

Zlepšení návštěvnického zážitku seniorů v muzeích a galeriích

Bc. Pavla Pospíšilová

Diplomová práce
2025

 Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta multimediálních komunikací

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta multimediálních komunikací
Ústav marketingových komunikací

Akademický rok: 2024/2025

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(projektu, uměleckého díla, uměleckého výkonu)

Jméno a příjmení:	Bc. Pavla Pospíšilová
Osobní číslo:	K23360
Studijní program:	N0414P180005 Marketingová komunikace
Forma studia:	Prezenční
Téma práce:	Zlepšení návštěvnického zážitku seniorů v muzeích a galeriích

Zásady pro vypracování

- Zpracujte literární rešerši k tématu a vymezte teoretická východiska.
- Stanovte cíl práce, výzkumné metody a výzkumné otázky a definujte metodiku výzkumu.
- Představte analyzovanou organizaci a objekty výzkumu.
- Uskutečňte šetření dle stanovené metodiky.
- Proveďte analýzu a interpretaci získaných dat a zodpovězte výzkumné otázky.
- Formulujte závěry a vyhodnoťte přínos pro zlepšení seniorské zkušenosti.

Forma zpracování diplomové práce: **tištěná/elektronická**

Seznam doporučené literatury:

BANZI, Annalisa. The Brain-Friendly Museum: Using Psychology and Neuroscience to Improve the Visitor Experience. Routledge, 2022. ISBN 978-1032303307.

CHIARA CIACCHERI, Maria. Museum Accessibility by Design. American Alliance Of Museums, 2022. ISBN 978-1538156032.
REDAELLI, Eleonora. Visiting the Art Museum: A Journey Toward Participation. 3rd Edition. Palgrave Macmillan, 2023. ISBN 978-3031120886.

ROE, Jenny a MCCAY, Layla. Restorative cities: urban design for mental health and wellbeing. London: Bloomsbury Visual Arts, 2021. ISBN 978-1350112889.

UFFELEN, Chris van. Designing Orientation: Signage Concepts & Wayfinding Systems. Braun, 2021. ISBN 978-3037682395.

Vedoucí diplomové práce: **Mgr. Josef Kocourek, Ph.D.**
Ústav marketingových komunikací

Datum zadání diplomové práce: **31. ledna 2025**

Termín odevzdání diplomové práce: **11. dubna 2025**

L.S.

Mgr. Josef Kocourek, Ph.D.
děkan

doc. Ing. Mgr. Radim Bačuvčík, Ph.D.
ředitel ústavu

Ve Zlíně dne 1. dubna 2025

PROHLÁŠENÍ AUTORA DIPLOMOVÉ PRÁCE

Beru na vědomí, že:

- odevzdáním diplomové práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb., v platném znění bez ohledu na výsledek obhajoby;
- diplomová práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému a bude dostupná k nahlédnutí;
- jedno vyhotovení diplomové práce v listinné podobě bude ponecháno Univerzitě Tomáše Bati ve Zlíně k uložení;
- na moji diplomovou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3;
- podle § 60 odst. 1 autorského zákona má Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- podle § 60 odst. 2 a 3 mohu užít své dílo – diplomovou práci – nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen s předchozím písemným souhlasem Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše);
- pokud bylo k vypracování diplomové práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tj. k nekomerčnímu využití), nelze výsledky diplomové práce využít ke komerčním účelům;
- pokud je výstupem diplomové práce jakýkoliv softwarový produkt, považují se za součást práce rovněž i zdrojové kódy, popř. soubory, ze kterých se projekt skládá; neodevzdání této součásti může být důvodem k neobhájení práce.

Prohlašuji, že

- jsem na diplomové práci pracoval(a) samostatně a použitou literaturu jsem řádně citoval(a); v případě publikace výsledků budu uveden(a) jako spoluautor;
- odevzdaná verze diplomové práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou obsahově totožné.
- v práci byla použita umělá inteligence (ChatGPT, chatgpt.com) k pomoci s překladem, úpravou textů a vyhledáváním relevantních článků a studií. Po použití byla autorem provedena kontrola obsahu.

Ve Zlíně, dne

.....
podpis autora

ABSTRAKT

Diplomová práce na téma Zlepšení návštěvnického zážitku seniorů v muzeích a galeriích se zaměřuje na analýzu problémů, kterým čelí senioři při pohybu v kulturních institucích. Teoretická část vymezuje pojmy jako kultura a její vliv na well-being, procesů stárnutí, mapování cesty návštěvníků a principy inkluzivního a univerzálního designu. Metodika, jenž je součástí teoretické části práce, vymezuje cíl, výzkumné otázky a použité metody. Praktická část přináší analýzu vybraných muzeí a galerií z hlediska přístupnosti a orientace v prostoru se zaměřením na potřeby seniorů. Součástí je i výzkum realizovaný s cílovou skupinou seniorů, který poskytl data pro analýzu a zodpovězení výzkumných otázek. Projektová část obsahuje návrh praktického průvodce pro kulturní instituce, který nabízí doporučení pro zlepšení návštěvnické zkušenosti seniorů v kulturním prostředí.

Klíčová slova: muzea, galerie, senioři, well-being, aktivní a kreativní stárnutí, inkluzivní a přístupná kultura, univerzální design, cesta návštěvníka, návštěvnická zkušenost

ABSTRACT

The thesis titled Improving Senior Visitors' Experience in Museums and Galleries focuses on analyzing the specific barriers older adults face when moving through cultural institutions. The theoretical part defines concepts such as culture and its impact on well-being, the ageing process, visitor journey mapping, and the principles of inclusive and universal design. The methodology outlines research aims, questions, and methods. The practical part presents an analysis of selected museums and galleries in terms of accessibility and wayfinding, with an emphasis on the needs of older adults. The study also includes research conducted with the senior target group, which provided data for the analysis and answers to the research questions. The project part contains a practical guide designed for cultural institutions, offering recommendations to enhance the visitor experience of older adults in cultural environments.

Keywords: museums, galleries, elderly, well-being, active ageing, creative ageing, inclusive and accessible culture, universal design, visitor journey, visitor experience

Tímto bych ráda poděkovala vedoucímu mé diplomové práce Mgr. Josefu Kocourkovi, Ph.D., za odborné vedení, cenné rady a trpělivost, kterou mi věnoval během celého procesu psaní.

Velké díky patří také Mgr. Vítu Jakubíčkoví, Ph.D., za zprostředkování výzkumu v Krajské galerii výtvarného umění ve Zlíně a zaměstnancům galerie za jejich vstřícnost a ochotu, které mi práci nesmírně ulehčily.

Děkuji všem respondentům za jejich čas a ochotu účastnit se výzkumu. Stejně tak děkuji zástupcům muzeí a galerií, kteří mi umožnili nahlédnout do své praxe a sdíleli se mnou své zkušenosti.

Obrovské poděkování patří Bc. Markétě Novákové. Bez tebe by tahle diplomka nevznikla tak, jak vznikla. Díky za tvoji energii, zapálení a obrovskou podporu.

Díky Bc. Elišce Faltusové za pomoc při realizaci výzkumu. Za tvoji nevyčerpatelnou pozitivní energii a slova podpory. Díky tobě šlo všechno hladce.

A díky také Bc. Wiktorii Kowalczykové, která svou pozitivní energií a podporou výrazně přispěla k tomu, že i náročné chvíle během tvorby práce byly snesitelnější.

Dominice Potužákové děkuji za podporu a cenné rady, které mě držely na správné cestě, a Mgr. Kateřině Johecové za její odborný vhled a povzbuzení.

A nakonec obrovské díky mé rodině, za trpělivost, podporu a víru ve mně. Bez vás by to nebylo možné.

OBSAH

ÚVOD.....	13
I TEORETICKÁ ČÁST	15
1 KULTURNÍ PROSTŘEDÍ A KVALITA ŽIVOTA.....	16
1.1 VÝZNAM KULTURY A JEJÍ VLIV NA WELL-BEING	16
1.2 PARTICIPACE V KULTURNÍCH AKTIVITÁCH	17
2 STÁRNUTÍ A ROLE SENIORŮ VE SPOLEČNOSTI.....	20
2.1 STÁŘÍ	20
2.2 ROLE SENIORŮ V KULTURNÍCH INSTITUCÍCH	23
2.2.1 Dopady stárnutí na kulturní instituce	23
2.2.2 Participace seniorů v kulturních institucích	24
2.2.3 Možnosti a limity kulturních institucí	27
2.3 AKTIVNÍ A KREATIVNÍ STÁRNUTÍ.....	28
3 INKLUZE A PŘÍSTUPNOST V KULTURNÍCH INSTITUCÍCH	32
3.1 TEORETICKÉ UKOTVENÍ POJMŮ INKLUZE, PŘÍSTUPNOST A DOSTUPNOST	32
3.2 PRINCIPY INKLUZIVNÍHO A UNIVERZÁLNÍHO DESIGNU	33
3.3 LEGISLATIVNÍ NORMA	35
3.4 KLASIFIKACE BARIÉR V KULTURNÍM PROSTŘEDÍ	37
3.5 INKLUZE JAKO ZÁKLADNÍ PŘÍSTUP MUZEA A GALERIE	39
4 CESTA NÁVŠTĚVNÍKA V KULTURNÍCH INSTITUCÍCH.....	42
4.1 CESTA ZÁKAZNÍKA VS. CESTA NÁVŠTĚVNÍKA	42
4.2 MAPOVÁNÍ CEST JAKO NÁSTROJ PRO ZLEPŠENÍ SLUŽEB	43
4.3 FÁZE CESTY NÁVŠTĚVNÍKA	45
5 METODIKA PRÁCE.....	47
5.1 IDENTIFIKACE PROBLÉMU	47
5.2 CÍL PRÁCE	47
5.3 ÚČEL PRÁCE	47
5.4 VÝZKUMNÉ OTÁZKY	48
5.5 VÝZKUMNÉ METODY	48
5.6 LIMITY METOD	50
5.7 ÚČASTNÍCI VÝZKUMU	51
5.8 ČASOVÝ HARMONOGRAM.....	52
II PRAKTICKÁ ČÁST	54
6 MAPOVÁNÍ SOUČASNÉHO STAVU INKLUZE A PŘÍSTUPNOSTI V MUZEÍCH A GALERIÍCH	55

6.1	INKLUZIVNÍ A PŘÍSTUPNÉ INICIATIVY V GALERIÍCH A MUZEÍCH	56
6.2	POSTOJ MUZEÍ A GALERIÍ K SENIORŮM JAKO NÁVŠTĚVNÍKŮM	64
6.3	NAVIGACE A ORIENTACE V MUZEÍCH A GALERIÍCH	69
6.4	HLAVNÍ ZJIŠTĚNÍ	73
7	EXPERTNÍ PRŮCHOD	77
7.1	SHRNUTÍ HLAVNÍCH ZJIŠTĚNÍ.....	77
7.2	DOPORUČENÍ PRO ZLEPŠENÍ PŘÍSTUPNOSTI EXPOZICE	79
8	MAPOVÁNÍ CESTY NÁVŠTĚVNÍKA.....	82
8.1	CHARAKTERISTIKA ÚČASTNÍKŮ VÝZKUMU	82
8.2	PRVNÍ KONTAKT S VÝSTAVOU	83
8.3	ZÍSKÁVÁNÍ INFORMACÍ O VÝSTAVĚ	85
8.4	PŘÍCHOD DO GALERIE	85
8.5	PRVOTNÍ INTERAKCE – INFORMAČNÍ BOD	86
8.6	FÁZE POHYBU VE VÝSTAVĚ	87
8.7	POST-VÝSTAVNÍ FÁZE – „CO DÁL?“	92
8.8	POST-VÝSTAVNÍ ČÁST – NÁVRAT DO BĚŽNÉHO ŽIVOTA	93
8.9	HLAVNÍ ZJIŠTĚNÍ VÝZKUMU	94
9	ZODPOVĚZENÍ VÝZKUMNÝCH OTÁZEK A DOPORUČENÍ	97
9.1	ZODPOVĚZENÍ VÝZKUMNÝCH OTÁZEK	97
10	SHRNUTÍ.....	102
III	PROJEKTOVÁ ČÁST.....	105
11	NÁVRH PRAKTICKÉHO PRŮVODCE	106
11.1	METODICKÉ ZÁSADY LOGICKÉHO RÁMCE	106
12	PŘEDBĚŽNÝ MODEL PRŮVODCE.....	110
12.1	CHARAKTERISTIKA	110
12.2	TITULNÍ STRANA A ÚVOD.....	111
12.3	OBSAH PRŮVODCE	114
12.4	ZÁKLADNÍ PŘEHLED	115
12.5	CESTA NÁVŠTĚVNÍKA	119
12.6	PRAKTICKÉ DOPORUČENÍ.....	133
12.7	PROČ NA TOM ZÁLEŽÍ?.....	137
12.8	ZÁVĚREČNÉ SHRNUTÍ	140
ZÁVĚR.....		141
SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY		143
SEZNAM OBRÁZKŮ		152

SEZNAM TABULEK.....	154
SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK.....	CHYBA! ZÁLOŽKA NENÍ DEFINOVÁNA.
SEZNAM PŘÍLOH.....	155

ÚVOD

Muzea a galerie se v posledních letech snaží být otevřenější. Hovoří o tom ve svých vizích, propagačních materiálech i veřejných prohlášeních. Nabízejí své výstavy všem, bez rozdílu věku, fyzické kondice nebo digitálních dovedností. Realita je však často jiná. Přes dobré úmysly a dílčí opatření zůstávají kulturní instituce místy, kde se ne všichni návštěvníci cítí jistě nebo vítáni. Ať už jde o nepřehledné značení, těžko přístupné prostory nebo složitý jazyk popisů, mohou být tyto detaily pro některé návštěvníky, zejména starší osoby, rozhodující.

Cílem této práce je zmapovat současnou podobu inkluze seniorů do muzeí a galerií. Práce se soustředí na objasnění, jak senioři prožívají jednotlivé fáze návštěvy a jaké faktory ovlivňují jejich celkový zážitek.

Impulesem k výběru tématu této diplomové práce byla osobní zkušenost získaná během účasti na projektu zaměřeném na inkluzi generace Z s neurodivergentními poruchami v prostředí galerie. Práce s mladými návštěvníky přirozeně otevřela otázku, jakým způsobem se v kulturních institucích orientují jiné věkové skupiny, v tomto případě senioři. V souvislosti s rostoucím zájmem o přístupnost a inkluzi byla pozornost zaměřena na seniory jako skupinu, která v kulturních institucích často čelí skrytým překážkám.

Zásadní inspirací byla také spolupráce s odborníky z oblasti inkluzivního designu a přístupnosti. V rámci expertního průchodu bylo možné nahlédnout na prostor a jeho navigaci optikou lidí se specifickými potřebami, především seniorů a osob se zrakovým nebo pohybovým omezením. Právě jejich pohled odhaluje mnohé detaily, které běžnému návštěvníkovi zůstávají skryté.

Teoretická část práce se věnuje tématům, která pomáhají porozumět vztahu mezi kulturní institucí a jejím publikem. Popisuje souvislosti mezi přístupností, inkluzí, designem prostoru a komunikací. Zvláštní pozornost je věnována fenoménu orientace v prostoru tedy tomu, jak se lidé pohybují ve výstavních budovách, jak čtou značení a co ovlivňuje jejich schopnost zorientovat se.

Teoretická část práce se věnuje tématům, která přibližují vztah mezi kulturní institucí a jejím publikem, zejména seniory. Vymezuje pojem participace v kultuře, na který navazuje pohled na participaci starší generace a definuje samotnou cílovou skupinu. Dále práce představuje pojmy inkluze a přístupnost v kontextu kulturních institucí a jejich vliv na zážitek z návštěvy. Pozornost je věnována také tématu cesty návštěvníka, která úzce

souvisí s tím, jak se návštěvník v prostředí cítí, jak se v něm pohybuje a jak dokáže samostatně reagovat na různé situace.

V praktické části je zmapována situace ve vybraných kulturních institucích v České republice. Kombinace rozhovorů se zástupci galerií a expertního auditu umožnila získat komplexní pohled na to, jak fungují instituce v reálném provozu. Klíčovým prvkem výzkumu je mapování cesty návštěvníka, konkrétně seniorského publika. Skrze pozorování, stínování a rozhovory s návštěvníky bylo možné nahlédnout, jak senioři výstavu vnímají, co je motivuje k návštěvě, kde se cítí nejistě a co jim pomáhá prožít výstavu v klidu a s porozuměním. Závěr praktické části přináší odpovědi na výzkumné otázky a nabízí konkrétní doporučení, která mohou napomoci k tomu, aby se kulturní instituce staly přívětivějším prostředím pro starší návštěvníky.

Součástí projektové části je příručka určená pracovníkům kulturních institucí, která prakticky zohledňuje závěry výzkumu a nabízí nástroje ke zlepšení návštěvnického zážitku starších osob.

Tato diplomová práce tak umožňuje nahlédnout na to, jak může kulturní prostor lépe reagovat na potřeby stárnoucí společnosti.

I TEORETICKÁ ČÁST

1 KULTURNÍ PROSTŘEDÍ A KVALITA ŽIVOTA

Kultura je dynamický a neustále se proměňující systém, který reaguje na změny ve společnosti a ekonomice. Její podoba se utváří v rámci kulturního prostředí, které zahrnuje tradice, umění, normy a způsoby chování (Brook, 2020). Aktivní účast v kultuře významně přispívá ke kvalitě života. Podporuje duševní pohodu, posiluje sociální vazby a upevňuje soudržnost komunit (Banzi, 2022). Stává se tak klíčovým faktorem, který zlepšuje well-being nejen na osobní úrovni, ale i v širším společenském kontextu.

V kontextu lidských práv je důležité zmínit právo na kulturu. Toto právo, které je nedílnou součástí základních lidských práv, garantuje každému jedinci možnost svobodné účasti na kulturním životě, přístup k umění a podíl na vědeckém pokroku (OSN, 2015). Konkrétní ustanovení tohoto práva jsou obsažena v Úmluvě Organizace spojených národů o právech osob se zdravotním postižením, která zavazuje státy k podpoře a ochraně rovnoprávného přístupu ke kultuře, umění a vědeckému poznání. Kulturní instituce proto nesou odpovědnost za to, aby jejich služby byly přístupné všem, bez diskriminace a bariér.

Muzea, galerie a další kulturní organizace mají veřejnou a společenskou odpovědnost zajistit přístup ke kultuře všem skupinám obyvatel. Přesto se v praxi často ukazuje, že tato odpovědnost není vnímána jako priorita. Mnoho institucí stále čelí výzvám v oblasti inkluze a přístupnosti (Ciaccheri, 2022). Zajištění rovného přístupu ke kulturním institucím tudíž není jen otázkou etiky, ale také právního a společenského závazku.

1.1 Význam kultury a její vliv na well-being

Well-being lze obecně definovat jako kombinaci fyzických, psychických a sociálních aspektů (Redmond-Jones, 2024). Tuto definici Světová zdravotnická organizace (WHO) doplňuje jako „stav úplné fyzické, duševní a sociální pohody, nikoli pouze nepřítomnost nemoci nebo vady,“ čímž zdůrazňuje komplexní povahu pojmu well-being a propojení různých aspektů lidského života (Health and well-being, [b.r.]).

Holistický přístup představuje komplexní stav tří základních aspektů lidského zdraví, fyzický, psychický a sociální. Fyzické zdraví se projevuje na schopnosti organismu správně fungovat, udržovat vitalitu a odolávat nemocem. Psychické zdraví zahrnuje emocionální stabilitu, schopnost zvládat stres a pozitivní mentální rozpoložení. Sociální zdraví spočívá ve smysluplných mezilidských vztazích, pocitu sounáležitosti a aktivním zapojení do

společnosti. Všechny tyto složky jsou vzájemně propojené a jejich rovnováha je zásadní pro celkovou kvalitu života jednotlivců i komunit (Coleman, 2018).

Dle autorek Roe a McCay (2021) představuje well-being komplexní a multidimenzionální koncept, který se skládá z několika klíčových složek:

- hédonický well-being: štěstí a požitek, často spojené s okamžitými pozitivními prožitky;
- eudaimonický well-being: smysl, účel a naplnění života;
- sebeaktualizace: osobní úspěchy, optimismus a moudrost;
- odolnost: schopnost zvládat stres, regulovat emoce a adaptovat se na změny;
- sociální well-being: zdravé vztahy, smysl pro sounáležitost a sociální integraci.

Tento komplexní a multidimenzionální koncept se promítá i do role kultury a kulturních institucí. Kultura hraje významnou roli zejména v oblasti eudaimonického well-beingu, tedy pocitu smyslu a naplnění života, jenž jedinci často nacházejí v kulturních aktivitách a zkušenostech. Kulturní prostředí přispívá k rozvoji sociálního well-beingu tím, že podporuje pocit sounáležitosti a poskytuje platformu pro sociální interakci (Javaid, 2024). Pozitivní vliv kulturního prostředí se projevuje také na komunitní úrovni. Přístup k městským parkům nebo kulturním prostorům, kde se odehrávají festivaly, koncerty či divadelní představení, snižuje pocit osamělosti a přispívá k emoční stabilitě (Roe a McCay, 2021).

Kulturní instituce nejsou pouze místy pro zprostředkování informací veřejnosti, ale mohou se též stát prostředím, které podporuje osobní rozvoj, posiluje sociální vazby a zlepšuje celkovou životní pohodu (Coleman, 2018).

1.2 Participace v kulturních aktivitách

Kulturní instituce, např. muzea a galerie, tradičně vnímají participaci návštěvníků převážně jako pasivní zkušenost, kde publikum pouze konzumuje předkládaný obsah bez možnosti aktivního zapojení. Tento přístup vychází z historického modelu muzeí jako míst uchovávání a prezentace kulturního dědictví, spíše než interaktivního prostoru pro návštěvníky. V posledních letech se však objevují snahy o změnu tohoto paradigmatu směrem k větší participaci publika, například prostřednictvím edukačních programů, digitálních nástrojů či komunitních projektů (Alonso Tak, 2020).

Kulturní participace není pouze formou trávení volného času, ale představuje zásadní faktor ovlivňující duševní zdraví, sociální soudržnost a celkovou kvalitu života (Banzi, 2022). Aktivní účast v kulturních aktivitách přináší řadu pozitivních efektů, mezi něž patří posílení emocionální rovnováhy, podpora sociálních vazeb a pocit smysluplnosti (Jarden, 2023).

Pravidelná účast na kulturních aktivitách může mít terapeutický účinek, například návštěva muzeí a galerií snižuje úroveň stresu, zlepšuje emocionální pohodu a podporuje sociální spojení (Remond-Jones, 2024). Zvláště pomalé prohlížení uměleckých děl nebo interaktivní zapojení do expozic pomáhá navozovat pocity klidu, úžasu a relaxace (Banzi, 2022). Muzea tak mohou fungovat jako prostor pro duševní regeneraci a sebepoznání, umožňující návštěvníkům odpoutat se od každodenního stresu.

Mezinárodní organizace, jako UNESCO a Evropská komise, zdůrazňují, že kultura přesahuje svůj estetický a vzdělávací rozměr. Podle nich představuje klíčový nástroj sociální politiky a veřejného zdraví, který může přispět k posílení komunitní soudržnosti a celkovému zlepšení kvality života (Mansouri, 2020). Tento pozitivní vliv se přitom neomezuje pouze na individuální úroveň, ale rozšiřuje se i na mezilidské vztahy a sociální integraci. Muzea a galerie jsou místem propojení všech věkových skupin ale i platformou pro mezigenerační dialog a inkluzi, což dále posiluje jejich roli v podpoře well-beingu společnosti (Urian, 2024).

Pravidelná účast na kulturních programech vede u osob s demencí ke zlepšení kognitivních funkcí a snížení příznaků deprese (Remond-Jones, 2024). Tyto poznatky potvrzují, že kulturní participace není pouze zdrojem estetických a intelektuálních zážitků, ale má i hluboký psychologický a sociální význam, přispívající ke zvýšení kvality života jednotlivců i komunit.

Kulturní prostory hrají zásadní roli při podpoře well-beingu. Vytvářejí prostředí, kde se lidé mohou setkávat, sdílet zážitky a posilovat své duševní i sociální zdraví. Například veřejné prostory spojené s kulturními aktivitami (galerie, knihovny, divadla nebo muze) mohou přispět k vytvoření smysluplného komunitního života. Tyto prostory současně podporují vznik inkluzivního prostředí, kde mají všichni členové společnosti možnost se zapojit bez ohledu na své sociální či zdravotní omezení (Freiberger, 2024).

Integrace kulturních aktivit do strategií zaměřených na podporu zdraví a kvality života nejen obohacuje individuální životy, ale také podporuje komunitní soudržnost a vznik

udržitelných městských komunit (Roe a McCay, 2021). Vytváření přístupných a inkluzivních kulturních prostor by mělo být prioritou, protože právě tyto prostory hrají nezastupitelnou roli při podpoře udržitelného rozvoje a zdravých komunit.

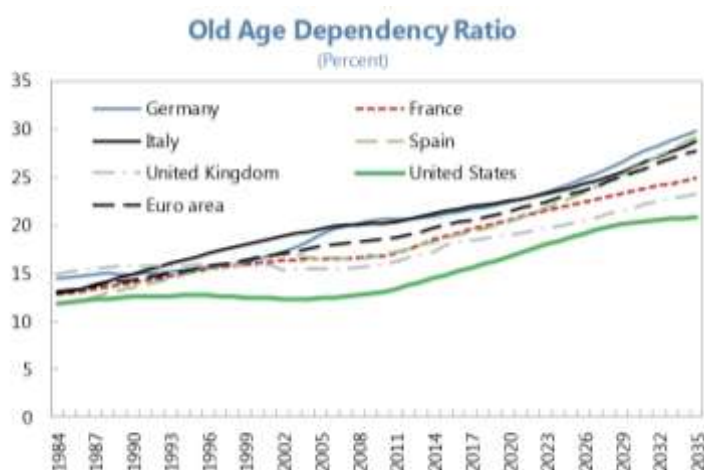
2 STÁRNUTÍ A ROLE SENIORŮ VE SPOLEČNOSTI

Stárnutí populace představuje jednu z nejvýznamnějších demografických změn 21. století. Tento fenomén s sebou přináší významné výzvy i příležitosti, které ovlivňují nejen ekonomiku a zdravotnictví, ale také sociální služby, veřejný prostor a kulturní instituce. S rostoucím podílem seniorů ve společnosti se zvyšuje potřeba adaptovat veřejné politiky a institucionální přístupy tak, aby odpovídaly specifickým potřebám starší populace.

Změny spojené se stárnutím nejsou pouze biologické, ale zahrnují také sociální, psychologické a ekonomické faktory. Kromě zdravotních problémů čelí senioři i výzvám v oblasti sociální integrace, participace a zachování autonomie. Kulturní instituce v tomto kontextu hrají klíčovou roli, protože mohou přispět nejen k udržení kognitivní vitality seniorů, ale i k prevenci sociální izolace a zlepšení jejich celkové kvality života (Banzi, 2022).

2.1 Stáří

Populace celosvětově stárne rychleji než kdykoliv v minulosti. Podle Světové zdravotnické organizace (Ageing and health, [b.r.]) připadalo v roce 2023 na jednoho člověka staršího 65 let jedenáct osob, přičemž do roku 2050 bude každý šestý člověk na světě starší 65 let (Aiyar, 2016). Obrázky 1 a 2 znázorňují demografické trendy v Evropě, kde je patrný pokles porodnosti a nárůst střední délky života. Tento vývoj vede ke snížení přirozeného přírůstku populace a nárůstu míry závislosti ve stáří.



Obrázek 1: Demografický vývoj a projekce A (Zdroj: Aiyar, 2016)



Obrázek 2: Demografický vývoj a projekce B (Zdroj: Aiyar, 2016)

V Evropě aktuálně tvoří 20 % obyvatel lidé starší 65 let, přičemž do roku 2050 se tento podíl zvýší až na téměř třetinu populace (Ageing and health, [b.r.]). V České republice je situace obdobná. Demografické projekce ukazují, že v roce 2050 bude téměř 40 % populace tvořit skupina osob starších 60 let (Senioři v ČR v datech, 2023).

Zatímco proces stárnutí nejprve zasáhl vyspělé ekonomiky (například v Japonsku tvoří lidé starší 60 let již 30 % populace), nyní je nejrychlejší nárůst seniorů zaznamenáván v zemích s nízkými a středními příjmy, což je dáno především zlepšující se dostupností a kvalitou zdravotní péče a prodlužující se střední délkou života. Odhady naznačují, že do roku 2050 budou dvě třetiny světové seniorské populace žít právě v těchto regionech (Ageing and health, [b.r.]).

Prodloužení lidského života představuje komplexní demografický trend s dvojitou povahou, zahrnující jak potenciální přínosy, tak významné výzvy. (Psychologie dnes, 1998). Zdravotní a sociální politika se musí zaměřit nejen na péči o seniory, ale také na podporu jejich aktivního zapojení do společnosti, což má přímý dopad i na oblast kultury.

Definice stáří se liší v závislosti na tom, zda se na něj díváme z biologické, psychologické nebo sociální perspektivy. Na biologické úrovni je stárnutí výsledkem postupné akumulace buněčných a molekulárních poškození, které vedou ke snižování funkční kapacity organismu (Ageing and health, [b.r.]). Psychologická úroveň pozdního věku se zaměřuje na subjektivní prožívání tohoto období a na adaptaci seniora na změny, které s sebou přináší (Cho, 2015). Změny provázející sociální úroveň stárnutí se zaměřují na roli seniorů ve společnosti a na jejich postavení v rodině a komunitě. Zahrnuta jsou témata odchodu do důchodu, změna rodinné role nebo snížení sociálních kontaktů. Tyto změny

mohou častěji vést k pocitům osamělosti a frustrace (Psychologie dnes, 1998). Stáří je komplexním obdobím života, přičemž všechny tři perspektivy jsou vzájemně propojené. Pozdní věk je ovlivněn mnoha faktory, včetně genetiky, životního stylu, sociálního prostředí a psychologických faktorů.

Světová zdravotnická organizace označuje za seniory osoby starší 60 let, což je hranice běžně užívaná v mezinárodních statistikách (Ageing and health. [b.r.]). V České republice a mnoha dalších evropských zemích je senior běžně definován pomocí kritéria jeho věku, kdy za seniora je považována každá osoba ve věku 65 či více let (Senioři v datech, 2023). Stárnutí je však vysoce individuální proces. Chronologický věk nemusí vždy odpovídat biologickému a funkčnímu věku. Zatímco někteří jedinci si udržují vysokou úroveň fyzické a kognitivní aktivity i ve velmi pokročilém věku, jiní mohou vykazovat známky kognitivního poklesu již před 65. rokem života (Drobný a Šerák, 2016). To naznačuje i nespočet sociologických výzkumů, z nichž vyplývá, že člověk se stává seniorem mezi 60. a 70. rokem (Sak a Kolesárová, 2012).

Stárnutí je přirozený proces, který s sebou nese řadu fyziologických změn, například snížení funkce imunitního systému, což může vést k vyšší náchylnosti k infekcím a dalším onemocněním. Tyto změny mohou ovlivnit různé oblasti života seniorů, včetně jejich mobility, smyslového vnímání a celkové soběstačnosti (Redmond-Jones, 2024). Mezi nejčastější zdravotní komplikace patří:

- senzorické poruchy – ztráta sluchu, poruchy zraku (šedý zákal, refrakční vady);
- pohybová omezení – osteoartróza, bolesti zad a krku, snížená mobilita;
- chronická onemocnění – cukrovka, vysoký krevní tlak, chronická obstrukční plicní nemoc (Ikram, 2020);
- psychické a kognitivní poruchy – deprese, úzkosti, demence (Redmond-Jones, 2024).

Kromě již zmíněných zdravotních komplikací, které zahrnují poruchy sluchu (s prevalencí odhadovanou na 40 % u osob nad 65 let), problémy se zrakem (postihující 15 % seniorů) a demenci (vyskytující se u 10 % této populace) (Ikram, 2020), se v této skupině obyvatelstva významně projevuje také sociální izolace. Ta vede k dalším psychickým a zdravotním komplikacím. Až 50 % osob starších 60 let je ohroženo sociální izolací, přičemž minimum seniorů je tímto faktorem ovlivněno. Sociální izolace může mít za následek

deprese, úzkosti, pocitu osamělosti a negativně ovlivnit život seniora (Reducing social isolation, [b.r.]). Výzkum provedený v Británii potvrzuje projev sociální izolace u seniorů již tráví pět dní v týdnu bez jakéhokoliv sociálního kontaktu, což často vede k rozvoji depresí a prohlubování pocitu osamělosti (Singh, 2009).

Na problém sociální izolace reagují různé iniciativy, které se snaží podpořit sociální interakce seniorů prostřednictvím kulturních a komunitních aktivit. Studie divadla Nørrebro Theatre v Kodani prokázala, že významná část seniorské populace vykazuje zájem o návštěvu divadelních představení, avšak postrádá sociální doprovod. V rámci programu The Good Company proto divadlo vytvořilo systém registrace, díky němuž se mohou senioři setkat s dalšími návštěvníky bez doprovodu. Při příchodu je přivítá personál, který je seznámí, představí jim program večera a zajistí komfort během celé návštěvy, včetně přestávky. Tento přístup vedl ke zvýšení návštěvnosti mezi osobami, které by se jinak kvůli sociální nejistotě zdráhaly divadlo navštívit (Adeste plus, [b.r.]). Podobné iniciativy se objevují i v dalších zemích. Například francouzský startup Granny & Charly (Sifted, 2023) propojuje mladší a starší generace, zatímco platforma Joy Club poskytuje seniorům prostor pro sociální vyžití a aktivní trávení volného času (Vignesh, 2022).

Uvedené iniciativy jednoznačně potvrzují, že cílené sociální a kulturní aktivity hrají zásadní roli v prevenci osamělosti u seniorů. V tomto kontextu se jako klíčový aktér jeví kulturní instituce, které seniorům poskytují prostor pro aktivní participaci a tím významně posilují jejich sociální integraci a duševní pohodu. Autor Rosenboom (2016) zdůrazňuje, že umění a kultura by neměly být pro seniory nedostupné. Naopak, v součinnosti se zdravotní a sociální péčí by měly seniory aktivně vybízet k zapojení do kulturního dění.

2.2 Role seniorů v kulturních institucích

2.2.1 Dopady stárnutí na kulturní instituce

Demografický posun směrem k narůstajícímu zastoupení seniorů v populaci ale i mezi návštěvníky kulturních zařízení implikuje potřebu inovativních přístupů v oblasti programové nabídky, infrastruktury a komunikačních strategií.

Podle Banzi (2022) „rostoucí podíl seniorů v populaci přináší výzvy, ale i příležitosti pro kulturní instituce, které chtějí cílit na tuto skupinu.“ Změny ve fyzických a kognitivních schopnostech ovlivňují způsob, jakým senioři vnímají kulturní prostředí, a vyžadují adaptaci expozic i služeb. Důležitými aspekty jsou například:

- přístupnost prostor – bezbariérové vstupy, dostatek míst k sezení, snadná navigace (Roe a McCay, 2021);
- přizpůsobení programů – kulturní akce vhodné pro seniory, workshopy zaměřené na paměťový trénink, mezigenerační aktivity (Coleman, 2018);
- komunikační strategie – tištěné materiály a přímá komunikace spolu s digitální propastí představuje pro část seniorů bariéru (Redmond-Jones, 2024);

Zmíněné aspekty nabádají kulturní instituce k přizpůsobení nabídky nejen z hlediska obsahu, ale i formy. Investice do inkluzivního designu a služeb podporujících pohodlí starších návštěvníků přinášejí dlouhodobé výhody nejen seniorům, ale i dalším skupinám, například rodinám s dětmi či lidem s pohybovým omezením (Freibergera, 2024).

2.2.2 Participace seniorů v kulturních institucích

Participace seniorů v kulturním životě je klíčovým faktorem pro jejich sociální integraci, duševní pohodu a kognitivní zdraví. Lze ji rozdělit do dvou hlavních kategorií. Pasivní účast, kdy senioři přijímají kulturní obsah jako diváci či návštěvníci, a aktivní účast, kdy se sami podílejí na tvorbě a organizaci kulturních aktivit (Coleman, 2018). Obě formy jsou vzájemně provázané a přispívají k rozvoji osobnosti, posílení sociálních vazeb a celkovému well-beingu starších osob (Ciaccheri, 2022).

Pasivní participace zahrnuje konzumaci kulturních produktů a aktivit bez přímé intervence do jejich tvorby (Story, Yang, Bravata, 2021). Tento typ participace má zásadní význam pro kognitivní stimulaci, emoční pohodu a udržování kontaktu s kulturním dědictvím (Ciaccheri, 2022). Nicméně, tento potenciál může být limitován např. fyzickými překážkami (nedostatečně přístupná infrastruktura), finančním omezením (vysoké vstupné) nebo psychologickými faktory (strach z nového prostředí, obavy z nepochopení moderních kulturních forem) (Manolica, 2022). Druhá forma participace, aktivní, představuje hlubší zapojení seniorů do kulturních procesů, kde se stávají spoluvůrci nebo organizátory. Kategorizace obou forem participace je vizualizována v Tabulce 1.

Tabulka 1: Pasivní a aktivní účast (Zdroj: Manolica, 2022; Story, Yang a Bravata, 2021; Redmond-Jones, 2024)

Typ	Kategorie	Popis
Pasivní účast	návštěva kulturních institucí	muzea, galerie, historické památky
	účast na představeních a akcích	divadlo, koncerty, filmová představení, literární čtení
	individuální kulturní aktivity	čtení knih, poslech hudby, sledování kulturních pořadů
Aktivní účast	dobrovolnictví v kulturních institucích	průvodcovství, edukace návštěvníků, pomoc s organizací výstav a akcí
	zapojení do seniorských uměleckých skupin	pěvecké sbory, amatérská divadla, výtvarné a literární kroužky
	mezigenerační programy	předávání kulturních tradic, mentoring mladších generací, participace na komunitních projektech
	kurzy a workshopy	výtvarná tvorba, psaní, hudební aktivity, digitální umění

Pasivní a aktivní participace nejsou oddělenými sférami, naopak se mohou dynamicky doplňovat. Například návštěva výstavy může inspirovat k vlastní výtvarné tvorbě, účast na literárním čtení může motivovat k psaní vlastní tvorby, pasivní zájem o divadlo může vést k aktivnímu zapojení do amatérského souboru (Ciaccheri, 2022). I zde však existují bariéry jako je nedostatek příležitostí pro seniory, nízká informovanost o možnostech zapojení, technologická propast nebo obavy z vlastních schopností (Coleman, 2018). Kulturní instituce mají příležitost vytvořit podmínky, které umožní seniorům nejen pasivní konzumaci kultury, ale i aktivní účast a seberealizaci.

Důležitým aspektem, který ovlivňuje participaci seniorů v kulturních institucích, je jejich nezávislost a autonomie. Pocit, že se mohou v daném prostředí pohybovat bez omezení a nutnosti neustále žádat o pomoc, je zásadní pro jejich sebevědomí a motivaci k návštěvám (Charras, 2024). Pokud se musí senioři spoléhat na pomoc personálu instituce, může to vést k jejich neochotě tyto zařízení pravidelně navštěvovat. Podle Roe a McCaye (2021) mohou

opakované situace, kdy senioři musejí žádat o asistenci, snižovat jejich pocit autonomie a podporovat vyloučení z kulturního prostředí.

Navzdory zmíněným faktům preferuje mnoho seniorů přímou interakci s personálem před samostatným vyhledáváním informací. Tento jev může souviset s několika faktory, včetně nižší důvěry ve vlastní schopnosti orientace, potřeby sociální interakce nebo zvyku spoléhat se na osobní kontakt při získávání informací (Psychologie dnes, 1998). Senioři často upřednostňují osobní komunikaci před vizuálními či digitálními navigačními systémy, což naznačuje, že přístupnost by neměla být redukována pouze na fyzické úpravy budov, ale měla by zahrnovat i adekvátní podporu v komunikaci a interakci se seniory (Charras, 2024).

Přínosy

Pravidelná účast na kulturních aktivitách prokazatelně přispívá ke zlepšení kognitivních funkcí, neboť podněcuje paměťové procesy, podporuje koncentraci a rozvíjí kreativní myšlení, čímž pomáhá zpomalovat kognitivní úpadek související se stárnutím (Coleman, 2018; Freiberga, 2024). Současně kulturní aktivity posilují sociální vazby, protože vytvářejí prostor pro interakci s vrstevníky i mladšími generacemi, čímž snižují riziko osamělosti a sociální izolace, které jsou častými důsledky stárnutí (Roe a McCay, 2021). Aktivní zapojení do kulturního života navíc zvyšuje kvalitu života seniorů, jelikož posiluje jejich pocit smysluplnosti, seberealizace a duševní pohody, což se pozitivně odráží na celkovém well-beingu a psychické stabilitě (Banzi, 2022). Kulturní participace tedy nejen obohacuje každodenní život seniorů, ale zároveň představuje účinný nástroj prevence negativních důsledků stárnutí.

Překážky

I přes nesporné pozitivní dopady, které participace přináší, čelí senioři řadě překážek, jež jejich zapojení limitují. Pro seniory je důležitý nejen fyzický přístup (např. bezbariérovost), ale i informační přístup, například jednoduchost jazyka, větší písmo nebo audioprůvodci (Freiberga, 2024).

