách, špeciálne prednášky, ktoré však majú so zahraničnými pedagógmi, alebo umelcami v galérii neprebíhajú. V Galérii Médium môže prebiehať aj výuka, pokiaľ má prísť nejaký špeciálny hosť tak využívajú jednu z miestností, v ktorej je aj potrebná technika na premietanie. Galéria 207 je priamo v ateliéry, takže jeho súčasťou je aj výuka, okrem toho, samotná galéria je predmetom, ktorý si študenti môžu zapísať. Nezapájajú sa síce všetci aktívne do chodu galérie, niektorí študenti to majú ako teoretický predmet, takže len musia plniť dochádzku a odovzdávať recenzie na vzniknuté výstavy, no niektorí môžu byť aj „pracovníkmi“ galérií, takže sa zapojiť do jej chodu a zastávať rôzne pozície.

Galéria 209 je opäť určená len pre obhajoby prác a klauzúry, v Galérii FX prebiehajú niekedy prednášky, avšak tie sú v rámci sprievodného programu a nie

výuky. V Galérií NIKA a Galérií FAVU žiadne študijné prednášky, alebo workshopy neprebiehajú. V poslednej, subjektívnej otázke, či by mali byť galérie „tréningovými“ galériami pre študentov sa viac menej všetci respondenti zhodli. Všetci si myslia, že by to tak malo byť, niektorí vyzdvihovali najmä to, že za študentmi stojí samotná univerzita, to bolo najmä v prípadoch galérií, ktoré sú vedené študentmi. Berú pozitívne najmä to, že ak sa v procese organizácie výstavy niečo pokazí, tak to je stále študentský projekt, ktorý má záštitu, tiež hovorili o tom, že im to pridáva na hodnote, vystavujúci chcú viac spolupracovať, keď vedia, že sa jedná o projekt danej univerzity, v tomto prípade UMPRUM.

V niektorých prípadoch však pracovníci galérií hovorili aj o tom, že sa študenti nemôžu úplne „rozmaznať“, a že musia vedieť, ako to funguje aj v reálnych galériách, aby potom neboli prekvapení a sklamaní, takže sa do určitej miery musia snažiť, ako v reálnom prostredí. Musia dobre vypracovať prihlášky na open cally, nemali by byť uprednostňovaní pred inými umelcami a mali by ukázať svoje kvality, až tak budú dobre pripravení do reálneho prostredia.

PŘÍLOHA II: ZÁZNAMY K VÝZKUMNÝM ŠETŘENÍM

V následující složce je uloženo toto:

- přepisy a záznamy rozhovorů,
- field notes z terénního průzkumu,
- diplomové práce Sršňová, Danišová,
- výsledky kvantitativního šetření,
- scénáře k rozhovorům,
- propagační brožura UNIG

Podklady a data z výzkumů jsou uloženy na tomto odkaze:

<https://cutt.ly/wpqoSnS>

<https://drive.google.com/drive/folders/1syJk86jqUYNhCI0kwaKwVRUJAwWS3-qq?usp=sharing>

PŘÍLOHA III: ŽIVOTOPIS

— EVA GARTNEROVÁ —

cultural management / interdisciplinary cooperation / multimedia communication / curatorship