Mezi hlavní bariéry participace seniorů patří fyzické překážky, kupříkladu architektonické nedostatky budov, absence výtahů či nevhodné umístění expozic, což ztěžuje seniorům pohyb a orientaci v prostorech kulturních institucí (Roe a McCay, 2021). Dalším významným faktorem jsou finanční bariéry, kdy nízké důchody a vysoké vstupné omezují možnost návštěvy kulturních akcí (Freiberga, 2024). Informační bariéry, příkladmo obtížná dostupnost informací o programech a akcích, či upřednostňování digitální

komunikace bez alternativních forem, mohou seniory odradit od zapojení (Coleman, 2018). Podstatnými faktory jsou též psychologické bariéry. Seniori mohou mít obavy ze změn, být nejistí při používání technologií nebo pociťovat nepatřičnost v kulturním prostředí, což jim brání v aktivní participaci (Redmond-Jones, 2024).

2.2.3 Možnosti a limity kulturních institucí

Kulturní instituce, kupříkladu muzea a galerie, obvykle vnímají participaci návštěvníků jako pasivní zážitek. Tento přístup se v posledních letech začíná měnit, jelikož roste důraz na interaktivní prvky, edukační programy a komunitní spolupráci (Alonso-Tak, 2020). Instituce by tudíž měly nabízet široké spektrum příležitostí k zapojení seniorů. Záměrem je vytvořit takové podmínky, které reflektují nejen potřeby seniorů jako publika, ale také jako aktivních spoluvůrců a nositelů kulturního dědictví.

Muzea a galerie mohou být klíčovými aktéry v podpoře participace seniorů, avšak často čelí různým překážkám, jež brání plné inkluzi této skupiny (Banzi, 2022). Pro zajištění efektivních strategií je nezbytné odstranit systémové bariéry, mezi něž patří finanční omezení, institucionální nastavení a absence metodické podpory pro práci se seniory.

Finanční a institucionální omezení

Odstranění bariér, které brání seniorům v participaci, vyžaduje systematický a mezioborový přístup, avšak kulturní instituce často nedisponují dostatečnými finančními prostředky ani personálními kapacitami k realizaci komplexních opatření zaměřených na tuto cílovou skupinu. Mnohé instituce čelí omezenému rozpočtu, který je primárně alokovan na provoz, údržbu a základní programovou nabídku, což komplikuje investování do bezbariérových úprav, specializovaných vzdělávacích programů či cílených informačních kampaní (Modzelewska, 2020). Dalším problémem je závislost na veřejných dotacích a grantových programech, které často nejsou primárně určeny k podpoře inkluzivních strategií. V důsledku nejsou inkluzivní programy dlouhodobě udržitelné a často končí spolu s ukončením financování (Greer, 2020; Coleman, 2018). Možným řešením je navázání partnerství se soukromým sektorem a neziskovými organizacemi, jež mohou zajistit stabilnější financování inkluzivních projektů (Coleman, 2018).

Nedostatek odborného zázemí a metodické podpory

Kromě finančních omezení se kulturní instituce potýkají i s nedostatečnou odbornou přípravou personálu, který by se věnoval specifickým potřebám starších návštěvníků.

Absentuje metodická podpora pro tvorbu inkluzivních programů a školení zaměstnanců v oblasti přístupnosti (Fortuna, 2023). Mnohé instituce také postrádají metodické příručky či interní strategie zaměřené na práci se seniory, což vede k neefektivním přístupům k této cílové skupině (Coleman, 2018). V některých případech dokonce chybí skutečné odhodlání k inkluzi. Britský model financování dokládá, že muzea sice jsou finančně motivována k prokazování inkluzivních přístupů, avšak účelem může být pouze formální „plnění kvót“ bez skutečných strukturálních změn (Coleman, 2018).

Překonávání stereotypů o seniorech

Zásadním faktorem pro rozvoj participace seniorů v kulturních institucích je změna vnímání této demografické skupiny. Jak již bylo zmíněno, senioři by neměli být vnímáni pouze jako pasivní příjemci kultury, ale i jako aktivní tvůrci a přispěvatelé do kulturního života. Změna v percepci vyžaduje nejen strukturální změny, ale také posun v myšlení a strategickém plánování kulturních organizací (Freiberger, 2024; Alonso-Tak, 2020).

2.3 Aktivní a kreativní stárnutí

Stárnutí je často spojováno s negativními stereotypy, které vedou k vnímání seniorů jako pasivních a méně přispívajících společnosti. Koncept aktivního a kreativního stárnutí nicméně reflektuje skutečnost, že stárnutí je komplexní proces, který zahrnuje i pozitivní aspekty (Lee, Aula a Masoodian, 2023).

Kultura představuje zásadní roli ve zdravém procesu stárnutí, neboť podporuje fyzickou, psychickou i sociální pohodu seniorů. Aktivní stárnutí, které definuje Světová zdravotnická organizace (WHO) jako *active ageing*, se zaměřuje na prodloužení zdravého života, podporu sociální participace a zajištění ekonomické a společenské autonomie jednotlivců (Rudnicka, 2020). Kreativní stárnutí známé jako *creative ageing* tento koncept rozvíjí s důrazem na umělecké a tvůrčí aktivity jako prostředek osobního rozvoje a prevence kognitivního úpadku (Freiberger, 2024).

Muzea, galerie a další kulturní instituce hrají v procesu aktivního a kreativního stárnutí důležitou roli, neboť poskytují potřebný prostor pro interaktivní učení, uměleckou tvorbu a aktivní zapojení seniorů do kulturního života.

2.3.1 Aktivní stárnutí

Aktivní stárnutí je strategický koncept WHO zaměřený na podporu fyzického a duševního zdraví, posilování sociálních vazeb a prodloužení nezávislosti seniorů (WHO, [b.r.]). Tento přístup zahrnuje pět hlavních pilířů:

- fyzické zdraví – pravidelný pohyb, prevence nemocí a zdravý životní styl;
- sociální participace – zapojení do komunitního života, udržování sociálních kontaktů;
- celoživotní vzdělání – umožnění dalšího učení a adaptace na nové technologie;
- ekonomická aktivita – podpora pracovních příležitostí pro seniory včetně dobrovolnictví;
- důstojnost a nezávislost – zajištění podmínek pro samostatnost a aktivní rozhodování seniorů o vlastním životě (MPSV, 2021).

Gerontologické teorie aktivního stárnutí ukazují, že zapojení seniorů do společenských a uměleckých aktivit má přímý dopad na jejich fyzické, kognitivní a emocionální zdraví (Foster a Walker, 2015). Cohenova teorie aktivního stárnutí zdůrazňuje, že kreativita ve stáří je stimulována dvěma hlavními vlivy, pocitem kontroly nad vlastním životem a sociální interakcí (Lee, Aula & Masoodian, 2023). Aktivní zapojení do uměleckých aktivit navíc snižuje riziko depresí a kognitivního úpadku, protože podporuje vyšší úroveň optimismu a životní spokojenosti (Remond-Jones, 2024).

S problematikou aktivního stárnutí dle WHO (2002) úzce souvisí pojem civic wellness, který zdůrazňuje zdraví, participaci a bezpečnost jako klíčové faktory stárnutí s důstojností. Významná je též aktivní účast se subjektivním pocitem naplnění, autonomií a společenskou hodnotou života ve stáří (Rowe a Carr, 2018)

Civic wellness (také označováno jako civic health) představuje koncept, jenž přesahuje individuální přístupy k well-beingu seniorů a zaměřuje se na zdraví společnosti jako celku. Zahrnuje způsoby, jimiž jednotlivci, zejména senioři, přispívají k budování komunitní soudržnosti, zlepšování kvality života ve společnosti a posilování demokratických hodnot (What is Civic Health, 2023).

Spektrum aktivit zahrnující participaci na veřejném rozhodování a komunitních projektech, dobrovolnickou činnost, kulturní participaci a mezigenerační sdílení znalostí a zkušeností, představuje komplexní model aktivního zapojení občanů do společnosti (Vega-

Tinoco, Gil-Lacruz a Gil-Lacruz, 2022). Významným motivátorem pro seniory bývá přesvědčení, že tyto aktivity zvyšují jejich fyzické i psychické zdraví, pocit štěstí a celkovou životní spokojenost (Martinson a Minkler, 2006).

Mezi formy občanské participace seniorů patří příkladně dobrovolnictví v kulturních institucích, kde senioři působí jako průvodci či lektori (Hanna a Perlstein, 2008), nebo zapojení do mezigeneračních projektů, kupříkladu storytellingové workshopy ve školách. Kulturní instituce rovněž čím dál častěji spolupracují se seniory na tvorbě programů, čímž podporují jejich roli v rozhodovacích procesech (Lee, Aula a Masoodian, 2023).

2.3.2 Kreativní stárnutí

Kreativní stárnutí propojuje aktivní zapojení seniorů do kulturního života s uměleckými a vzdělávacími aktivitami, které podporují jejich osobní rozvoj i celkovou pohodu. Tento přístup vychází z předpokladu, že kreativita se věkem nesnižuje, ale naopak může být dále rozvíjena prostřednictvím programů pořádaných kulturními institucemi (Lee, Aula & Masoodian, 2023; Stončikaitė, 2025).

Kreativní well-being, tedy propojení emocionální pohody, sociální interakce a smysluplné účasti na kulturních aktivitách je nezbytné ve zlepšení kvality života seniorů (Lee, Aula & Masoodian, 2023). Umělecké činnosti, např. malování, hudba, divadlo či psaní, nejen stimulují kognitivní funkce, ale zároveň umožňují seniorům smysluplně se realizovat a sdílet své zkušenosti s ostatními. Kulturní instituce poskytují vhodné prostředí pro tento proces, neboť umožňují nejen aktivní účast na umění, ale i vytváření komunitních vazeb.

Důsledkem zapojení do kreativních programů je nejen vyšší sociální aktivita seniorů, ale také zlepšení jejich zdravotního stavu. Snižuje se potřeba lékařských návštěv, klesá spotřeba léků a dochází k celkovému zvýšení duševní pohody (Maxmilián, 2023). Kreativní stárnutí tak představuje efektivní cestu k podpoře celoživotního vzdělávání, sociální participace a aktivního zapojení seniorů do společnosti (Ciacheri, 2022).

2.3.3 Role kulturních institucí v podpoře aktivního a kreativního stárnutí

Muzea, divadla a galerie se stále častěji zaměřují na aktivní zapojení seniorů do tvorby kulturního obsahu. Příkladem mohou být:

- dobrovolnické programy v muzeích, kde senioři provázejí výstavami, podílejí se na edukaci návštěvníků nebo pomáhají s organizací kulturních akcí (Alonso-Tak, 2020);

- mezigenerační kulturní aktivity, které propojují seniory s mladšími generacemi, čímž posilují sociální soudržnost a přirozenou výměnu zkušeností (Roe a McCay, 2021);
- speciální programy pro seniory s demencí, zaměřené na reminiscenční terapie využívající hudbu, výtvarné umění či literaturu, které podporují paměťové schopnosti a emoční stabilitu (Freiberger, 2024).

Pro zapojení seniorů je nezbytné, aby kulturní instituce nabízely prostředí odpovídající jejich potřebám. Jednou z významných překážek aktivního stárnutí je nedostatek bezpečných prostor pro pohyb a relaxaci, což může snižovat motivaci seniorů k účasti na kulturních akcích. Dostupnost kulturních prostor, včetně dostatečného množství odpočinkových míst, bezbariérového přístupu a adekvátního osvětlení, se proto stává zásadním faktorem pro jejich aktivní zapojení (Roe & McCay, 2021).

Evropská iniciativa Europe Beyond Access (Pawlak, 2024) v této souvislosti zdůrazňuje nutnost rozšíření přístupu k uměleckým a kulturním aktivitám pro seniory prostřednictvím několika opatření:

- odstranění fyzických a digitálních bariér: zajištění bezbariérových vstupů, pohodlných a bezpečných prostor pro seniory a dostupných online programů, které umožní zapojení i těm, kteří se nemohou kulturních akcí účastnit osobně;
- mezisektorová spolupráce: propojení kulturních institucí se zdravotnickými a sociálními službami s cílem vytvořit komplexní podporu pro seniory;
- podpora inovací v kulturních programech pro seniory : adaptace kreativních aktivit na specifické potřeby starší populace, včetně interaktivních workshopů a programů zaměřených na rozvoj kognitivních a motorických schopností.

Prostřednictvím inkluzivních a participativních programů umožňují starší generaci nejen smysluplně trávit volný čas, ale také posilovat sociální vazby a udržovat kognitivní vitalitu (Ciacheri, 2022).

3 INKLUZE A PŘÍSTUPNOST V KULTURNÍCH INSTITUCÍCH

Dnešní společnost je charakterizována demografickou diverzitou, stárnutím populace a důrazem na rovné příležitosti. Kulturní instituce proto čelí výzvě zajistit nejen dostupnost svých prostor, ale i jejich skutečnou přístupnost a inkluzivitu. Tyto pojmy však nejsou zaměnitelné. Jak upozorňují autoři Coleman (2018) nebo Ciaccheri (2022), inkluze není dosažena pouhou absencí fyzických bariér. Vyžaduje proměnu přístupu, myšlení a institucionálních strategií.

Fyzická přístupnost je přesto základním předpokladem pro to, aby se kulturní zážitek mohl stát skutečně univerzálním. Jak uvádí Freiberga (2024), bariéry v podobě schodů, chybějících výtahů či úzkých průchodů zásadně ovlivňují samostatný pohyb osob s omezenou mobilitou a snižují jejich motivaci zapojit se do kulturního života. Tento fakt je obzvláště významný v kontextu stárnoucí populace, kde právě muzea a kulturní aktivity mohou přispět k prevenci izolace, duševní stimulaci a podpoře well-beingu.

3.1 Teoretické ukotvení pojmů inkluze, přístupnost a dostupnost

Inkluze a přístupnost jsou dva klíčové pojmy, které bývají často zaměňovány, přestože označují různé, byť úzce propojené koncepty. Jejich důsledné odlišení je zásadní pro správné nastavení kulturních politik a strategií institucí.

Inkluze je v Cambridge Dictionary definována jako princip, který zdůrazňuje rovný přístup pro všechny jedince, včetně těch se specifickými potřebami, k zařízením, aktivitám a zážitkům (Cambridge University Press, © 2025). Představuje komplexní záměr, v jehož rámci kulturní instituce nejen umožňují přístup všem, ale také cíleně usilují o aktivní zapojení marginalizovaných skupin. Nejedná se pouze o přijetí, ale také o vytváření prostředí, kde se každý návštěvník, bez ohledu na své schopnosti, cítí vítán, respektován a zapojen (Coleman, 2018).

Oproti tomu se pojem přístupnost vztahuje primárně k odstranění konkrétních bariér, jež mohou bránit účasti určité skupině osob. Přístupnost má více dimenzí. Kromě fyzické, která zahrnuje architektonická řešení jako výtahy, rampy nebo bezbariérové toalety, existuje také mentální, jazyková, informační a digitální přístupnost. Jak připomíná Ciaccheri (2022), přístupnost by neměla být považována za volitelný doplněk, ale za klíčový prvek standardního fungování institucí.

Inkluzi tak lze vnímat jako cílový stav, otevřenou, respektující a participativní instituci, zatímco přístupnost je soubor nástrojů a strategií, které k tomuto stavu vedou. Přístupnost je tedy nezbytnou, ale nikoli dostačující podmínkou inkluze.

Je rovněž důležité upozornit na rozdíl mezi pojmy „přístupnost“ (accessibility) a „dostupnost“ (availability). Přestože oba pojmy jsou zásadní v zajišťování rovného přístupu ke kulturním institucím, označují odlišné aspekty zapojení veřejnosti a jejich důsledné odlišení je nezbytné pro pochopení komplexnosti inkluzivní praxe (Freiberga, 2024). Přístupnost se vztahuje k možnosti fyzického, sensorického, mentálního či digitálního přístupu k obsahu, prostorům nebo službám (Coleman, 2018). Její naplnění vyžaduje odstraňování bariér, které mohou návštěvníkům bránit v plnohodnotné účasti (schody, chybějící výtah, složitý jazyk, malý font, absence titulků, nedostatek podpůrného personálu, (Ciaccheri, 2022). Dostupnost se vztahuje spíše k vnějším faktorům, které ovlivňují možnost účasti (časová, geografická nebo ekonomická dosažitelnost kulturních institucí) (Freiberga, 2024). Příkladem mohou být muzea otevřená pouze v pracovní dny, nedostatek veřejné dopravy, drahé vstupné, chybějící slevy pro seniory nebo nevhodně naplánované programy, jež neberou ohled na potřeby cílových skupin.

Rozdíly v přístupu k cílové skupině seniorů jsou ilustrovány prací Freibergy (2024) na čtyřech dimenzích kulturních bariér. První z nich je fyzická dostupnost, která se týká architektonických a prostorových překážek. Druhou dimenzí je finanční dostupnost, tedy náklady spojené s účastí na kulturních akcích. Třetí dimenzí je sociální dostupnost, která zahrnuje pocity nezařazení, obavy ze selhání a nízké sebevědomí. Poslední, čtvrtou dimenzí, je informační dostupnost, tedy jak a kde lidé získávají informace o kulturních akcích.

Instituce mohou mít kupříkladu bezbariérový vstup, a přesto zůstat nedostupné pro seniory, pokud se nacházejí v lokalitě bez dostupné dopravy, nabízejí pouze online informace nebo požadují vysoké vstupné. Jak zdůrazňuje Coleman (2018), plná inkluze vyžaduje souběžné řešení přístupnosti i dostupnosti. Nestačí odstranit fyzické překážky, pokud si veřejnost nemůže dovolit návštěvu, nebo se o ní ani nedozví. Tato komplexnost podtrhuje nutnost promyšlené strategie a hlubšího pochopení skutečných potřeb různorodého publika.

3.2 Principy inkluzivního a univerzálního designu

Inkluzivní design lze chápat jako strategický proces, který vychází z obecné definice designu jako řešení problémů (Eikhaug a Gheerawo, 2018). Jeho specifickým cílem je navrhovat

běžné produkty, služby a prostředí, které jsou přístupné a atraktivní pro co nejširší spektrum uživatelů, s důrazem na zohlednění celé lidské rozmanitosti včetně schopností, jazyka, kultury, pohlaví, věku a dalších odlišností (Inclusive Design Research Centre, [b.r.]). Klade větší důraz na sociální a kulturní aspekty inkluze. Zahrnuje nejen fyzickou přístupnost, ale také respekt k rozmanitosti potřeb, preferencí a zkušeností různých skupin uživatelů (Fuglerud, 2014).

Univerzální design je přístup, jenž se snaží vytvořit takový design, který by byl aplikovatelný pro všechny lidi bez potřeby adaptace nebo speciálního designu. Snaží se o vytvoření produktů a prostředí, která jsou intuitivní a snadno použitelná pro co nejširší spektrum uživatelů, včetně těch s různými schopnostmi. (Roe a McCay, 2021). Často se zaměřuje na fyzické a smyslové aspekty přístupnosti (např. bezbariérový přístup, kontrastní barvy, snadno ovladatelné prvky). Snaží se předcházet bariérám v designu od samého začátku. Může zahrnovat širokou škálu uživatelů, ale často se primárně zaměřuje na obecnou použitelnost a funkčnost (Design pro všechny, [b.r.]).

Ze zmíněných dvou přístupů vychází implementace inkluzivních strategií. Oba přístupy směřují k aktivnímu zapojení všech návštěvníků, avšak s odlišným metodologickým zaměřením. Univerzální design dle trojice autorek Filová, Rollová a Čerešňová (2022) zahrnuje flexibilitu, jednoduchost, smyslovou dostupnost, nízké fyzické nároky a podporu samostatnosti. Tyto zásady se promítají do architektonických řešení, poskytování informací i programového plánování (Loušová, 2025).

Inkluzivní design, na rozdíl od univerzálního, pracuje s variabilitou potřeb a usiluje o rovnocenný kulturní zážitek pro každého. Praktickým příkladem inkluzivního designu je orientační systém v hlavní budově Univerzity v Rostocku, navržený studiem inkl. Design. Budova byla dříve pro návštěvníky obtížně srozumitelná, proto byl vytvořen systém s jasným barevným rozlišením, kontrastní grafikou, Braillovým písmem a hmatovými mapami, které umožňují nezávislý pohyb i osobám se zrakovým či pohybovým postižením (Uffelen, 2021). Podobný princip uplatnilo i studio Polylog v areálu Zeche Zollverein v Essenu, kde místo klasického značení použilo číslování budov a hmatové modely, aby byla orientace srozumitelná i bez znalosti jazyka.

Autorka Freiberga (2024) popisuje základní principy, které zdůrazňují rovný přístup k obsahu a participaci, předvídání různorodých potřeb, více forem zapojení, přehlednost a srozumitelnost, bezpečné a emocionálně vstřícné prostředí, podpora autonomie a

důstojnosti, zohlednění sociálních a kulturních kontextů a participace uživatelů na tvorbě prostředí.

Zatímco univerzální design směřuje k jednotnému řešení, inkluzivní design se zaměřuje na anticipaci a uspokojení rozmanitých potřeb návštěvníků. Oba přístupy se však vzájemně doplňují a jejich kombinace je stěžejní pro vytvoření skutečně inkluzivního prostředí v kulturních institucích.

3.3 Legislativní norma

Otázky přístupnosti a inkluze ve veřejných institucích, zejména kulturních, nejsou pouze tématy etiky nebo dobré praxe, ale jsou pevně zakotveny v legislativních normách na národní i mezinárodní úrovni. Právní a normativní rámce určují minimální standardy, které instituce musí dodržovat, ale zároveň poskytují užitečný nástroj pro systematické plánování a hodnocení přístupnosti.

Jedním ze zásadních rámců je Úmluva OSN o právech osob se zdravotním postižením (UNCPRD), která klade důraz na rovný přístup ke kultuře, informacím a participaci ve veřejném životě. V oblasti kultury navazuje na tuto úmluvu např. doporučení UNESCO, podle kterého je kulturní přístupnost základním lidským právem, jehož naplnění vyžaduje mezioborovou spolupráci (Banzi, 2022).

Významným příkladem praktické aplikace inkluzivního designu v evropském prostoru je norma EN 17210, která stanovuje požadavky na přístupnost zastavěného prostředí, včetně veřejných kulturních prostor. Norma vysvětluje přístupnost jako souhrn fyzických, komunikačních a kognitivních aspektů a upozorňuje, že kulturní instituce by měly zohlednit potřeby seniorů nejen v architektuře, ale také v informačních systémech a mezilidské interakci (CENa, 2021).

Jeden z nejvýznamnějších legislativních milníků v zahraničí představuje americký zákon Americans with Disabilities Act (ADA) z roku 1990. Tento zákon zásadně proměnil fungování muzeí a galerií ve Spojených státech amerických, neboť definoval konkrétní požadavky na fyzickou přístupnost, např. bezbariérové vstupy, dostupnost exponátů či orientační značení. ADA rovněž podnítil rozvoj služeb pro osoby se smyslovým a pohybovým postižením (asistenti, průvodci, hmatové modely, ...). V kontrastu k americkému přístupuje britský systém k přístupnosti komplexněji, jelikož měří skutečnou inkluzi institucí prostřednictvím konkrétních indikátorů. Muzea jsou povinna dokládat, jak

aktivně zapojují různé komunity, včetně osob s postižením, seniorů nebo menšin. Tento přístup vyžaduje, aby kulturní instituce pravidelně hodnotily svou otevřenost, nejen ve fyzickém smyslu, ale také z hlediska obsahu, reprezentace a participace (Coleman, 2018).

Evropská norma EN 17210 doporučuje, aby kulturní organizace systematicky implementovaly principy univerzálního designu, který zajišťuje pohodlné a bezpečné prostředí pro široké spektrum návštěvníků (CENa, 2021).

Podle této normy by měly být veřejné budovy vybaveny:

- klidovými zónami (odpočinkové prostory),
- zřetelným a kontrastním značením,
- intuitivní orientací, která zohledňuje například delší reakční časy seniorů nebo potřebu častějších zastávek při pohybu (CENa, 2021; CENb, 2021).

Technická zpráva FprCEN/TR 17621, též z evropského prostoru, pak ještě více konkretizuje doporučení pro architektonické řešení kulturních prostor:

- doporučuje např. rampy se sklonem max. 5 %, průchody široké min. 850 mm a použití vizuálně kontrastního značení, které napomáhá osobám se zrakovým nebo pohybovým omezením;
- upozorňuje na význam akustického prostředí, které by mělo být přizpůsobeno osobám se sluchovým postižením (např. snížení ozvěny, možnost použití sluchadel či indukčních smyček);
- navrhuje doplnění expozic o hmatové prvky, graficky přístupné popisy a multisenzorické informace, které zohledňují různé kognitivní nebo smyslové potřeby návštěvníků. (CENb, 2021).

Evropské normy obecně zdůrazňují, že dostupné prostředí je nezbytné pro aktivní občanství. Pokud mají lidé možnost samostatně se pohybovat, orientovat a porozumět prezentovanému obsahu, zvyšuje se jejich ochota a motivace aktivně se účastnit veřejného kulturního života (CENa, 2021).

V českém právním prostředí se inkluze a přístupnost kulturních institucí řídí několika zákony a vyhláškami:

- Antidiskriminační zákon č. 198/2009 Sb., který zakazuje diskriminaci na základě zdravotního postižení a vyžaduje rovný přístup ke službám a informacím (Zákon

č. 198/2009 Sb., o rovném zacházení a o právních prostředcích ochrany před diskriminací);

- Zákon č. 99/2019 Sb. o přístupnosti internetových stránek, který se vztahuje na veřejné instituce a upravuje povinnost zajistit digitální přístupnost (Zákon č. 99/2019 Sb., o přístupnosti internetových stránek a mobilních aplikací);
- Stavební zákon a související vyhlášky, které definují technické požadavky na bezbariérový přístup, šířku dveří, rampy, WC a další prvky budov (Zákon č. 183/2006 Sb., o územním plánování a stavebním řádu);
- Zákon č. 122/2000 Sb. o ochraně sbírek, který sice řeší odbornou správu kulturního dědictví, ale v praxi je třeba jeho aplikaci rozšířit o inkluzivní standardy (Zákon č. 122/2000 Sb., o ochraně sbírek muzejní povahy).

Navzdory legislativnímu rámci je v české praxi stále běžné, že přístupnost je vnímána jako dodatečné opatření, nikoliv jako nedílná součást strategie a fungování instituce. Výzkum v Lotyšsku dokládá, že obdobná situace panuje i v dalších evropských zemích. Přestože přístupnost deklarují téměř všechny instituce, pouze malá část z nich umožňuje samostatný a důstojný přístup bez asistence (Freibergera, 2024).

Jak podtrhuje Ciaccheri (2022), přístupnost nesmí být chápána jako „doplňkové vylepšení“, ale jako základní organizační strategie. Nestačí reagovat na požadavky legislativy, kulturní instituce by měly proaktivně plánovat prostředí, služby i komunikaci tak, aby byly otevřené pro všechny.

Vytvoření institucionální kultury přístupnosti, která nejen odstraňuje bariéry, ale posiluje důvěru návštěvníků a podporuje jejich aktivní občanství a dlouhodobé zapojení do kulturního života, vyžaduje propojení legislativy, norem a praxe.

3.4 Klasifikace bariér v kulturním prostředí

Za účelem naplnění principů inkluze a přístupnosti, je třeba detailně porozumět různým typům bariér, jež mohou omezovat účast návštěvníků. Tyto bariéry mají mnohdy systémový charakter a mohou působit paralelně. Příkladně u seniorů se často prolíná zhoršená mobilita s informační nebo psychologickou bariérou.

Podle Colemana (2018) lze překážky, které návštěvníci v muzeích a galeriích zažívají, rozdělit do pěti základních kategorií.

Fyzické bariéry

Představují nejčastěji zmiňované, a zároveň nejvíce viditelné překážky, které brání vstupu osobám s omezenou pohyblivostí. Jako příklad lze uvést:

- schodiště bez výtahů nebo ramp,
- úzké dveře a chodby,
- vysoké prahy,
- nepřístupné toalety,
- chybějící madla a zábradlí.

I malá architektonická nerovnost může být pro osobu se zdravotním postižením nebo pro seniora s chodítkem zásadní překážkou (Loušová, 2025). Zajištění bezbariérových vstupů, širších dveří, odpočinkových míst a vyrovnaných povrchů je proto základním předpokladem přístupného prostoru (Roe a McCay, 2021).

Informační bariéry

Mnoho návštěvníků se potýká s obtížemi při čtení či porozumění textům v expozicích. Většinu činí problém příliš dlouhé či složité texty. Ovlivnění jsou zejména senioři, osoby s mentálním postižením, cizinci nebo lidé s nižšími digitálními dovednostmi (Pilka, 2025).

Institute by měly nabízet informace v jednoduchém jazyce, prostřednictvím většího písma, srozumitelných vizuálních forem (např. piktogramy), alternativních formátů (např. audio) a poskytnout vícejazyčné verze.

Psychologické a smyslové bariéry

Některé skupiny návštěvníků čelí neviditelným překážkám, kupříkladu úzkostem, přecitlivělosti na světlo či zvuk nebo obav z neznámého prostředí. Zvláště senioři, lidé s autismem nebo PTSD mohou preferovat tiché hodiny, jemné osvětlení nebo klidové zóny (Redmond-Jones, 2024). Absence těchto konejšivých prvků zvyšuje pravděpodobnost, že se návštěvníci budou cítit nepříjemně nebo vyloučeně.

Finanční a geografické bariéry

Vysoké vstupné, drahé doprovodné programy či absence slev pro seniory a znevýhodněné skupiny mohou znemožnit účast znevýhodněných návštěvníků. Geografická dostupnost

(např. muzea mimo dosah veřejné dopravy) je rovněž častým problémem, zvláště na venkově nebo v malých městech (Freiberga, 2024).

Institucionální a postojové bariéry

Jde o překážky, které vznikají v důsledku nedostatečné reflexe různorodosti publika. Patří sem například:

- chybějící školení zaměstnanců o práci se seniory a osobami se speciálními potřebami,
- neochota přizpůsobit obsah expozic,
- nedostatek participace cílových skupin při plánování programů (Coleman, 2018).

Tento typ bariér je často nejhůře identifikovatelný, ale má zásadní dopad na to, zda se návštěvník cítí vítán a respektován.

3.5 Inkluze jako základní přístup muzea a galerie

Moderní kulturní zařízení by měly chápat inkluzi jako základní hodnotu, která ovlivňuje všechny aspekty jejich činnosti.

„Inkluze není něco, co se dá přidat jako dodatek, musí být jádrem poslání muzea,“ (Coleman, 2018). Tento výrok výstižně kvituje současný trend v kulturní politice: inkluzivní instituce není ta, která vytváří speciální programy pro „jiné“, ale ta, která integruje různé potřeby do samotného základu své činnosti.

Muzea a galerie přestávají být statickými místy výkladu dějin. Mění se na živé komunitní prostory, které podporují interakci, sdílení a spoluúčast. Jak uvádí autor Alonso-Tak (2020), nový model muzea přestává být jednosměrným vysílačem informací a stává se platformou pro participaci, kde návštěvník není pouze příjemcem, ale i spoluvůrcem obsahu.

Úspěšná inkluzivní strategie začíná u vědomí, že:

- nestačí otevřít dveře, je třeba aktivně zapojit různé skupiny;
- přístupnost není volitelná, ale je klíčovým prvkem fungování;
- nestačí odstranit bariéry, ale je třeba vytvářet prostředí, které předvídá rozmanité potřeby (Ciaccheri, 2022).

Principy strategie jsou aplikovatelné zejména na seniory, kteří jsou nositeli kulturní paměti a často čelí složité kombinaci bariér, od fyzických přes informační až po psychologické

(Banzi, 2022), proto je třeba klást důraz na jejich důstojnost, samostatnost a bezpečí, což vede k zachování jejich lidské hodnoty a podpoře aktivního zapojení do společnosti.

Jak píše Freiberga (2024), senioři často preferují osobní kontakt před digitálními technologiemi a oceňují vstřícnost personálu více než sofistikované digitální nástroje. Ačkoliv mnoho muzeí deklaruje svůj závazek k inkluzi, praxe často ukazuje na nesystémové nebo nesouvislé přístupy, které vedou spíše ke kosmetickým úpravám než k hlubší transformaci.

Efektivní inkluzivní strategie kulturních institucí se neomezují na zajištění přístupnosti, ale aktivně zapojují různé komunity do plánování a realizace programů. Participace není pouhým bonusem, nýbrž nástrojem zajištění relevance, důvěry a udržitelnosti. „Skutečně inkluzivní muzeum se nesnaží jen zpřístupnit informace, ale umožňuje návštěvníkům stát se jejich spoluvůdci,“ (Coleman, 2018).

Banzi (2022) nabádá muzea, aby nepřistupovala k inkluzi jako k jednorázovému projektu, ale jako k dlouhodobému procesu, který se stává součástí strategického plánování. Tento proces by měl zahrnovat:

- vzdělávání personálu v oblasti komunikace a práce se zranitelnými skupinami,
- stabilní financování inkluzivních programů (např. kombinací veřejných grantů a partnerství),
- odstranění architektonických a informačních bariér,
- pravidelné vyhodnocování dopadů a zpětné vazby od návštěvníků.

Mezi pozitivní příklady inkluzivních strategií patří instituce, které zavedly:

- „tiché hodiny“ pro osoby citlivé na hluk,
- divadelní představení s titulky,
- interaktivní průvodce pro osoby se zrakovým postižením,
- programy zaměřené na stimulaci paměti pro seniory (Lee, Aula & Masoodian, 2023).

Tyto aktivity ukazují, že dobře navržená inkluzivní strategie nejen zvyšuje dostupnost kultury, ale přináší také vyšší kvalitu zážitku pro všechny návštěvníky.

Inkluze a přístupnost jsou dva rozdílné pojmy. V kontextu kulturních institucí zůstává fyzická přístupnost nezbytným základem, inkluze je mnohem širší koncept, který zahrnuje aktivní zapojení různorodého publika, srozumitelný obsah, respekt k potřebám jednotlivců a participaci na tvorbě kulturního prostředí.

Ukazuje se, že pouze odstranění fyzických bariér nestačí. Skutečně inkluzivní instituce pracují s přístupností jako s nástrojem, nikoli cílem, a chápou inkluzi jako dlouhodobý proces proměny myšlení, praxe a strategie. Nezbytné je rozlišovat i mezi přístupností a dostupností. Nestačí být otevřený, pokud si návštěvníci nemohou dovolit přijít nebo se o programu vůbec nedozví.

Nezbytná je rovněž implementace principů univerzálního a inkluzivního designu, který zohledňuje různorodost návštěvníků od samého počátku. Přestože legislativa stanovuje určité minimální standardy, efektivní inkluze vyžaduje proaktivní přístup, institucionální kulturu otevřenosti a aktivní spolupráci s cílovými skupinami.

Kulturní praxe vyžaduje inkluzi jako základ, nikoli doplněk, pro posílení důvěry a společenské role instituce.

4 CESTA NÁVŠTĚVNÍKA V KULTURNÍCH INSTITUCÍCH

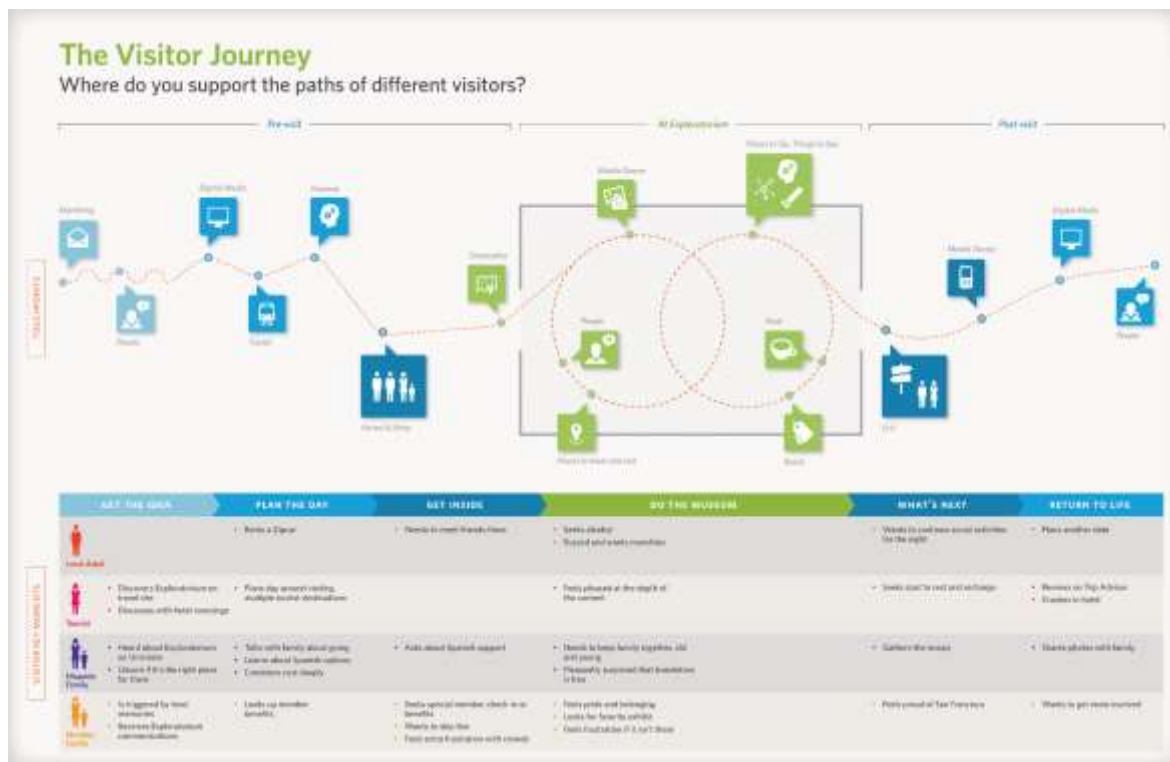
Ve vyvíjejícím se prostředí kulturní participace se koncept cesty návštěvníka objevil jako zásadní rámec pro pochopení toho, jak jednotlivci interagují s kulturními institucemi. Na rozdíl od tradičních modelů zapojení publika, které se zaměřují převážně na ukazatele návštěvnosti nebo průzkumy spokojenosti, nabízí cesta návštěvníka podrobnější a ucelenější pohled na to, jak lidé prožívají kulturní prostory.

Tento vícerozměrný proces zahrnuje emocionální, kognitivní a fyzické interakce, které utvářejí nejen bezprostřední zážitek z návštěvy, ale také dlouhodobější vnímání dostupnosti, významu a institucionální hodnoty. Vzhledem k tomu, že se kulturní instituce snaží zapojit rozmanitější veřejnost, včetně starších dospělých, rodin a marginalizovaných komunit, pozornost věnovaná celému okruhu návštěvnického zážitku se stala strategickým imperativem. Každá fáze této cesty, od snadného vyhledávání informací online až po navigaci ve fyzickém prostoru, může sloužit jako vstupní bod nebo překážka smysluplného zapojení (Coleman, 2018; Ciaccheri, 2022).

4.1 Cesta zákazníka vs. Cesta návštěvníka

Cesta zákazníka (customer journey), která má svůj původ v komerčním marketingu a designu služeb, popisuje celý životní cyklus interakce spotřebitele s produktem nebo službou. Cesta zákazníka vede od fáze uvědomění a zvažování k nákupu a následné podpoře. Tento rámec klade důraz na měřitelné výsledky, příkladně míru konverze, udržení a věrnost značce (Agius, 2023; SuperOffice, 2024).

Kontrastně k cestě zákazníka je cesta návštěvníka (visitor journey) relevantní zejména pro neziskové instituce sloužící veřejnosti (Obrázek 3). Zdůrazňuje zážitkový, prostorový a emocionální rozměr osobní návštěvy, zejména v prostředí, kde je zapojení často spíše vzdělávací nebo afektivní než transakční. Návštěvnická cesta se zaměřuje na fyzický přístup, orientaci na místě, interakci s personálem a interpretační zážitky s výstavami nebo představeními (Black, 2021). S konceptem je úzce propojený pojem cesta publika (audience journey), která je stále častěji používá v literatuře o kulturním marketingu a zapojení veřejnosti. Tento model přesahuje rámec jedné návštěvy a zahrnuje dlouhodobé vzorce povědomí, zájmu, loajality, a dokonce i propagace. Pojímá digitální i offline zapojení a často odráží širší vztah instituce k jejímu publiku (Lister, 2024).



Obrázek 3: Cesta návštěvníka (Zdroj: www.creativebloq.com/netmag/expert-guide-experience-mapping-71412427)

4.2 Mapování cest jako nástroj pro zlepšení služeb

Mapování cesty návštěvníků poskytuje institucím diagnostický a strategický nástroj k identifikaci silných stránek i třech ploch v rámci celého procesu poskytování služeb. Tento proces obvykle zahrnuje identifikaci kontaktních bodů, kupříkladu interakce s webovými stránkami, nákup vstupenek, logistika příchodu, navigace po výstavě a příležitosti pro zpětnou vazbu. Poskytuje též analýzu toho, jak na ně návštěvníci emocionálně a kognitivně reagují (Tanganica, 2023). Vizualizace cesty může odhalit, kde existují překážky přístupu, zejména pro zranitelné skupiny. Může také podpořit spoluvytváření inkluzivnějšího prostředí zajištěním, aby rozhodnutí o návrhu vycházela ze skutečných potřeb uživatelů, a nikoli z institucionálních předpokladů (Alonso-Tak, 2020).

Metoda mapování cest podporuje iterativní přístup ke zlepšování služeb, založený na datech. Umožňuje kulturním institucím zkoordinovat své interní procesy s vnějšími očekáváními, posílit spolupráci mezi jednotlivými odděleními (např. mezi marketingem, službami pro návštěvníky a kurátorskými týmy) a vyvinout intuitivnější, přístupnější a emocionálně rezonující zážitky (Freiberga, 2024). Metoda obvykle sestává z identifikace klíčových segmentů návštěvníků, mapování jednotlivých fází jejich cesty, definování relevantních kontaktních bodů a zaznamenání jejich cílů, emocí a případných překážek v

každém bodě interakce. Výsledná data jsou následně vizualizována pomocí diagramů či šablon, což umožňuje interním týmům identifikovat potenciální nedostatky v poskytovaných službách a optimalizovat návštěvnickou zkušenost (Richardson, 2010).

Efektivní mapování cest vyžaduje data získaná z více zdrojů. Ty lze rozdělit na vyžádaná a nevyžádaná data. Vyžádaná data jsou získávána přímo od návštěvníků prostřednictvím průzkumů, rozhovorů, fokusních skupin nebo formulářů zpětné vazby (Richardson, 2010). Tato metoda poskytuje hluboký vhled do motivací, preferencí a kritických míst (pain points). Může však podléhat zkreslení nebo se omezovat na participanty s vysokou mírou zapojení (Tanganica, 2023). Oproti tomu nevyžádaná data zahrnují behaviorální analýzu (např. navigační vzorce na webových stránkách), komentáře ze sociálních médií, online recenze, heatmapy a transakční protokoly. Ačkoli jsou tato data méně osobní, často lépe reprezentují skutečné chování širšího publika. Kombinace obou typů dat vede k úplnějšímu a objektivnějšímu pochopení toho, jak různí návštěvníci navigují a vnímají cestu (Agius, 2023).

Práce s daty získanými z návštěvnické cesty představuje pouze první krok v procesu optimalizace služeb. K interpretaci a převodu výsledků do konkrétních změn v prostředí nebo komunikaci kulturních institucí je zapotřebí metodologický rámec, jenž propojuje analytické vhledy s kreativním navrhováním řešení. V tomto kontextu se uplatňují principy designového myšlení (design thinking) a designu zaměřeného na člověka (human-centered design – HCD), které umožňují zapojení samotných návštěvníků do procesu tvorby a testování nových přístupů.

Designové myšlení představuje iterativní přístup k řešení problémů, který klade důraz na empatii, prototypování a testování (Stevens, 2022). V kontextu cesty návštěvníka to znamená systematické pozorování chování návštěvníků, aktivní zapojení uživatelů do procesu navrhování, vytváření prototypů potenciálních zlepšení a jejich testování s různými návštěvnickými skupinami (Design Thinking Defined [b.r.]). Tento iterativní cyklus umožňuje kulturním institucím nejen inovovat a zlepšovat své služby, ale také zajišťovat rovnost a přístupnost inkluzivně pro všechny návštěvníky (Clarifying Human-Centered, 2022).

Human-centered design, jenž je integrální součástí designového myšlení, zdůrazňuje potřebu umístit návštěvníka do centra celého designového procesu. Na rozdíl od tradičních přístupů, které vnímají uživatele jako pasivní lidský faktor, HCD zdůrazňuje hluboké porozumění lidským potřebám, motivacím a emocím (Auernhammer, 2020). Tento přístup

vyžaduje aktivní zapojení návštěvníků do všech fází designu, od počátečního výzkumu až po finální testování. Integrace HCD do cesty návštěvníka pomáhá kulturním zařízením koordinovat institucionální záměry s realitou návštěvnické zkušenosti a zajistit, aby se každý návštěvník cítil vítán a zapojen (What is DfA, [b.r.]).

Na základě zmíněných principů lze cestu rozčlenit do jednotlivých fází, které reprezentují klíčové momenty interakce mezi návštěvníkem a institucí. Následná analýza těchto fází umožňuje hlubší porozumění dynamice návštěvy a identifikaci příležitostí pro cílené zlepšení služeb.

4.3 Fáze cesty návštěvníka

Současná literatura uvádí několik modelů, které cestu návštěvníka pojímají jako řadu vzájemně propojených fází, z nichž každá zahrnuje specifické činnosti, potřeby a emocionální stavy. Ačkoli se modely mohou lišit v terminologii nebo rozsahu, společně zdůrazňují význam postupných a vrstevnatých zážitků v průběhu celého zapojení návštěvníka do kulturní instituce.

Coleman (2018) nastiňuje čtyřfázovou cestu návštěvníka v kontextu muzea:

- Fáze před návštěvou – vyhledávání praktických informací (např. otevírací doba, ceny vstupenek, možnosti přístupu, obsah výstavy); zásadní pro vytvoření prvotního očekávání.
- Příchod a orientace – navigace při vstupu, přehlednost značení a dostupnost asistence; zásadní pro prvonávštěvníky expozice a starší návštěvníky.
- Zážitek na místě – interakce s výstavami, personálem a prostorovým prostředím; zásadní pro vytvoření afektivního tónu zážitku.
- Reflexe a opětovné zapojení po návštěvě – emocionální dojmy, ochota vrátit se, poskytnutí zpětné vazby a doporučení; zásadní pro dlouhodobé budování vztahů a loajality.

Podle Agiuse (2023) se proces skládá pouze ze tří strategických fází:

- před nákupem (vzdělávání, informovanost),
- onboarding (interakce, počáteční zkušenost),
- průběžné používání nebo obnovení (dlouhodobé zapojení, udržení).

SuperOffice (2024) nabízí sedmifázový cyklus cesty zákazníka, který zahrnuje: Out-of-market, Trigger, Initial brand consideration, Active evaluation, Purchase decision, Experience, Loyalty.

Lister (2024) uvádí podobný, ale více marketingově orientovaný model označovaný jako Audience Journey, který zdůrazňuje širší životní cyklus, zahrnující šest fází (Obrázek 4).



Obrázek 4: Cesta publika – jednotlivé fáze (Zdroj: vlastní)

Navzdory variacím v pojetí zákaznické cesty mezi jednotlivými autory, identifikované fáze se v zásadě doplňují a lze je efektivně aplikovat na kulturní sektor. Instituce mají prospěch z přizpůsobení jednotlivých fází svým segmentům publika, kteří navštěvují kulturu poprvé a již často čelí jedinečným emocionálním a fyzickým výzvám v určitých fázích cesty.

Z uvedeného vyplývá, že cesta návštěvníka v kulturních institucích představuje vícerozměrný, nelineární proces, jehož jednotlivé fáze jsou ovlivněny jak vnějšími podmínkami, tak vnitřními motivacemi návštěvníka. Efektivní porozumění této cestě a její systematické mapování pomocí zmíněných metod umožňuje institucím zlepšovat přístupnost, relevanci i celkový dopad kulturní nabídky.

5 METODIKA PRÁCE

5.1 Identifikace problému

V České republice i v celé Evropě mění stárnoucí populace způsob, jakým musí kulturní instituce přemýšlet o přístupnosti. Muzea a galerie si stále více uvědomují, že senioři nejsou jen pasivními návštěvníky, ale aktivními účastníky s jedinečnými potřebami a perspektivami.

Zatímco dosavadní snahy o přístupnost se zaměřují především na konkrétní skupiny osob se zdravotním postižením, senioři zůstávají do značné míry opomíjeni. Toto přehlížení je významné, protože senioři často čelí podobným problémům při orientaci v kulturních prostorách (pochopení uspořádání výstav, smysluplné zapojení do obsahu aj.). Problém spočívá nejen v nedostatku standardizovaných postupů, jak efektivně komunikovat a tvořit prostory přívětivé pro seniory, ale také v komplexním porozumění vnímání kulturního prostředí seniory, s jakými bariérami se musí při své návštěvě vyrovnávat a co může napomoci jejich větší participaci. Kulturní instituce zároveň postrádají nástroje pro vyhodnocování přístupnosti z hlediska konkrétní cesty návštěvníka, která je klíčová pro pochopení celkové uživatelské zkušenosti starších návštěvníků.

Zásadní není pouze zpřístupnění prostor, ale též tvorba inkluzivního prostředí, uznávajícího bohaté životní zkušenosti seniorské populace.

5.2 Cíl práce

Tento výzkum se zaměřuje na komplexní porozumění návštěvnické cestě starších dospělých v prostředí galerií a muzeí. Sleduje, jak senioři vnímají jednotlivé fáze své návštěvy, jak se pohybují v prostoru a interagují s informačními a komunikačními prvky institucí. Cílem je odhalit překážky i podpůrné faktory, které ovlivňují jejich zážitek a zapojení do kulturního dění.

Cílem je porozumět nuancím vztahu seniorů s kulturními institucemi a prozkoumat, jak komunikace a prostorové uspořádání ovlivňují jejich orientaci, pohodlí a celkový zážitek.

5.3 Účel práce

Účelem výzkumu je identifikovat konkrétní oblasti, v nichž mohou kulturní instituce zlepšit své služby a přístup k seniorskému publiku. Výzkum nabízí českým muzeím a galeriím

praktická a realizovatelná doporučení, která přispějí ke zkvalitnění zážitku nejen starších návštěvníků.

Ambicí práce je vytvořit ucelený soubor doporučení a podnětů, které podpoří rozvoj inkluzivního výstavního prostředí, zahrnujícího celou návštěvnickou zkušenost. Důraz je kladen na podporu opakovaných návštěv a smysluplného zapojení seniorů do kulturního dění.

Výsledná doporučení slouží jako praktický návod pro kulturní instituce, které usilují o rozšíření svých inkluzivních strategií směrem ke starším dospělým. Zároveň nabízí přenositelné poznatky a rámce využitelné i v dalších kontextech zlepšování kulturní přístupnosti.

5.4 Výzkumné otázky

VO1: Jaké jsou klíčové faktory, které ovlivňují celkový zážitek návštěvníků muzeí a galerií?

VO2: S jakými bariérami se senioři během návštěvy kulturních institucí nejčastěji setkávají?

VO3: Jaká doporučení lze na základě potřeb seniorů navrhnout pro zlepšení jejich zážitku v galeriích?

5.5 Výzkumné metody

Tato práce využívá přístup smíšených metod ve výzkumu, který vychází z principů metodologie designu služeb, konkrétně z mapování návštěvnické cesty (SuperOffice, 2024). Komplexní pochopení návštěvnické zkušenosti seniorů v kulturních institucích vyžaduje využití kombinace výzkumných metod. Tato metodologická strategie umožňuje nejen vypořádat chování, ale i skryté motivace, identifikovat existující bariéry a definovat specifické potřeby seniorů v různých fázích jejich interakce s muzeem či galerií.

5.5.1 Metodologická triangulace

Využitý kvalitativní výzkumný design klade důraz na metodologickou triangulaci, tedy kombinaci několika výzkumných metod s cílem získat hlubší a komplexnější vhled do zkoumaného jevu (Hendl, 2005). Využity byly konkrétně tyto metody: stínování (shadowing), pozorování (observation) a in-situ rozhovory (ad hoc interviewing), které byly doplněny o zpětnou analýzu videozáznamu.

Stínování

Metoda stínování představuje výzkumný přístup, při němž výzkumník následuje konkrétní osobu při její přirozené činnosti v reálném prostředí. Tato metoda umožňuje zachytit zkušenost z perspektivy samotného účastníka (#15 Stínování, [b.r.]). Stínování se často dělí na strukturované, polostrukturované a nestrukturované (Sirris, 2022), přičemž zvolený přístup lze označit za polostrukturovaný a vycházet bude z připraveného scénáře a klíčových bodů, které budou sledovány.

V praxi je účastník během jeho návštěvy doprovázen a jsou sledovány jeho pohyby, chování, reakce a interakce. Díky tomuto postupu je možné v reálném čase identifikovat momenty nejistoty, zaujetí nebo vynechání určitého obsahu, a následně na ně reagovat doplňující otázkou (#15 Stínování, [b.r.]).

Přínosy stínování spočívají zejména v možnosti sledovat hodnotovou agenturu v situaci, tedy jak účastník skutečně jedná, v čem se rozhoduje a jak hodnotí okolí. Limitace této metody spočívají v její časové náročnosti, potenciálním ovlivnění účastníka přítomností výzkumníka, a také v selektivním vnímání, kdy některé detaily mohou během sledování uniknout (#15 Stínování, [b.r.]).

Pozorování

Metoda pozorování je tradiční kvalitativní nástroj, který umožňuje sledovat chování, interakce a prostředí bez nutnosti zásahu výzkumníka (#11 Pozorování, [b.r.]). Rozlišuje se na participativní, kdy se výzkumník aktivně zapojuje do prostředí a neparticipativní pozorování, kdy pouze sleduje dění (Kawulich, 2005). Zvolený přístup se pohybuje na pomezí participativního a neparticipativního pozorování. Každý účastník bude sledován při svých reakcích na jednotlivé exponáty, rozhodovacích momentech během prohlídky a pohybu v prostoru galerie. Pozorování umožní vnímat širší kontext a dynamiku prostředí.

In-situ rozhovory

V průběhu stínování a pozorování budou využity také tzv. in-situ (ad hoc) rozhovory, tedy spontánní dotazování účastníka přímo během interakce s prostředím. Tento přístup je charakteristický pro výzkumy, které se snaží zachytit okamžitou reflexi, motivaci a prožívání dané osoby (Brähler, 2011).

Každá z metod poskytne jiný typ poznatků. Stínování nabídne detailní vhled do chování jednotlivce, pozorování vytvoří kontextuální rámec a ad hoc rozhovory umožní interpretovat motivace a pocity účastníka.

5.5.2 Individuální hloubkové rozhovory

Po absolvování návštěvy výstavy budou s účastníky provedeny individuální hloubkové rozhovory, a to ještě před opuštěním instituce. Tato fáze výzkumu slouží k dovysvětlení motivací, rozhodovacích momentů a případných problémů, které během samotné návštěvy mohly nastat, ale nebyly zřejmé při přímém pozorování.

Individuální hloubkové rozhovory představují zásadní nástroj kvalitativního výzkumu, neboť umožňují získat detailní a kontextuálně ukotvené informace o postojích, motivacích a subjektivních zkušenostech účastníků (Kvale, 2007). Obvykle se vedou ve formě polostrukturované či nestrukturované, což výzkumníkovi poskytuje flexibilitu přizpůsobit otázky na základě předchozích odpovědí a vést rozhovor přirozeněji. Důraz je kladen na otevřené otázky, které dávají účastníkům prostor k vlastnímu vyjádření, čímž dochází k hlubšímu porozumění individuálním postojům, emocím a interpretacím prožitku z návštěvy.

Selekce participantů se řídí stanovenými kritérii, která zohledňují věk, účast na kulturních aktivitách a digitální znalosti.

5.6 Limity metod

Použité kvalitativní metody přinášejí hluboký vhled do chování a vnímání seniorních návštěvníků, avšak nesou s sebou i určitá omezení. Výsledky nelze aplikovat na celou populaci, neboť výzkum pracuje s malým vzorkem participantů a je ovlivněn subjektivní interpretací výzkumníka i účastníků.

Dalším limitem je možnost tzv. reaktivity, tedy změny chování pozorovaného jedince v důsledku vědomí, že je sledován (Sirris, 2022).

U rozhovorů pak hrozí zkreslení výpovědí vlivem paměťových chyb nebo snahy odpovídat společensky žádoucím způsobem. Přesto tyto metody poskytují cenná data, která jsou pro účely práce zásadní. (In-Depth Interviews: Data Collection Advantages and Disadvantages, 2017)

5.7 Účastníci výzkumu

Metodologie výzkumu zahrnuje práci se dvěma identifikovanými skupinami. První skupinu participantů tvoří zástupci českých galerií a muzeí v České republice. Druhá skupina zahrnuje návštěvníky z řad seniorů.

Nejdříve se výzkum zaměřil na první skupinu, konkrétně na pracovníky působící v marketingu a podílející se na komunikaci s veřejností a na podobě výstav a expozic. Všichni participanté první skupiny spadají do českých institucí, kromě jednoho účastníka ze Slovenska.

Výběr zúčastněných organizací navazuje na projekt TAČR (viz popsáno v kapitole 6.1), který se věnuje cílové skupině Generace Z. Výzkum tedy využívá shodných institucí, čímž se zvyšuje informační hodnota a ucelenost dat, jež se týkají přístupnosti a inkluze v kulturním prostředí.

Seznam zapojených institucí:

1. PLATO Ostrava
2. Muzeum umění Olomouc
3. Moravská galerie v Brně
4. Oblastní galerie Liberec
5. Slovenská národní galerie
6. Národní galerie Praha
7. Galerie Středočeského kraje
8. 8smička
9. Muzeum umění a designu Benešov
10. Galerie hlavního města Prahy
11. Galerie Rudolfinum
12. Muzeum Kampa
13. Národní muzeum (zařazeno dodatečně mimo původní rámec TAČR projektu)

Jednotlivý participant z řad seniorů, byli osloveni skrze Univerzitu třetího věku při Univerzitě Tomáše Bati ve Zlíně a prostřednictvím neziskových organizací zabývajících se seniorskou tematikou.

Výběr participantů v této skupině se řídí následujícími kritérii:

- věk nad 60 let (viz definice v kapitole 2.1),
- návštěva alespoň jedné kulturní instituce (muzea nebo galerie) v posledních třech letech,

Přestože výzkum reflektuje i potřeby osob se smyslovým znevýhodněním (příkladně poruchy sluchu či zraku) či fyzickým omezením, nejsou tato specifika stanovena jako kritéria pro výběr participantů. Důvody jsou následující:

- Někteří senioři považují své zdravotní obtíže, ať už se jedná o zrak, sluch nebo pohybové schopnosti za osobní záležitost, o níž nejsou ochotni mluvit v rámci výzkumného šetření.
- Postupné zhoršování sluchu či zraku nebo pohybové obtíže jsou často vnímány jako běžná součást stárnutí, kterou senioři akceptují a neidentifikují ji jako omezení vyžadující zvláštní zacházení nebo využití speciálních pomůcek.
- Je obtížné zmíněná omezení spolehlivě identifikovat, a zároveň by jejich zavedení jako výběrového kritéria mohlo vést ke zúžení a zkreslení výzkumného vzorku.

Tato rozhodnutí vycházejí z konzultací s odborníky ohledně přístupnosti a seniorské problematiky.

Výběr cílových skupin odpovídá i diplomové práci Markéty Novákové *Inkluzivní a přístupná komunikace pro seniory v muzeích a galeriích*, která se zabývá analýzou komunikace muzeí a galerií se seniory. Obě práce se tematicky doplňují, čímž vytvářejí komplexní pohled na zkušenost seniora jako návštěvníka kulturní instituce. S ohledem na překryv témat i participantů je možné částečné propojení nebo srovnání výsledků.

5.8 Časový harmonogram

S ohledem na rozsah výzkumu a využití více metodických přístupů je celý proces rozvržen do období devíti měsíců. Důraz je kladen na logické pořadí jednotlivých kroků, které na sebe navazují. Je nezbytné důkladně se seznámit s daným tématem a získat komplexní přehled o aktuální situaci v institucích a jejich zaměření na seniory. Výstupy z těchto rozhovorů slouží

jako podklad pro tvorbu scénáře dalších rozhovorů a pro vizualizaci cesty návštěvníka, což usnadňuje průběh stínování a pozorování druhé cílové skupiny.

Červen 2024 – Příprava scénářů pro rozhovory se zástupci kulturních institucí a seznámení s problematikou.

Červenec–září 2024 – Realizace rozhovorů se zástupci muzeí a galerií.

Září 2024 – Vyhodnocení rozhovorů se zástupci institucí a naplánování expertní prohlídky galerie z pohledu přístupnosti.

Říjen 2024 – Provedení expertní prohlídky galerie z pohledu přístupnosti a nábor participantů z řad seniorů, tvorba scénářů a vizualizace cesty návštěvníka.

Listopad-prosinec 2024 – Polostrukturované rozhovory; pozorování a stínování participantů při návštěvě galerie.

Únor 2025 – Vyhodnocení dat získaných z rozhovorů a návštěvnické cesty seniorů v galerijním prostředí.

Březen 2025 – Zpracování návrhů a tvorba projektové části diplomové práce.

II PRAKTICKÁ ČÁST

6 MAPOVÁNÍ SOUČASNÉHO STAVU INKLUZE A PŘÍSTUPNOSTI V MUZEÍCH A GALERIÍCH

Za účelem zmapování aktuálního stavu v kulturních institucích byly během výzkumu provedeny rozhovory se zástupci muzeí a galerií. V tomto výzkumu byly zastoupeny následující instituce:

- Galerie Středočeského kraje (GASK) – G1
- 8smička – G2
- Slovenská národní galerie (SNG) – G3
- Muzeum umění a designu Benešov (MUD) – G4
- Oblastní galerie Liberec (OGL) – G5
- PLATO Ostrava – G6
- Muzeum Kampa – G7
- Muzeum umění Olomouc (MUO) – G8
- Galerie hlavního města Prahy (GHMP) – G9
- Moravská galerie v Brně (MG) – G10
- Galerie Rudolfinum – G11
- Národní galerie Praha (NGP) – G12
- Národní Muzeum (NM) – G13

V dalším textu budou pro účely stručnosti a jasnosti jednotlivé galerie a muzea označovány písmenem G a číslem.

6.1 Inkluzivní a přístupné iniciativy v galeriích a muzeích

V této analýze se zaměřuji na problematiku inkluze a přístupnosti v muzeích a galeriích s důrazem na společné výzvy, úspěšné iniciativy a obecné trendy v přístupu těchto institucí k návštěvníkům se specifickými potřebami. Výzkumná data využitá v této části vycházejí z projektu podpořeného Technologickou agenturou České republiky (TAČR), zaměřeného na inkluzi návštěvníků z generace Z s neurodivergentními poruchami v prostředí muzeí a galerií. Tato data jsou propojena s daty získanými prostřednictvím kvalitativních rozhovorů se zástupci institucí G1-G13.

Jedná se o data shromážděná od stejných institucí, které byly zapojeny i do vlastního šetření prezentovaného v této práci. Výstupy z TAČR projektu tak rozšiřují a doplňují původní analytický rámec. Vzhledem k tomu, že projekt nebyl v době dokončování diplomové práce dosud uzavřen, nelze data v úplnosti publikovat ani je přiložit jako přílohu.

6.1.1 Vnímání pojmů inkluze a přístupnost

Tato část vychází z rozhovorů, v nichž se jednotliví zástupci galerií a muzeí vyjadřují k pojmům přístupnost a inkluze. Cílem bylo zjistit, jak instituce těmto pojmům rozumí a zda mezi nimi vnímají rozdíl. Na základě odpovědí lze instituce rozdělit do tří hlavních skupin podle přístupu k rozlišování mezi přístupností a inkluzí.

Instituce, které mezi pojmy jasně rozlišují

Tato skupina institucí (G3, G8, G12, G13) vnímá přístupnost jako fyzické odstranění bariér (např. bezbariérové vstupy, výtahy, navigace), zatímco inkluzi chápou jako širší koncept, který zahrnuje sociální a obsahové dimenze (např. přizpůsobení výstav různým cílovým skupinám, speciální programy pro seniory či osoby se specifickými potřebami).

Instituce se při svém pojetí inkluze a přístupnosti zaměřují na různé aspekty této problematiky. G3 klade důraz na emocionální a komunitní inkluzi, přičemž upozorňuje na nedostatečnost odstranění fyzických bariér. „*Nestačí mít jen bezbariérový přístup, pokud se lidé s postižením necítí vítáni.*“ Na tuto myšlenku navazuje G8, která zdůrazňuje jazykovou a kognitivní přístupnost obsahu jako podstatný prvek inkluze: „*Inkluze znamená nejen odstranit fyzické bariéry, ale i vytvořit prostředí, kde se každý cítí součástí muzea.*“

Podobně G12 chápe přístupnost jako technickou podmínku, avšak inkluzi jako aktivní proces, jenž umožňuje zapojení co nejširšího spektra návštěvníků: „*Snažíme se, aby naše*

výstavy nebyly jen přístupné, ale aby oslovily co nejširší spektrum lidí.“ Nakonec G13 reflektuje, že přístupnost by neměla být vnímána pouze jako odstraňování fyzických bariér, ale i jako širší koncept, zahrnující různé skupiny návštěvníků: „Často se setkáváme s tím, že přístupnost je vnímána jen jako odstranění schodů a zavedení výtahu. My se snažíme pracovat i na inkluzi, což znamená, že obsah muzeálních expozic je prezentován způsobem srozumitelným různým skupinám.“

Institute, které považují inkluzi za širší pojem zahrnující přístupnost

V případě institucí G4, G9, G10 a G11 je přístupnost vnímána jako součást inkluze, nikoli jako oddělený prvek. V tomto pojetí se inkluze stává zastřešujícím konceptem, který zahrnuje jak fyzickou přístupnost, tak kulturní otevřenost, programovou dostupnost a zapojení různých skupin návštěvníků.

Podle G9 jsou tyto pojmy natolik propojené, že je nelze oddělit: *„Pro nás je přístupnost součástí inkluze. Pokud je něco přístupné, znamená to, že je to inkluzivní.“* Podobně G4 vnímá inkluzi jako koncept, který zahrnuje nejen odstranění fyzických bariér, ale i přizpůsobení obsahu různým skupinám návštěvníků: *„Naším cílem je inkluzivní muzeum, to znamená jak bezbariérový přístup, tak i obsah, který reflektuje různorodé publikum.“*

Zatímco G4 klade důraz na propojení prostorové a obsahové přístupnosti, G10 akcentuje zejména mentální přístupnost, tedy srozumitelnost a schopnost návštěvníků propojit se s vystaveným obsahem: *„Inkluze znamená, že prostor je přístupný nejen fyzicky, ale i mentálně, že návštěvníci chápou, co vidí, a cítí se být součástí muzea.“* Tento přístup rozvíjí také G11, které zdůrazňuje, že fyzická dostupnost sama o sobě nestačí a že inkluze musí zahrnovat i obsahovou přístupnost, tedy srozumitelnost a přitažlivost výstav pro široké publikum: *„Pokud máme výstavu, která je sice fyzicky přístupná, ale obsahově složitá a neoslovuje široké publikum, pak není inkluzivní.“*

Institute, které pojmy zaměňují a nepracují s nimi odděleně

Institute G1, G2, G6 a G8 nevidí mezi pojmy přístupnost a inkluze rozdíl nebo je v praxi zaměňují. V důsledku toho se zaměřují především na odstranění fyzických bariér, ale neřeší inkluzi jako hlubší proces zapojení různorodých skupin.

Podle G1 je bezbariérovost automatickým znakem inkluzivity: *„Pokud je muzeum bezbariérové, je automaticky inkluzivní.“* Podobně G5 nepovažuje za nutné rozlišovat mezi přístupností a inkluzí, protože chápe přístupnost jako otevřenost prostoru: *„Neřešíme to tak detailně, přístupnost znamená, že sem může přijít kdokoliv.“*

Také G6 připouští, že se tímto tématem dosud nezabývalo: „*Nepřemýšleli jsme nad tím, zda existuje rozdíl mezi přístupností a inkluzí.*“ Stejný postoj zaujímá G2 a G8, které inkluzi neřeší odděleně od přístupnosti: „*Nepřemýšlíme o inkluzi zvlášť, pokud je prostor přístupný, je to podle nás inkluzivní,*“ (G2); „*Neřešíme to jako dvě samostatné věci, inkluze znamená, že lidé můžou přijít a podívat se na umění bez omezení.*“ (G8)

Tato zjištění ukazují, že některé instituce stále nerozlišují mezi přístupností a inkluzí, a v důsledku toho se jejich strategie omezují primárně na odstranění fyzických bariér, aniž by systematicky řešily zapojení a přizpůsobení obsahu pro různé návštěvnické skupiny.

6.1.2 Strategie a směrnice pro inkluzi a přístupnost

Analýza dokazuje, že většina institucí nemá formální strategii inkluze. Přestože se některé galerie a muzea snaží o zlepšení přístupnosti, jejich přístupy jsou často nekoordinované a nesystematické. Neexistují jednotná pravidla, která by stanovovala opatření pro různé skupiny návštěvníků, což vede k roztříštěnosti inkluzivních iniciativ.

Podle výzkumu TAČR pouze některé galerie využívají grantové programy k podpoře inkluze. Například galerie G5 získala finanční prostředky od Ministerstva kultury ČR na program určený slabozrakým a nevidomým návštěvníkům. Nicméně v průběhu realizace se ukázalo, že počet potenciálních účastníků nesplňuje podmínky grantu. Galerie proto program rozšířila o inkluzivní školní skupiny, v nichž si děti mohly vyzkoušet simulaci různých zrakových postižení. Tento příklad ukazuje, že inkluzivní aktivity často vyžadují flexibilní přístup a přizpůsobení cílové skupiny, což však grantové programy ne vždy umožňují.

Absence strategického rámce se projevuje i v přístupu jednotlivých institucí k inkluzi. Zatímco některé galerie cílí na specifické skupiny (např. osoby se zrakovým postižením, seniory, návštěvníky s poruchou autistického spektra), jiné vnímají inkluzi jako přirozeně se vyvíjející proces, který je přizpůsobován aktuálními potřebami návštěvníků. Příkladem G13 sice nemá formální strategii, avšak inkluzi vnímá jako dynamický a neustále se měnící přístup.

Role grantových programů a jejich omezení

Grantové programy jsou významné při realizaci inkluzivních opatření, avšak jejich využití přináší problémy:

- Krátkodobost financování – po ukončení grantového období není často možné aktivity dále udržovat.
- Omezená cílová skupina – grantové programy stanovují specifické požadavky, což může vést k problémům s naplněním očekávaného počtu účastníků.
- Administrativní náročnost – menší instituce s omezenými personálními kapacitami často nedisponují dostatečnými zdroji na zpracování složitých grantových žádostí.

Se zmíněnými problémy se potýká G8, která zapojila do grantového programu na podporu inkluze. G8 uvedla, že proces podávání žádosti byl administrativně velmi náročný a získané finanční prostředky nepokryly veškeré náklady spojené s realizací projektu. Tato zkušenost potvrzuje, že krátkodobé grantové financování není vždy efektivním řešením pro dlouhodobou inkluzivní strategii.

Právní a bezpečnostní omezení

Dalším faktorem, který ovlivňuje implementaci inkluzivních opatření, jsou právní a bezpečnostní normy, zejména u institucí sídlících v historických budovách. Kupříkladu G13 se potýká s přísnými pravidly památkové ochrany, která jí znemožňují instalaci orientačních prvků na podlahy či zdi: „*Máme přísná opatření kvůli památkové ochraně, takže nemůžeme umísťovat značení na podlahy nebo zdi. Musíme hledat jiná řešení.*“

Tato omezení komplikují realizaci opatření, která by mohla výrazně usnadnit orientaci návštěvníkům se specifickými potřebami, např. barevného podlahového značení pro osoby se zrakovým postižením. Zajištění přístupnosti v chráněných budovách proto vyžaduje hledání alternativních řešení, která by splňovala potřeby návštěvníků legislativní požadavky.

Osobní iniciativa zaměstnanců jako hlavní hybatel inkluze

Významným zjištěním je skutečnost, že inkluze v mnoha institucích stojí především na osobní angažovanosti jednotlivých zaměstnanců. Lektori a edukátoři často sami usilují o přizpůsobení programů návštěvníkům s různými potřebami, avšak jejich snahy nejsou systematicky podporovány institucionálním rámcem.

Příkladem je G1, v níž vznikl program *GASK bez bariér*, zaměřený na seniory, přičemž důraz je kladen na individuální přístup a přizpůsobení obsahu podle specifických potřeb účastníků. Podobný model funguje i v G6, kde se lektorka snaží zapojovat návštěvníky se specifickými potřebami, přestože pro tuto činnost nemá metodickou podporu: „*Děláme, co*

můžeme, ale nemáme žádnou metodiku, podle které bychom postupovali. Je to spíš naší iniciativou.“

Tento přístup ukazuje, že absence institucionální strategie vede k závislosti na osobní motivaci zaměstnanců, což může být dlouhodobě neudržitelné. Pokud mají být inkluzivní opatření systematická a efektivní, je nutné vytvořit strukturovanou podporu a metodické vedení na úrovni jednotlivých institucí i státní kulturní politiky.

6.1.3 Inkluze a přístupnost v praxi

Z výzkumu vyplývá, že většina zkoumaných institucí realizovala alespoň jednorázovou iniciativu zaměřenou na přístupnost a inkluzi. Přestože tyto aktivity často postrádají strategické ukotvení, představují cenný základ pro budoucí rozvoj.

Přístupnost pro osoby se zrakovým postižením

Instituce věnují největší pozornost zpřístupnění pro nevidomé a slabozraké návštěvníky. Nejčastěji využívanými nástroji jsou haptické modely, audioprůvodci a vizuálně upravené informační popisky. Spolupráce s odbornými organizacemi (např. SONS) je podstatná pro zajištění funkčnosti těchto opatření.

Instituce jako G1, G5 a G8 pracují s haptickými modely, přičemž G8 je aktivně začlenila do komentovaných prohlídek. G1 a G12 využívají audioprůvodce, přičemž v některých případech dochází k jejich revizi kvůli jazykové náročnosti. G3 a G5 implementovaly kontrastní a zvětšené popisky, které zlepšily čitelnost nejen pro slabozraké, ale i pro seniory.

Tabulka 2: Nejčastější aktivity ke zpřístupnění expozic pro osoby se zrakovým postižením dle jednotlivých institucí (Zdroj: vlastní)

Nejčastější přístupy pro osoby se zrakovým postižením	
Haptické modely a 3D repliky uměleckých děl	G8, G1, G5
Audioprůvodci a zvukové popisy exponátů	G1, G12, G10
Kontrastní a velkoformátové popisky	G5, G3
Spolupráce s organizacemi pro nevidomé	G5, G13

Přístupnost pro osoby se sluchovým postižením

Zatímco některé galerie zavedly komentované prohlídky ve znakovém jazyce, ve většině případů se jedná o jednorázové nebo individuálně domlouvané aktivity. Pravidelné využívání tlumočnicků zůstává výjimečné (G13). Významný potenciál nabízí titulkování audiovizuálních děl, což systematicky realizuje např. G12, zatímco G10 testuje technologie automatického titulkování.

Multisenzorické výstavy a vibrační instalace představují inovativní nástroje pro rozšíření přístupnosti expozic i pro širší publikum.

Tabulka 3: Nejčastější aktivity zpřístupňující expozice pro neslyšící a nedoslýchavé dle jednotlivých institucí (Zdroj: vlastní)

Nejčastější přístupy k neslyšícím a nedoslýchavým návštěvníkům	
Znakový jazyk a tlumočení prohlídek	G9, G13, G2
Titulky a zpřístupnění audiovizuálního obsahu	G12, G13, G10
Vibrační instalace a multisenzorické prvky	G12, G3

Přístupnost pro osoby se skrytými handicap

Osoby s neurodiverzitou, úzkostnými poruchami či jinými skrytými handicap představují skupinu, jejíž potřeby jsou v institucionální praxi dosud málo reflektovány. Pozitivní příklady zahrnují programy pro děti s autismem a ADHD (G5, G8), terapeutické zóny (G1) a vizuální harmonogramy aktivit.

Zřizování klidových zón, jasné značení a vizuální podpora přispívají k vyššímu komfortu i pro běžné návštěvníky a odrážejí známý princip užitečné pro všechny, zásadní pro některé.

Tabulka 4: Přístupy vůči osobám se skrytými handicap dle jednotlivých institucí (Zdroj: vlastní)

Nejčastější přístupy vůči osobám se skrytými handicap	
Speciální programy pro děti s autismem a ADHD	G8, G5, G4.
Klidové zóny a relaxační místnosti	G1, G6
Jasně vizuální značení a strukturovaný obsah	G5, G6

Sociální přístupnost: finanční dostupnost a podpora znevýhodněných skupin

Sociální přístupnost muzeí a galerií zahrnuje nejen fyzickou bezbariérovost a přizpůsobení obsahu specifickým potřebám návštěvníků, ale také zajištění finanční dostupnosti a vytvoření programů pro sociálně znevýhodněné skupiny. V rámci rozhovorů byly identifikovány různé strategie, které instituce využívají ke zvýšení dostupnosti pro návštěvníky s nízkými příjmy, seniory nebo osoby žijící v sociálně vyloučených lokalitách.

Tabulka 5: Nejčastější opatření sociální přístupnosti dle jednotlivých institucí (Zdroj: vlastní)

Nejčastější opatření sociální přístupnosti	
Vstup zdarma nebo zvýhodněné vstupné	G11, G7, G1
Speciální programy pro sociálně znevýhodněné skupiny	G2, G10
Mezigenerační programy a komunitní aktivity	G13, G10

Jedním z nejrozšířenějších opatření ke zvýšení dostupnosti muzeí a galerií pro vybrané skupiny návštěvníků, je zvýhodněné vstupné.

G11 umožňuje bezplatný vstup, který byl realizován díky spolupráci se soukromým donátorem. Tento model nejenže umožňuje širšímu spektru návštěvníků přístup k expozicím, ale zároveň posiluje myšlenku otevřenosti instituce všem bez rozdílu. „*Díky podpoře soukromého donátora můžeme nabízet vstup zdarma. Vidíme v tom nejen sociální rozměr, ale i strategii, jak přilákat návštěvníky, kteří by si jinak návštěvu galerie nemohli dovolit;*“ (G11).

G1 provozuje v rámci programu *GASK bez bariér* zvýhodněné vstupné nejen pro seniory, ale i pro osoby se specifickými potřebami. G7 zavedla zvýhodněné vstupné pro seniory, které činí každé první úterý v měsíci 50 Kč. Toto opatření bylo přijato nejen s cílem podpořit návštěvnost v méně exponovaných dnech, ale také umožnit seniorům pravidelný kontakt s kulturou. „*Každé první úterý v měsíci máme vstupné pro seniory do celého muzea za 50 Kč. Snažíme se tímto krokem nejen podpořit návštěvnost, ale také umožnit seniorům pravidelný přístup ke kulturním zážitkům;*“ (G7).

Další formou sociální přístupnosti jsou cílené programy pro návštěvníky, kteří se nacházejí v tíživé finanční nebo sociální situaci. Některé instituce se zaměřují na aktivní

zapojení osob z nízkopříjmových rodin nebo sociálně vyloučených lokalit prostřednictvím specializovaných programů.

G2 realizuje výtvarné dílny pro děti ze sociálně slabých rodin. Programy jsou organizovány ve spolupráci s místními neziskovými organizacemi, což umožňuje cílenější oslovení této skupiny. G10 se zaměřuje na mezigenerační interakce, přičemž některé programy jsou určeny výhradně pro seniory s nízkými příjmy. Například program Creative 60+ nabízí minimální vstupné a aktivity přizpůsobené specifickým potřebám seniorů. „Navázali jsme spolupráci s centrem pro seniory, kde mnoho lidí ani nevědělo, že si mohou objednat programy jen pro ně. To ukazuje, že je potřeba o těchto možnostech více komunikovat.“ (G10)

Mnohé instituce si uvědomují, že sociální přístupnost nespočívá pouze v cenové politice, ale také v podpoře komunitních vazeb a mezigeneračního setkávání, kterou mohou podporovat prostřednictvím mezigeneračních a komunitních programů.

G13 se zaměřuje na programy propojující různé generace. Konkrétně, výstava inspirovaná dílem Bedřicha Smetany byla koncipována s ohledem na oslovení širšího publika, včetně seniorů, pro které bylo toto téma dle vyjádření galerie relevantní. Toto tvrzení bylo následně potvrzeno i v rámci širšího výzkumu, který poukázal na preferenci určitých témat mezi seniorskými návštěvníky.

G10 organizuje rodinné návštěvy, v nichž se aktivně zapojují prarodiče i děti. Tímto způsobem galerie vytváří přirozený prostor pro sdílení kulturních zážitků napříč generacemi. „Výstava o Smetanovi byla jedním z našich prvních projektů, kde jsme cílili na seniory jako hlavní skupinu návštěvníků. Snažili jsme se propojit jejich zkušenosti s klasickou hudbou s mladší generací.“ (G13)

Shrnutí

Analýza inkluzivních a přístupových opatření realizovaných v českých muzeích a galeriích ukazuje, že kulturní instituce si stále více uvědomují význam přístupnosti pro různé skupiny návštěvníků. Přesto ale přístupnost zůstává ve většině případů nesystematicky integrovaným prvkem, závislým na nadšení jednotlivců, krátkodobém financování nebo spolupráci s externími partnery.

V oblasti přístupnosti pro osoby se zrakovým postižením lze sledovat nejvyšší míru aktivity. Haptické modely, audioprůvodci, velkoplošné a kontrastní popisky jsou dnes běžnou součástí expozic alespoň některých institucí. Významná je spolupráce s

organizacemi, které pomáhají cílit úpravy na reálné potřeby zrakově znevýhodněných osob. Tyto iniciativy však často zůstávají izolované a postrádají systém hodnocení dopadu nebo pravidelnou revizi. Například mnohé audioprůvodce nejsou přizpůsobeny pro uživatele s nižší čtenářskou gramotností nebo pro mladší návštěvníky, což může snižovat jejich efektivitu.