CZECH •••••

ENGLISH •••••

ITALIAN •••••

POLISH •••••



••••• **SLOVAK**

••••• **GERMAN**

••••• **RUSSIAN**

VACUM
VISEGRAD ACADEMY OF CULTURAL MANAGEMENT

NODE CENTER
CULTURAL STUDIES ONLINE

TOMAS BATA UNIVERSITY IN ZLIN
ZLIN, CZECH REPUBLIC

TOMAS BATA UNIVERSITY IN ZLIN
ZLIN, CZECH REPUBLIC

TOMAS BATA UNIVERSITY IN ZLIN
ZLIN, CZECH REPUBLIC

UNIVERZITY OF LODZ
LODZ, POLAND

STAMFORD INTERNATIONAL UNIVERSITY
BANGKOK, THAILAND

BALTIC FILM AND MEDIA SCHOOL
TALLINN, ESTONIA

2017 **PARTICIPANT**
INTERNATIONAL TRAINING COURSE

2017 **EXPANDING EXHIBITIONS**
INNOVATIVE APPROACHES TO CURATING

2020 **PHD DEGREE**
DESIGN AND MULTIMEDIA

2016 **MASTER DEGREE**
MARKETING COMMUNICATIONS

2014 **BACHELOR DEGREE**
MARKETING COMMUNICATIONS

2015 **ERASMUS PLUS STUDENT**

2014 **FREEMOVER STUDENT**

2012 **ERASMUS STUDY**

Wanderlust traveller / urban explorer / food lover / culture nerd

ACHIEVEMENTS	INTERNSHIPS
<p>2017 JURY OPEN CALL: APEX ART</p> <p>2017 CULTURAL RESEARCHER RECCORD, DENMARK</p> <p>2015 CO-FOUNDER DICE ASSOCIATION, CZECH REPUBLIC</p> <p>2015 - 2011 FOUNDER STARTFEST ŽELEČ, CZECH REPUBLIC</p>	<p>2017 DRUŽSTVO ŠKUC GALLERY LJUBLJANA, SLOVENIA</p> <p>2016 I'M LAB CULTURAL CENTER ABANO THERME, ITALY</p> <p>2014 TDM INTERNATIONAL NGO CALIAGRI, ITALY</p>
JOBS	PROJECTS
<p>2017 - 20xx CULTURE MANAGER COMMUNICATION AGENCY FACULTY OF MULTIMEDIA COMMUNICATION TOMAS BATA UNIVERSITY ZLIN CZECH REPUBLIC www.komag.utb.cz</p> <p>2016 - 2017 MARKETING MANAGER TECHNOLOGY INNOVATION CENTER ZLIN, CZECH REPUBLIC www.inovacnipodnikani.cz</p> <p>2014 - 2016 PRODUCTION OF ACOMPANYING PROGRAMME ZLIN FILM FESTIVAL ZLIN, CZECH REPUBLIC www.zlinfest.cz</p>	<p>2017 USE-IT MAP USE-IT ZLIN ZLIN, CZECH REPUBLIC</p> <p>2017 SAVE WATER - EXHIBITION DAYS OF CZECH-GERMAN CULTURE DRESDEN, GERMANY</p> <p>2017 WATER FOR ALL - EXHIBITION ZLIN DESIGN WEEK ZLIN, CZECH REPUBLIC</p> <p>2015 PAIRS IN SQUARES - EXHIBITION TOKYO DESIGN WEEK TOKYO, JAPAN</p> <p>2013 ANDY WARHOL - EXHIBITION AMERICAN DREAM PROSTĚJOV, CZECH REPUBLIC</p>

fkgartnerova@gmail.com
@zlevazprava
+420 722 507 877

PŘÍLOHA IV: PUBLIKAČNÍ AKTIVITY

Seznam literatury podle šablony ČSN ISO 690

[1]GARTNEROVÁ, Eva. CASE STUDY OF COMMUNICATION OF THE PROJECT WATER FOR ALL. In DOKBAT 2017 - 13th Annual International Bata Conference for Ph.D. Students and Young Researchers. Zlín : Fakulta managementu a ekonomiky, UTB ve Zlíně, 2017, s. 105-111. ISBN 978-80-7454-654-9.

[2]JUŘÍKOVÁ, Martina, KOCOUREK, Josef, GARTNEROVÁ, Eva. PROJECT TEACHING AT UNIVERSITY - A TOOL FOR PRESENTING PROPOSALS FOR PREVENTION AND SOLVING THE PROBLEM OF THE GENERAL PUBLIC. Turkish Online Journal of Educational Technology, 2017, roč. neuveden, č. 1, s. 768-774. ISSN 2146-7242.

[3]JURÁŠKOVÁ, Olga, JUŘÍKOVÁ, Martina, GARTNEROVÁ, Eva, ŠRAMOVÁ, Blandína, SOUKALOVÁ, Radomila, ŠVIRÁKOVÁ, Eva, HARANTOVÁ, Lenka. Voda pro všechny. Zlín : Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, 2017. 117s. ISBN 978-80-7454-684-6.

[4]GARTNEROVÁ, Eva. INTERDISCIPLINARY COOPERATION AT UNIVERSITY AND ITS POTENTIAL FOR CREATIVE AND CULTURAL INDUSTRIES IN THE CZECH REPUBLIC. In ICERI2018 Proceedings. Valencia : IATED Academy, 2018, ISBN 978-84-09-05948-5.

[5]GARTNEROVÁ, Eva. Acommpaning program of university galleries as a tool of nonformal education. In ICERI2019 Proceedings. Valencia : IATED Academy, 2019, ISSN 2340-1095. ISBN 978-84-09-14755-7.

[6]GARTNEROVÁ, Eva. Přístup k návštěvníkům univerzitních galerií a udržitelnost jejich zapojení. In 2019,

[7]VESELÁ, Romana, ZELINSKÝ, Miroslav, GARTNEROVÁ, Eva, VALENTOVÁ, Petra, MAŇASOVÁ HRADSKÁ, Helena, JAKUBÍČEK, Vít. Irreversible Traces: Tradition and sustainability as the annual theme of the G18 Gallery. 1 Zlín : Univerzita Tomáše Bati, Fakulta multimediálních komunikací, 2019. 287s. nedefinováno. ISBN 978-80-7454-870-3

Mgr. Eva Gartnerová

Univerzitní galerie a jejich potenciál pro mezinárodní spolupráci

University Galleries and their Potential for an International Cooperation

Dizertační práce

Náklad:

Sazba: Eva Gartnerová

Publikace neprošla jazykovou ani redakční úpravou.

Rok vydání 2020