Oblast přístupnosti pro osoby se sluchovým postižením je zastoupena méně. Komentované prohlídky v českém znakovém jazyce jsou často realizovány pouze na vyžádání nebo v rámci jednorázových akcí. Přitom právě systematické zavedení této služby by umožnilo širší a pravidelnou účast neslyšících návštěvníků. Pozitivním trendem je rozvoj titulkování audiovizuálních děl, jelikož někteří participanté vnímají titulky jako samozřejmou součást výstav, která navíc pomáhá i cizojazyčným návštěvníkům nebo osobám s kognitivními omezeními. Inspirativní jsou také multisenzorické instalace, které kombinují vizuální, zvukové i hmatové podněty, a rozšiřují zážitek z výstavy pro různorodé publikum.

Z hlediska osob se skrytými handicapy je zatím implementace opatření v počáteční fázi. Přesto některé instituce realizují důležité iniciativy: výtvarné dílny pro děti s autismem, klidové zóny, individuální prohlídky nebo vizuální harmonogramy aktivit. Tyto přístupy nejen podporují začlenění neurodivergentních návštěvníků, ale přinášejí užitek i dalším skupinám, včetně seniorů nebo rodin s malými dětmi.

Navzdory pozitivním příkladům zůstává společným rysem většiny opatření jejich nesystematický charakter. Opatření často nejsou pravidelně vyhodnocována, návštěvnická zpětná vazba nebývá systematicky sbírána a mnoho aktivit postrádá institucionální kontinuitu. Přístupnost je uplatňována spíše na individuální úrovni než jako systémový prvek institucionálního plánování.

Konkrétní inkluzivní aktivity jsou zaznačeny v Příloze č. 5.

6.2 Postoj muzeí a galerií k seniorům jako návštěvníkům

Práce se seniory v kulturních institucích nabývá na důležitosti v souvislosti s demografickými změnami a stárnutím populace. Interpretace dat z rozhovorů ukazuje, že přístupy k seniorům jsou rozdílné, variabilní a často nesystematické. Některé instituce seniory vnímají jako stěžejní cílovou skupinu, další je začleňují spíše okrajově, a to buď z důvodu nedostatku zdrojů, strategie nebo prioritizace jiných skupin návštěvníků.

6.2.1 Vnímání seniorů jako cílové skupiny

Zatímco některé instituce systematicky rozvíjejí programy určené přímo seniorům, jiné je zahrnují pouze do běžné nabídky bez speciálního přizpůsobení. Analýza odhalila tři odlišné přístupy.

První přístup se týká aktivního rozvíjení programů zaměřených na seniory a snaží se je zapojit nejen jako pasivní návštěvníky, ale také jako aktivní účastníky. Instituce, které volí tento přístup, se zaměřují na interaktivní formáty, mezigenerační propojení a edukační aktivity přizpůsobené starším návštěvníkům. G13 například cíleně propojuje seniory s mladšími generacemi prostřednictvím workshopů a dalších společných aktivit: *„Naším cílem je propojit seniory s mladšími generacemi, například prostřednictvím společných workshopů.“* Podobně G4 zdůrazňuje, že pokud senioři dostanou příležitost, aktivně se zapojují: *„Senioři nejsou pasivními návštěvníky, pokud jim dáme prostor, aktivně se zapojují třeba i na tvorbě programů.“* Přestože tento přístup představuje efektivní způsob práce se staršími návštěvníky, stále se vyskytuje pouze u minima institucí.

Druhá skupina galerií seniory do svých aktivit zahrnuje, avšak netvoří pro ně žádné specializované programy. Tyto instituce seniory vnímají jako součást širšího publika a nabízejí jim například komentované prohlídky, avšak jejich obsah a forma nejsou přizpůsobeny specifickým potřebám starších návštěvníků. G10 se snaží, aby se senioři necítili izolováni v samostatných programech, ale byli součástí celkové programové nabídky: *„Snažíme se, aby se senioři necítili odděleně, ale aby byli součástí širšího publika.“* Podobně G9 přiznává, že i když senioři jejich výstavy pravidelně navštěvují, galerie pro ně nevyvíjí žádné cílené aktivity: *„Nezaměřujeme se cíleně na seniory, ale víme, že mnoho z nich naši galerii pravidelně navštěvuje.“* Některé instituce si sice uvědomují, že senioři mají od návštěvy jiné očekávání, ale zatím se nepustily do systematické práce s touto skupinou: *„Uvědomujeme si, že senioři mají jiná očekávání, ale zatím jsme nevyvinuli strategii jejich cíleného zapojení;“* (G1).

Třetí skupina institucí nevnímá seniory jako specifickou cílovou skupinu a nepřizpůsobuje jim svůj program. Zástupci nepopírají, že senioři tvoří významnou část jejich publika, ale nepovažují za nutné vytvářet speciální aktivity nebo obsah. G6 uvádí, že přestože seniory vítají, jejich programy nejsou nijak přizpůsobeny: *„Nepřizpůsobujeme programy seniorům, ale rádi je u nás vidíme.“* G1 potvrzuje, že starší návštěvníci tvoří podstatnou část jejich publika, ale speciální aktivity pro ně zatím neplánují: *„Senioři tvoří podstatnou část našich návštěvníků, ale speciální programy pro ně zatím neplánujeme.“*

Některé instituce sice reflektují potřebu větší přístupnosti výstav, ale konkrétní strategie pro seniory stále chybí: „*Vnímáme potřebu přizpůsobit některé výstavy starším návštěvníkům, ale zatím jsme v začátcích;*“ (G5).

Žádná z institucí se v rozhovorech nezmiňuje o možnosti hlubšího zapojení seniorů do tvorby obsahu výstav nebo do rozhodovacích procesů v rámci programové nabídky. Překvapivě se také neobjevují zmínky o dobrovolnických programech, které by mohly starším návštěvníkům nabídnout aktivní roli v rámci galerijního provozu, například jako průvodci nebo lektori. To ukazuje, že i instituce, které se seniory aktivně pracují, stále vnímají tuto skupinu především jako pasivní příjemce obsahu, nikoliv jako partnery pro společnou tvorbu kulturních zážitků.

6.2.2 Senioři jako návštěvníci

Způsob, jakým senioři navštěvují galerie a muzea, se liší v závislosti na jejich osobních preferencích, životním stylu a možnostech organizované kulturní účasti. Na základě rozhovorů s pracovníky institucí lze rozlišit dva základní modely seniorské návštěvnosti: individuální a skupinovou. Většina galerií potvrzuje, že senioři přicházejí nejčastěji samostatně, avšak v některých institucích jsou běžné také organizované exkurze pro návštěvníky z komunitních center a domovů s pečovatelskou službou. Přístup jednotlivých galerií k těmto formám návštěvnosti diferuje, a zatímco některé s těmito skupinami aktivně pracují, jiné jejich přítomnost opomíjejí.

Individuální návštěvy představují mezi seniory nejčastější formou účasti na kulturních akcích. Instituce (např. G3, G9 a G10) uvádějí, že starší návštěvníci obvykle přicházejí samostatně, motivováni osobním zájmem o umění a kulturu. Tito senioři nezdědka navštěvují výstavy pravidelně a mají vybudovaný vztah ke konkrétní instituci nebo k tematickým oblastem, které galerie prezentují. G9 tuto skutečnost potvrzuje: „*Senioři přicházejí nejčastěji samostatně, málokdy v organizovaných skupinách.*“ Tento model návštěvy naznačuje, že senioři vnímají kulturní instituce jako přirozenou součást svého životního stylu, přičemž si sami plánují, kdy a jak galerii navštíví.

Skupinové návštěvy jsou hojné především v institucích, které aktivně spolupracují s komunitními organizacemi nebo sociálními službami. G4 a G13 pravidelně hostí organizované exkurze pro seniory z domovů důchodců nebo komunitních center: „*Domovy důchodců k nám pravidelně organizují exkurze pro své klienty;*“ (G13). Dalším významným zdrojem skupinových návštěv jsou univerzity třetího věku, které zařazují návštěvy muzeí a

galerií do svých vzdělávacích programů. Tento trend potvrzují například G8 a G3, jež uvádějí, že část seniorské návštěvnosti tvoří právě posluchači zmíněných univerzit.

Z analýzy vyplývá, že individuální návštěvy seniorů v muzeích a galeriích výrazně převažují nad organizovanými skupinami. Instituce, které se aktivně věnují komunitním programům, mají častěji zkušenost se skupinovými exkurzemi, však tento přístup není univerzálně rozšířen. Některé galerie vůbec nesledují, zda senioři přicházejí individuálně, nebo ve skupinách, a nezohledňují tuto informaci při plánování programové nabídky. Rovněž ne všechny instituce aktivně spolupracují s domovy seniorů či jinými organizacemi, jež by mohly podporovat vyšší participaci starších návštěvníků.

Pro individuální návštěvníky by bylo efektivnější zvolit formu oslovení prostřednictvím věrnostních programů nebo tematických výstav zaměřených na jejich zájmy. Skupinová návštěvnost by mohla být podpořena intenzivnější spoluprací s domovy pro seniory a univerzitami třetího věku, což by vedlo k vyššímu zapojení starších návštěvníků a jejich frekventovanějšímu návratu do institucí.

6.2.3 Bariéry při práci se seniory v muzeích a galeriích

Přestože senioři tvoří stabilní část návštěvníků, instituce stále čelí četným překážkám, které komplikují efektivní zapojení cílové skupiny do kulturního dění. Tyto bariéry nejen omezují samotné seniory v návštěvě, ale rovněž ztěžují práci muzeí a galerií, jež usilují o aktivnější kontakt dané skupiny. Na základě rozhovorů s galerijními pracovníky lze bariéry rozdělit do čtyř hlavních oblastí: fyzické, komunikační, programové a organizační.

Fyzické bariéry: Přístupnost a orientace seniorů v muzeích

Jedním z nejčastěji akcentovaných problémů je fyzická přístupnost budov a výstavních prostor. Mnoho galerií sídlí v historických objektech, které nejsou dostatečně přizpůsobeny návštěvníkům se sníženou pohyblivostí. Absence výtahů, strmé schody nebo obtížně dostupné výstavní sály představují pro seniory zásadní překážku. G13 upozorňuje na problémy s navigací v rozlehlém komplexu: „*Senioři se často ztrácejí v našem komplexu, navigace musí být intuitivnější.*“ Ukazuje se též, že návštěvníci potřebují více možností k odpočinku během prohlídky. G9 zmiňuje, že: „*Hlavním problémem je chybějící dostatek laviček a odpočinkových zón,*“ což potvrzuje i G8: „*Mnoho našich návštěvníků potřebuje delší čas na prohlídku, ale nemá dostatek míst k sezení.*“

Majorita institucí si uvědomuje potřebu zlepšení orientačních a odpočinkových prvků, nicméně některé tomuto tématu zatím nevěnují systematickou pozornost. G1 a G6 se o těchto problémech ve svých odpovědích vůbec nezmínily. Žádná z institucí se nezabývá možností využití moderních digitálních nástrojů, kupříkladu interaktivních map nebo audio asistentů, které by mohly seniorům usnadnit orientaci a zvýšit jejich komfort při návštěvě.

Komunikační bariéry: Jak efektivně oslovit seniory?

Další významnou překážkou je neefektivní komunikace se seniorskými návštěvníky. Instituce často spoléhají na digitální komunikační kanály, např. webové stránky nebo sociální sítě, které však mnoho seniorů aktivně nevyužívá. Tento problém reflektuje G10: *„Mnoho seniorů nevyužívá e-mailovou komunikaci, preferují telefon.“* G4 upozorňuje na nedostatečnou cílenou propagaci programů: *„Zaznamenali jsme, že senioři často ani nevědí o programech, protože je neoslovujeme přes tradiční média.“* G3 též přiznává, že jejich strategie komunikace se seniory není dostatečně efektivní: *„Musíme přehodnotit způsob, jakým se seniory komunikujeme, sociální sítě pro ně nejsou efektivním nástrojem.“*

Přestože jsou si některé instituce vědomy problému digitálního vyloučení seniorů, zatím pouze málo z nich podniklo konkrétní kroky k jeho řešení. Výjimku činí G13, která zavedla možnost telefonické rezervace programů nebo personalizovaných e-mailových pozvánek. Nicméně ve výpovědích institucí chybí zmínka o tištěných informačních materiálech nebo možnostech rozesílání programů do domovů pro seniory, což by mohlo být efektivní formou komunikace pro tuto skupinu.

Programové bariéry: Nedostatek cílených aktivit pro seniory

Významnou výzvou je též nízká nabídka programů targetovaných přímo na seniory. Mnoho institucí nemá specializované aktivity pro tuto skupinu a spoléhá na tradiční formáty, kupříkladu komentované prohlídky. G1 si je tohoto nedostatku vědoma: *„Uvědomujeme si, že senioři jsou našimi pravidelnými návštěvníky, ale zatím pro ně nemáme žádné speciální programy.“* Některé instituce tvrdí, že po seniorských programech není výrazná poptávka, což potvrzuje G12: *„Nezaznamenali jsme poptávku po speciálních programech pro seniory, ale víme, že je pravidelně navštěvují.“* Jiní pracovníci otevřeně přiznávají, že seniorům sice programy nepřizpůsobují, ale rádi je mezi návštěvníky vidí, což uvádí G6: *„Nepřizpůsobujeme programy seniorům, ale rádi je u nás vidíme.“*

Analýza prokazuje, že mnoho institucí stále vnímá seniory jako pasivní diváky, kteří se do programů zapojují pouze omezeně. Přestože by participativní výstavy nebo aktivní

zapojení seniorů do tvorby obsahu mohly výrazně zvýšit jejich angažovanost, žádná z institucí tuto možnost nezmínila.

Organizační bariéry: Nedostatek personálu a finančních zdrojů

Jedním z kritických faktorů omezujících rozvoj seniorských programů, je nedostatek personálních a finančních kapacit. Mnoho galerií nemá vyhrazené pracovníky specializované na tuto cílovou skupinu a seniorská agenda spadá pod obecný lektorský tým. G9 tvrdí, že by se seniorům ráda více věnovala, ale nemá pro to dostatečné kapacity: „*Nemáme dostatek kapacit na to, abychom rozvíjeli seniorské programy.*“ Podobně G13 přiznává, že i když by mohli seniorům nabídnout více aktivit, brání jim v tom nedostatek financí: „*Víme, že bychom mohli seniorům nabídnout více, ale momentálně na to nemáme rozpočet.*“ G8 dodává, že seniorské programy vyžadují odborníky, jež v současnosti nemají k dispozici: „*Seniorské programy vyžadují speciální přístup a odborníky, které zatím nemáme k dispozici.*“

Ne všechny instituce registrují, že financování seniorské politiky může být podpořeno grantovými programy nebo spoluprací s partnery. V rozhovorech nezazněly zmínky o možnostech externího financování, například skrze nadace nebo dotační programy zaměřené na inkluzi a kulturní participaci seniorů.

6.3 Navigace a orientace v muzeích a galeriích

Orientace v muzejním prostředí představuje důležitý faktor přístupnosti, zejména pro seniory a osoby se specifickými potřebami. Složitá architektura, nedostatečné značení a chybějící navigační prvky mohou výrazně snižovat komfort návštěvníků. Tato kapitola mapuje stěžejní problémy a postupy institucí k zajištění srozumitelné a funkční navigace.

6.3.1 Prostorové uspořádání a orientační bariéry

Velikost a složitost budovy významně ovlivňuje schopnost návštěvníků orientovat se v prostoru. Historické budovy často obsahují nepravidelné rozložení místností, skryté průchody a rozdílné výškové úrovně, což zvyšuje riziko dezorientace. Naopak moderní architektonická řešení obvykle nabízejí přehlednější prostorovou strukturu, ale i zde může být navigace problémem. G9 upozorňuje na nedostatek orientačních bodů ve velkých otevřených prostorech. Nejde tedy jen o samotné uspořádání budovy, ale také o kvalitu značení a přítomnost vizuálních vodítek.

Rozsáhlé a členité budovy, příkladně G13 a G3, tuto problematiku umocňují: „Návštěvníci se často ztrácejí v našem komplexu, protože je rozsáhlý a má složitou strukturu s více budovami a výstavními sály na různých úrovních,“ (G13). Tento problém je typický pro instituce s komplexním prostorovým uspořádáním, v nichž návštěvníci musí přecházet mezi různými sekcemi budovy a přizpůsobovat se odlišné logice prostorového uspořádání. Podobně G5, sídlící v historickém objektu, uvádí komplikace spojené s výškovými rozdíly a nejasným napojením částí galerie: „Naše galerie sídlí v historické budově, což znamená složité uspořádání s různými výškovými rozdíly.“

Na základě rozhovorů byla identifikována problematická místa, kde návštěvníci nejčastěji ztrácejí orientaci. Tyto body, představující vysoké riziko dezorientace, jsou podrobněji specifikovány v následující tabulce.

Tabulka 6 Klíčová místa s vysokým rizikem dezorientace (Zdroj: vlastní)

Hlavní vstupy a vestibuly	Chybějící navigační prvky u vstupů vedou k počáteční dezorientaci návštěvníků.
Spojovací chodby a schodiště	Špatně značené směry k výstavním prostorám komplikují pohyb návštěvníků mezi jednotlivými expozicemi.
Přechody mezi pavilony a sekcemi	Neintuitivní propojení budov způsobuje zmatení návštěvníků při přecházení mezi různými částmi areálu.
Toalety a občerstvení	Chybějící směrové cedule a nedostatečné značení těchto problematických míst komplikují orientaci zejména seniorům.

Identifikace těchto míst s vysokým rizikem dezorientace je prvním krokem k implementaci efektivních navigačních řešení.

6.3.2 Potřeby seniorů v oblasti orientace

Starší návštěvníci potřebují více času na orientaci a často vyhledávají pomoc personálu. Instituce si tuto skutečnost uvědomují a zavádějí úpravy navigačních systémů, avšak orientační systémy jsou stále navrhovány převážně pro běžné publikum. Mezi nejčastější problémy seniorů patří nedostatečné značení, špatná viditelnost, neintuitivní rozmístění orientačních bodů a chybějící informace o přístupných trasách.

Konkrétními příklady komplikací jsou malé písmo, nízký kontrast nebo umístění informačních cedulí v nevhodné výšce. Tyto faktory často znemožňují rychlé a intuitivní

nalezení důležitých bodů, např. výstavní sály, výtahy, toalety či východy. „*Problémem je čitelnost značení. Seniori potřebují větší písmo a kontrastní barvy,*“ uvádí G9.

Institute aktivně reagující na potřeby seniorů již začaly zavádět opatření zaměřená na zlepšení navigace. Analýza ukazuje, že přístup institucí se liší, přičemž G3 se zaměřuje na směrovky, G9 na čitelnost a G12 na rozmístění orientačních cedulí.

Při rozhovoru G3 uvedla, že implementovala navigační body s větším písmem a kontrastními barvami, aby značení bylo lépe čitelné: „*Zavedli jsme navigační body s větším písmem a kontrastními barvami.*“ Podobně G8 učinilo vizuální navigaci přehlednější a srozumitelnější i pro starší návštěvníky: „*Zlepšili jsme vizuální navigaci, aby byla přístupnější pro starší návštěvníky.*“ Dalším příkladem přístupu reflektujícího seniorské potřeby je G12: „*Někteří seniori nám dali vědět, že se necítí komfortně kvůli složitému rozmístění orientačních tabulí.*“

Přestože některé instituce reflektují potřeby seniorů, existují rezervy v přístupu k navigačním systémům. Značení je často navrženo pro širokou veřejnost a nezohledňuje specifické potřeby seniorů. Institute by měly zavádět jasnější a lépe viditelná značení, interaktivní navigační body a personální asistenci. Zlepšení čitelnosti, kontrastu, rozmístění navigačních bodů a zavedení zpomalených tras mohou zlepšit orientaci seniorů a zvýšit jejich spokojenost s návštěvou.

6.3.3 Používané nástroje a technologie

Efektivní orientační značení zajišťuje plynulý pohyb, snižuje dezorientaci a umožňuje návštěvníkům plně se soustředit na expozice. Některé galerie a muzea přistupují k řešení těchto problémů inovativně, ovšem většina se stále spoléhá na tradiční metody navigace.

Tradiční navigační systémy, např. tištěné mapy, informační cedule a kustodi pomáhající s orientací, zůstávají nejběžnější formou navigace ve většině institucí. Některé galerie, například G9, stále spoléhají na papírové materiály a statické značení, přestože usilují o zlepšování jejich čitelnosti a přístupnosti. V G4 se pokusili vylepšit orientaci návštěvníků pomocí interaktivních map umístěných u hlavních vstupů, jež nabízejí přehlednou vizualizaci prostorového uspořádání. Podobně G3 implementovala značení tras barvami a čísly, což pomáhá zejména seniorům lépe se orientovat v rozlehlých prostorách galerie.

Inovativní přístup zavedla G13. Vytvořila mobilní aplikaci s interaktivní mapou, která umožňuje návštěvníkům snáze najít konkrétní expozice, avšak podobné technologie nejsou v ostatních galeriích běžné. G3 testuje QR kódy u vstupů do hlavních sekcí, jež poskytují digitální mapu budovy. G8 experimentuje s navigačním systémem propojeným s mobilními zařízeními, ačkoliv jeho implementace zatím není dokončena.

Přestože tyto moderní technologie zvyšují efektivitu navigace, nejsou dosud plně uzpůsobeny pro potřeby seniorů. Příkladně hlasoví asistenti nebo možnost zvětšení písma v mobilních aplikacích zatím nebyly zahrnuty do jejich funkcionality.

6.3.4 Správa navigace a změny při výstavách

Správa navigačních systémů se v jednotlivých institucích výrazně liší. Většina organizací nemá specializované oddělení, které by se výhradně věnovalo orientaci návštěvníků a správě navigačních prvků. Tuto oblast obvykle spravují jiné týmy, například oddělení expozic, marketingu nebo návštěvnické zkušenosti. Nicméně plošně rozsáhlejší instituce, jež zahrnují více pavilonů či budov, mají často specializované pracovníky, kteří se starají o údržbu a aktualizaci navigačního systému.

G13 má tým odpovědný za značení a jeho pravidelnou aktualizaci v případě změn expozic: „*Máme tým, který se stará o značení a aktualizaci navigačního systému v případě změn expozic.*“ Podobně G3 věnuje zvláštní pozornost zpětné vazbě návštěvníků a její oddělení pro návštěvnickou zkušenost se zabývá zlepšováním orientace v budově: „*Naše oddělení pro návštěvnickou zkušenost sleduje zpětnou vazbu ohledně orientace v budově.*“

Menší instituce, například G1, G5 či G7, nemají kapacitu na samostatný tým pro správu navigace a tato agenda je řešena v rámci jiných úseků instituce. Může docházet k méně systematickému přístupu k orientačním prvkům a větší závislosti na ad hoc úpravách. Významným nedostatkem, který instituce v rozhovorech nezmiňují, je absence odborné spolupráce s designéry specializujícími se na wayfinding (tzv. hledání cesty – systém navigačních informací, který pomáhá lidem orientovat se v prostoru a najít cestu k cíli). Spolupráce s těmito odborníky by mohla pomoci efektivnějšímu navrhování a testování navigačních systémů.

Změny navigace v souvislosti s dočasnými výstavami jsou další oblastí, v níž přístupy jednotlivých institucí diferují. Většina muzeí a galerií mění navigační prvky pouze dočasně přidáváním směrových cedulí. Nicméně ne všechny instituce mají standardizovaný proces, jak takové změny provádět, což může způsobovat dezorientaci návštěvníků. G9 uvádí, že

navigaci upravuje dočasným značením, ale jeho viditelnost a účinnost nejsou vždy dostatečné: „*Při změnách výstav umísťujeme dočasné navigační prvky, ale ne vždy jsou dostatečně viditelné.*“ Naopak G12 disponuje flexibilnějším systémem značení, který umožňuje rychlé přizpůsobení prostorového uspořádání: „*Pro dočasné výstavy využíváme flexibilní systém značení, který umožňuje rychlé přizpůsobení prostorového uspořádání.*“

Přestože se galerie shodují na tom, že je nutné nějakým způsobem upravit navigaci v případě dočasných výstav, přístup jednotlivých institucí se liší. Zatímco některé se snaží o dynamické změny s využitím modulárních orientačních prvků, jiné se spoléhají spíše na provizorní řešení, která však nefungují vždy efektivně. Ani jedna z institucí se v rozhovorech nezmiňuje o tom, jak tyto změny ovlivňují seniory nebo návštěvníky se zrakovými obtížemi. Přitom právě tato skupina může mít s náhlými změnami zavedených tras největší potíže.

Ačkoliv galerie využívají různé strategie pro navigaci ve výstavních prostorách, stále se primárně spoléhají na vizuální prvky. G3 preferuje konkrétní trasy, zatímco G8 sází na nenápadná vizuální vodítka. Žádná instituce však neřeší možnost propojení navigace s audioprůvodci nebo digitálními asistenty, kteří by mohli usnadnit orientaci například návštěvníkům se zrakovým postižením.

6.4 Hlavní zjištění

6.4.1 Inkluze

Instituce rozlišují přístupnost (fyzické odstranění bariér) a inkluzi (širší zapojení a přizpůsobení obsahu) různým způsobem:

- Jasně rozlišení (např. G3, G8, G12, G13) – důraz na emocionální a obsahovou inkluzi.
- Inkluze jako zastřešující pojem (např. G4, G9, G10) – přístupnost vnímána jako její součást.
- Zaměňování pojmů (např. G1, G2, G5, G6) – přístupnost automaticky chápána jako inkluze, chybí hlubší strategie.

Většina institucí v oblasti kultury postrádá formální strategii inkluze a jednotné směrnice, což vede k tomu, že inkluzivní aktivity jsou realizovány ad hoc bez systematického hodnocení jejich dopadů. Grantové projekty, zastupující významnou roli ve financování těchto aktivit, se často potýkají s omezenou cílovou skupinou, krátkodobým charakterem a

vysokou administrativní náročností, což brání dlouhodobému a udržitelnému rozvoji inkluzivních programů.

Inkluzivní aktivity v kulturních institucích jsou často závislé na nadšení jednotlivců, což je z dlouhodobého hlediska neudržitelné kvůli absenci institucionální podpory.

Z hlediska potřeb osob se zrakovým postižením se kulturní instituce nejvíce zaměřují na zavádění haptických modelů, audioprůvodců a kontrastních popisků. Úroveň a kvalita těchto opatření se zvyšuje díky spolupráci s odbornými organizacemi, které poskytují cenné znalosti a zkušenosti v této oblasti.

Přístupnost pro neslyšící a nedoslýchavé návštěvníky je v kulturních institucích řešena především jednorázovými aktivitami, kupříkladu prohlídkami ve znakovém jazyce. Titulování audiovizuálního obsahu je spíše výjimkou. Naopak multisenzorické prvky, zapojující více smyslů, přispívají k přístupnosti pro širokou škálu návštěvníků, včetně neslyšících a nedoslýchavých, ale i dalších skupin s různými potřebami.

Integrace osob se skrytými handicapy do kulturního prostředí je v počáteční fázi rozvoje, avšak nese značný potenciál. Instituce si začínají uvědomovat potřebu vytvářet prostředí ohleduplné k návštěvníkům s neurodiverzitou, autismem nebo úzkostnými poruchami. Mezi úspěšné příklady takových opatření je zahrnuto zřizování klidových zón pro odpočinek, zavádění vizuálních harmonogramů pro lepší orientaci v programu a organizování specializovaných programů.

Realizovány jsou i speciální programy a mezigenerační aktivity podporující komunitní soudržnost.

Většina inkluzivních opatření není systematicky hodnocena. Chybí pravidelné revize, sběr zpětné vazby a dlouhodobé ukotvení aktivit do struktury instituce.

6.4.2 Postoj k seniorům

Instituce přistupují k seniorům velmi variabilně. Od systematické práce a participativních programů až po jejich úplné opomíjení jako specifické cílové skupiny. Tři základní přístupy lze shrnout následovně:

- aktivní a participativní zapojení seniorů (např. G4, G13),
- zahrnutí seniorů v rámci běžné návštěvnické základny bez aplikování specializovaných opatření (např. G9, G10).

- pasivní přístup bez cílených aktivit (např. G1, G5, G6).

Přestože senioři představují stabilní segment návštěvníků, většina institucí nepracuje se strategií, která by jejich přítomnost systematicky reflektovala. Překvapivě žádná galerie neuvádí participaci seniorů na tvorbě obsahu, dobrovolnických aktivitách nebo rozhodovacích procesech, čímž zůstávají převážně pasivními příjemci obsahu.

Senioři nejčastěji navštěvují muzea individuálně (G3, G9, G10), přičemž jen některé instituce (G4, G13) pracují se skupinami z domovů pro seniory či univerzit třetího věku. Většina institucí nerozlišuje mezi těmito formami účasti, tento aspekt tudíž zůstává v plánování programů často opomenut.

Architektonická nepřístupnost, chybějící výtahy, nedostatek odpočinkových míst a neintuitivní navigace výrazně snižují komfort seniorů (G8, G9, G13). Tyto potřeby nejsou všude reflektovány a chybí i technologická podpora (např. interaktivní mapy, hlasové asistence).

Instituce často spoléhají na digitální komunikaci, která však není pro seniory vždy dostupná či preferovaná (G3, G4, G10). Jen výjimečně se využívají tradiční formy komunikace (tištěné materiály, telefon), které jsou pro tuto skupinu efektivnější.

Mnoho galerií přiznává, že seniory sice vítají, ale speciální programy nevyvíjejí (G1, G6, G12). Chybí aktivity zaměřené na aktivní účast seniorů, edukační obsah přizpůsobený věkové skupině i mezigenerační formáty, jež by podpořily jejich hlubší zapojení.

Instituce často postrádají personální i finanční zdroje pro práci se seniory. Mnohé (např. G8, G9, G13) uvádějí, že by seniory rády zapojily více, ale chybí jim jak odborný personál, tak prostředky. Současně chybí znalost možností externího financování (např. granty, spolupráce s partnery), které by mohly tyto programy podpořit.

6.4.3 Navigace a orientace

Navigace a orientace v kulturních institucích představují zásadní faktor ovlivňující celkovou přístupnost, zejména pro seniory a osoby se specifickými potřebami. Tyto skupiny čelí překážkám v podobě složitých architektonických struktur, chybějících nebo nevhodně navržených orientačních prvků a nedostatečného informačního servisu.

V rozsáhlých institucích (G3, G13) byl zaznamenán signifikantně vyšší stupeň dezorientace. Zejména kvůli členění budov do více pavilonů a výstavních částí s odlišnou logikou uspořádání. Historické objekty (G5, G8) navíc často postrádají logickou strukturu a

obsahují výškové rozdíly, nepravidelné chodby či skryté průchody, což dále komplikuje orientaci.

Nejčastěji uváděnými problémy u seniorů je špatná čitelnost značení (G9), složité rozmístění orientačních tabulí (G12) a absence informací o přístupných trasách (např. výtahy). Efektivní opatření implementovaná některými institucemi (G3, G8) zahrnují použití kontrastního písma, větších velikostí textu a logického značení pohybu.

Přestože některé instituce experimentují s digitálními řešeními (mobilní aplikace v G13, QR kódy v G3), jejich funkčnost z pohledu seniorského publika zůstává omezená. Absentují hlasové asistence, funkce pro zrakově postižené nebo snadno ovladatelné rozhraní.

Instituce se liší ve způsobu správy navigace. Zatímco větší galerie (G3, G13) disponují dedikovanými týmy, menší organizace (G1, G5, G7) řeší orientaci ad hoc v rámci jiných oddělení. Chybí systematická spolupráce s odborníky na wayfinding a uživatelské testování.

Změny navigačního systému spojené s dočasnými výstavami nejsou vždy prováděny efektivně. G9 uvádí problémy s dočasnými cedulemi, které nejsou dostatečně viditelné, zatímco G12 se snaží o flexibilní modulární systém. Vliv těchto změn na specifické skupiny (zejména seniory a osoby se zrakovým omezením) však není doposud dostatečně reflektován.

Instituce se primárně spoléhají na vizuální orientační prvky. G3 preferuje vyznačené trasy, G8 využívá přirozené vizuální linie. Žádná z oslovených institucí však dosud nepropojila orientaci s audioprůvodci či haptickými nebo interaktivními prvky vhodnými pro osoby s různorodými potřebami.

7 EXPERTNÍ PRŮCHOD

Tato kapitola představuje výsledky expertního průchodu, který sloužil jako doplňkový analytický nástroj k prohloubení poznatků získaných z rozhovorů a případové studie. Expertní průchod představuje systematické posouzení prostředí kulturní instituce z hlediska její přístupnosti a inkluzivního potenciálu, a to očima odborníka v oblasti kulturní participace, komunikace a designu.

Na rozdíl od běžné návštěvnické zkušenosti je expertní průchod cíleně zaměřen na identifikaci překážek a podpůrných prvků, které mohou ovlivňovat míru zapojení různých skupin návštěvníků.

7.1 Shrnutí hlavních zjištění

Expertní průchod budovou a expozicí vybrané galerie byl realizován v říjnu 2024 odborníky na přístupnost a inkluzi z Masarykovy univerzity, konkrétně z Teiresiás, Střediska pro pomoc studentům se specifickými nároky. Úkolem expertů bylo posoudit přístupnost expozice Plus mínus Zlín v rovině fyzické, informační, smyslové a orientační, se zvláštním důrazem na potřeby seniorních návštěvníků a osob se zrakovým nebo pohybovým omezením.

7.1.1 Fyzická přístupnost

Přístup k budově a parkování

Cesta od vyhrazených parkovacích míst k hlavnímu vstupu nesplňuje legislativní požadavky. Na několika místech chybí snížené obrubníky, což ztěžuje přístup osobám na vozíku nebo s chodítkem. „*Na mnoha místech chybí snížení obrubníku dle požadavků legislativy.*“ uvedl odborník ze Střediska Teiresiás

Dveře a vstupy

Prosklené vstupní dveře mají nedostatečné značení prosklení, což je rizikové pro osoby se zrakovým postižením. Vstupní i vnitřní dveře vyžadují nadměrnou sílu k otevření, což je v rozporu s legislativou. K jejich otevření je třeba vyvinout nadměrnou sílu. Stejný problém byl zaznamenán i u dveří na bezbariérové toaletě.

Bezbariérové WC

Toaleta označená jako bezbariérová má nevhodné rozmístění prvků vybavení. Madla nejsou v požadované výšce, zrcadlo není výškově nastavitelné a nelze jej použít ze sedu. Umyvadlo je špatně přístupné.

7.1.2 Smyslová přístupnost a bezpečnost

Skleněné stěny a prosklené dveře

V rámci expozice se nachází řada prosklených ploch, které nejsou dostatečně označeny kontrastními prvky. Hrozí nebezpečí kolize návštěvníků s těmito prvky, zejména osob se zrakovým omezením. „*Uvnitř expozice jsou prosklené stěny s nedostatečným vizuálním značením a hrozí zranění při nárazu*“ uvedl odborník ze Střediska Teiresiás.

Schodiště

Schodiště nedisponuje značením prvního a posledního stupně a postrádá oboustranná madla s přesahem, která jsou zásadní pro bezpečný pohyb osob se sníženou stabilitou. Jedno ze schodišť vybíhá do prostoru bez jakéhokoli fyzického zábranného prvku, což zvyšuje nebezpečí úrazu.

Výtah a tlačítka

Tlačítka ve výtahu mají nesprávně umístěné Braillovo písmo. Prvek není snadno dosažitelný a orientace je složitá.

7.1.3 Informační a orientační přístupnost

Orientační systém

Tabule s orientačními informacemi mají nízký kontrast a slabou čitelnost. Pro osoby s horším zrakem nebo seniory jsou prakticky nečitelné. „*Orientační tabule mají velmi malý kontrast.*“ uvedl odborník ze Střediska Teiresiás. Plánky prostoru jsou špatně čitelné, chybí značení klíčových bodů (toalety, východy, recepce).

Lepicí štítky a vitríny

Popisky na vitrínách jsou často nenápadné, špatně umístěné nebo ve výšce, která je nekomfortní pro čtení. Čitelnost ztěžuje odraz světla.

Nedostatek míst k sezení

V expozici chybí místa k odpočinku. Vzhledem k délce trasy a obsahu by bylo vhodné nabídnout více laviček či židlí.

7.1.4 Participativní a taktilní prvky

Pozitivní praxe: taktilní modely a interaktivita

Výstava obsahuje několik interaktivních prvků a možnost taktilní zkušenosti u vybraných exponátů (např. vytvořené 3D tiskem), které lze nabídnout i návštěvníkům se zrakovým znevýhodněním.

Problém: interaktivní prvky nejsou vždy přístupné

Interaktivní obrazovky jsou příliš vysoko nebo příliš hluboko umístěné. Některé nelze ovládat z vozíku. „*Podstavec, na kterém je umístěn interaktivní monitor není podjezdný a ze sedu na to osoba na vozíku nedosáhne...*“ uvedl odborník ze Střediska Teiresiás.

Pozitivní prvky

Dominantou výstavy je vizuální přehlednost vystavených děl, která umožňuje návštěvníkům snadno vnímat jednotlivé artefakty bez rušivých podnětů okolí. Projevuje se snaha o propojení tradiční fyzické prezentace s digitálním obsahem. Výstava tak nabízí možnost hlubšího poznání prostřednictvím rozšířené reality, multimédií a interaktivních prvků. Tento přístup svědčí o moderním uvažování kurátorů a snaze oslovit širší spektrum návštěvníků, včetně mladších generací či technicky zdatných seniorů.

Přehled legislativních nedostatků uvedený v dokumentu Orientační audit bezbariérového přístupu (viz Příloha č. 6).

7.2 Doporučení pro zlepšení přístupnosti expozice

Doporučení uvedená v této části byla formulována s cílem podpořit dosažení co nejvyšší míry přístupnosti a inkluze pro všechny skupiny návštěvníků, zejména pak pro seniory a osoby se specifickými potřebami. Představují ideální směřování ke komplexně bezbariérovému a uživatelsky přívětivému prostředí.

Je nezbytné podotknout, že ne všechna navrhovaná opatření mohou být v praxi realizovatelná okamžitě či v plném rozsahu. Důvodem mohou být finanční omezení, provozní kapacity či majetkoprávní vztahy. Ty se stávají činitelem v případech, kdy galerie sídlí v budově, kterou nevlastní, a tudíž nemá plnou rozhodovací pravomoc v oblasti stavebních úprav nebo změn orientačního systému. Přesto věříme, že i dílčí úpravy v rámci možností instituce mohou významně přispět ke zlepšení celkové přístupnosti a kvality návštěvnického zážitku.

Navrhované změny:

- Doplnit snížené obrubníky na trase od vyhrazených parkovacích míst k hlavnímu vstupu dle platných norem (ČSN 73 6110).
- Zajistit plynulý a bezbariérový přístup bez nutnosti překonávání zvýšených hran.
- Označit prosklené dveře kontrastními prvky ve výšce očí, aby byly dobře viditelné pro osoby se zrakovým znevýhodněním.
- U všech dveří upravit mechanismus otvírání tak, aby síla potřebná k jejich otevření nepřesahovala maximální legislativně stanovenou hodnotu.
- Zvážit automatizaci vstupních dveří nebo doplnění madel pro snadnější otvírání.
- Uspořádat zařizovací předměty dle vyhlášky č. 146/2024 Sb., tedy zajistit správnou výšku a umístění madel, umožnit použití zrcadla ze sedu.
- Zajistit dostatečný prostor pro manévrování a přístup k umyvadlu.
- Doplněte výrazné a kontrastní značení na prosklené plochy v souladu s pravidly pro zrakově znevýhodněné návštěvníky.
- Zajistit kontrastní značení prvního a posledního schodu.
- Doplnit oboustranná madla s přesahem přes první i poslední stupeň.
- Fyzicky zamezit vstupu pod schodiště vybíhající do prostoru, například vitrínou, zábranou nebo nábytkem s bezpečnou výškou.
- Opravit umístění Braillova písma na tlačítkách tak, aby bylo dobře dosažitelné a logicky řazené.
- Zvážit doplnění zvukového výstupu (např. oznámení patra).
- Nahradit stávající orientační tabule verzí s vyšším kontrastem (dle WCAG doporučení) a větším písmem.
- Připravit jednoduché orientační plánky s vyznačením klíčových bodů (vstupy, výtah, toalety, únikové cesty, recepce).

- Doplnit zmíněné plánky i v tištěné podobě a ideálně i ve formátu přístupném nevidomým (např. hmatová mapa, zvuková navigace).
- Zvýšit čitelnost popisků, tzn. použít větší písmo, vyšší kontrast a zamezit odleskům (např. matné fólie).
- Umístit popisky do ergonomické výšky cca 110-130 cm.
- Rozmístit lavičky nebo židle v pravidelných intervalech na trase výstavy, zejména v delších nebo členitějších částech expozice.
- Rozšířit nabídku taktilních exponátů: využít 3D tisk nebo repliky z depozitáře, které mohou návštěvníci osahat.
- Zajistit, aby zmíněné exponáty byly dostupné pod odborným dohledem a označené jako „dotykové“.
- Umístit interaktivní prvky do výšky přístupné i osobám na vozíku (ergonomická výška cca 80-120 cm).
- Zajistit, aby zařízení byla podjezdná nebo volně přístupná z přední i boční strany.

8 MAPOVÁNÍ CESTY NÁVŠTĚVNÍKA

Mapování cesty návštěvníka (visitor journey mapping) je nástroj využívaný k analýze a vizualizaci interakcí, jimiž si návštěvník prochází při kontaktu s muzejním prostředím. Tento přístup je běžně využíván v oblasti zákaznické zkušenosti (customer experience) a jeho aplikace je relevantní i v kontextu muzeí a galerií. Umožňuje identifikovat klíčové momenty interakce s návštěvníkem a napomáhá pochopit potřeby, očekávání a bariéry. Tyto faktory mohou signifikantně ovlivnit kvalitu návštěvnického zážitku.

Druhou cílovou skupinou výzkumu v této diplomové práci jsou senioři, u nichž mapování probíhalo prostřednictvím kvalitativních metod (pozorování, polostrukturované rozhovory, stínování návštěvníků) a sledovalo jednotlivé fáze návštěvnické zkušenosti.

V kontextu této práce je mapování cesty návštěvníka využito jako kvalitativní nástroj pro hlubší pochopení toho, jak senioři vnímají a zažívají návštěvu galerie. Které fáze zkušenosti pro ně mohou být náročné, co jim usnadňuje orientaci a pocit bezpečí a co by mohlo zlepšit jejich celkovou participaci.

8.1 Charakteristika účastníků výzkumu

Účastníci byli osloveni především prostřednictvím Univerzity třetího věku (U3V), při Univerzitě Tomáše Bati ve Zlíně. Další kontaktování probíhalo skrze organizace pracující se seniory, nicméně z této strany nebyla zaznamenána žádná odezva. Část participantů se do výzkumu zapojila na základě doporučení od již oslovených osob. Celkově se výzkumu zúčastnilo 18 seniorů ve věku od 60 do 75 let.

Výběr účastníků probíhal na základě následujících kritérií:

- věk nad 60 let, jak je definováno v teoretické části (viz kapitola 2.1);
- návštěva muzea či galerie v uplynulých třech letech.

Tabulka 7: Charakteristika účastníků výzkumu (Zdroj: vlastní)

Č.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
věk	73	67	66	64	64	63	63	65	63	66	74	65	64	66	63	65	75	65
M/Ž	M	Ž	M	M	Ž	Ž	Ž	M	Ž	Ž	Ž	Ž	Ž	Ž	M	Ž	Ž	Ž

Přestože zdravotní omezení nebyla výslovně stanovena jako výběrové kritérium, během osobních setkání bylo možné identifikovat různé pomůcky signalizující specifické potřeby

účastníků, například brýle či naslouchátka. V průběhu rozhovorů sami participanté spontánně zmiňovali svá smyslová nebo pohybová omezení. Někteří dorazili s chodeckou pomůckou ve formě hole, zajišťující adekvátní oporu a stabilitu, nebo se pohybovali pomaleji v důsledku aktuálních zdravotních obtíží. Objevily se i zmínky o očních vadách, přičemž nejčastěji senioři uváděli zhoršené vidění na blízko nebo do dálky.

Následující podkapitoly rozčleňují cestu návštěvníka do jednotlivých segmentů a popisují, jak senioři danou fázi vnímali, jaké potřeby se v ní projeví a kde docházelo k pozitivní či naopak limitující zkušenosti. Jsou uvedeny též návrhy na zlepšení přístupnosti a uživatelské přívětivosti z pohledu starších návštěvníků.

8.2 První kontakt s výstavou

První kontakt návštěvníků se samotnou výstavou probíhá prostřednictvím různorodých informačních kanálů, přičemž zejména u starších osob dochází ke kombinaci spontánního objevování, doporučení známých a tradičních i digitálních forem propagace, jak ukazuje obrázek 36 v Příloze č. 8.

Řada participantů uvedla, že výstavu objevili náhodně, například během procházky městem, návštěvy turistického centra nebo při pohledu na venkovní plakát. Tyto výsledky potvrzují důležitost dobře viditelného značení ve veřejném prostoru, které oslovuje příležitostné a impulzivní návštěvníky.

Významným zdrojem informací o kulturním dění jsou také doporučení od rodiny či přátel, která výrazně zvyšují pravděpodobnost návštěvy. Tento lidský filtr se ukazuje jako důvěryhodný způsob předávání informací, zejména u osob, které se v kulturní nabídce jinak aktivně neorientují. Typická je situace, kdy návštěvník dostane tip a následně si vyhledá podrobnosti online.

Online distribuční kanály (např. webové stránky institucí, Facebook, newslettery, městské kulturní portály ...) jsou hojně využívány zejména digitálně gramotnějšími seniory. Pro tuto skupinu jsou digitální zdroje relevantním nástrojem k získání aktuálních informací, avšak jak upozornili sami participanté, nedostatečně aktualizované weby mohou vyvolávat frustraci a snižovat důvěru v instituci: „*To mě naštve, když zjistím, že na webu nejsou aktuální informace, tak na co ten web potom mají,*“ (P10).

Výzkum ukazuje, že ne všichni senioři mají přístup k digitálním médiím, nebo s nimi aktivně nepracují. Tito návštěvníci často čerpají informace z městských zpravodajů,

tištěných letáků nebo vývěsek, a proto je důležité, aby galerie nepodceňovaly offline komunikaci, která může efektivně oslovit široké publikum. Podstatná jsou též turistická a informační centra, která se pro část participantů stávají prvotním kontaktním bodem s kulturní nabídkou ve městě. Tato místa představují strategické uzly pro distribuci tištěných materiálů a mohou přispět k lepší informovanosti kulturně aktivních seniorů.

8.2.1 Impulz k návštěvě

Poté, co se návštěvník dozví o existenci výstavy, přichází fáze rozhodovacího procesu, tedy impulz k návštěvě. V této fázi jsou významné sociální motivace, osobní preference, dostupnost i ekonomické faktory.

U seniorské cílové skupiny se opakovaně ukazuje, že možnost sdílet kulturní zážitek s ostatními výrazně zvyšuje motivaci k návštěvě. Výstava je vnímána nejen jako příležitost ke vzdělávání či estetickému prožitku, ale především jako sociální událost, která podporuje kontakt s přáteli, rodinou nebo komunitou. Kulturní instituce tak mají možnost stavět programy i komunikaci na posílení společenského rozměru návštěvy.

Silným impulzem je také tematická blízkost výstavy. Senioři častěji preferují expozice, které se věnují historickým, regionálním nebo jim osobně blízkým tématům. Tento typ výstav umožňuje návštěvníkům navazovat na vlastní vzpomínky a zkušenosti, čímž posiluje jejich emoční zapojení i pocit relevance.

Z hlediska praktických aspektů je pro starší návštěvníky klíčová dostupnost výstavy. Fyzická blízkost, snadná dopravní obslužnost, a především bezbariérovost prostředí jsou rozhodujícími faktory, jež ovlivňují ochotu výstavu navštívit. Jakýkoli vnímaný diskomfort či překážka (např. náročný terén, chybějící výtah) může návštěvu zcela znemožnit.

Významným stimulem jsou také osobní doporučení. Senioři důvěřují informacím, které pocházejí od známých osob nebo institucí, s nimiž mají dlouhodobě pozitivní zkušenost (např. knihovny, kluby seniorů, místní kulturní centra aj.).

Rozhodujícím činitelem je též ekonomický aspekt. Možnost využít seniorské slevy, skupinové vstupenky či navštívit výstavu v rámci volného vstupného se ukazuje jako silný motivační prvek. Kulturní instituce, které aktivně komunikují tyto cenové výhody, zvyšují pravděpodobnost účasti u cílové skupiny seniorů, jež často zohledňuje finanční náklady na kulturní aktivity.

8.3 Získávání informací o výstavě

V této fázi dochází k cílenému vyhledávání informací, které návštěvníkům umožní učinit finální rozhodnutí o návštěvě. U seniorské cílové skupiny jsou čtyři základní oblasti požadovaných informací: dostupnost a doprava, cena vstupného, otevírací doba a obsah výstavy. (obrázek 37 v Příloze č. 8.)

Participantů opakovaně uváděli, že nejprve hledají základní přehled o výstavě, jejím zaměření a autorovi. Téma výstavy a její obsah představují hlavní rozhodovací kritérium, přičemž senioři častěji preferují expozice s osobním, historickým nebo regionálním kontextem. Pro získání těchto údajů je nejčastěji využíván internet, a to zejména vyhledávače, oficiální weby galerií, sociální sítě či e-mailové newslettery.

Pozornost je věnována otevírací době a časové náročnosti návštěvy. Možnost plánovat návštěvu v souladu s denním režimem je pro starší návštěvníky zásadní. Informace o ceně vstupného bývá rovněž rozhodující, přičemž mnozí participantů zmiňovali, že před návštěvou aktivně vyhledávají informace o slevách, volných dnech nebo cenových zvýhodněních pro seniory.

Důležitým faktorem je též problematika dopravy. Senioři často využívají platformy jako Mapy.cz (nejčastěji uváděné), které jim poskytují nejen informace o veřejné dopravě a spojích, ale i o poloze objektu a jeho dostupnosti. Samotná orientace v místě je pro ně však někdy komplikovaná, zejména pokud není zřejmý hlavní vstup nebo chybí viditelné značení. Tento faktor může vést k nejistotě a nutnosti okamžité asistence.

V některých případech dochází i k prohlížení virtuálních prohlídek nebo fotografií prostorů výstavy, které slouží k seznámení s prostorem, aby se předešlo nejistotě a trapným situacím spojeným s orientací.

8.4 Příchod do galerie

Vstup do budovy představuje důležitý moment, kdy dochází k prvotnímu kontaktu návštěvníka s fyzickým prostorem instituce. Z výzkumu vyplynulo, že se návštěvníci, zejména senioři, orientují především podle vizuálních podnětů, a to jak v exteriéru, tak v bezprostředním okolí vstupu.

Výrazná architektura galerie pro mnoho návštěvníků slouží jako hlavní orientační bod. Většina z nich se pohybuje podél budovy a intuitivně hledá viditelné vstupní prvky, například prosklené dveře, označení recepce nebo proudící tok lidí. Zásadním prvkem pro

orientaci se stala prosklená stěna kontrastující s okolní zděnou stěnou. Tento specifický prvek upoutal pozornost a navedl návštěvníky směrem do průchodu. Následovalo orientační značení, šipka směřující do země, kterou však participantů označili za neintuitivní a matoucí. V některých případech nebyli schopni rozpoznat, zda mají jít k výtahu, hledat schody nebo pokračovat jiným směrem. To vedlo ke znejistění a potřebě asistence.

Mnozí návštěvníci následně využili personálu v informačním kiosku, kde si ověřili směr vstupu. Ukázalo se, že přítomnost personálu je často nezbytná pro orientaci, což zároveň poukazuje na nedostatečnost značení. Ačkoli je pokladna přes skleněnou stěnu částečně viditelná, není pro návštěvníky dostačující k tomu, aby ji automaticky identifikovali jako oficiální vstup.

Ze zmíněných zjištění vyplývá několik důležitých doporučení:

- vstupní prostor musí být zřetelně označen,
- orientační systém by měl být jednoznačný, srozumitelný a intuitivní,
- použitá symbolika (např. směrové šipky) by měla být v souladu s běžnými konvencemi (šipky směřující „do země“ bez textového doplnění byly matoucí),
- prosklené architektonické prvky mohou být vizuálně atraktivní (bez doprovodného značení nefungují).

8.5 Prvotní interakce – Informační bod

Po vstupu do budovy galerie senioři často instinktivně hledají pokladnu nebo informační bod, který vnímají jako bod záchytný pro další navigaci. Očekávají srozumitelné značení k základním službám, kupříkladu k pokladně, toaletám a šatně.

Participantů již při vstupu identifikovali bariéru, která je negativně ovlivňuje po celou návštěvu, a to nadměrnou hmotnost dveřních křídel. „*Ty dveře jsou opravdu těžké. Sama bych si je asi neotevřela,*“ (P17). Tento aspekt představuje značnou překážku zejména pro osoby s omezenou mobilitou.

První kroky obvykle vedou k pokladně či informačnímu pultu, kde se návštěvníci dotazují na cestu k výstavě, výši vstupného a umístění základního zázemí. „*Kde je toaleta?*“, „*Kde si můžu odložit?*“ a „*Jak se dostanu na výstavu?*“ (P14). Participantů opakovaně zdůrazňovali důležitost srozumitelných a stručných instrukcí ohledně cesty na výstavu,

neboť příliš komplikovaný popis může vést k zapomínání nebo nejistotě. „“ (P11). Často oceňují, pokud jsou informace doplněny tištěnými letáky či mapkami.

Seniorské vstupné je dalším frekventovaným tématem. Slevy pro seniory jsou běžnou praxí v muzeích a galeriích, ale pokud není jednoznačně uvedeno věkové omezení, návštěvníci se cítí nejistě a musí se dodatečně doptávat personálu. To může být frustrující, nepříjemné nebo dokonce trapné pro ty, kteří si nejsou jisti, zda mají na slevu nárok. „*Vždy se ptám, abych se vyhnula trapasu, když zjistím, že na něj ještě nemám nárok,*“ (P13). Důvodem pro doptávání se na seniorské slevy je fakt, že mnoho lidí kolem 60 let již pobírá předčasný důchod, ovšem slevy pro důchodce jsou často poskytovány až od věku 65 let.

Orientace v prostoru bývá též ovlivněna očekáváním na základě předchozích zkušeností. Příkladně pokud je šatna netypicky řešená nebo nedostatečně označená, může být snadno přehlédnuta. „*Tak tohle bych vůbec neřekla, že je šatna,*“ (P13). Značení toalet bývá podle participantů také často problematické. Konkrétně v budově galerie zmiňují nízký kontrast a nejasné piktogramy.

8.6 Fáze pohybu ve výstavě

8.6.1 Přístup k výstavě

První dotazy seniorů se zpravidla netýkají samotné výstavy, ale základní prostorové orientace: „*Kde je toaleta?*“, „*Kde si mohu odložit věci?*“ Teprve následně se vracejí k pokladně pro zakoupení vstupenky a zjištění, kudy vede cesta k expozici či výstavě. Tento dvoufázový postup je pro starší návštěvníky typický.

Návštěvníci se při hledání výstavy neřídí pouze instrukcemi od pokladní, ale kombinují je s vizuálními podněty v prostoru. Ačkoliv pokladní poskytují instrukce ohledně umístění expozic v patrech, návštěvníci se neřídí pouze těmito informacemi. V budově se totiž nachází značení, využívající terminologii nadzemních podlaží, což vede k nesouladu s instrukcemi pokladních. Konkrétně instrukce „*druhé patro*“ může být návštěvníky mylně interpretována jako nutnost vystoupat o dvě podlaží, jelikož druhé nadzemní podlaží odpovídá prvnímu patru. Nicméně, i přes tuto komunikační disonanci, návštěvníci obvykle najdou hledanou expozici. Zřejmě si zapamatují převážně číselný údaj a neřeší tolik patra nebo podlaží, a tak se ve většině případů dokáží orientovat.

Dle výpovědí senioři často kombinují pokyny s vlastním úsudkem a vizuálními podněty v prostoru, které však nemusí být vždy srozumitelné: „*Pamatuju si, co mi řekli na pokladně, ale ne všechno,*“ (P16) a „*To značení bylo takové malé, tak jsem šel spíš podle pocitu,*“ (P4).

Pozitivně byl hodnocen fakt, že výtah a schodiště jsou umístěny vedle sebe v centrálním bodě, což návštěvníkům pomáhá orientovat se při pohybu mezi patry. Významný rozdíl byl nicméně zaznamenán mezi dvěma skupinami. Ti, kteří zvolili výtah, měli jednodušší cestu díky automatickému ozvučení a jednoznačnému tlačítku, zatímco návštěvníci jdoucí po schodech čelili větší nejistotě a rozdílným strategiím při určování správného patra.

Návštěvníci se při chůzi po schodech přestali řídit pokyny pokladní a více se spoléhali na vizuální značení v prostoru. Nejužitečnější byly nápisy na skleněných stěnách, tabule s orientačními informacemi nebo označení dveří se vstupem na výstavu. I přes existenci orientačních prvků v prostoru se návštěvníci ne vždy cítili jistě a raději se ujistili u dalších osob, zda se nacházejí na správném místě. Objevila se ovšem výjimka, kdy jeden návštěvník následoval instrukce doslovně a vyšel až do skutečného druhého patra, čímž se dostal o patro výše, než bylo nutné.

Další komplikace nastala u vstupu do expozice, kde byly umístěny dvojce dveře, jedny vstupní, druhé výstupní. Přestože byly označené, text byl příliš malý a špatně kontrastní, což vedlo k chybnému výběru dveří.

8.6.2 Zahájení prohlídky

Po vstupu do výstavního prostoru se řada participantů potýkala s nejistotou ohledně směru pohybu a logiky výstavy, což poukazuje na nedostatečné značení a chybějící navigační prvky v expozici. Mnozí návštěvníci nebyli schopni intuitivně rozpoznat, kde prohlídku zahájit, případně zda se nacházejí na jejím začátku, nebo konci. Participantka uvedla: „*Tady v tom místě vůbec netuším, kudy se vydat,*“ (P9).

Prostorová orientace je pro starší návštěvníky klíčová, očekávají jasné vizuální značení, případně stručné a přehledné instrukce od personálu. V opačném případě dochází k přerušení plynulé návštěvnické cesty, což může vést ke ztrátě zájmu nebo frustraci. Komentáře typu: „*Nevím, kam se vchází, tady je nějaký úvod asi, nebo to je závěr?*“ (P16) a „*Já potřebuju jednoznačné instrukce, kde začít prohlídku,*“ (P13) ukazují na potřebu jednoznačného označení začátku trasy, případně přehledného úvodu, který návštěvníky situuje v rámci expozice.

Někteří participanti se v případě nejistoty obracejí na personál, kustodky nebo pokladní, jako na živý navigační bod. Zazněly i komentáře typu: „Byla bych raději, kdyby mě někdo přímo navedl,“ (P6) nebo „Mohu se vás zeptat, jak se tady chodí? Kde je začátek a konec?“ (P13).

8.6.3 Strategie návštěvníků

Návštěvníci galerií a výstav volí při procházení expozicí různé strategie, které odpovídají jejich zájmu o umění, potřebám i osobnímu stylu vnímání. Identifikovat lze tři typické vzorce chování, které jsou vidět na obrázku 5.

Identifikace strategií byla inspirována typologií návštěvníků dle autora Irdise (2024), přičemž kategorie byly upraveny s ohledem na specifika sledovaného vzorku a kontext galerie navštěvované seniory.



Obrázek 5: Identifikované vzorce chování během výstavy (Zdroj: vlastní zpracování)

„Kobylinky“ – selektivní obdivovatelé

Tito návštěvníci se pohybují selektivně a cíleně vyhledávají konkrétní exponáty, které je osobně zajímají, často na základě autora či tématu. Ostatní části výstavy rychle procházejí, nebo zcela vynechávají. Důležitým nástrojem orientace je pro ně brožura, kterou si pečlivě prostudují ještě před prohlídkou. V prostoru se poté řídí mapkou a interagují spíše s obsahem

než s personálem. Výstava pro ně představuje individuální zážitek, nikoli lineární příběh: „*Přišla jsem hlavně kvůli tomu obrazu, o kterém jsem četla,*“ (P5).

„Mravenci“ – systematictí návštěvníci

Tito návštěvníci si výstavu procházejí systematicky od začátku do konce a snaží se nic nevynechat. Po vstupu si obvykle vezmou brožuru, kterou rychle prolistují nebo podrobně pročtou, a následně se často ujíšťují u kustoda, kde výstava začíná. Preferují jasné směřování a přehlednou strukturu, jinak se mohou cítit nejistě. Věnují pozornost úvodním textům k expozici, které jim pomáhají výstavu lépe pochopit: „*Když nevím, kde začít, tak mám pocit, že něco přehlédnu,*“ (P13).

„Ryby“ – intuitivní pozorovatelé

Tito návštěvníci upřednostňují vizuální vnímání výstavy z odstupů a nevyhledávají detailní popisy ani blízký kontakt s díly. Vyhýbají se dlouhým textům i zdržení u brožur, orientují se intuitivně a dávají přednost jednoduchému a přehlednému prostoru. Často využívají osobní navedení a výstavou procházejí volně bez pevného směru: „*Raději si dílo prohlédnu z dálky a sama si o tom udělám obrázek,*“ (P11).

8.6.4 První dojem

První dojem z výstavního prostoru má zásadní vliv na emoční prožitek návštěvníka. Esteticky harmonické, klidné a přehledné prostředí podporuje ponoření se do výstavy a zvyšuje její zapamatovatelnost. Naopak vizuální chaos, zahlcení podněty nebo příliš dynamické rozvržení mohou zejména pro seniory působit únavně a narušit jejich soustředění.

Barvy, materiály, osvětlení i akustika utvářejí atmosféru, která se promítá do celkového vnímání expozice. Přestože návštěvník přesně neidentifikuje důvod, vnímá, zda se cítí příjemně. Ticho je pro někoho klidem, pro jiného nepříjemným znakem prázdnoty: „*Docela tiché, aspoň hudba by tomu pomohla,*“ [P14].

Historický nebo architektonicky zajímavý prostor může pozitivně umocnit vnímání výstavy. Tzv. *genius loci* zvyšuje emocionální hloubku zážitku: „*Výběr barev a materiálů stěn se mi velmi líbil. Kdyby to vyměnili, asi by to takový dojem neudělalo,*“ [P14].

Harmonické ladění prostoru má zásadní vliv na pozitivní první dojem a celkovou pohodu návštěvníků, zejména u starších osob.

8.6.5 Vnímání exponátů a textů

Jednotlivé prvky výstavy

Vnímání zajímavosti exponátu je u návštěvníků výrazně subjektivní, přesto se v rozhovorech opakovaně objevují čtyři faktory formující tuto zkušenost. Participanti zdůrazňují význam osobního i kulturního kontextu, tedy míry, do jaké se mohou s daným dílem ztotožnit nebo ho již znají z širšího veřejného diskurzu. „*Přišla jsem hlavně kvůli tomu obrazu, o kterém jsem četla. Ostatní si možná projdu, ale jen pokud mě něco zaujme,*“ uvedla participantka (P5), čímž poukázala na vliv předchozí zkušenosti a očekávání.

Ukazuje se, že přílišné množství exponátů může jejich individuální atraktivitu snížit. Návštěvníci se cítí zahlceni a některé části expozice přecházejí bez povšimnutí. „*Tedy ta sekce, jak tam bylo opravdu hodně modelů a designu, to mě dost zavalilo, bylo toho opravdu hodně,*“ (P17). V tomto ohledu návštěvníci preferují pečlivě vybrané a reprezentativní exponáty, které vystihují hlavní sdělení výstavy.

Velkou roli hraje i vizuální přitažlivost, kontrast, barevnost nebo neobvyklé formy přitahující pozornost dříve, než návštěvník zaregistruje kontext nebo doprovodný text. „*Tohle mě vážně zaujalo, podíváme se, kdo je autorem,*“ vyřkl participant (P2) poté, co jej upoutal konkrétní obraz. U trojrozměrných objektů návštěvníci často zmiňovali potřebu jasné vizuální orientace, například ze které strany se dívat, kde je hlavní pohled nebo zda je možné sochu obejít. Nejistota v tomto směru snižuje jejich estetický zážitek.

Významným podpůrným prvkem pro zážitek z exponátu je rovněž kvalita a srozumitelnost doprovodných textů. Ty by měly být přehledné, čitelné, ideálně doplněné o příběh nebo kontext, který přibližuje lidský rozměr daného díla. „*To je hezká váza, ale když mi řeknete, že sloužila na víno a je ze 16. století, tak mě to hned víc zajímá,*“ poznamenala participantka (P15), čímž vystihla transformační roli interpretace v muzeálním prostoru.

Naopak nevhodně umístěné nebo těžko čitelné informace mohou vést k frustraci: „*Tenhle obraz je fakt vysoko, nejdříve jsem si ho nevšimla, a vlastně ani když zakloním hlavu, tak na něho pořádně nevidím,*“ (P18). Pro starší návštěvníky je důležité, aby byly informace snadno přístupné z běžné výšky očí, s dostatečným kontrastem a jasnou strukturou.

Lze konstatovat, že míra zaujetí exponátem je výsledkem souhry osobních preferencí, vizuálního uspořádání a kvality doprovodné interpretace. Kvalitní design výstavního

prostoru, reflektující tyto aspekty, zásadně ovlivňuje míru zapojení návštěvníků a jejich celkový kulturní zážitek. Konkrétní zjištění a vhledy jsou umístěny na odkaze v Příloze č. 7.

Texty

Z vyhodnocení vyplynulo, že texty a popisky ve výstavním prostoru představují pro značnou část návštěvníků, zejména starších, opakovaný problém. Nejčastěji je zmiňována nečitelnost, kvůli malému písmu, špatnému kontrastu nebo nepřehledné grafice: „*To bílé na černém mě hrozně unavuje, bolí mě z toho oči,*“ (P3). Mnozí si stěžují na přílišnou délku a akademický styl textů, které nepůsobí vstřícně a narušují plynulost zážitku: „*Od půlky už jsem přestala číst, bylo to moc složité,*“ (P13). Chybí jim jednoznačná struktura a konzistentní systém, což vede ke zmatku a frustraci: „*Nevím, ke kterému obrazu ten text vlastně patří,*“ (P16). Naopak stručné, srozumitelné texty s kontextem nebo příběhem podporují zájem a lepší porozumění. Komplikací je též umístění popisků, které jsou příliš nízko, vysoko nebo neprakticky za objektem, což často vede k jejich přehlédnutí. Návštěvníci volají po větší přehlednosti, dostupnosti a přívětivém tónu komunikace. Konkrétní zjištění a vhledy jsou umístěny na odkaze v Příloze č. 7.

8.7 Post-výstavní fáze – „Co dál?“

Tato fáze má přímý dopad na celkový dojem z kulturního zážitku. Nedostatek značení, absence možnosti odpočinku a nepřehledný návratový směr mohou přebít i silný estetický nebo intelektuální zážitek. Post-výstavní fáze si zaslouží stejnou péči jako vstupní orientace. Její optimalizace může výrazně zvýšit návštěvnickou spokojenost a míru návratnosti. (obrázek 38 v Příloze č. 8.)

8.7.1 Opuštění výstavy

Po ukončení prohlídky se návštěvníci přirozeně snaží vrátit stejnou cestou, jakou do expozice vstoupili. Tento vzorec je u starších návštěvníků obzvlášť silný. V případě, že výstupní dveře nejsou jasně označené nebo se jedná o jednosměrný průchod, vzniká nejistota a dezorientace: „*Tak a teď kam? Tyhle dveře jsme prošli už předtím...*“ (P3). Pokud není konec výstavy intuitivně navazující a nedojde k symbolickému uzavření zážitku, může to negativně ovlivnit celkový dojem z návštěvy, i v případě zážitku jinak pozitivního. Chybí přirozený rituál rozloučení nebo napojení na další služby (např. kavárna, obchod, odpočinková zóna), které by podpořily setrvání návštěvníka v galerii a jeho emocionální spojení s výstavou.

8.7.2 Odpočinek

Po prohlídce výstavy vyhledává mnoho návštěvníků, zejména seniorů, klidné místo k sezení. Místa k odpočinku jsou vnímána jako zásadní pro zachování komfortu a pozornosti během delší návštěvy. „*Když jsou tu lavičky, mám pocit, že si můžu chvíli odpočinout nebo si výstavu v klidu vstřebat,*“ (P6). Nedostatek odpočinkových míst často vede k tomu, že senioři část výstavy vynechají, aniž by to explicitně komentovali. Možnost sednout si před obrazem nebo interaktivním prvkem zvyšuje šanci na delší a hlubší kontakt s obsahem.

8.7.3 Toaleta

Toalety jsou podstatným prvkem pro plánování a komfort návštěvy, nejen pro seniory, ale také pro rodiče s dětmi a osoby se zdravotním omezením. Pokud WC není dobře označeno, může dojít k frustraci nebo předčasnému odchodu: „*Já vždycky musím vědět, kde jsou záchody, jinak se necítím klidná,*“ (P18). Návštěvníci ocení, když je infrastruktura viditelná a značení přehledné už od vstupu. Ztratit se cestou na toaletu není výjimkou, ale běžným problémem, který odpojuje návštěvníka od celkové atmosféry výstavy.

8.8 Post-výstavní část – návrat do běžného života

Po skončení prohlídky výstavy se návštěvnícká zkušenost nezastavuje, naopak pro mnohé návštěvníky pokračuje v podobě reflexe, sdílení zážitku nebo plánování další návštěvy. (obrázek 38 v Příloze č. 8.)

8.8.1 Brožura jako prodloužený zážitek

Brožura se ukazuje být důležitým vzpomínkovým materiálem, který si návštěvníci odnášejí domů. Většina ji nečte během výstavy, ale slouží jim dodatečně k reflexi, připomenutí děl nebo prohloubení porozumění: „*Doma si na to mohu v klidu sednout a vrátit se k tomu, co jsem viděl,*“ (P14). Někteří návštěvníci si brožuru pouze zběžně prohlédnou při vstupu, a poté se k ní vrací podle zájmu nebo potřeby: „*Na začátku to přeletím a když mě to zaujme, doma si možná něco přečtu,*“ (P14).

8.8.2 Plánování další návštěvy

Zejména u obsáhlých nebo vizuálně podnětných výstav vzniká přirozená potřeba se vrátit: „*Já bych se sem ráda ještě jednou vrátila, nestihla jsem si všechno pořádně prohlédnout,*“ (P13). Dobrá zkušenost vede ke zvýšenému zájmu o další program galerie: „*Líbilo se mi to. Určitě si najdu, jestli tu nebude něco dalšího,*“ (P16). Návštěvníci oceňují možnost časové

flexibility, např. opakovaný vstup, permanentky nebo jednodenní vstupné „s návratem“, což zvyšuje jejich ochotu výstavu si projít kompletně nebo ji navštívit znovu.

8.8.3 Sdílení zážitku a osobní doporučení

Sdílení zážitku s blízkými je přirozenou součástí návštěvy. Tématem rozhovorů byl nejčastěji obsah výstavy, konkrétní díla či autor. Instituce samotná bývá až druhotná nebo zcela opomenutá: „Řekla jsem kamarádce, že tam mají výstavu s obrazy od Zrzavého,“ (P12). Někteří návštěvníci výstavu zmiňují i na sociálních sítích nebo si dohledávají více informací online: „Doma si to ještě dohledám na internetu, zajímá mě ten autor,“ (P12).

8.9 Hlavní zjištění výzkumu

Mapování cesty návštěvníka přineslo hlubší porozumění tomu, jak senioři vnímají jednotlivé fáze návštěvy galerie, od prvního kontaktu přes odchod po následnou reflexi. Výzkum dokázal, že každá fáze této cesty představuje specifické potřeby, očekávání a potenciální bariéry, jež významně ovlivňují kvalitu celkového kulturního zážitku.

Při prvním kontaktu s výstavou je kombinace různých informačních kanálů důležitá. Mnozí senioři výstavu objevují náhodně během procházky, při návštěvě informačního centra nebo díky venkovnímu plakátu. Offline komunikace se tak ukazuje jako stále velmi relevantní. Významným impulzem jsou i doporučení od přátel či rodiny, která slouží jako důvěryhodný lidský filtr informací. Digitálně gramotní senioři pak aktivně vyhledávají informace online, zejména na webových stránkách galerií nebo prostřednictvím sociálních sítí. Přesto však poukazují na častou frustraci způsobenou neaktuálními nebo nepřehlednými weby. Pro některé zůstává hlavním zdrojem tištěný zpravodaj, vývěska či leták, což podtrhuje nutnost multikanálové a dostupné komunikace.

Ve fázi rozhodování o návštěvě se dozvídáme, že kulturní instituce představují pro seniory především prostor společenského setkávání. Výstava není vnímána pouze jako intelektuální či estetický zážitek, ale jako událost, kterou lze sdílet s blízkými. Významný impuls k návštěvě představuje tematická blízkost. Expozice s historickým, regionálním nebo osobním přesahem usnadňují návštěvníkům emocionální napojení. Praktickými rozhodovacími faktory jsou též snadná dostupnost místa, dopravní obslužnost a bezbariérovost, které mohou výrazně ovlivnit ochotu návštěvu realizovat. Pozitivní roli hraje i ekonomický aspekt. Slevy pro seniory, skupinové vstupy či bezplatné vstupné jsou silnou motivací.

Ve fázi plánování návštěvy participanti nejčastěji vyhledávali informace o tématu výstavy, autorovi, otevírací době, vstupném a dopravě. Orientace v prostoru galerie ještě před samotnou návštěvou se ukázala jako klíčová pro zmírnění nejistoty. Někteří senioři například předem studovali fotografie interiéru nebo využívali Mapy.cz k naplánování cesty. Přestože část participantů aktivně využívala online nástroje, jiní se stále spoléhali na osobní kontakt nebo tradiční média. Možnost předem zjistit časovou náročnost a přizpůsobit návštěvu dennímu režimu se ukázala jako zásadní.

Příchod do galerie bývá často prvním testem přístupnosti instituce. Z výzkumu vyplynulo, že orientace podle vizuálních podnětů (např. prosklené fasády, pohyb lidí) je běžná, avšak nestačí-li značení nebo pokud je symbolika matoucí, dochází ke znejistění. Například šipky směřující do země byly seniory označeny za nelogické. Výrazným problémem byly i těžké vstupní dveře, které někteří participanti fyzicky nezvládli otevřít bez pomoci. V daném kontextu byla přítomnost personálu pro orientaci návštěvníků rozhodující. Pokladna nebo informační kiosek slouží jako první zachytný bod pro otázky typu: „*Kde je toaleta?*“ nebo „*Kudy na výstavu?*“. Důležitá byla srozumitelnost a přehlednost informací. Složitě nebo příliš rychlé instrukce vedly k nejistotě.

Při pohybu napříč expozicí participanti kombinovali verbální pokyny s vizuální orientací. Zmatek často vznikal při nesouladu terminologie (např. druhé nadzemní podlaží vs. první patro), ačkoliv si návštěvníci většinou zapamatovali alespoň číselný údaj. Lepší orientaci umožnila fyzická blízkost výtahu a schodiště, přičemž výtah byl preferován kvůli ozvučení a jednoduchosti. Prostorové značení však nebylo vždy dostatečné a někteří participanti raději požádali o radu ostatní. Při vstupu do expozice zmátly návštěvníky dvojce dveře, vstupní a výstupní, kvůli nevýraznému značení.

Zahájení prohlídky provázela často nejistota. Senioři postrádali jasné označení začátku trasy. Stěžejní pro návštěvníky byla prostorová orientace, jelikož bez jednoznačného směrování hrozilo přerušení návštěvnické cesty. Někteří se proto obraceli na kustodky, které vnímali jako důležitý prvek podpory. Ukázalo se, že jednoduché a přímé instrukce mají zásadní význam pro zachování plynulosti prohlídky.

V rámci strategie pohybu se objevily tři typické návštěvnické vzorce: „mravenci“, kteří systematicky sledují celou expozici, „kobylinky“, které selektivně vybírají zajímavosti na základě osobních preferencí, a „ryby“, jež výstavu vnímají spíše intuitivně a volně procházejí prostorem. Tyto strategie ukazují, že expozice by měla nabízet jak strukturu pro systematiku, tak svobodu pro intuitivní návštěvníky.

První dojem z výstavního prostoru významně ovlivňuje emoční zapojení. Harmonické prostředí, přehledné uspořádání, vhodné barevné ladění a akustika zvyšují míru ponoření se do výstavy. Naopak chaos, ticho nebo rušivé podněty působí negativně. Participantů ocenili atmosféru historických budov a jednoduchý, nerušivý design výstavních prostor.

Při vnímání samotných exponátů senioři kladli důraz na osobní a kulturní kontext, vizuální přitažlivost a množství vystavených předmětů. Přílišná přeplněnost expozice vedla k pocitu zahlcení. Kvalitní doprovodné texty se prokázaly jako zásadní. Pokud byly příliš odborné, dlouhé nebo nečitelně umístěné, ztrácely pro návštěvníky smysl. Naopak stručné a srozumitelné popisky s příběhem posilovaly zážitek. Častou stížností byla špatná čitelnost, kupříkladu malé písmo, špatný kontrast či nízké umístění textů.

Post-výstavní fáze naznačují, že zážitek z ní nekončí opuštěním prostor. Senioři oceňují možnost reflexe, například díky tištěné brožuře, kterou si odnášejí domů. Pozitivní zkušenost vede k zájmu o další programy a posiluje návštěvnickou loajalitu. Odpočinková místa po výstavě jsou vnímána jako velmi důležitá, jejich nedostatek však často vede k vynechání části expozice. Významným je srozumitelné značení toalet, nejasná symbolika snižuje komfort návštěvy. Emočně důležitá je také fáze odchodu, nepřehlednost nebo absence symbolického zakončení může narušit jinak pozitivní dojem.

Sdílení zážitků s blízkými (osobně nebo online) je častou součástí post-výstavního chování. Výstava slouží jako téma rozhovoru, tip pro ostatní nebo podnět k dalšímu vyhledávání informací o autorovi. Kulturní instituce by proto měly více pracovat s návštěvnickou reflexí a podporovat možnosti návratu, kupříkladu jednodenní vstup s návratem, permanentky, či drobné suvenýry s edukativní hodnotou.

9 ZODPOVĚZENÍ VÝZKUMNÝCH OTÁZEK A DOPORUČENÍ

Kapitola je rozdělena na dvě části. První část přináší odpovědi na výzkumné otázky, které byly formulovány v metodické části práce. Druhá část pak na základě výsledků výzkumu navrhuje konkrétní doporučení, která by mohla přispět ke zlepšení přístupnosti a atraktivity výstavních prostor pro seniorskou veřejnost.

9.1 Zodpovězení výzkumných otázek

VO1: Jaké jsou klíčové faktory, které ovlivňují celkový zážitek návštěvníků muzeí a galerií?

Tabulka 8 Klíčové faktory ovlivňující zážitek (Zdroj: vlastní zpracování)

Oblast	Pozitivní zkušenosti	Negativní zkušenosti
Přístupnost a orientace v prostoru	Snadný vstup, přehledné značení, možnost volit tempo, příjemný vstupní prostor	Nepřehledné trasy, špatně označené vchody, matoucí instrukce, přetrvávající nejistota
Atmosféra a prostředí	Klidné prostředí, příznivé osvětlení, vizuální čistota, příjemné vjemy (vůně, zvuk), možnost soustředění	Hluk, přehlcení podněty, chaotická instalace, rychlejší únava
Informace a interpretace	Jasně a čitelné popisky, přiměřené množství informací, možnost volby (kolik se chci dozvědět), podpora porozumění	Dlouhé a složité texty, odborný jazyk, špatná dostupnost textů, zahlcení
Personál a komunikace	Vstřícný a srozumitelný přístup, ochota pomoci, pocit bezpečí a přijetí, aktivní interakce	Chladné nebo nejasné reakce, nepřítomnost personálu, zvýšená nejistota, změna plánů návštěvy
Odpočinek a pohyb v prostoru	Dostupná místa k posezení, možnost odpočinku, přizpůsobení tempa, samostatná volba trasy	Nutnost dlouho stát, absence laviček, únava, snížené soustředění, ztráta autonomie
Emoční prožitek a smysluplnost	Osobní rezonance s tématem, překvapivé momenty, vznik vztahu k dílu, prostor pro zastavení	Pocit odcizení, neporozumění obsahu, intelektuální odstup, chladné vyznění výstavy

Z výzkumných zjištění vyplývá několik konkrétních potřeb, které senioři ve vztahu k návštěvě muzeí a galerií formulují. Opakovaně zazníval důraz na snadnou orientaci v prostoru, kterou lze podpořit využitím čitelnější typografie, zvýšeným barevným kontrastem a intuitivními vizuálními značkami.

Participantů rovněž oceňují dostupnost přehledných informací o výstavním programu. Uvítali by zejména srozumitelně zpracované popisy, možnost získat tištěné materiály a jednoduché průvodce, které by jim umožnily lépe se zorientovat v nabízeném obsahu. Významný rozměr návštěvy podle seniorů představuje také mezilidská interakce

jako je sdílení dojmů, společná reflexe i příležitosti k aktivnímu zapojení do doprovodného programu byly hodnoceny velmi pozitivně.

Mezi další opakované požadavky patří snadno dostupné a dobře označené hygienické zázemí, které přispívá k celkovému komfortu. Pro zvýšení jistoty při plánování návštěvy senioři rovněž uváděli potřebu dopředu získat informace o délce trvání výstavy, její struktuře i případné fyzické zátěži, kterou může obnášet.

VO2: S jakými bariérami se senioři během návštěvy kulturních institucí nejčastěji setkávají?

V rámci výzkumu, které kombinovalo rozhovory, stínování a expertní posouzení prostoru, se ukázalo, že senioři při návštěvě kulturních institucí narážejí na kombinaci překážek, které ovlivňují jejich orientaci, komfort i celkový prožitek z výstavy. Tato bariéry lze rozčlenit do několika tematických oblastí: prostorové uspořádání, informační přehlednost, fyzická náročnost a srozumitelnost prezentovaného obsahu.

Jedním z často zmiňovaných témat je obtížná orientace v budově, především v případě složitě členěných nebo historických objektů. Architektura s nepravidelným rozmístěním místností, výškovými rozdíly a nepřehledným napojením jednotlivých sekcí ztěžuje navigaci, obzvláště pokud chybí jasné značení nebo vizuální vodítka. Participanti opakovaně poukazovali na nejistotu při hledání správného vstupu do expozice, potíže s určením začátku trasy a nejasnosti spojené s návratem po skončení prohlídky. Ve fázi pohybu v rámci výstavy hraje roli nejen kvalita navigace, ale i její konzistence. Značení by mělo být snadno čitelné, umístěné ve vhodné výšce a s dostatečným kontrastem.

Významnou složkou návštěvnické zkušenosti je přístup k informacím, a to jak v před výstavní fázi, tak během samotné prohlídky. Digitální kanály sice využívá část návštěvníků, ale mezi seniory stále přetrvává důraz na tradiční formy komunikace. Mnozí spoléhají na osobní doporučení, vývěsky, tištěné brožury či informace dostupné v místních kulturních centrech. Pokud galerie nepracuje se širokou škálou informačních cest, zůstává část potenciálních návštěvníků bez přístupu k potřebným údajům. V expozici pak senioři narážejí na texty, které jsou pro ně obtížně čitelné, nejčastěji kvůli nevhodné typografii, nízkému kontrastu nebo příliš odbornému jazyku. Absence příběhového rámce nebo kontextu snižuje jejich motivaci texty číst a oslabuje jejich zapojení do obsahu výstavy.

Fyzická přístupnost je dalším opakovaně uváděným problémem. Přestože většina institucí uvádí, že jsou bezbariérové, mnohé detaily ukazují na opak: příliš těžké vstupní dveře, absence madel u schodišť, nedostatečně vybavené toalety nebo chybějící místa k

odpočinku. Pro seniory, kteří často čelí zhoršené mobilitě, zrakovým či sluchovým obtížím, se i drobné nedostatky mohou stát důvodem k předčasnému ukončení návštěvy nebo ztrátě zájmu o další programy.

Potřeba bezpečného a přehledného prostředí se odráží nejen v požadavku na odpočinková místa, ale i ve způsobu, jakým senioři vnímají akustiku, světelné podmínky nebo estetické ladění prostoru. Vhodně zvolená barevnost, přehledná struktura expozice a absence vizuálního chaosu byly oceňovány jako faktory, které podporují ponoření se do výstavy.

V šetření se rovněž objevila důležitá rovina sociálního kontextu návštěvy. Výstavy nejsou vnímány pouze jako estetické nebo vzdělávací příležitosti, ale především jako prostor pro společné zážitky. Motivace k návštěvě často vychází z touhy sdílet čas s přáteli nebo rodinou. Instituce, které se soustředí pouze na individuální návštěvníky, tak mohou přehlížet význam společenského rozměru kulturní účasti.

Z dat vyplývá, že komfort seniorů je výsledkem propojení prostorové srozumitelnosti, přístupného jazyka, fyzické bezpečnosti a vstřícné atmosféry. Pokud některý z těchto prvků chybí, celkový zážitek může být narušen, i přestože ostatní aspekty fungují bezchybně. Zajištění srozumitelného značení, přehledných informačních materiálů, dostatečné kapacity k odpočinku a komunikace přizpůsobené potřebám starších návštěvníků tak představují nezbytné předpoklady pro to, aby instituce byla skutečně otevřená a vstřícná vůči starší generaci.

VO3: Jaká doporučení lze na základě potřeb seniorů navrhnout pro zlepšení jejich zážitku v galeriích?

Prívětivější a vstřícnější návštěvnícký zážitek pro seniory lze podpořit sérií konkrétních úprav napříč jednotlivými fázemi návštěvy. Navrhovaná opatření vycházejí z identifikovaných potřeb a pozorovaných strategií návštěvníckého chování starší populace.

Vstupní informace a rozhodovací fáze

Ukázalo se, že určitá část seniorů získává informace mimo digitální prostředí. Offline kanály jako tištěné plakáty, vývěsky, programy v kulturních přehledech nebo doporučení přátel nadále představují relevantní způsob šíření informací. Posílení přítomnosti galerií v těchto kanálech, včetně spolupráce s knihovnami, komunitními centry a seniorskými kluby, může usnadnit první kontakt s kulturní nabídkou. Pro skupinu digitálně gramotných seniorů je přínosné zpřehlednit webové stránky a doplnit je o informace důležité pro plánování

návštěvy (včetně map, otevírací doby, dostupnosti, informací o výtahu, cenového zvýhodnění).

Příchod do galerie a prvotní orientace

Mnozí participanti se při příchodu orientují podle vizuálních podnětů, přičemž absence jasného vstupního značení nebo nelogická symbolika (např. šipky směřující do země) vedla ke zmatku. Posílení viditelnosti vstupních prvků a jejich sladění s běžně očekávanou symbolikou snižuje nejistotu. Výrazným podnětem ke zlepšení je zajištění snadno ovladatelných dveří nebo jejich částečná automatizace. Reagovat lze také na opakovaný požadavek po jasném a čitelném značení šaten, toalet a přístupových cest k výstavám.

Navigace a orientace ve výstavních prostorech

Prostorová orientace byla v některých případech ztížena nedostatečnou návazností značení a nevhodnou terminologií (např. rozdíl mezi podlažím a patrem). Instituce mohou předejít dezorientaci sladěním verbálních instrukcí personálu s architektonickým označením podlaží a přidáním jednoznačných vizuálních prvků, včetně kontrastních piktogramů. Umístění výtahů vedle schodišť se osvědčilo jako přehledné řešení. U schodišť pak pomáhá značení jednotlivých stupňů nebo jejich zvýraznění barvou. Přehlednější trasa výstavou, podpořená například diskrétním směrovým značením, by mohla usnadnit pohyb i těm, kdo se neorientují podle detailních plánků.

Práce s textem a interpretací

V oblasti textové interpretace vystavených děl se opakovaně objevuje požadavek na přehlednější a přístupnější formu sdělení. Častým problémem bylo obtížně čitelné písmo, malý kontrast, přílišná délka nebo akademický styl textů. Doporučuje se zpracovat doprovodné informace srozumitelně, bez přetížení odbornými výrazy, a doplnit je o příběh nebo kontext, který napomáhá propojení obsahu s životní zkušeností. Důležité je též promyslet výšku a umístění textů. Příliš nízko nebo za objektem umístěné informace bývají přehlédnuty.

Tempo pohybu a místa k odpočinku

Delší prohlídka si žádá dostatek příležitostí k posezení. Chybějící lavičky nebo židle vedly k vynechávání částí výstavy, často bez toho, aby o tom návštěvníci otevřeně informovali. Pravidelné rozmístění odpočinkových míst v průběhu výstavy, případně jejich zakomponování do výstavního designu, umožňuje seniorům setrvat déle a vnímat obsah bez

fyzického diskomfortu. Také umístění těchto míst v blízkosti významných exponátů přispívá k hlubšímu zážitku.

Komunikace a interakce s personálem

Výzkum ukazuje, že personál recepce a kustodky představují zásadní navigační body, obzvláště v situacích, kdy značení selhává nebo působí nejednoznačně. Otevřená a vstřícná komunikace, podaná klidným a trpělivým způsobem, zvyšuje důvěru a snižuje stres spojený s nejistotou. Doporučuje se proškolení personálu v oblasti komunikace se seniory, včetně znalosti obvyklých dotazů (např. kde jsou toalety, jaký je směr výstavy) a přizpůsobení způsobu podávání informací.

Fáze po výstavě – odpočinek, sdílení, návrat

Závěr návštěvy by měl být plynulý, přehledně značený a ideálně propojený s dalšími službami. Například kavárnou, obchodem nebo místem k posezení. Absence jasně označeného výstupu nebo špatně navazující trasa vyvolávala dezorientaci. Odpočinková místa umístěná na konci výstavy podporují reflexi a přirozený přechod z expozice zpět do běžného provozu galerie. Odnášené tištěné brožury fungují jako nástroj zpětného ohlednutí a propojují zážitek s domácím prostředím. Posílení této fáze lze dosáhnout i podporou opakovaných návštěv formou zvýhodněného vstupného, permanentek nebo systémem návratových lístků.

Zjištění z výzkumu ukazují, že soustavná pozornost věnovaná inkluzi a přístupnosti má potenciál stát se nedílnou součástí kulturního provozu, nikoli pouze dočasným doplňkem konkrétních programových linií. Téma, které bylo původně vnímáno jako obsahová výzva spojená s určitou sezónou či iniciativou, se ukázalo jako mimořádně přínosné z hlediska zlepšování celkové návštěvnické zkušenosti, zejména u starších návštěvníků.

10 SHRNUÍ

Výzkumné šetření realizované v rámci této práce přineslo rozsáhlý soubor dat, který umožňuje nejen porozumět aktuálním strategiím muzeí a galerií v oblasti přístupnosti a inkluze, ale rovněž odhalit vzorce chování, institucionální postoje a překážky, jež ovlivňují návštěvnickou zkušenost.

Rozhovory se zástupci třinácti kulturních institucí v Česku a na Slovensku, stejně jako kvalitativní analýza návštěvnické zkušenosti seniorů, odhalily komplexní obraz současného přístupu galerií a muzeí k inkluzi a přístupnosti. Výzkum ukazuje, že se nejedná o tematiku s jednoznačným výkladem nebo jednotnou aplikační praxí, ale o oblast formovanou rozdílným institucionálním porozuměním, individuálními iniciativami a mnoha vnějšími omezeními.

Zásadním zjištěním je rozrůzněné porozumění samotným pojmům přístupnost a inkluze. Zatímco některé instituce rozlišují mezi těmito koncepty a chápou přístupnost jako technickou nebo fyzickou podmínku, inkluzi pak jako proces umožňující hlubší zapojení různorodých skupin, jiné naopak tyto pojmy zaměňují či je používají jako synonyma. Tento rozdíl v interpretaci se zásadně promítá do reálných kroků, které instituce podnikají.

Instituce, které inkluzi pojímají jako širší a systematický přístup k návštěvníkům, typicky pracují s cílenými programy, jazykovou nebo mentální přístupností výstav a zapojením komunity. Naproti tomu organizace, které přístupnost automaticky ztotožňují s bezbariérovostí prostoru, často opomíjejí obsahovou stránku a pracují primárně s architektonickými úpravami. Tato disproporce vede k situaci, kdy jsou určité skupiny (např. osoby se zrakovým postižením nebo senioři) sice schopné fyzicky do galerie vstoupit, avšak nenacházejí zde prostředí, které by reflektovalo jejich potřeby či preferovaný způsob interakce.

Výrazným tématem výzkumu je absence strategického rámce v oblasti inkluze a přístupnosti. Většina oslovených institucí postrádá vlastní metodiku nebo dlouhodobou koncepci, podle níž by plánovaly a vyhodnocovaly své inkluzivní aktivity. Inkluze se pak neodehrává jako součást institucionální politiky, ale spíše jako výsledek snahy jednotlivců. Nejčastěji edukátorů a lektorů, kteří vytvářejí programy podle vlastního přesvědčení a možností. Tato praxe je sice svědectvím profesního zaujetí a empatie, nicméně z hlediska udržitelnosti a dopadu jde o křehké a nestabilní řešení.

Důležitým aspektem je rovněž variabilita v podmínkách pro realizaci přístupových opatření. Významnou roli hrají architektonická omezení, především v případech, kdy instituce sídlí v historických budovách. Tato situace komplikuje například instalaci orientačních prvků nebo vybudování bezbariérových vstupů. V některých případech musejí být zvoleny alternativní přístupy, které ale nejsou vždy optimální.

Finanční a organizační kapacity institucí představují další limitující faktor. Ačkoli existují grantové programy na podporu inkluze, jejich krátkodobé trvání, administrativní náročnost a přesně vymezené cílové skupiny omezují jejich praktické využití. Z výzkumu vyplývá, že menší instituce často nemají personální zázemí na přípravu žádostí a následnou realizaci projektů, čímž se otevírá otázka systémové podpory z úrovně státu nebo kraje.

Specifickou oblastí výzkumu byla reflexe seniorů jako cílové skupiny kulturních institucí. Přístup k nim se výrazně liší napříč organizacemi. Zatímco některé galerie vnímají starší návštěvníky jako běžnou, přirozenou součást svého publika, jiné je zmiňují výhradně v kontextu specifických programů nebo grantových projektů. Není výjimkou, že senioři nejsou chápáni jako skupina s odlišnými potřebami, ale spíše jako „standardní návštěvníci“, jejichž případné bariéry nejsou systematicky reflektovány. Ignorování potenciálních bariér, kterým senioři čelí, poukazuje na nedostatečné zohlednění diverzity této skupiny, která se projevuje například v rozdílech v digitální gramotnosti, mobilitě, způsobu komunikace a očekávání od kulturního zážitku.

Výzkum zároveň odhalil, že senioři sami často nevnímají určité obtíže (například orientaci v prostoru nebo absenci doprovodných textů) jako bariéry, nýbrž jako danost, se kterou se naučili pracovat. Právě tato adaptabilita ovšem může vést k tomu, že instituce podceňují míru překážek, které jejich prostředí či komunikace reálně vytváří.

Praktická rovina výzkumu, zaměřená na sledování cesty návštěvníka, potvrdila přítomnost celé řady bariér, které mohou ovlivnit přístupnost zážitku. Mezi nejčastěji zmiňované patří nedostatečné značení v interiéru, komplikovaná orientace v prostoru, absence vizuálně srozumitelných navigačních prvků a malá variabilita v nabídce forem interpretace. Přestože většina institucí deklaruje zájem o širší přístupnost, jejich prostředí často působí jako samozřejmé pouze pro zkušeného návštěvníka, který se v galerijním kontextu orientuje bez obtíží.

Na druhé straně výzkum identifikoval také řadu pozitivních příkladů, zejména tam, kde instituce přistupují k přístupnosti jako k součásti celkové návštěvnické zkušenosti, nikoli

jako k doplňku. Příkladem může být práce s vizuální hierarchií textů, vytváření míst pro odpočinek, přítomnost edukátorů přímo v prostoru výstavy, nebo možnost kontaktu s dílem formou reprodukcí, haptických pomůcek či doprovodných aktivit. Tam, kde instituce pracují se zpětnou vazbou návštěvníků a aktivně hledají cesty, jak s různorodým publikem komunikovat, je patrný vyšší stupeň přijetí a srozumitelnosti nabídky.

Z výzkumného šetření tak vyvstává obraz kulturních institucí jako prostředí, které se sice proměňuje směrem k větší inkluzi, nicméně tento proces je často nesystematický, reaktivní a závislý na konkrétních lidech. Absence dlouhodobých strategií, metodické podpory a sdílení dobré praxe omezuje možnost, aby se přístupnost stala standardní součástí institucionálního rámce. Závěrem lze říci, že hlavní výzvou není pouze odstraňování jednotlivých bariér, ale především změna myšlení o tom, komu kulturní instituce slouží, jak jsou navrhovány, a kdo všechno má mít možnost stát se jejich aktivní součástí.

III PROJEKTOVÁ ČÁST

11 NÁVRH PRAKTICKÉHO PRŮVODCE

Na základě výzkumného šetření, které se zaměřovalo na orientaci, zákaznickou cestu a zážitek seniorů v kulturních institucích, bylo identifikováno několik klíčových oblastí, které vnímají jako problematické a kde existuje prostor pro zlepšení. Výzkum potvrdil, že senioři ocení kulturní prostředí, které je srozumitelné, přístupné a podporuje jejich samostatnost i zážitek z výstavy.

11.1 Metodické zásady logického rámce

Z rozhovorů a pozorování zároveň vyplynula potřeba vytvořit praktický, přehledný a univerzální dokument, který pomůže pracovníkům galerií orientovat se v tématu přístupnosti pro seniory a nabídne konkrétní doporučení, jak zlepšit návštěvnický zážitek.

11.1.1 Smysl a odůvodnění

Průvodce reaguje na potřebu kulturních institucí lépe porozumět specifikům seniorského publika, které se z hlediska demografického vývoje stává čím dál důležitější cílovou skupinou. Z výzkumu vyplynulo:

- Zaměstnanci často nemají jednoduchý návod, jak přístupně plánovat výstavu pro seniory.
- Dochází k časté fluktuaci zaměstnanců galerií (zejména na recepcích, mezi lektory a technickým personálem), což zvyšuje potřebu mít přehlednou pomůcku, kterou lze snadno předávat.
- Neexistuje jednotný materiál, který by srozumitelně a prakticky spojoval témata přístupnosti, orientace a zákaznické zkušenosti.
- Inspirace ze zahraničních i českých kulturních institucí ukazuje, že i malé kroky mohou mít výrazný dopad na komfort a návratnost seniorských návštěvníků.
- Cílem je vytvořit nástroj, který bude:
 - snadno pochopitelný i pro nové pracovníky,
 - využitelný napříč profesemi v galerii (kurátor, edukátor, technik, recepce, lektor),
 - motivační k postupné změně přístupu ke starším návštěvníkům.

11.1.2 Podoba a obsah

Výstupem bude praktický průvodce ve formátu PDF (s možností tisku), který bude obsahovat:

- Teoretický rámec přístupnosti a významu seniorů jako cílové skupiny.
- Jednoduchou typologii návštěvnických stylů („mravenec“, „kobyłka“, „ryba“), které budou provázet celou brožuru.
- Konkrétní doporučení k orientaci v prostoru, čitelnosti, komunikaci, službám.
- Reálné citace a zkušenosti seniorů z výzkumu
- Tipy, jak s návštěvníky komunikovat nebo co může udělat každý pracovník hned teď.

Průvodce bude navržen tak, aby byl přehledný a vizuálně příjemný, s možností aktualizace a zapracování zpětné vazby.

11.1.3 Způsob realizace

Na základě praktické části diplomové práce budou vybrány hlavní okruhy a potřeby seniorů. Vznikne struktura brožury založená na principu zákaznické cesty. Textová část bude zpracována autorkou, na základě vlastního výzkumu a analýzy. Pro zajištění komplexnosti a správnosti bude výstup konzultován s vedoucím diplomové práce a posouzen experty na dané problematice.

Grafická podoba bude zajištěna ve spolupráci s designérem, výstup bude připraven i pro tisk. Průvodce bude dostupný ke stažení v černobílé i barevné verzi.

11.1.4 Cíl a účel

Cílem je vytvořit praktický a vizuálně přístupný nástroj, který bude pomáhat kulturním institucím zlepšit služby pro seniory. Příručka bude sloužit jako:

- metodický podklad pro přípravu výstav,
- pomocný materiál pro nové zaměstnance,
- inspirace pro dlouhodobé plánování a systémové změny.

Záměrem není vytvořit vyčerpávající akademický dokument, ale přístupný a použitelný manuál, který bude reflektovat potřeby z praxe a pomůže zvýšit kvalitu zážitku seniorů v galeriích.

11.1.5 Výstupy

- Výzkumná data a analýza zákaznické cesty seniorů (viz praktická část).
- Definice hlavních problémových bodů (orientace, popisky, přístupnost, atmosféra).
- Navržená struktura brožury.
- Textové zpracování včetně praktických doporučení.
- Vizualizace a infografiky (ve spolupráci s grafikem).
- Korektury a zpětná vazba od cílové skupiny.
- Výsledná brožura v elektronické podobě

11.1.6 Finanční plán

V tabulce je uveden předběžný rozpočet, který byl sestaven na základě tržních cen jednotlivých položek v rámci plánovaného rozsahu.

Tabulka 9 Návrh rozpočtu průvodce

Návrh rozpočtu		
Položka	Cena	Poznámka
Textová příprava obsahu	0 Kč	Autorka (součást diplomové práce, nehonorováno)
Grafické zpracování a sazba	15 000 Kč	Vizualizace, formátování, ikonografie
Konzultace k přístupnosti a legislativě	5 000 Kč	Odborné konzultace s TEREIAS nebo externím specialistou
Jazyková a stylistická korektura	3 000 Kč	Korektury před uvedením
Celkem	23 000 Kč	

Návrh technické specifikace manuálu:

vazba: V4 rozměr: 170mmx230mm

tisk: 4/4 plnobarevný oboustranný

11.1.7 Cílová skupina

Průvodce je určen širokému spektru pracovníků galerií, kteří se podílejí na přípravě, realizaci a provozu výstav. Nejde pouze o kurátory či vedoucí pracovníky, ale také o edukátory, lektory, recepční, technické pracovníky nebo kustody. Díky praktickému zaměření a srozumitelné formě může sloužit i novým zaměstnancům nebo brigádníkům, kteří se s prostředím galerie teprve seznamují. Publikace může být užitečná také studentům muzejních a galerijních studií, kulturního managementu či návštěvnického servisu, a v neposlední řadě i externím spolupracovníkům, kteří mají vliv na podobu výstavního prostoru (např. grafici, architekti výstav, produkční).

11.1.8 Časový plán

Časový rámec pro realizaci příručky je stanoven od března 2025 do listopadu 2025. V tomto období budou vytvořeny veškeré podklady, a to jak textové, grafické i finální verze příručky včetně korektur. Aby se ověřila srozumitelnost a účinnost příručky, bude testován cílovou skupinou v rámci workshopu.

12 PŘEDBĚŽNÝ MODEL PRŮVODCE

Finální verze manuálu bude, jak již bylo zmíněno, zpracována v průběhu roku 2025. Je však nutné již nyní mít komplexní představu o jeho obsahu a koncepci.

12.1 Charakteristika

Je důležité, aby byla příručka formulována tak, aby jí porozuměl každý pracovník galerie bez ohledu na svou specializaci, praxi nebo technické znalosti. Text nebude psán odborným ani příliš formálním jazykem, který by mohl odradit čtenáře nebo vzbuzovat dojem, že téma přístupnosti je složité a těžko uchopitelné. Naopak, zvolený bude přátelský a srozumitelný tón, který čtenáři nabídne konkrétní rady, situace z praxe a jednoduchá doporučení.

Cílem průvodce je přenést témata jako přístupnost, orientace, návštěvnická zkušenost a potřeby seniorů do jazyka každodenní galerie, tak, aby každý zaměstnanec věděl, co může udělat, kdy a jak, a proč na tom záleží.

Průvodce nebude mít pouze textový charakter ve formátu běžného manuálu, ale bude navržen jako vizuálně přehledný nástroj, kombinace stručných textů, přehledných doporučení, ikon, citací návštěvníků a praktických infografik. Bude možné ji rychle otevřít, najít konkrétní situaci a získat praktický návod nebo inspiraci, jak v dané situaci postupovat.

12.2 Titulní strana a úvod



Obrázek 6: Návrh titulní strany (zdroj: vlastní zpracování)

ÚVOD

Každá výstava má svůj **koncept**, svůj **obsah** a své **návštěvníky**.

Ale co když se zkusíme podívat na výstavu očima těch, kteří do ní vnášejí jiný rytmus? Senioři – zkušení diváci i první návštěvníci, zvědaví i opatrní, aktivní i unavení.

Tato příručka vznikla jako praktický průvodce pro všechny, kdo v galerii pracují – od kurátorů přes edukátory až po kustody. Věříme, že každý má vliv na to, jak se návštěvník v prostoru cítí. Zvláštní pozornost věnujeme právě seniorům – jejich potřebám, bariérám, ale i radostem.

Zaměřujeme se především na seniory jako cílovou skupinu, ale většina opatření, která seniorům pomáhají, zlepší zážitek všem návštěvníkům – rodičům s dětmi, lidem s dočasným omezením, turistům, kteří nerozumí jazykovým nuancím.

Neviditelná navigace, kterou brožura v názvu zmiňuje, není jen o šipkách nebo cedulích. Je o signálech, které galerie vysílá svým prostorem, způsobem komunikace i kvalitou interakce. Věnujeme se tedy nejen orientaci v prostoru, ale i čitelnosti textů, způsobu přivítání návštěvníka, atmosféře ve výstavě nebo designu odpočinkových míst.

Naším cílem není přidávat složitost, ale naopak ukázat, že i malé úpravy mohou mít velký dopad. Přístupnější galerie není jen technicky bezbariérová – je také vstřícná, srozumitelná, přehledná a otevřená různým způsobům prožívání. Galerie, která přemýšlí nad detaily, jako je výška popisku nebo tón uvítání, je totiž pro seniory vždy o krok přístupnější.

Obrázek 7: Návrh úvodu (zdroj: vlastní zpracování)

JAK S PŘÍRUČKOU PRACOVAT

Jak s příručkou pracovat a co v ní najdete

→ Řešíte co chtějí vaši návštěvníci? Přejděte rovnou na kapitolu o typologii návštěvníků.
str. 7

→ Chcete zlepšit čitelnost popisků? Podívejte se na část věnovanou výstavním textům.
str. 23

→ Plánujete malé změny s velkým dopadem? Otevřete kapitolu návrhy a doporučení.
str. 33

Tato příručka není odborným textem, který je potřeba číst od první do poslední strany. Je navržena tak, aby s ní bylo možné pracovat rychle, intuitivně a podle konkrétní potřeby, kterou právě řešíte.

Ať už připravujete novou výstavu, přemýšlíte nad úpravou stávající expozice, nebo jen hledáte způsob, jak návštěvníkům zjednodušit orientaci – můžete začít kdekoliv. Každá kapitola je samostatně čitelná a zakončená konkrétními doporučeními nebo checklistem.

Úvodní kapitoly vám pomohou pochopit, proč je dobré věnovat seniorům zvláštní pozornost a jak rozmanití ve svých potřebách mohou být. Pomocí jednoduché typologie návštěvníků se seznámíte s různými způsoby, jak lidé výstavami procházejí a co každý z nich potřebuje, aby se cítil v galerii dobře.

Hlavní části brožury sledují návštěvníckou cestu krok za krokem od plánování návštěvy přes vstup do budovy až po samotný pohyb výstavou a její reflexi.

Je určena všem zaměstnancům galerii, bez ohledu na jejich odbornost nebo pozici.

Kurátor

zde najde doporučení pro strukturu výstavy a čitelnost popisek.

Edukátor

může čerpat inspiraci pro programy přizpůsobené starším návštěvníkům.

Recepční nebo kustod

může zjistit, jak pomoci seniorům s orientací.

Technik nebo produkční tým

ocení přehled praktických detailů, které ovlivňují pohyb v prostoru.

Obrázek 8: Jak s průvodcem pracovat (zdroj: vlastní zpracování)

12.3 Obsah průvodce

Obsah

Základní přehled	5
Senior – kdo to je?	6
Typologie návštěvníků	7
Persony	8
Cesta návštěvníka	12
Před návštěvou	13
První krok návštěvy (vstup)	15
Pohyb ve výstavě	18
Poslední krok návštěvy	26
Po návštěvě	29
Praktická doporučení	32
Komunikační zásady se seniory	33
Přehled „zlatých drobností“	33
Slovníček pojmů	34
Proč na tom záleží?	37
Shrnutí hlavních poselství	38
Malé změny, velký dopad	39
Nabídněte zážitek	40

Obrázek 9: Návrh obsahu průvodce (zdroj: vlastní zpracování)

12.4 Základní přehled

ZÁKLADNÍ PŘEHLED

Senior – kdo to je?

Poznámka k věkové hranici:
Člověk, který už je v důchodu, ale ještě mu nebylo 65 let, často nemá nárok na seniorské slevy, protože instituce sledují chronologický věk, ne životní situaci.

Doporučení:
Zvažte, zda výhody pro seniory nenabídnout i osobám, které jsou již v důchodu, bez ohledu na věk. Takový přístup je inkluzivnější a více reflektuje realitu života seniorů v Česku.

Stárnutí je jedním z nejvýznamnějších demografických trendů 21. století.
V České republice i celé Evropě roste podíl osob starších 65 let a podle predikcí bude do roku 2050 tvořit až třetinu populace. Kulturní instituce se tak stále častěji setkávají se seniory jako důležitou – a přitom velmi různorodou – skupinou návštěvníků.

Stárí ale není jen otázkou věku. Zahrnuje také biologické, psychologické a sociální aspekty. Zatímco Světová zdravotnická organizace (WHO) považuje za seniory osoby od 60 let věku, v České republice se často pracuje s hranicí 65 let.

V praxi je však stárnutí vysoce individuální proces – někteří lidé si uchovávají vysokou míru fyzické i kognitivní aktivity do pozdního věku, zatímco jiní se s různými omezeními potýkají dříve.

V souvislosti s tím je důležité připomenout, že v České republice ne vždy odpovídá formální hranice „65+“ skutečně životní situaci. Mnoho lidí odchází do důchodu dříve – například formou předčasného důchodu nebo v důsledku náročné profese. Přesto na ně často neplatí seniorské slevy nebo benefity, protože instituce sledují čistě chronologický věk, nikoliv sociální realitu.

Zároveň právě tato skupina – lidé mezi 55 a 65 lety – je pro kulturní instituce klíčová. Pokud si galerie vytvoří vztah s návštěvníky ještě před oficiálním důchodem, výrazně se zvyšuje šance, že se budou vracet i ve vyšším věku. Jejich účast na kulturním životě pak napomáhá aktivnímu stárnutí, sociální integraci i duševní pohodě.



Obrázek 10: Návrh 1. strany základní přehled (zdroj: vlastní zpracování)

ZÁKLADNÍ PŘEHLED

Senior – kdo to je?

Změny a omezení seniorů

„Největší bariérou není prostor – je to mezera mezi námi. Strach z trapasu, z nesprávných slov, z neznámého.“
— Mariana Chytilová

Přestože galerie a muzea mohou seniorům nabídnout bohatý zážitek a důležitý prostor pro společenské začlenění, cesta k němu často není bez překážek. Tyto bariéry mohou být fyzické, informační i psychologické a jejich kombinace může výrazně ovlivnit, jak si návštěvu užijí.

Nejčastější omezení:

Senzorická omezení

Ztráta sluchu (až 40 % osob nad 65 let), zrakové obtíže (až 15 %), problémy s orientací ve vizuálně komplikovaném prostoru.

Kognitivní změny

Zhoršená krátkodobá paměť, únava při velkém množství textu, potřeba delšího času na zorientování se nebo pochopení informací.

Pohybová omezení

Snížená mobilita, bolesti kloubů, potřeba častějších přestávek k sezení. Bariérou mohou být těžké dveře, chybějící výtah nebo nepřehledná navigace.

Psychosociální faktory

Nejistota, ostych zeptat se, strach z „nezvládnutí“, pocit, že „do galerie nepatřím“. Významným faktorem je sociální izolace, která postihuje až 50 % osob starších 60 let a může negativně ovlivnit jejich ochotu navštěvovat kulturní instituce samostatně.

Proč je to důležité?

Kultura má mimořádný potenciál přispět k vitalitě a kvalitě života seniorů. Studie opakovaně potvrzují, že kulturní participace pomáhá předcházet sociální izolaci, zlepšuje duševní zdraví a podporuje aktivní stárnutí. Galerie, které tento potenciál aktivně rozvíjejí, vytvářejí prostředí, kam se senioři rádi vrací – nejen kvůli umění, ale i kvůli pocitu bezpečí, srozumitelnosti a přijetí.

Tato brožura proto nahlíží na seniory nikoliv jako na jednu cílovou skupinu, ale jako na návštěvníky s různými zájmy, rytmem a potřebami. Pomocí jednoduché typologie – „zvědavý mravenec“, „vizuální kobylička“ a „vnímavá ryba“ – ukážeme, že i malé úpravy mohou mít velký dopad.

Obrázek 11: Návrh 2. strany základní přehled (zdroj: vlastní zpracování)

PERSONY



Helena Zvídavá

malé město

62 let

po operaci očí

Zvídavý mravenec" – systematická, kulturně aktivní seniorka

Bio

Na výstavy chodí sama nebo s kamarádkou z univerzity třetího věku. Výstavy navštěvuje 1–2× měsíčně, aktivně je vyhledává. V galerii se zdrží asi 2 hodiny, někdy i déle.

Co na výstavě dělá / hledá: Čte všechny popisky, propojuje souvislosti, zajímá se o kurátorský koncept, výstavy bere jako formu sebevzdělávání, doplňuje si informace z letáků, webu či U3V

Motivace

Chce si „udělat výlet pro duši“, obohatit se, dozvědět se něco nového

Chování a zvyky:

- Plánuje dopředu, sleduje webové stránky galerií, čte newslettery
- Na výstavě chce číst popisky a pochopit výklad
- Sleduje logiku výstavy – očekává tematické nebo chronologické členění
- Vede si poznámky nebo o výstavě diskutuje s přítelkyní
- Ráda se cítí jako „dobře připravená návštěvnice“

Frustrace a strachy:

- Že nepřečte popisky kvůli špatnému kontrastu nebo malému písmu
- Že půjde špatně, „ztratí se“ nebo vynechá část výstavy
- Nejistota, když není jasné, kde začít nebo kam pokračovat
- Frustrace, když personál neumí poradit nebo je neochotný
- Nechce „vypadat hloupě“, když se ptá na základní informace

Co Heleně pomůže:

- Jasně označený začátek výstavy
- Dobře čitelné popisky (velikost, kontrast)
- Přehledná mapa výstavy
- Lavičky k odpočinku
- Informace dostupné online a přehledně na webu

Koníčky a záliby

U3V

Divadlo



Čtení

Výlet s přáteli



Digitální gramotnost:



Telefon:

Počítač



Telefon

Počítač

Dopravní prostředky



Metro

chůze



autobus

auto

Obrázek 12: Návrh Person 3. strany základní přehled (zdroj: vlastní zpracování)



Obrázek 13: Návrh Person 4. strany základní přehled (zdroj: vlastní zpracování)



Obrázek 14: Návrh Person 5. strany základní přehled (zdroj: vlastní zpracování)

12.5 Cesta návštěvníka

CESTA NÁVŠTĚVNÍKA

Před návštěvou

Jak se senioři o výstavě dozvídají

Cesta k návštěvě galerie často začíná ještě dříve, než senioři sami začnou aktivně hledat informace. Výzkum ukazuje, že výstavy bývají často objeveny náhodně, přes doporučení nebo přes známé offline zdroje. Nejde tedy jen o to mít perfektní web ale být přítomní tam, kde se senioři pohybují.

1

Náhodné objevení výstavy

Mnoho seniorů se o výstavě dozví zcela spontánně při procházce městem, při návštěvě turistického centra nebo kulturní instituce.

 „My vždy zajdeme do nějakého kulturního centra nebo turistického centra a tam se zeptáme, co je zajímavé vidět.“ (Žena, 67 let)

Co to znamená pro galerii?

- Mít dobře viditelné venkovní značení (banner, stojan u vchodu)
- Plakáty v okolí – u zastávek, kaváren, knihoven, lékáren
- Informace o výstavě i v infocentrech, městských budovách

2

Doporučení od známých a rodiny

Silným spouštěčem návštěvy je, když někdo z blízkých galerii doporučí. Lidé často reagují na osobní zkušenost, a poté si teprve dohledávají více informací.

 „Když mi někdo něco doporučí, třeba kamarádka, tak si vyhledám víc informací a jdu tam.“ (Žena, 63 let)

Co to znamená pro galerii?

- Podpora komunitního šíření (přehledný leták vzít a předat dál)
- Možnost pozvat dalšího zdarma nebo za slevu
- Zapojení klubů seniorů, lektorů U3V nebo komunitních center

 **U3V**
Univerzita třetího věku

Obrázek 15: Návrh cesta návštěvníka – Před návštěvou 1 (zdroj: vlastní zpracování)

CESTA NÁVŠTĚVNÍKA

Před návštěvou

Jak se senioři o výstavě dozvídají

3

Online kanály (web, Facebook, newslettery)

Digitálně aktivní senioři sledují výstavy přes newslettery, weby měst a Facebook. Tady je ale klíčová důvěra a aktuálnost.



„O výstavách se dozvídám z e-mailů od galerií, z informací od města, z upoutávek a z Facebooku.“ (žena, 65 let)



„To mě naštve, když zjistím, že na webu nejsou aktuální informace. Tak na co ten web potom mají.“ (žena, 63 let)

Co to znamená pro galerii?

- Aktualizovaný a přehledný web (včetně informací pro seniory)
- Facebook události s jasným popisem, obrázkem a místem
- Newsletter psaný jednoduchým jazykem (mohou přeposlat známým)
- Informace na webu ke stažení či vytisknutí – např. PDF verze výstavy

4

Offline materiály – „viděla jsem to v městském zpravodaji“

Zejména pro méně digitálně aktivní seniory je stále důležitý fyzický kontakt s informací – leták, plakát, článek v městském časopise.



„Čtu třeba městský zpravodaj nebo letáček, když ho vidím.“ (žena, 78 let)



Marie Vnímavá se k online informacím vůbec nedostane. Je odkázána na to, co jí někdo předá fyzicky nebo co uvidí v terénu.

Co to znamená pro galerii?

- Tisknout letáky s velkým písmem a přehlednou strukturou
- Roznášet je do lékáren, knihoven, domovů pro seniory
- Vytvořit verzi informací k vytisknutí (např. na A4) ke stažení z webu

Obrázek 16: Návrh cesta návštěvníka – Před návštěvou 2 (zdroj: vlastní zpracování)

CESTA NÁVŠTĚVNÍKA

Před návštěvou

Co senioři zjišťují za informace

Samotná návštěva nezačíná u pokladny, ale **už doma, u stolu s kalendářem, telefonem** nebo u rozhovoru s přáteli. Pro seniory je velmi důležité, aby ještě před samotnou návštěvou získali **dostatek jasných a praktických informací** – ideálně způsobem, který odpovídá jejich zvyklostem a digitální zdatnosti.

Jak situaci vnímají naše osoby?

Helena 🐜

Zkoumá prostor pohledem. Zastaví se, čte cedule a hledá logiku. Pokud značení nedává smysl, znejistí.

🗣️ „Šípka do země? Tak to mě zmátlo [...] kom mám jít?“

Jaroslav 🐾

Chce jít „za proudem“. Když je vchod nenápadný nebo nelogicky označený, obchází budovu.

🗣️ „Šel jsem kolem a vůbec mi nebylo jasné, kde se má vejít.“

Marie 🗣️

Očekává, že prostor bude jasně čitelný a že bude moci požádat o pomoc.

🗣️ „Nebyla jsem si jistá kde se nachází vchod, ale naštěstí jsem přes sklo zahlédla paní na informacích, šla jsem se zeptat.“

Doporučení pro galerii:

- ✓ Vizuálně zvýraznit vstupní prostor – kontrastní barvy, jasné šípky, nápis „vstup“ Šípky a značení musí být intuitivní a srozumitelné
- ✓ Nepoužívat matoucí symboliku (např. šípky do země bez textu)
- ✓ Využít prosklené plochy jen s doplněním navigace (např. samolepkami, šípkami)
- ✓ Zvážit automatické dveře
- ✓ Zajistit přítomnost personálu v zóně vstupu (usměvavý obličej pomáhá více než cedule)

Obrázek 17: Návrh cesta návštěvníka – Před návštěvou 3 (zdroj: vlastní zpracování)



Obrázek 18: Návrh cesta návštěvníka – První krok návštěvy 1 (zdroj: vlastní zpracování)



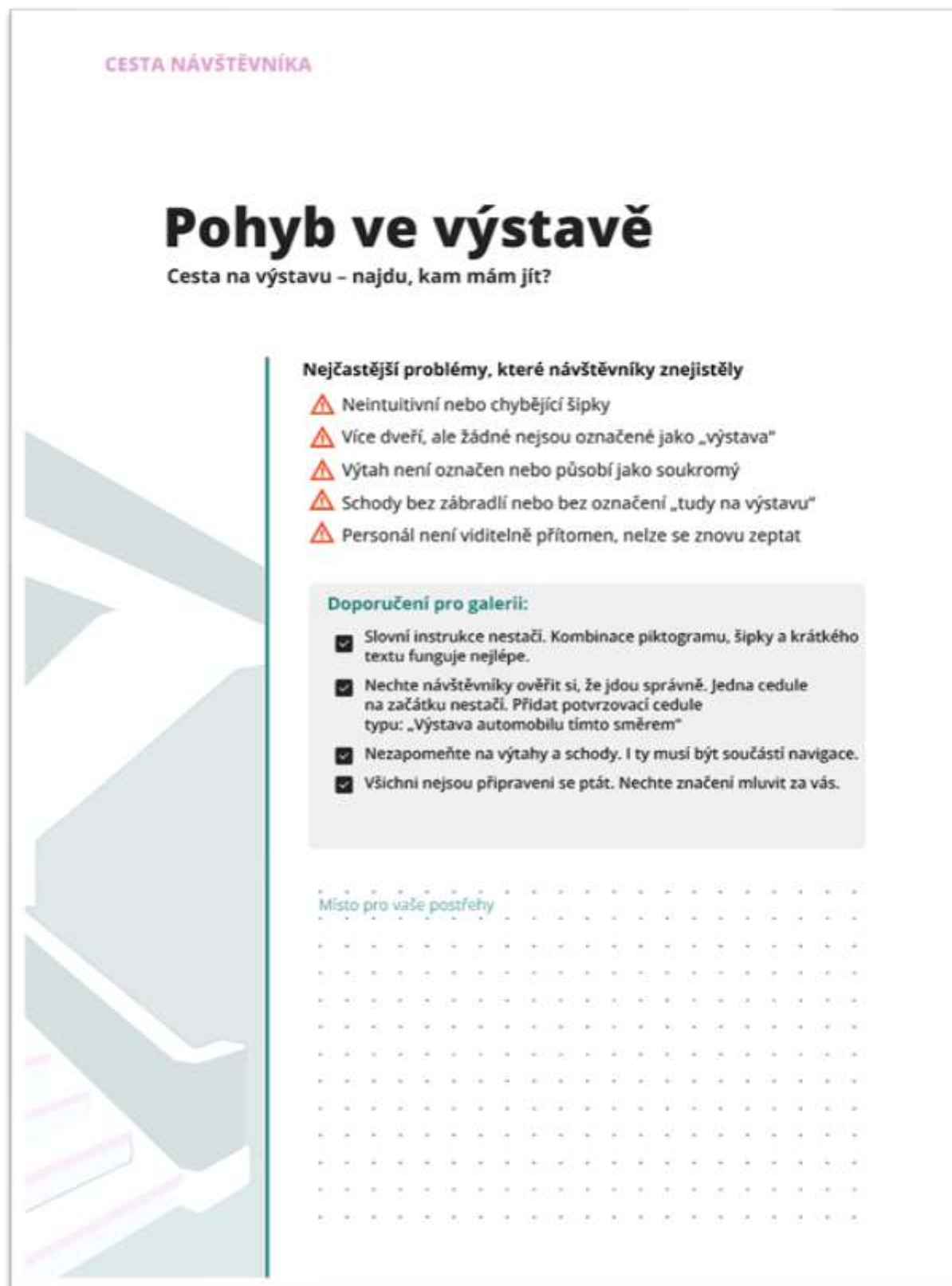
Obrázek 19: Návrh cesta návštěvníka – První krok návštěvy 2 (zdroj: vlastní zpracování)



Obrázek 20: Návrh cesta návštěvníka – První krok návštěvy 3 (zdroj: vlastní zpracování)



Obrázek 21: Návrh cesta návštěvníka – Pohyb ve výstavě 1 (zdroj: vlastní zpracování)



Obrázek 22: Návrh cesta návštěvníka – Pohyb ve výstavě 2 (zdroj: vlastní zpracování)

CESTA NÁVŠTĚVNÍKA

Pohyb ve výstavě

Vstup do výstavy – první dojem a hledání směru

Jak situaci vnímají naše osoby?

Vstup do výstavy je pro mnoho seniorů momentem napětí i očekávání. Už znají téma výstavy a zaplatili vstup – ale stále nemusí mít pocit, že přesně vědí, co je čeká. První vteřiny po vstupu do expozice zásadně ovlivňují, jak se návštěvník v prostoru cítí – bezpečně, ztraceně, zmateně, zvědavě nebo motivovaně.

Helena 

- Zastaví se, rozhlíží se, hledá úvodní text nebo vizuální rámec výstavy
- Ocení členění do sekcí, které jí pomáhají pochopit logiku
- Brožuru využívá jako průvodce – sleduje mapku, porovnává s prostorem

 „Zajímá mě, kolik částí výstava má, kde začíná a jak dlouho to asi zabere.“

Jaroslav 

- Rozhoduje se impulzivně – co ho „zaujme prvním dojmem“
- Pokud chybí směr, může se otočit a „jen tak projít“
- Viditelné šipky nebo výrazné dílo mu pomůžou rozhodnout se, kam jít
- Brožuru využije akorát k tomu, aby se podíval, jestli na mapce nejsou vyznačená nej důležitější díla

 „Když nevidím, kam jít, tak si prostě vyberu směr. Ale někdy je to špatné.“

Marie 

- Potřebuje chvíli postát a pochopit prostor – ráda se zeptá kustodky
- Brožuru využívá jako mapu bezpečí – co ještě zbývá projít, kde si sednout

 „Když vidím někoho, koho se můžu zeptat, tak se hned cítím líp.“

Co senioři nejčastěji očekávají při vstupu do výstavy?

- Zjistit, kterým směrem se vydat – ideálně bez doptávání
- Získat přehled o tom, co výstava obsahuje a jak je členěna
- Cítit atmosféru prostoru – světlo, zvuky, otevřenost, „přijatelčnost“
- Vidět někoho, koho by mohli oslovit, kdyby se ztratili (kustod, hlídač)
- Možnost vzít si brožuru a ověřit si, co je čeká

Obrázek 23: Návrh cesta návštěvníka – Pohyb ve výstavě 3 (zdroj: vlastní zpracování)

CESTA NÁVŠTĚVNÍKA

Pohyb ve výstavě

Vstup do výstavy – první dojem a hledání směru

Jaké prvky jim pomáhají?

- ✓ Jasné vstupní značení výstavy (např. „Začněte zde“, „Část 1: Život autora“)
- ✓ Kustodka u vchodu – nejen dozor, ale přátelský a spolehlivý kontakt
- ✓ Brožura s mapkou a stručným popisem částí výstavy
- ✓ Vizualní členění prostoru – barvy, panely, světla nebo tematické zóny
- ✓ Šipky na zemi nebo stěně s doprovodným textem (nejen symbol)

Bariéry, které senioři vnímají při vstupu

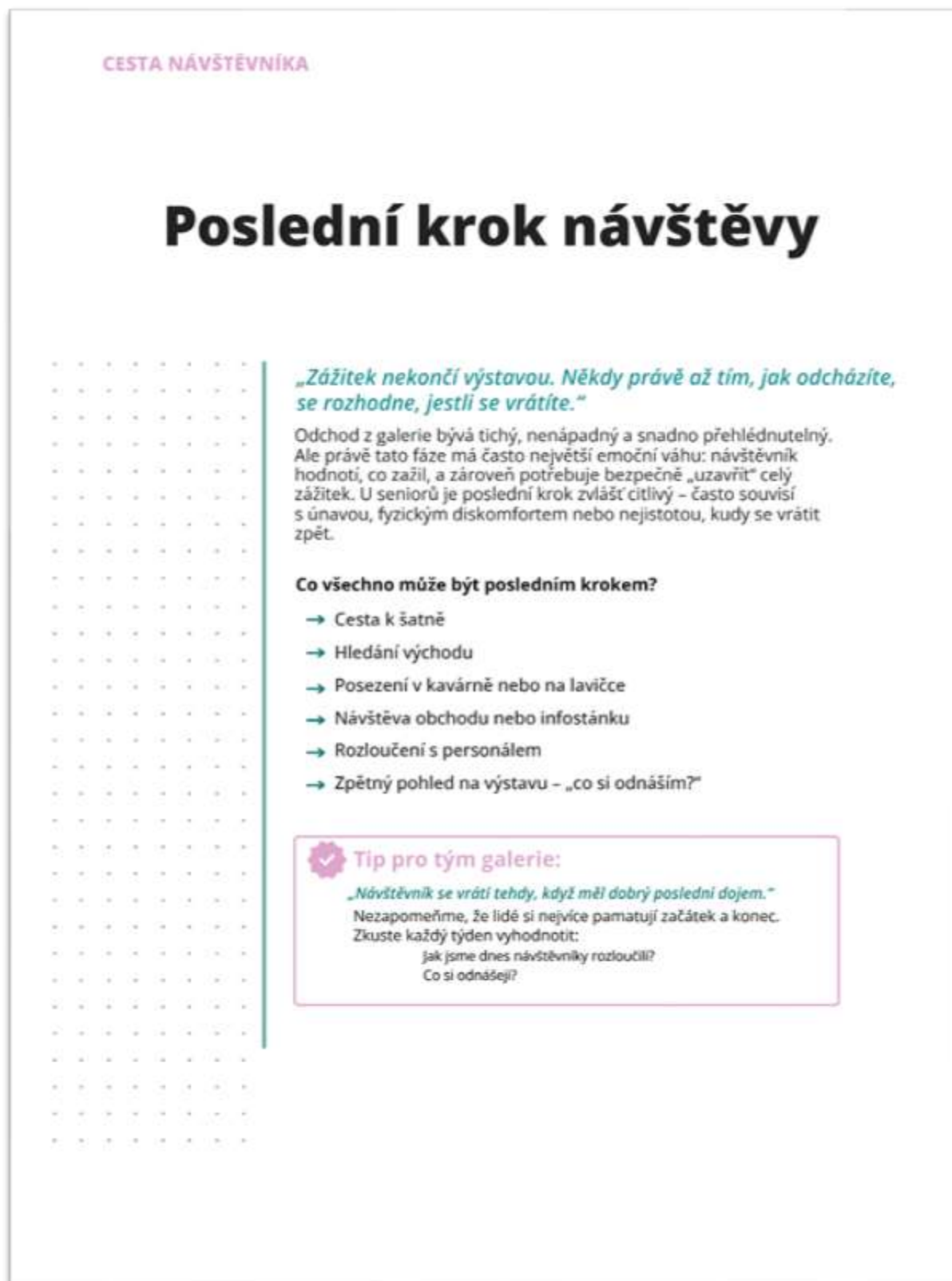
- ✗ Chybějící úvodní orientace („nevím, co teď“)
- ✗ Nejasný směr nebo více možných cest bez popisku
- ✗ Ticho a prázdno – nikde nikdo (zvyšuje úzkost z neznáma)
- ✗ Brožura není dostupná, nebo chybí mapka
- ✗ Pocit trapnosti, když si nejsou jistí a nechtějí rušit

Co může galerie udělat

→ Proč by měla

- | | |
|--|--|
| Umístit úvodní panel se „začátkem výstavy“ | → Snižuje zmatek a dává rámec |
| Využít vizuální členění výstavy (barvy, sekce) | → Pomáhá se zorientovat bez složitého vysvětlování |
| Umístit přátelskou kustodku u vstupu | → Poskytuje jistotu, že se „mohu doptat“ |
| Brožura s mapkou a popisem částí výstavy | → Umožňuje aktivní i pasivní orientaci |
| Doprovodit šipky textem | → Zamezí záměně nebo chybnému pochopení |
| Vytvořit atmosféru vstřícnosti | → První dojem ovlivňuje celkový zážitek |

Obrázek 24: Návrh cesta návštěvníka – Pohyb ve výstavě 4 (zdroj: vlastní zpracování)



Obrázek 25: Návrh cesta návštěvníka – Poslední krok výstavy 1 (zdroj: vlastní zpracování)

CESTA NÁVŠTĚVNÍKA

Poslendí krok návštěvy



Jak situaci vnímají
naše osoby?

Helena 

Zůstává chvíli u výstupního panelu, chce si v klidu přechíst shrnutí. Pokud je poblíž kavárna nebo klidné místo, ráda se posadí a promyslí si dojmy.

- Ocení možnost vzít si tištěný leták nebo brožuru domů.
- Pokud se může rozloučit s personálem, udělá to – kontakt s člověkem je pro ni uzavření smyčky.

Jaroslav 

Odchází spíš rychle, často bez komentáře. Když je dobře viditelný východ a orientace ven, nemá potřebu se ptát.

- Pokud je mu nabídnuta krátká věta od kustodky („Děkujeme, ať se vám daří“) nebo úsměv, může to být jediný mezilidský kontakt, který si zapamatuje.

Marie 

Potřebuje jasné značený východ, možnost opět si sednout, případně chvíli vydechnout. Neví, jestli má jít zpět stejnou cestou nebo jinudy.

- Bezpečné a srozumitelné rozloučení je pro ni důležité, i třeba v podobě přívětivé značky

Doporučení pro galerii:

- ✓ Zřetelně označený východ – nejen šipkou, ale i textem a vizuálně přívětivým formátem
- ✓ Možnost odpočinku i po výstavě – lavička, klidná zóna, kavárna
- ✓ Tištěný materiál k odnesení – leták, mapa, shrnutí výstavy
- ✓ Přátelské rozloučení od personálu – i krátká věta má sílu
- ✓ Dotazník nebo kniha dojmů – jednoduchá, přístupná forma (klidně i kreslení, QR kód pro vnučku...)
- ✓ Možnost doprovodu zpět k šatně nebo výtahu, pokud je prostor složitější

Obrázek 26: Návrh cesta návštěvníka – Poslední krok výstavy 2 (zdroj: vlastní zpracování)

CESTA NÁVŠTĚVNÍKA

Po návštěvě

Jakmile senior opustí výstavu, nezmizí jeho dojmy.

Někdy o výstavě přemýšlí cestou domů, jindy si o ní povídá s vnučkou nebo přáteli, občas se k ní vrací myšlenkami ještě několik dní. A právě tato fáze rozhoduje o tom, zda se k vám vrátí, nebo ne.



Pro galerii je fáze „po návštěvě“ příležitostí:

- udržet kontakt,
- posílit vztah,
- nabídnout důvod se vrátit,
- otevřít prostor pro další participaci.

Co může galerie udělat?

Zůstat v kontaktu

- Sbírat e-maily (neinvazivně) a nabídnout jednoduchý newsletter „pro starší publikum“
- Zasílat pozvánky přátelským tónem, s fotkami a stručným popisem

Nabídnout pokračování

- Možnost vrátit se např. vstupenka na dvě návštěvy, sleva na další program, komentovaná prohlídka
- Poskytnout tištěné shrnutí výstavy – i pro sdílení s rodinou

Podporovat komunitní šíření

- Letáčky do městských knihoven, infocenter a kaváren
- Vyvolat diskuzi na sociálních sítích (např. facebook příspěvek)

Umožnit zpětnou vazbu

- Kniha dojmů nebo prostor pro osobní vzkazy

Obrázek 27: Návrh cesta návštěvníka – Po návštěvě 1 (zdroj: vlastní zpracování)

CESTA NÁVŠTĚVNÍKA

Po návštěvě

Jak situaci vnímají naše osoby?

Helena 

Ráda si v klidu přečte leták, možná si výstavu „dohledá“ na webu. Někdy napíše recenzi nebo doporučení kamarádkám.

- ✔ Uvitá e-mail s pozvánkou na další výstavu nebo odkaz na doprovodný program.
- ✔ Potěší ji i vztahově laděné sdělení: „Děkujeme za vaši návštěvu. Váš zájem nás těší.“

Jaroslav 

O výstavě moc nemluví, ale pokud se mu líbila, zůstává v paměti jako dobrý zážitek.

- ✔ Nevyhledává informace, ale může ho zaujmout jednoduchý plakát na zastávce nebo pozvánka, kterou mu někdo pošle.
- ✔ Oceňuje, když výstava „má dosah“ – např. zmínka v městském zpravodaji.

Marie 

Po návratu si nejčastěji o výstavě povídá s tím, kdo ji doprovázel. Pokud to byl příjemný zážitek, má pocit naplnění – i když si nic nepamatuje „přesně“.

- ✔ Pro Marii je důležitý pocit – že „tam bylo dobře“.
- ✔ Pomůže, když ji doprovod připomene, že tam můžou jít znovu.

 **Nezapomeňte:**

„Návštěvník, který o vás mluví pozitivně, je nejlepší ambasador vaší galerie.“

Emocionální paměť je silnější než informační. Když si senior zapamatuje, že mu „bylo dobře“, pravděpodobně se vrátí, a přivede někoho s sebou.

Obrázek 28: Návrh cesta návštěvníka – Po návštěvě 2 (zdroj: vlastní zpracování)

12.6 Praktické doporučení

PRAKTICKÉ DOPORUČENÍ

Komunikační zásady

PŘI KONTAKTU SE SENIORY

Doporučení
Netipujte věk, neříkejte, pokud to není jasné uvedeno.
„To máte slevu, že už jste v důchodu“

Doporučení
Pokud máte k dispozici tištěné materiály, můžete je znovu ukázat a projít s nimi klíčové body.

„Nejde jen o to co říkáme – ale jak to říkáme.“

Komunikace se seniory je základním kamenem přístupného prostředí. Ne každý senior má zhoršený sluch, zrak nebo paměť ale mnoho z nich čelí nejistotě, obavě ze ztrapnění nebo nechtějí být na obtíž.

Právě proto je důležité věnovat pozornost nejen informacím, ale i způsobu jejich předání.

▶

Buďte přívětiví, ne přehnaně familiární

→ Oslovujte s respektem, ale lidsky.
„Dobrý den, mohu vám s něčím pomoci?“
místo *„Co potřebujete, babičko?“*

▶

Mluvte klidně, srozumitelně a pomalu

→ Neznačená to „hlasitěji“, ale jasněji. Vysvětlujte věci jednoduše.

→ Vyhněte se přemíře odborných pojmů nebo anglicismů, pokud si nejste jisti, že jim návštěvník rozumí.

▶

Dejte prostor pro doptání a nerozčilujte se při opakování

→ Ne každý si hned zapamatuje pokyny, opakování není slabost.

→ Pokud senior projeví nejistotu, nekomentujte to s úsměskem. Místo toho nabídněte krátkou pomoc nebo zopakování.
„Pojďme to projít spolu.“ nebo „Abychom shrnuli to nejdůležitější.“
místo *„To je jednoduché!“*

Obrázek 29: Návrh Praktické doporučení 1 (zdroj: vlastní zpracování)

PRAKTIKČÉ DOPORUČENÍ

Komunikační zásady

PŘI KONTAKTU SE SENIORY

Doporučení

Vnimejte celkový kontext: Neverbální signály byste měli vnímat v kontextu situace a s ohledem na individuální rozdíly mezi seniory.

Všimněte si neverbálních signálů

- Nejisté přešlapování, rozhlížení, opakované dotýkání bundy nebo tašky - mohou značit dezorientaci nebo stud.
- Vhodné je nabídnout pomoc bez nátlaku

„Mohu vám s něčím pomoci? Vypadá to, že něco hledáte.“

Budte aktivně vstřícní, ale ne vlezlí

- Pokud je personál pasivní (mlčí, kouká do počítače), senior se často neodvážá zeptat.
- Místo čekání nabídněte přátelské gesto:

„Dobrý den, vítajte – mohu vám něco ukázat?“

„Potřebujete poradit, kudy na výstavu?“

Nehrajte si na experta, který všechno ví

- Pokud si nejste jisti, přiznejte to a nabídněte pomoc jinak.

„Zkusím to zjistit, pojďme se podívat spolu.“

„Je pro mě důležité, abyste se cítil/a komfortně.“

Prosím, ptejte se na cokoli, co vám není jasné.*

Misto pro vaše postřehy

Obrázek 30: Návrh Praktické doporučení 2 (zdroj: vlastní zpracování)

PRAKTIKÉ DOPORUČENÍ

Slovníček

Cesta návštěvníka*Visitor journey*

Souhrn všech kroků, které návštěvník podniká během své návštěvy – od prvního kontaktu s informací o výstavě až po její opuštění. Pomáhá identifikovat klíčové momenty, potřeby a překážky.

Zážitek návštěvníka*Visitor experience*

Celkový dojem návštěvníka z galerie nebo výstavy – zahrnuje prostor, orientaci, komunikaci, atmosféru i lidský kontakt.

Cesta publika*Audience journey*

Podobně jako „visitor journey“, ale se zaměřením na dlouhodobý vztah mezi publikem a institucí – od prvního kontaktu po budování loajality.

Design služeb*Service design*

Metoda plánování a optimalizace služeb z pohledu uživatele. V kultuře se využívá k lepšímu pochopení potřeb návštěvníků a přizpůsobení prostředí a komunikace.

Cesta zákazníka*Customer journey*

Celkový proces a interakce, kterou zákazník prochází od počátečního povědomí o značce až po nákup a dlouhodobý vztah.

Inkluze*Inclusion*

Princip, který zajišťuje, aby se každý návštěvník cítil vítaný, respektovaný a mohl se plně zapojit – bez ohledu na věk, schopnosti nebo životní situaci.

Inkluzivní design*Inclusive design*

Design, který vědomě pracuje s různorodostí uživatelů – aktivně zohledňuje potřeby lidí s různými omezeními, věkem či zkušeností.

Univerzální design*Universal design*

Design navržený tak, aby vyhovoval co nejširšímu spektru lidí bez nutnosti úprav. Není zaměřený jen na „znevýhodněné“, ale na všechny uživatele.

Přístupnost*Accessibility*

Fyzické, informační i sociální podmínky, které umožňují rovný přístup ke službám a prostorům pro všechny – včetně osob se zdravotním znevýhodněním či seniorů.

Dostupnost*Affordability / Availability*

Zajištění toho, že služby a programy jsou cenově i prakticky dosažitelné (např. slevy, bezbariérový přístup, snadný dojezd).

Bezbariérovost*Barrier-free design*

Odstranění fyzických překážek v prostoru (schody, těžké dveře apod.), které brání samostatnému pohybu lidí s omezenou mobilitou.

Obrázek 31: Slovník pojmů (zdroj: vlastní zpracování)

PRAKTIKÉ DOPORUČENÍ **Slovníček****Senior***Elderly / Older adult*

Označení pro osobu vyššího věku, obvykle 60/65+ let.

Wellbeing*Elderly / Older adult*

Celková pohoda člověka – fyzická, psychická, sociální a kulturní. V kulturním kontextu znamená, že návštěvník se cítí bezpečně, vítán a respektován.

Aktivní stárnutí*Active ageing*

Přístup, který podporuje fyzickou, mentální a sociální aktivitu starších osob jako klíč k jejich kvalitnímu životu.

Kreativní stárnutí*Creative ageing*

Koncept, který zdůrazňuje schopnost člověka být aktivní, tvořivý a kulturně zapojený i ve vyšším věku. Podporuje vnímání stáří jako období růstu, ne úpadku.

Civic wellness*Civic wellness*

Pocit společenské sounáležitosti, participace a občanského naplnění. Kulturní instituce k němu přispívají tím, že propojují komunitu a podporují aktivní zapojení.

Kustod/ka*Guard*

Pracovník galerie dohlížející na expozici, ale často také první kontakt pro návštěvníka – může sehrát důležitou roli v jeho orientaci a pohodlí.

Wayfinding*Wayfinding*

Hledání cesty – Schopnost orientovat se v prostoru, zahrnuje označení tras, logické členění prostoru, přehlednost a čitelnost směrování.

Orientační a navigační systém*Orientation and navigation system*

Komplexní soubor prvků (mapy, značení, šipky, popisky), které pomáhají návštěvníkům zorientovat se v prostoru a najít cestu k cíli – například do výstavních sálů, na toalety nebo k šatně.

Orientace*Orientation*

Schopnost návštěvníka porozumět prostoru a pohybovat se v něm samostatně – zahrnuje vnímání směru, umístění a cílů v rámci budovy nebo výstavy.

Značení nebo signál, znamení*Sign*

Obecnější termín, který může označovat jakýkoli druh označení, ať už jde o ceduli, nápis, symbol nebo dopravní značku

Značení*Signage*

Používá se pro označení systému nebo souboru označení, zejména pro účely navigace nebo informování.

Piktogramy*Pictograms*

Jednoduché obrázkové symboly (např. WC, výtah, šatna), které usnadňují rychlé porozumění bez potřeby textu. Pro seniory a cizince jsou klíčové, pokud jsou správně navrženy a doplněny textem.

Obrázek 32: Slovník pojmů (zdroj: vlastní zpracování)

12.7 Proč na tom záleží?

PROČ NA TOM ZÁLEŽÍ?

Shrnutí

Práce se seniory v galerii není jen o odstranění fyzických bariér. Je to především o postojích, způsobu komunikace, přemýšlení nad službou a ochotě vidět svět očima těch, kdo stárnou – s důstojností, ale i se zranitelností. Je to o pozornosti k detailům, které často přehlízíme.

Senioři nejsou „speciální“ publikum. Nejsou okrajovou skupinou ani návštěvníci „navíc“. Jsou součástí společnosti a tedy i přirozenou součástí publika galerií a muzeí. A tak by se s nimi mělo i zacházet.

Tato brožura shrnuje zkušenosti, potřeby i frustrace seniorů v kulturním prostoru a ukazuje, že i malé změny mohou přinést velký rozdíl.

Zásadní principy, které z této publikace vyplývají:

- **Senioři nejsou homogenní skupina.**
Někdo čte všechny texty, jiný si chce jen sednout a rozhlížet se. Každý má jinou motivaci, tempo i schopnosti. Proto je důležité nabídnout více cest, více přístupů a více způsobů, jak výstavu prožít.
- **Drobné změny mají velký dopad.**
Většina úprav není otázkou rozpočtu, ale přemýšlení – kde přidat lavičku, co zjednodušit, co zviditelnit, jak mluvit. Každý takový krok zvyšuje komfort i porozumění – nejen seniorům, ale všem.
- **Způsob, jakým tým galerie komunikuje, ovlivňuje, zda se lidé vrací.**
Nejde o to, znát všechny odpovědi. Stačí se umět ptát, naslouchat a nebát se přiznat, že něco lze udělat lépe. Vstřícný a lidský přístup má mnohem větší dopad než nejnovější digitální technologie.
- **Cesta návštěvníka nezačíná u pokladny – a nekončí poslední místností.**
Většina úprav není otázkou rozpočtu, ale přemýšlení – kde přidat lavičku, co zjednodušit, co zviditelnit, jak mluvit. Každý takový krok zvyšuje komfort i porozumění – nejen seniorům, ale všem.
- **Inkluzivní galerie není výjimečná – je jen pozornější.**
A když je pozorná ke starším návštěvníkům, je automaticky přístupnější i pro děti, cizince, osoby s dočasným omezením, rodiče s kočárkem... A pro každého z nás, až budeme potřebovat trochu víc porozumění.

Obrázek 33: Shrnutí (zdroj: vlastní zpracování)

PROČ NA TOM ZÁLEŽÍ?

Malé změny, velký dopad

Mnoho doporučení v této brožuře nevyžaduje vysoké náklady, ale spíše všímavost a ochotu přemýšlet jinak.

Co může být „malé“ z pohledu instituce, může být „velké“ z pohledu návštěvníka:

- ☒ Nabídnutí lavičky uprostřed výstavy.
- ☒ Zvětšení písma o dva body.
- ☒ Věta navíc na webu, že výstava je vhodná i pro osoby se sníženou mobilitou.
- ☒ Úsměv kustodky, který dá najevo, že se lze zeptat bez studu.
- ☒ Leták s plánkem, který si návštěvník odnese v kapse.

Nabídněte zážitek

Senioři si nepřicházejí „jen něco přečíst“ nebo „zabít čas“.

Přicházejí zažít – být mezi lidmi, cítit se vítáni, vnímat krásu a myšlenku.

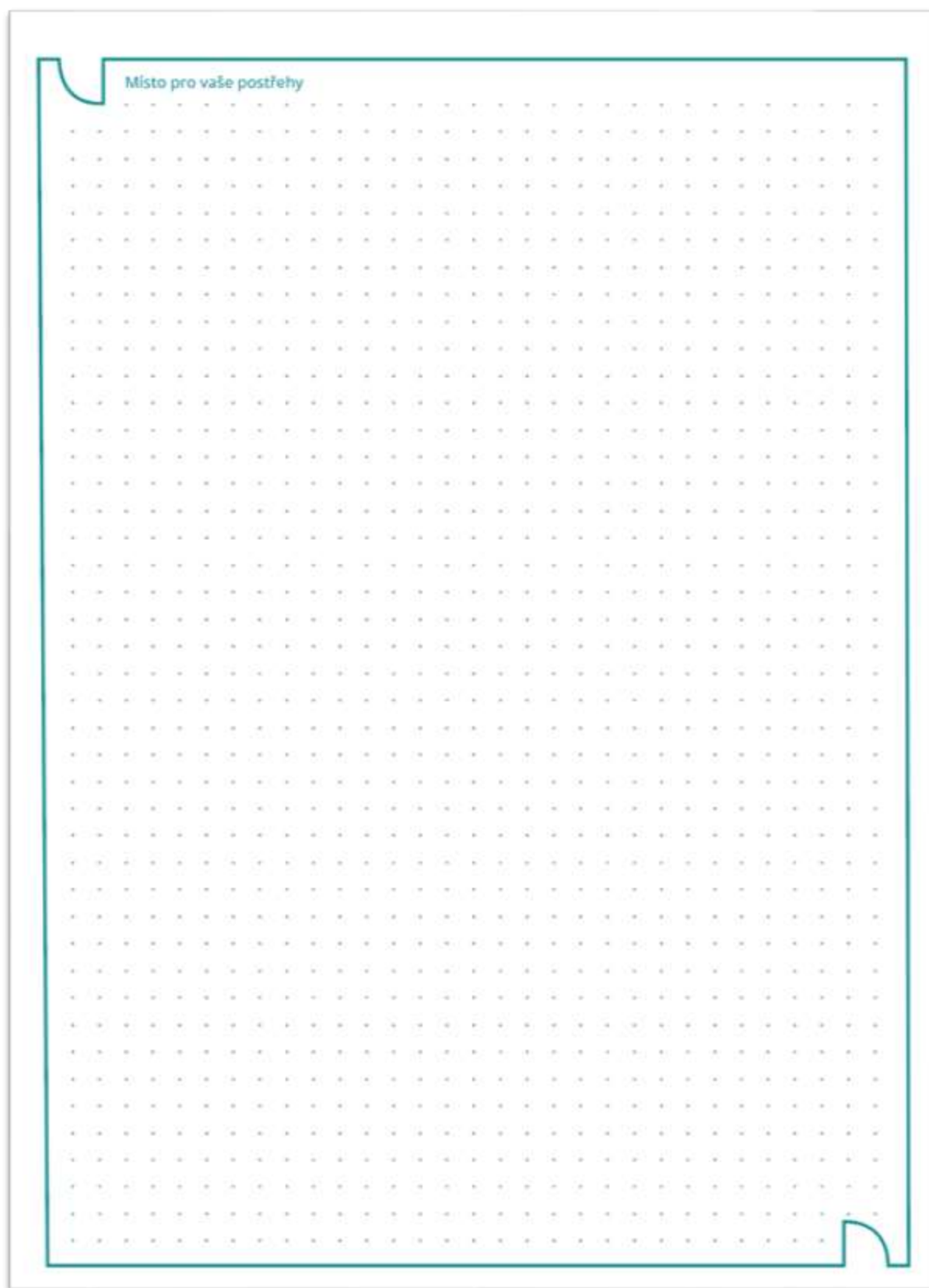
Nabídněte jim:

- ☒ přijetí místo odtažitosti,
- ☒ zvědavost místo domněnek,
- ☒ partnerství místo poučování.

Nechte seniory nasávat atmosféru, ztrácet se mezi obrazy, ptát se a zdržet se – nebo jen v klidu sedět a pozorovat.

A pokud budou mít pocit, že nemusejí nic dokazovat, jen být, přijdou znovu.

Obrázek 34: Nabídněte zážitek (zdroj: vlastní zpracování)



Obrázek 35: Místo na poznámky (zdroj: vlastní zpracování)

12.8 Závěrečné shrnutí

Tento průvodce nevznikl proto, aby byl nabízen jeden správný návod, jak pracovat se seniory. Jejím cílem je otevřít dialog, inspirovat k přemýšlení a poskytnout praktické nástroje, které mohou zjednodušit práci a zároveň zpříjemnit návštěvu těm, kteří si zaslouží naši pozornost i respekt.

Každá část tohoto průvodce byla navržena tak, aby pomáhala i těm, kdo se se seniorskou cílovou skupinou setkávají poprvé, ať už jako kustodi, lektorky, produkční nebo kurátoři. I zdánlivě jasné věci, jako je čitelnost popisku nebo tón odpovědi na dotaz, mohou hrát zásadní roli. Proto zde najdete konkrétní příklady, vysvětlení, poznámky a doporučení, která mají pomoci lépe porozumět návštěvníkovi a propojit jednotlivé momenty jeho cesty v galerii.

Je důležité mít na paměti, že tato příručka není „hotová“, je to živý dokument, který by se měl v budoucnu doplňovat, aktualizovat a přizpůsobovat novým potřebám a zkušenostem. Pokud má sloužit, musí se vyvíjet spolu s publikem, kterému se věnuje.

Pokud se díky tomuto průvodci stane vaše galerie přístupnějším, srozumitelnějším a přívětivějším místem pro starší publikum, pak splnila svůj účel.

ZÁVĚR

Tato diplomová práce se věnovala tématu přístupnosti a orientace v kulturních institucích, zejména z pohledu starších návštěvníků. Záměrem bylo rozšířit pohled na to, jak mohou kulturní instituce vnímat prostor nejen jako místo pro prezentaci umění, ale také jako prostředí pro setkávání, sdílení a prožívání, které bere v potaz různé potřeby návštěvníků. Zvláštní pozornost bylo lépe porozumět tomu, co formuje zkušenost starších návštěvníků.

Teoretická část práce nejprve vymezila pojem participace v kultuře, na který následně navázalo zaměření na participaci seniorů a samotnou definici této věkové skupiny. Právě to, kdo je v daném kontextu považován za seniora, se ukázalo jako podstatné, neboť pohled na stáří se v různých kulturách i společenských diskurzích výrazně liší. Následovalo přiblížení pojmů inkluze a přístupnost a jejich specifik v prostředí kulturních institucí. Tato východiska poskytla rámec pro pochopení toho, jaké potřeby během návštěvy vznikají. Pozornost byla věnována nejen fyzickým a smyslovým aspektům, ale i psychologickému prožitku, pocitu jistoty, bezpečí a možnosti samostatného rozhodování. Prostor, značení a pohyb byly nahlíženy optikou různorodosti návštěvníků, zejména s ohledem na věk a zdravotní stav.

V praktické části byly analyzovány konkrétní přístupy galerií k navigaci a přístupnosti. Rozhovory se zástupci institucí, expertní audit výstavních prostor i kvalitativní výzkum se seniorskými návštěvníky přinesly soubor poznatků, které ukazují, že ani dobrá vůle institucí nezaručuje bezbariérový zážitek. Výzkum potvrdil, že drobnosti jako kontrast značení, ergonomie popisků nebo dostupnost personálu mohou rozhodnout o tom, zda si návštěvník výstavu skutečně užije. Důležitým nástrojem pro hlubší pochopení návštěvnické zkušenosti se stalo mapování cesty návštěvníka. Díky němu bylo možné zachytit nejen konkrétní bariéry, ale i momenty nejistoty, potřebu zpětné vazby nebo pozitivní zážitky, které vznikají tam, kde prostředí na seniory myslí. Roli sehrála i snaha institucí reagovat na zpětnou vazbu, kdy některé galerie již implementují zlepšení, jiné zatím hledají vhodný způsob, jak se tématu věnovat.

Součástí práce je také návrh průvodce pro pracovníky kulturních institucí, která vychází z poznatků výzkumu a nabízí konkrétní návrhy, jak zlepšit prostředí galerií pro starší návštěvníky. Nejde jen o technická doporučení, ale i o návrhy drobných změn, které mohou mít zásadní dopad na celkovou návštěvnickou zkušenost.

Přestože se výzkum zaměřoval na seniory, jeho výstupy mohou být užitečné i při práci s dalšími skupinami, které se v kulturním prostředí nemusí cítit samozřejmě vítané, ať už jde o rodiče s dětmi, osoby se zrakovým omezením nebo návštěvníky s neurodiverzitou. Práce tak přispívá k širší debatě o tom, co znamená otevřenost a vstřícnost v oblasti kultury dnes.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

- [1] Ageing and health, [b.r.]. In: *who.int* [online]. [cit. 2025-02-01]. Dostupné z: <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/ageing-and-health>
- [2] Adeste Plus, [b.r.]. In: *Nørrebro Theatre – Relevance, resonance and relations – putting audiences at the centre*. Denmark [online]. [cit. 2025-3-13]. Dostupné z: <https://aced.adeptplus.eu/case-studies/norrebro-theatre-denmark>
- [3] AGIUS A., 2023. *Customer Journey Mapping: How to Understand What Your Customers Really Want* [online]. [cit. 28. 3. 2025]. HubSpot Blog. Dostupné z: <https://blog.hubspot.com/service/customer-journey-map>
- [4] AIYAR, S., EBEKE, C., SHAO, X., 2016. *The Impact of Workforce Aging on European Productivity*. IMF Working Paper WP/16/238. International Monetary Fund. Dostupné z: <https://www.imf.org/external/pubs/ft/wp/2016/wp16238.pdf>
- [5] ALONSO-TAK, Alejandra a PAZOS-LÓPEZ, Ángel (ed.), 2020. *Socializing art museums: rethinking the publics' experience*. Berlin: De Gruyter. ISBN 978-3-11-064632-0.
- [6] AUERNHAMMER, Jan. 2020. *Human-centered AI: The role of Human-centered Design Research in the development of AI*. Záznam z: DRS International Conference 2020. Publikováno: 18. září 2020 [cit. 2025-3-23]. Dostupné z: <https://doi.org/10.21606/drs.2020.282>
- [7] BANZI, Annalisa. 2022. *The Brain-Friendly Museum: Using Psychology and Neuroscience to Improve the Visitor Experience*. Routledge. ISBN 978-1032303307
- [8] BRÄHLER, Verena. 2011. In-situ interviews. In: Researchingsecurity.org [online] [cit. 2025-4-09] Dostupné z: <https://researchingsecurity.org/research/research-ethics/in-situ-interviews/>
- [9] BROOK, Orian, O'BRIEN, Dave a TAYLOR, Mark, 2020. *Culture is bad for you: inequality in the cultural and creative industries*. Manchester: Manchester University Press. ISBN 978-1-5261-4416-4.
- [10] CAMBRIDGE UNIVERSITY PRESS, © 2025. *Dictionary*. In: *dictionary.cambridge.org* [online]. [cit. 2025-3-12]. Dostupné z: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/inclusion>

- [11] CENa, 2021. EN 17210: *Accessibility and usability of the built environment – Functional requirements*. Brussels: European Committee for Standardization.
- [12] CENb, 2021. FprCEN/TR 17621: *Accessibility and usability of the built environment – Technical performance criteria and specifications*. Brussels: European Committee for Standardization.
- [13] CIACCHERI, Maria Chiara, 2022. *Museum accessibility by design: a systemic approach to organizational change*. Lanham: Rowman & Littlefield. ISBN 978-1-5381-5603-2.
- [14] Clarifying human-centered design thinking once and for all. 2022. In. *hotjar.com* [online]. Publikováno: 6. 7. 2022. [cit. 2025-3-13]. Dostupné z: <https://www.hotjar.com/design-thinking/vs-human-centered-design/>
- [15] COLEMAN, Laura-Edythe, 2018. *Understanding and implementing inclusion in museums*. Lanham: Rowman & Littlefield. ISBN 978-1-5381-1081-2.
- [16] Design pro všechny. [b.r.]. *Jak začít* [online]. Dostupné z: <https://www.designprovsechny.cz/jak-zacit> [cit. 2025-3-12].
- [17] Design thinking defined. [b.r.]. In: *designthinking.ideo.com* [online]. [cit. 2025-3-13]. Dostupné z: <https://designthinking.ideo.com/>
- [18] DROBNÝ, Tomáš a Michal ŠERÁK, 2016. *Senioři v muzeu: metodický materiál*. Brno: Moravské zemské muzeum, Metodické centrum muzejní pedagogiky. ISBN 978-80-7028-484-1
- [19] EIKHAUG, Onny a Rama GHEERAWO, ed. 2018. *Innovating with people: inclusive design and architecture*. Oslo: Design and Architecture Norway, 140 s. ISBN 978-82-452-0500-8
- [20] FILOVÁ, N., ROLLOVÁ, L. & ČEREŠŇOVÁ, Z., 2022. *Universal Design Principles Applied in Museums' Historic Buildings*. PROSTOR – A Scholarly Journal of Architecture and Urban Planning, 30(1[63]), 92–105. [online] Dostupné z: <https://hrcak.srce.hr/file/405238> [cit. 2025-3-12].
- [21] FORTUNA, J., HARRISON, C., EEKHOFF, A., MARTHALER, C., SEROMIK, M., OGREN, S., VANDER MOLEN, J. 2023. *Identifying Barriers to Accessibility for Museum Visitors Who Are Blind and Visually Impaired*. Visitor Studies. Dostupné z: 10.1080/10645578.2023.2168421.

- [22] FOSTER, L., WALKER, A., 2015. *Active and Successful Aging: A European Policy Perspective*. The Gerontologist, Volume 55, Publikováno 1. 2. 2015, Pages 83–90, [cit. 2025-02-01] Dostupné z: <https://doi.org/10.1093/geront/gnu028>
- [23] FUGLERUD, Kristin, 2014. *Inclusive design of ICT: The challenge of diversity*. University of Oslo. 10.13140/2.1.4471.5844. Dostupné z: https://www.researchgate.net/publication/270508482_Inclusive_design_of_ICT_The_challenge_of_diversity
- [24] GREER, S., 2020. *Funding resilience: market rationalism and the UK's "mixed economy" for the arts*. Cultural Trends, Dostupné z: <https://doi.org/10.1080/09548963.2020.1852875>
- [25] HANNA, G. & PERLSTEIN, S. (2008). *Creativity Matters: Arts and Aging in America*. Washington, DC: Americans for the Arts. [online] Dostupné z: <https://www.creativeworkers.net/sites/default/files/Monograph%20Sept%202008.pdf>
- [26] Health and well-being, [b.r.]. In: *who.int* [online]. [cit. 2025-02-01] Dostupné z: <https://www.who.int/data/gho/data/major-themes/health-and-well-being>
- [27] HENDL, J. 2005. Kvalitativní výzkum: Základní teorie, metody a aplikace. Praha: Portál. ISBN: 9788026219682
- [28] CHARRAS, K., HOGERVORST, E., WALLOCOOK, S., KULIGA, S., & WOODS, B. (Eds.). 2024. *Creating Empowering Environments for People with Dementia: Addressing Inclusive Design from Homes to Cities* (1st ed.). Routledge. Dostupné z: <https://doi.org/10.4324/9781003416241>
- [29] CHO, Jinmyoung; MARTIN, Peter; POON, Leonard W. 2015. *Successful Aging and Subjective Well-Being Among Oldest-Old Adults*. Georgia Centenarian Study Publikováno 1. 2. 2015. Dostupné z: <https://doi.org/10.1093/geront/gnu074>
- [30] IDRIS, M.Z., ABU BAKAR, A.B. 2024. Enhancing Visitor Experience Using Service Design Approach for Museum Sustainability. *Ideology Journal*, 9(2), pp. 67-75. DOI: <https://doi.org/10.24191/idealogy.v9i2.540>
- [31] IKRAM, U., GALLANI S., FIGUEROA J.F., & FEELEY T.W. 2020. *4 Strategies to Make Telehealth Work for Elderly Patients*. Harvard Business Review [online]. [cit. 2025-01-30] Dostupné z: <https://hbr.org/2020/11/4-strategies-to-make-telehealth-work-for-elderly-patients>.

- [32] INCLUSIVE DESIGN REASERCH CENTRE, [b.r.]. *Philosophy*. In: *idrc.ocadu.ca* [online]. [cit. 2025-3-12]. Dostupné z: <https://idrc.ocadu.ca/about/philosophy/>
- [33] In-Depth Interviews: Data Collection Advantages and Disadvantages. 2017. In: *qlarityaccess.comonline* [cit. 2025-4-09] Dostupné z: <https://qlarityaccess.com/qlarity/in-depth-interviewing>
- [34] JARDEN, A.; ROACHE, A. 2023. *What Is Wellbeing?* International Journal of Environmental Research and Public Health, 20(6), 5006. Publikováno 12. 3. 2023 Dostupné z: <https://doi.org/10.3390/ijerph20065006>
- [35] JARED, Scott, 2022. *The state of civic health and how to improve it* [online]. *unc.edu*. Publikováno: 15. 11. 2022 [cit. 2025-01-23]. Dostupné z: <https://www.unc.edu/discover/the-state-of-civic-health-and-how-to-improve-it/>
- [36] JAVAID, Z.K., BATOOL, H., FATIMA, N., MUNEER, A. and AZAM, S. 2024. *Eudaimonic Well-Being Among Young Adults: A Systematic Review of Influencing Factors and Outcomes*. Journal of Policy Research. Publikováno 1. 6. 2024, Dostupné z: <https://doi.org/10.61506/02.00206>
- [37] KAWULICH, B. B. 2005. Participant observation as a data collection method. Forum: Qualitative Social Research, 6(2), Art. 43. Available at: <https://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/view/466>
- [38] KVALE, S., 2007. *Doing Interviews*. Qualitative Research Kit. London: SAGE Publications, Ltd. Dostupné z: <https://doi.org/10.4135/9781849208963>>
- [39] LISTER, Christina, 2024. *Marketing strategy for museums: a practical guide*. Routledge guides to practice in museums, galleries and heritage. London: Routledge, 2024. ISBN 978-1-032-31315-3.
- [40] LOUŠOVÁ, Veronika. 2025. *Jeden schod navíc a nedostanete se ven*. In: *LinkedIn* [online]. 16. ledna 2025 [cit. 2025-02-05]. Dostupné z: <https://www.linkedin.com/feed/update/urn:li:activity:7284509556196446209/>
- [41] MANOLIKA, M., & BALTZIS, A., 2022. *Concert Hall, Museum, Cinema, and Theater Attendance: What Difference Do Audience Motivations and Demographics Make?* Empirical Studies of the Arts, 40(1), 37-56. Dostupné z: <https://doi.org/10.1177/0276237420979569>

- [42] MANSOURI, Fethi, 2020. *The socio-cultural impact of COVID-19: Exploring the role of intercultural dialogue in emerging responses*. In. *unesdoc.unesco.org* [online]. Dostupné na: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000374186.pdf>
- [43] MAXMILIÁN, Václav, 2023. *Evropská komise má uznat vliv kultury na zdraví a wellbeing*. In. *kreativnicesko.cz* [online]. Publikováno 18. 1. 2023. [cit. 2025-3-13]. Dostupné z: <https://www.kreativnicesko.cz/clanky/evropska-komise-ma-uznat-vliv-kultury-na-zdravi-a-wellbeing>
- [44] MARTINSON, Marty a MINKLER, Meredith, 2006. *Civic Engagement and Older Adults: A Critical Perspective*. *The Gerontologist*, 46. ročník, 3. číslo, s. 318–324. Dostupné z: doi:10.1093/geront/46.3.318
- [45] MODZELEWSKA, A., SKUZA, S., SZELUGA-ROMAŃSKA, M., & MATERSKA-SAMEK, M., 2020. *Towards Greater Citizen Participation in Financing Public Cultural Institutions—Legal Barriers and Proposed Solutions*. *Sustainability*, 12(19), 7957. Dostupné z: <https://doi.org/10.3390/su12197957>
- [46] MORAWSKI, L. et al., 2020. *Elderly Volunteering in Europe: The Relationship Between Volunteering and Quality of Life Depends on Volunteering Rates*. In: *VOLUNTAS: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*. Dostupné z: <https://doi.org/10.1007/s11266-020-00267-w>
- [47] MPSV, 2021. *Strategický rámec přípravy na stárnutí společnosti 2021–2025*. Ministerstvo práce a sociálních věcí ČR. Dostupné z: https://www.mpsv.cz/documents/20142/372809/Strategick%C3%BD+r%C3%A1mec+p%C5%99%C3%ADpravy+na+st%C3%A1rnut%C3%AD+spole%C4%8Dnosti_2021-2025.pdf/ebffaa4-b010-6a72-e3b2-81e0fd5fcbd6
- [48] OSN [Organizace spojených národů], 2015. *Všeobecná deklarace lidských práv z roku 1948* [online]. [cit. 2025-3-13]. Dostupné z: https://mzv.gov.cz/file/3156327/Vseobecna_deklarace_lidskych_prav.pdf
- [49] PAWLAK, Filip. 2024. *Europe Beyond Access*. 4. června 2024, Riga, Lotyšsko, European Network of Cultural Centres (ENCC), Mezinárodní konference.
- [50] PILKA, Lukas : *Čtení na výstavách je náročné*, 2025 In: *LinkedIn* [online]. 31. ledna 2025 [cit. 2025-02-04]. Dostupné z: <https://www.linkedin.com/feed/update/urn:li:activity:7290749776273285121/>

- [51] PIETRONI, E., PAGANO, A., BIOCCA, L. & FRASSINETI, G., 2021. *Accessibility, Natural User Interfaces and Interactions in Museums: The IntARSI Project*. Heritage, 4(2), 567–584. Dostupné z: <https://www.mdpi.com/2571-9408/4/2/34>
- [52] *Psychologie dnes*. Praha: Portál, 1998-. 2025, č. 1, s. 6. ISSN 1212-9607.
- [53] REDMOND-JONES, Beth, 2024. *Welcoming Museum Visitors with Unapparent Disabilities*. Rowman & Littlefield, ISBN 978-1538171998.
- [54] *Reducing social isolation and loneliness among older people*. [b.r.]. In: *who.int* [online]. [cit. 2025-02-01] Dostupné z: <https://www.who.int/activities/reducing-social-isolation-and-loneliness-among-older-people>
- [55] RICHARDSON, A., 2010. *Using Customer Journey Maps to Improve Customer Experience*. Harvard Business Review [online]. [cit. 2025-02-04]. Dostupné z: <https://hbr.org/2010/11/using-customer-journey-maps-to-improve-customer-experience>
- [56] ROE, Jenny a MCCAY, Layla, 2021. *Restorative cities: urban design for mental health and wellbeing*. London: Bloomsbury Visual Arts, ISBN 978-1350112889
- [57] ROSENBOOM, Wies, 2016. *Program Long Live Arts: Umění dlouhého života*. In. *Active Ageing jako výzva pro kulturu*. Praha: Národní informační a poradenské středisko pro kulturu. ISBN 978-80-7068-312-5. Dostupné z: <https://www.culturenet.cz/coKmv4d994Swax/uploads/2018/06/Active-ageing-jako-vy%CC%81zva-pro-kulturu-v-C%CC%8CR.pdf>
- [58] ROWE, J.W. & CARR, D.C. (2018). *Successful Aging: History and Prospects*. Oxford Research Encyclopedia of Psychology [online] [cit. 2025-3-13]. Oxford University Press. DOI: 10.1093/acrefore/9780190236557.013.342 Dostupné z: <https://drive.google.com/file/d/1bG8qFJBE8zmp4PBYNrFS82xtZYdNBvt8/view>
- [59] RUDNICKAA, E.; NAPIERAŁAB, P.; PODFIGURNAB, A.; MĘCZEKALSKIB, B.; SMOLARCZYKA, R. et al. 2020. The World Health Organization (WHO) approach to healthy ageing, Vol. 139, 6–11. Publikováno 26. 5. 2020, Dostupné z: DOI: 10.1016/j.maturitas.2020.05.018.
- [60] SAK, Petr a Karolína KOLESÁROVÁ, 2012. *Sociologie stáří a seniorů*. Praha: Sociologie Grada. ISBN 978-80-247-3850-5.

- [61] Senioři v datech, 2023. In: csu.gov.cz [online]. Publikováno: 05. 12. 2023 [cit. 2025-03-02] Dostupné z: <https://csu.gov.cz/produkty/seniori-v-cr-v-datech-ajnoatmxkq>
- [62] SIFTED. (2023). Top 15 Fastest-Growing French Startups [online] [cit. 2025-3-13]. Dostupné z: <https://sifted.eu/articles/top-15-fastest-growing-french-startups>
- [63] SINGH A, MISRA N. *Loneliness, depression and sociability in old age*. Ind Psychiatry J. 2009 Jan;18(1):51-5. [online]. [cit. 2025-3-13]. doi: 10.4103/0972-6748.57861. PMID: 21234164; PMCID: PMC3016701.
- [64] SIRRIS. S. 2022. Observation and Shadowing: Two Methods to Research Values and Values Work in Organisations and Leadership. In: Espedal Researching Values: Methodological Approaches for Understanding Values Work in Organisations and Leadership. Cham: Palgrave Macmillan. ISBN 978-3-030-90768-6 Dostupné z: https://doi.org/10.1007/978-3-030-90769-3_8
- [65] SLAVIK-TSUYUKI. Teri, 2023. *Civic Well-Being: The New Rules Of Engagement In Placemaking*. In: *thebuildersdaily.com* [online]. Publikováno: 20. 6. 2023. [cit. 2025-01-23]. Dostupné z: <https://www.thebuildersdaily.com/civic-well-being-the-new-rules-of-engagement-in-placemaking/>
- [66] STEVENS, Emily. 2022. *What Is Design Thinking? A Comprehensive Beginner's Guide*. In: *careerfoundry.com* [online]. Publikováno: 6. 12. 2022. [cit. 2025-3-13]. Dostupné z: <https://careerfoundry.com/>
- [67] STICKDORN, M., HORMESS, M. E., Lawrence, A., & Schneider, J. (2018). *This is Service Design Doing: Applying Service Design Thinking in the Real World*. O'Reilly Media.
- [68] STONČIKAITĚ, I., 2025. *Later-Life Creativity and Successful Aging in Neoliberal Agendas*. The Gerontologist, 65(1), gnae125. DOI: 10.1093/geront/gnae125.
- [69] STORY, Kristin M.; YANG, Ziyi a BRAVATA, Dawn M., 2021. *Active and receptive arts participation and their association with mortality among adults in the United States: a longitudinal cohort study* [online]. Public Health, roč. 196, s. 211-216. ISSN 00333506. Dostupné z: <https://doi.org/10.1016/j.puhe.2021.05.034>. [cit. 2024-03-08].
- [70] SuperOffice, 2024. *Customer Journey: How a Holistic Strategy Drives Profitable Business Growth* [online]. Dostupné z: <https://www.superoffice.com/blog/customer-journey/> [cit. 28. 3. 2025].

- [71] Tanganica, 2023. *Customer Journey: The Key to a Better Experience and Higher Conversions* In: Tanganica.com [online]. Dostupné z: <https://www.tanganica.com/cs/blog/customer-journey-the-key-to-a-better-experience-and-higher-conversions> [cit. 28. 3. 2025].
- [72] UFFELEN, Chris van. *Designing Orientation: Signage Concepts & Wayfinding Systems*. Braun, 2021. ISBN 978-3037682395.
- [73] URIAN, Monica. 2024. *DG Education and Culture* (TBC). 4. června 2024, Riga, Lotyšsko, European Network of Cultural Centres (ENCC), Mezinárodní konference.
- [74] VEGA-TINOCO, Andrea, GIL-LACRUZ, Ana Isabel a Marta GIL-LACRUZ, 2022. *Civic Participation as a Promoter of Well-Being: Comparative Analysis among European Countries* [online]. Soc Indic Res. 164. vydání. s. 217–237. Dostupné z: <https://doi.org/10.1007/s11205-022-02947-0>
- [75] VIGNESH, R., 2022. *Google Maps co-founder backs The Joy Club in £1.1M round to help retirees tackle loneliness*. In: techfundingnews.com [online]. Publikováno 13. dubna 2022. Dostupné z: <https://techfundingnews.com/google-maps-co-founder-backs-the-joy-club-in-1-1m-round-to-help-retirees-tackle-loneliness/>
- [76] What is Civic Health? 2023. In: carsey.unh.edu [online]. Publikováno: 21. 3. 2023 [cit. 2025-01-23]. Dostupné z: <https://carsey.unh.edu/sites/default/files/media/2023/03/local-chi-1-what-is-civic-health-print.pdf>
- [77] What is DfA. [b.r.]. In: dfaeurope.eu [online]. [cit. 2025-3-27]. Dostupné z: <https://dfaeurope.eu/what-is-dfa/>
- [78] WHO [World Health Organization], [b.r.]. *Active Ageing: A Policy Framework*. In: who.int [online]. [cit. 2025-02-14]. Dostupné z: <https://extranet.who.int/agefriendlyworld/wp-content/uploads/2014/06/WHO-Active-Ageing-Framework.pdf>
- [79] WHO. 2002. *Active ageing: a policy framework*. Online. World Health Organization. Dostupné z: <https://iris.who.int/handle/10665/67215>
<https://extranet.who.int/agefriendlyworld/active-ageing-a-policy-framework/>

- [80] YEO, A. H. 2010. *An introduction to intergenerational practice*. Working with Older People, Vol. 14 No. 2. Publikováno 26. 5. 2010. ISSN: 1366-3666 Dostupné z: <https://doi.org/10.5042/wwop.2010.0261>
- [81] Zákon č. 198/2009 Sb., o rovném zacházení a o právních prostředcích ochrany před diskriminací (antidiskriminační zákon). In: Sbírka zákonů České republiky. 2009, částka 58, s. 3654–3662. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2009-198>
- [82] Zákon č. 99/2019 Sb., o přístupnosti internetových stránek a mobilních aplikací a o změně zákona č. 365/2000 Sb., o informačních systémech veřejné správy. In: Sbírka zákonů České republiky. 2019, částka 42, s. 946–953. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2019-99>
- [83] Zákon č. 183/2006 Sb., o územním plánování a stavebním řádu (stavební zákon). In: Sbírka zákonů České republiky. 2006, částka 63, s. 2696–2757. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2006-183>
- [84] Zákon č. 122/2000 Sb., o ochraně sbírek muzejní povahy a o změně některých dalších zákonů. In: Sbírka zákonů České republiky. 2000, částka 39, s. 2040–2048. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2000-122>
- [85] #15 Stínování. [b.r.]. In: 100metod.tumblr.com [online]. [cit. 2025-4-09] Dostupné z: <https://100metod.tumblr.com/post/47570119211/15-st%C3%ADnov%C3%A1n%C3%AD>
- [86] #11 Pozorování. [b.r.]. In: 100metod.tumblr.com [online]. [cit. 2025-4-09] Dostupné z: <https://100metod.tumblr.com/post/47570104154/11-pozorování>

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek 1: Demografický vývoj a projekce A (Zdroj: Aiyar, 2016).....	20
Obrázek 2: Demografický vývoj a projekce B (Zdroj: Aiyar, 2016).....	21
Obrázek 3: Cesta návštěvníka (Zdroj: www.creativebloq.com/netmag/expert-guide-experience-mapping-71412427)	43
Obrázek 4: Cesta publika – jednotlivé fáze (Zdroj: vlastní)	46
Obrázek 5: Identifikované vzorce chování během výstavy (Zdroj: vlastní zpracování)	89
Obrázek 6: Návrh titulní strany (zdroj: vlastní zpracování)	111
Obrázek 7: Návrh úvodu (zdroj: vlastní zpracování).....	112
Obrázek 8: Jak s průvodcem pracovat (zdroj: vlastní zpracování)	113
Obrázek 9: Návrh obsahu průvodce (zdroj: vlastní zpracování).....	114
Obrázek 10: Návrh 1. strany základní přehled (zdroj: vlastní zpracování)	115
Obrázek 11: Návrh 2. strany základní přehled (zdroj: vlastní zpracování)	116
Obrázek 12: Návrh Person 3. strany základní přehled (zdroj: vlastní zpracování).....	117
Obrázek 13: Návrh Person 4. strany základní přehled (zdroj: vlastní zpracování).....	118
Obrázek 14: Návrh Person 5. strany základní přehled (zdroj: vlastní zpracování).....	118
Obrázek 15: Návrh cesta návštěvníka – Před návštěvou 1 (zdroj: vlastní zpracování)	119
Obrázek 16: Návrh cesta návštěvníka – Před návštěvou 2 (zdroj: vlastní zpracování)	120
Obrázek 17: Návrh cesta návštěvníka – Před návštěvou 3 (zdroj: vlastní zpracování)	121
Obrázek 18: Návrh cesta návštěvníka – První krok návštěvy 1 (zdroj: vlastní zpracování)	122
Obrázek 19: Návrh cesta návštěvníka – První krok návštěvy 2 (zdroj: vlastní zpracování)	123
Obrázek 20: Návrh cesta návštěvníka – První krok návštěvy 3 (zdroj: vlastní zpracování)	124
Obrázek 21: Návrh cesta návštěvníka – Pohyb ve výstavě 1 (zdroj: vlastní zpracování) .	125
Obrázek 22: Návrh cesta návštěvníka – Pohyb ve výstavě 2 (zdroj: vlastní zpracování) .	126
Obrázek 23: Návrh cesta návštěvníka – Pohyb ve výstavě 3 (zdroj: vlastní zpracování) .	127
Obrázek 24: Návrh cesta návštěvníka – Pohyb ve výstavě 4 (zdroj: vlastní zpracování) .	128
Obrázek 25: Návrh cesta návštěvníka – Poslední krok výstavy 1 (zdroj: vlastní zpracování)	129
Obrázek 26: Návrh cesta návštěvníka – Poslední krok výstavy 2 (zdroj: vlastní zpracování)	130
Obrázek 27: Návrh cesta návštěvníka – Po návštěvě 1 (zdroj: vlastní zpracování)	131
Obrázek 28: Návrh cesta návštěvníka – Po návštěvě 2 (zdroj: vlastní zpracování)	132
Obrázek 29: Návrh Praktické doporučení 1 (zdroj: vlastní zpracování).....	133

Obrázek 30: Návrh Praktické doporučení 2 (zdroj: vlastní zpracování)	134
Obrázek 31: Slovník pojmů (zdroj: vlastní zpracování)	135
Obrázek 32: Slovník pojmů (zdroj: vlastní zpracování)	136
Obrázek 33: Shrnutí (zdroj: vlastní zpracování)	137
Obrázek 34: Nabídněte zážitek (zdroj: vlastní zpracování)	138
Obrázek 35: Místo na poznámky (zdroj: vlastní zpracování)	139
Obrázek 36: Ukázka 1. části návštěvnické cesty (zdroj: vlastní zpracování)	167
Obrázek 37: Ukázka 2. části návštěvnické cesty (zdroj: vlastní zpracování)	168
Obrázek 38: Ukázka 9. a 10. části návštěvnické cesty (zdroj: vlastní zpracování)	169

SEZNAM TABULEK

Tabulka 1: Pasivní a aktivní účast (Zdroj: Manolica, 2022; Story, Yang a Bravata, 2021; Redmond-Jones, 2024).....	25
Tabulka 2: Nejčastější aktivity ke zpřístupnění expozic pro osoby se zrakovým postižením dle jednotlivých institucí (Zdroj: vlastní).....	60
Tabulka 3: Nejčastější aktivity zpřístupňující expozice pro neslyšící a nedoslýchavé dle jednotlivých institucí (Zdroj: vlastní)	61
Tabulka 4: Přístupy vůči osobám se skrytými handicapy dle jednotlivých institucí (Zdroj: vlastní).....	61
Tabulka 5: Nejčastější opatření sociální přístupnosti dle jednotlivých institucí (Zdroj: vlastní).....	62
Tabulka 6 Klíčová místa s vysokým rizikem dezorientace (Zdroj: vlastní)	70
Tabulka 7: Charakteristika účastníků výzkumu (Zdroj: vlastní)	82
Tabulka 8 Klíčové faktory ovlivňující zážitek (Zdroj: vlastní zpracování).....	97
Tabulka 9 Návrh rozpočtu průvodce.....	108

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha P I: Scénář pro rozhovor se zástupci muzeí a galerií

Příloha P II: Záznamy rozhovorů se zástupci muzeí a galerií

Příloha P III: Scénář pro rozhovory a doprovázení výstavou

Příloha P IV: Záznamy rozhovorů a z doprovázení

Příloha P V: Analýza současného stavu aktivity pro nevidomé, neslyšící, osoby se skrytými handicap

Příloha P VI: Orientační audit bezbariérového přístupu

Příloha P VII: Visitor journey

Příloha P VIII: Visitor journey části

PŘÍLOHA P I: SCÉNÁŘ PRO ROZHOVOR SE ZÁSTUPCI MUZEÍ A GALERIÍ

<https://drive.google.com/drive/folders/1W7zHmP6Tnlie8FfJ6zMho4wmwj6zCahM?usp=s>
[haring](#)

PŘÍLOHA P II: ZÁZNAMY ROZHOVORŮ SE ZÁSTUPCI MUZEÍ A GALERIÍ

<https://drive.google.com/drive/folders/1bbB-heJzCUXfYXJlsUeTxWG8midgEp1Z?usp=sharing>

PŘÍLOHA P III: SCÉNÁŘ PRO ROZHOVORY A DOPROVÁZENÍ VÝSTAVOU

[https://drive.google.com/drive/folders/1mqzTmBxikACTYe64KCpbDG5-
J36ICUHz?usp=sharing](https://drive.google.com/drive/folders/1mqzTmBxikACTYe64KCpbDG5-J36ICUHz?usp=sharing)

PŘÍLOHA P IV: ZÁZNAMY ROZHOVORŮ A Z DOPROVÁZENÍ

<https://drive.google.com/drive/folders/1YUna4QdHPw7AcvYBu3TewWVZ2ojElPvS?usp=sharing>

PŘÍLOHA P V: ANALÝZA SOUČASNÉHO STAVU AKTIVITY PRO NEVIDOMÉ, NESLYŠÍCÍ, OSOBY SE SKRYTÝMI HANDICAPY

A. Přístupnost pro nevidomé a slabozraké

V posledních letech se zpřístupnění muzeí a galerií pro nevidomé a slabozraké návštěvníky stalo jedním z klíčových témat kulturních institucí. Přestože existuje řada metod a technologií umožňujících zrakově postiženým osobám lepší orientaci a vnímání expozic, ne všechny instituce disponují systematickou strategií pro tuto cílovou skupinu.

Mezi nejčastější přístupy ke zpřístupnění expozic pro osoby se zrakovým postižením patří haptické modely a 3D repliky uměleckých děl, které umožňují hmatové vnímání exponátů. Důležitou roli hrají také audioprůvodci a zvukové popisy poskytující detailní informace a orientační pokyny. Pro slabozraké návštěvníky jsou nezbytné kontrastní a velkoformátové popisky usnadňující čtení textů. Neméně významná je spolupráce s organizacemi pro nevidomé, která zajišťuje odborné konzultace a přizpůsobení inkluzivních opatření specifickým potřebám této cílové skupiny.

Haptické modely a 3D repliky uměleckých děl

Hmatové modely se ukazují jako jeden z neúčinnějších nástrojů zpřístupnění uměleckých děl nevidomým návštěvníkům. G8 vytvořila haptické modely ve spolupráci s univerzitou a aktivně je využívá při komentovaných prohlídkách pro nevidomé. Tyto modely se ukázaly jako atraktivní nejen pro cílovou skupinu, ale i pro širokou veřejnost, zejména během Muzejní noci.

Galerie G1 zařadila do své stálé expozice haptické přepisy uměleckých děl, avšak v průběhu jejich testování zjistila, že některé modely byly příliš těžké a obtížně manipulovatelné. Instituce proto nyní pracuje na jejich přepracování a zlepšení uživatelské přívětivosti. Obdobné postupy realizovala i Galerie G5, která ve spolupráci se Sjedenou organizací nevidomých a slabozrakých (SONS) testovala kvalitu a použitelnost haptických modelů. O úspěchu tohoto přístupu svědčí i zájem široké veřejnosti: „*Rodiny, i když neměly ve svém okolí nikoho slabozrakého nebo nevidomého, si chtěly vyzkoušet ten proces – poznat galerii bez zraku. Takže ten zájem tam byl evidentní.*“ (G5)

Audioprůvodci a zvukové popisy exponátů

Audioprůvodci představují další klíčový prvek zpřístupnění expozic nevidomým návštěvníkům. G1 implementovala audioprůvodce, avšak v praxi zjistila, že jejich jazyková náročnost komplikovala pochopení obsahu. V důsledku toho nyní pracuje na jejich revizi s cílem vytvořit přístupnější a srozumitelnější verzi.

G12 se zaměřuje na audiopopisy videoinstalací, což přináší benefity nejen zrakově postiženým návštěvníkům, ale i široké veřejnosti, která preferuje poslechovou formu informací. Rovněž G10 experimentuje s audio popisy vybraných exponátů a zahrnuje do své sbírky také knihy v Braillově písmu. „*Zjistili jsme, že některé audioprůvodce jsou příliš odborné. Potřebujeme je přepracovat do přístupnější a méně komplikované podoby,*“ dodává zástupce G1.

Kontrastní a velkoformátové popisky

Zajištění vhodného vizuálního formátu informačních textů je klíčové zejména pro slabozraké návštěvníky. G5 testovala různé varianty popisků a zjistila, že nejen osoby se zrakovým postižením, ale i senioři preferují písmo s vysokým kontrastem na matném pozadí. Na základě těchto zjištění galerie přizpůsobila formát popisů u vybraných expozic. Shodná opatření realizovala G3, která implementovala větší popisky v některých výstavních prostorách. Tento krok přispěl nejen k lepší orientaci slabozrakých návštěvníků, ale i k usnadnění čtení pro běžnou veřejnost.

G12 zdůraznila důležitost spolupráce s typografy a grafiky při návrhu informačních panelů: „*Některé výstavy mají vizuálně přetížené panely, což činí texty hůře čitelnými. Pracujeme na tom, aby byly texty srozumitelnější a vhodné i pro návštěvníky se zrakovým postižením.*“ (G12)

Spolupráce s organizacemi pro nevidomé

Úzká spolupráce s organizacemi zaměřenými na podporu zrakově postižených osob se ukazuje jako nezbytný faktor pro efektivní implementaci inkluzivních opatření. V tomto názoru se shodlo více institucí.

G5 ve spolupráci se SONS výrazně zlepšila design haptických modelů a zajistila jejich praktičtější využití. „Spolupráce s organizacemi, které se věnují nevidomým, byla pro nás velmi přínosná. Pomohli nám pochopit, jak nejlépe vytvořit haptické modely, aby skutečně odpovídaly potřebám této skupiny.“

Zatímco G13 navázala spolupráci s Tyflocentrem, které testuje přístupnost expozic a plánuje rozšíření hmatových prvků.

B. Přístupnost pro neslyšící a nedoslýchavé návštěvníky

Přístupnost muzeí a galerií pro osoby se sluchovým postižením není v České republice systematicky řešena v takové míře jako opatření pro nevidomé či osoby s pohybovým omezením. Ačkoliv některé instituce vyvíjejí specializované programy pro neslyšící návštěvníky, často se jedná o jednorázové aktivity, které nejsou trvale zakotveny v institucionálních strategiích.

Mezi nejčastější zmíněné aktivity zpřístupňující expozice pro neslyšící a nedoslýchavé návštěvníky patří komentované prohlídky s tlumočením do českého znakového jazyka (ČZJ), které umožňují lepší porozumění prezentovanému obsahu. Dále se využívá titulkování audiovizuálních materiálů, jež zpřístupňuje filmy a nahrávky osobám se sluchovým postižením. Inovativní přístup představují vibrační instalace a multisenzorické prvky, které umožňují vnímání zvuku prostřednictvím hmatových vjemů, čímž rozšiřují možnosti interakce s kulturním obsahem.

Znakový jazyk a tlumočené prohlídky

Jedním z nejdůležitějších prvků zpřístupnění expozic neslyšícím návštěvníkům jsou komentované prohlídky tlumočené do českého znakového jazyka. Většina institucí však tyto prohlídky organizuje pouze v rámci jednorázových akcí (např. festivalů či speciálních edukačních programů), nikoliv jako pravidelnou součást nabídky.

G9 dříve nabízela komentované prohlídky ve znakovém jazyce, avšak tento projekt byl během pandemie přerušen a dosud nebyl obnoven. G13 plánuje rozšíření edukačních aktivit a pracuje na tvorbě programů pro neslyšící děti. Do těchto aktivit chce zapojit také neslyšící umělce a lektory, což by mohlo přispět k větší

atraktivitě těchto programů. G2 nabízí tlumočené prohlídky při vybraných výstavách, avšak tato služba není standardizována.

Z rozhovorů je patrné, že ačkoliv jsou tlumočené prohlídky vítaným krokem k inkluzi, jejich nepravidelnost a omezená dostupnost snižují jejich efektivitu. *„Zkoušeli jsme tlumočené prohlídky, ale problém je, že musíme najít termíny, kdy o ně bude skutečný zájem. Neslyšící návštěvníci si často přijdou individuálně, takže není jednoduché tyto služby koordinovat.“* (G2)

„Chceme vytvořit více programů speciálně pro neslyšící děti, a proto hledáme možnosti, jak je aktivně zapojit. Myslíme si, že pokud budou součástí programu i neslyšící lektori nebo umělci, může to zvýšit atraktivitu těchto aktivit“ doplnil zástupce G13.

Titulkování videí a audiovizuálních prvků

Zpřístupnění audiovizuálního obsahu prostřednictvím titulkování patří mezi nejjednodušší a nejefektivnější opatření pro neslyšící návštěvníky. Přesto není ve všech institucích systematicky implementováno.

G12 se aktivně věnuje zpřístupňování audiovizuálního obsahu a důsledně opatřuje své videoinstalace titulky. *„Víme, že bez toho by část návštěvníků byla úplně odříznutá od obsahu výstav“* dodává zástupce G12.

G13 provozuje webovou platformu „Národní muzeum bez bariér“, kde jsou dostupné online výstavy včetně titulovaných videí. Tato iniciativa umožňuje neslyšícím návštěvníkům lépe se připravit na návštěvu expozice. G10 se pokouší o pokročilejší metody. Na jedné odborné konferenci testovala nové technologie, jako je automatického generování titulků. Tyto technologie by v budoucnu mohly zpřístupnit audiovizuální obsah nejen pro neslyšící, ale i pro cizojazyčné návštěvníky.

Vibrační instalace a multisenzorické prvky

Některé galerie začínají experimentovat s multisenzorickými prvky, které umožňují neslyšícím návštěvníkům vnímat zvuk prostřednictvím jiných smyslů, zejména hmatem.

G12 realizovala výstavu, kde hlavními autory byli neslyšící umělci. Součástí expozice byly vibrační objekty, které umožnily návštěvníkům vnímat zvuky skrze dotek. *„Pracujeme s konceptem multisenzorických výstav, kde návštěvníci mohou nejen slyšet, ale i cítit zvuk. Vibrační instalace umožňují vnímat zvuky skrze hmat, což ocení nejen neslyšící, ale i širší publikum.“*

G3 uvažuje o implementaci podobných prvků v budoucích výstavách, v současnosti se však tento projekt nachází ve fázi testování. *„Zvažujeme, jak v budoucnosti zapojit více haptických a vibračních prvků, aby si zvukovou složku výstav mohli užít i návštěvníci s poruchami sluchu.“*

Shrnutí

Výzkum ukazuje, že přístupnost muzeí a galerií pro neslyšící a nedoslýchavé návštěvníky není systematicky řešena. Zatímco některé instituce nabízejí jednorázové tlumočené prohlídky, dlouhodobé strategie jako pravidelné titulkování audiovizuálních děl zůstávají omezené.

Z analýzy vyplývá že, implementace opatření jako je zavedení pravidelných tlumočených prohlídek ve znakovém jazyce, zvýšení počtu titulovaných audiovizuálních děl nebo rozšíření multisenzorických prvků

pro vnímání umění jinými smysly, by mohla přispět k větší přístupnosti muzeí a galerií nejen pro neslyšící návštěvníky, ale i pro širší publikum preferující vizuální nebo interaktivní způsoby vnímání obsahu.

C. Přístupnost pro osoby se skrytými handicapy

Osoby se skrytými handicapy představují významnou, avšak často přehlíženou skupinu návštěvníků kulturních institucí. Zatímco pro osoby se zrakovým či tělesným postižením existují relativně jasně definovaná opatření, potřeby jedinců s neurodiverzitou či jinými skrytými zdravotními omezeními zůstávají v galerijním prostředí často opomíjeny.

Tato skupina zahrnuje především osoby s autismem, které jsou citlivé na zvukové a světelné podněty a potřebují jasnou strukturu a předvídatelnost. Dále sem patří jedinci s úzkostnými poruchami, pro které mohou být přeplněné a hlučné prostory stresující, a proto ocení klidové zóny. Osoby s epilepsií čelí riziku zdravotních komplikací v důsledku blikajících světel či intenzivních vizuálních efektů. Návštěvníci s ADHD a poruchami učení pak mohou mít obtíže s udržením pozornosti u dlouhých textů a s orientací v prostoru.

Z výzkumu vyplývá, že některé galerie již začaly upravovat své expozice a doprovodné programy s ohledem na potřeby této skupiny. Přístupy se však liší a většina iniciativ je stále v experimentální fázi.

Přizpůsobené programy pro osoby s autismem a ADHD

Některé instituce se věnují přípravě edukačních programů pro děti i dospělé s poruchami autistického spektra (PAS) a ADHD. Přístupy se liší – zatímco některé galerie nabízejí speciálně upravené komentované prohlídky, jiné spolupracují se školními skupinami a vytvářejí individualizované edukační materiály.

G8 pořádá speciální dopolední programy pro děti s autismem v rámci letních příměstských táborů. Tento formát se osvědčil zejména díky jasné struktuře programu, omezenému počtu podnětů a menším skupinám účastníků. G5 přizpůsobuje doprovodné programy pro školní skupiny s ADHD. Ve spolupráci s pedagogy připravuje vizuální kartičky a harmonogramy aktivit, které žákům poskytují jasnou představu o průběhu programu. „*Pedagogové nám dávají vědět dopředu, jaké mají děti potřeby, a my jim připravíme vizuální kartičky a harmonogramy aktivit, aby měli jistotu, co je čeká.*“ (G5)

G4 spolupracuje s lokální neziskovou organizací na přípravě edukačních programů pro děti s dyslexií a poruchami učení. Program zahrnuje především výtvarné dílny a interaktivní workshopy. Většina těchto aktivit je zaměřena primárně na děti, přičemž stále chybí inkluzivní programy pro dospělé neurodivergentní návštěvníky.

Klidové zóny a relaxační prostory

Návštěva muzea či galerie může být pro osoby s úzkostnými poruchami, autismem nebo jinými neurodiverzními projevy stresující. Problémy způsobují zejména hluk, světelné podněty a vysoká míra interakcí s okolním prostředím. Klidové zóny, kde si návštěvníci mohou odpočinout, se proto ukazují jako účinné opatření ke zvýšení přístupnosti.

G1 vytvořila terapeutickou místnost, která umožňuje návštěvníkům zklidnit se před vstupem do expozic. Tento koncept vychází ze zahraničních modelů „zklidňujících prostor“ pro osoby se specifickými potřebami. G6 umožňuje individuální prohlídky v méně rušných časech a plánuje zavedení relaxační zóny určené pro osoby s úzkostnými poruchami.

Předvídatelná struktura a jasné značení v expozicích

Osoby s autismem, ADHD nebo poruchami smyslového zpracování často potřebují jasně strukturované prostředí, které jim usnadní orientaci. Galerie, které implementovaly prvky vizuální navigace a jednoduchých pokynů, zaznamenaly pozitivní zpětnou vazbu.

G5 poskytuje vizuální mapky a harmonogramy aktivit pro děti s autismem, vytvořené na základě konzultací s pedagogy. G6 testovala značení klidových a rušnějších zón, což pomáhá návštěvníkům s úzkostnými poruchami najít prostředí, které jim nejlépe vyhovuje.

Shrnutí:

Z analýzy vyplývá, že přístupnost pro osoby se skrytými handicapy je v českých muzeích a galeriích stále v počáteční fázi. Zatímco některé instituce se zaměřují na inkluzivní programy pro děti s autismem a ADHD, stále chybí širší strategie pro dospělé neurodivergentní návštěvníky.

Pozitivním trendem je zavádění klidových zón, které umožňují osobám s úzkostnými poruchami či autismem zvládnout návštěvu muzea v méně stresujícím prostředí. Větší důraz by měl být kladen také na předvídatelnou strukturu expozic a vizuální navigaci, což se již osvědčilo v zahraničních institucích.

Z analýzy vyplývá že, implementace opatření jako je rozšíření inkluzivních programů i na dospělé neurodivergentní návštěvníky, vytvoření standardizovaných relaxačních prostorů v rámci expozic a zlepšení navigačního systému s ohledem na potřeby osob s ADHD a úzkostnými poruchami, by mohla vést k výraznému zlepšení přístupnosti muzeí a galerií a umožnila by skutečně inkluzivní a přívětivé prostředí pro všechny návštěvníky.

PŘÍLOHA P VI: ORIENTAČNÍ AUDIT BEZBARIÉROVÉHO PŘÍSTUPU

Přehled legislativních nedostatků uvedený v dokumentu Orientační audit bezbariérového přístupu

Plus mínus Zlín – FMK UTB

Orientační audit bezbariérového přístupu

Hlavní zjištěné nedostatky vzhledem k platné legislativě (zákon č. 283/2021 Sb. Stavební zákon, vyhl. č. 146/2024 Sb., o požadavcích na výstavbu, ČSN 73 4001 Přístupnost a bezbariérové užívání) - pro kompletní soupis nedostatků je potřeba provést zevrubný audit přístupnosti

- Přístup k objektu galerie od vyhrazených parkovacích stání, na mnoha místech chybí snížení obrubníku dle požadavků legislativy. Chybějící nebo špatně provedená hmatová navigace pro osoby se zrakovým postižením.
- Vstupní dveře s nedostatečným vizuálním značením prosklení. Síla nutná k otevření dveří pravděpodobně překračuje maximální povolenou hodnotu. Překročení maximální síly k otevření dveří je i u vnitřních dveří (např. dveře od bezbariérové toalety).
- Výtahová kabina má chybné umístění Braillových znaků do tlačítek.
- Tabule orientačního systému mají nízký vizuální kontrast a jsou nečitelné. Obdobný problém (nízká až nulová čitelnost, popisky nejde najít) je i u lepených popisků na prosklení vitrín. Základní informace pro orientaci veřejnosti, musí být vnímatelné více smysly (hmatové, případně zvukové alternativy vizuálního značení).
- Schodiště má nedostatečné nebo zcela chybějící značení stupnice prvního a posledního stupně. Chybí oboustranné madlo s přesahem.
- Uvnitř expozice jsou prosklené stěny s nedostatečným vizuálním značením a hrozí zranění při nárazu.
- Není zajištěna ochrana před vstupem pod schodiště vybíhající do prostoru a hrozí zranění.
- Orientační plány jsou nevhodně provedené, chybí nebo je nedostatečné označení důležitých bodů (WC, východy a úniky atp.).
- Bezbariérová toaleta má chybně či nevhodně rozmístěné zařizovací předměty.

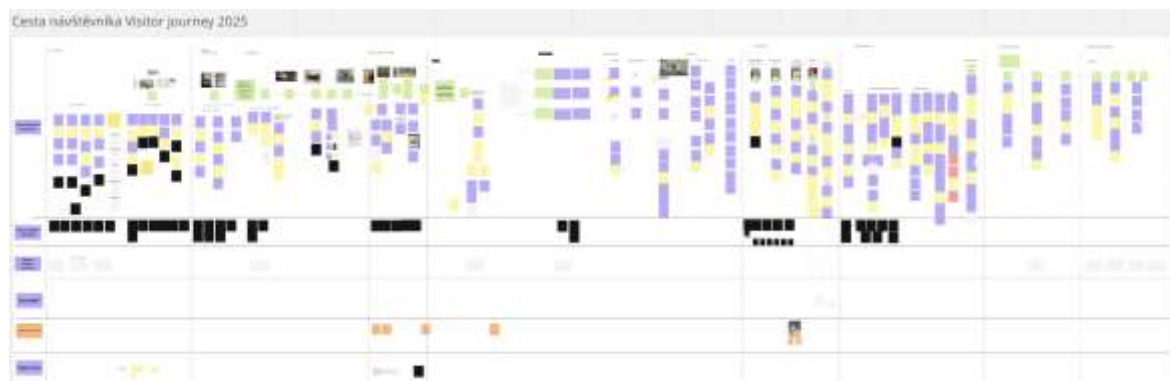
Středisko pro pomoc studentům se specifickými nároky
Masarykova univerzita
Adresa: Komenského nám. 2, 602 00 Brno
URL: www.teiresias.muni.cz

PŘÍLOHA P VII: VISITOR JOURNEY

Následující visitor journey vizualizuje kroky návštěvníka od prvního kontaktu s galerií až po vrácení se do běžného života.

Odkaz na celou visitor journey zde: [Návštěvnická cesta - Visitor journey 2025](#)

https://miro.com/app/board/uXjVLCXoPdQ=



PŘÍLOHA P VIII: VISITOR JOURNEY ČÁSTI



Obrázek 36: Ukázka 1. části návštěvnické cesty (zdroj: vlastní zpracování)

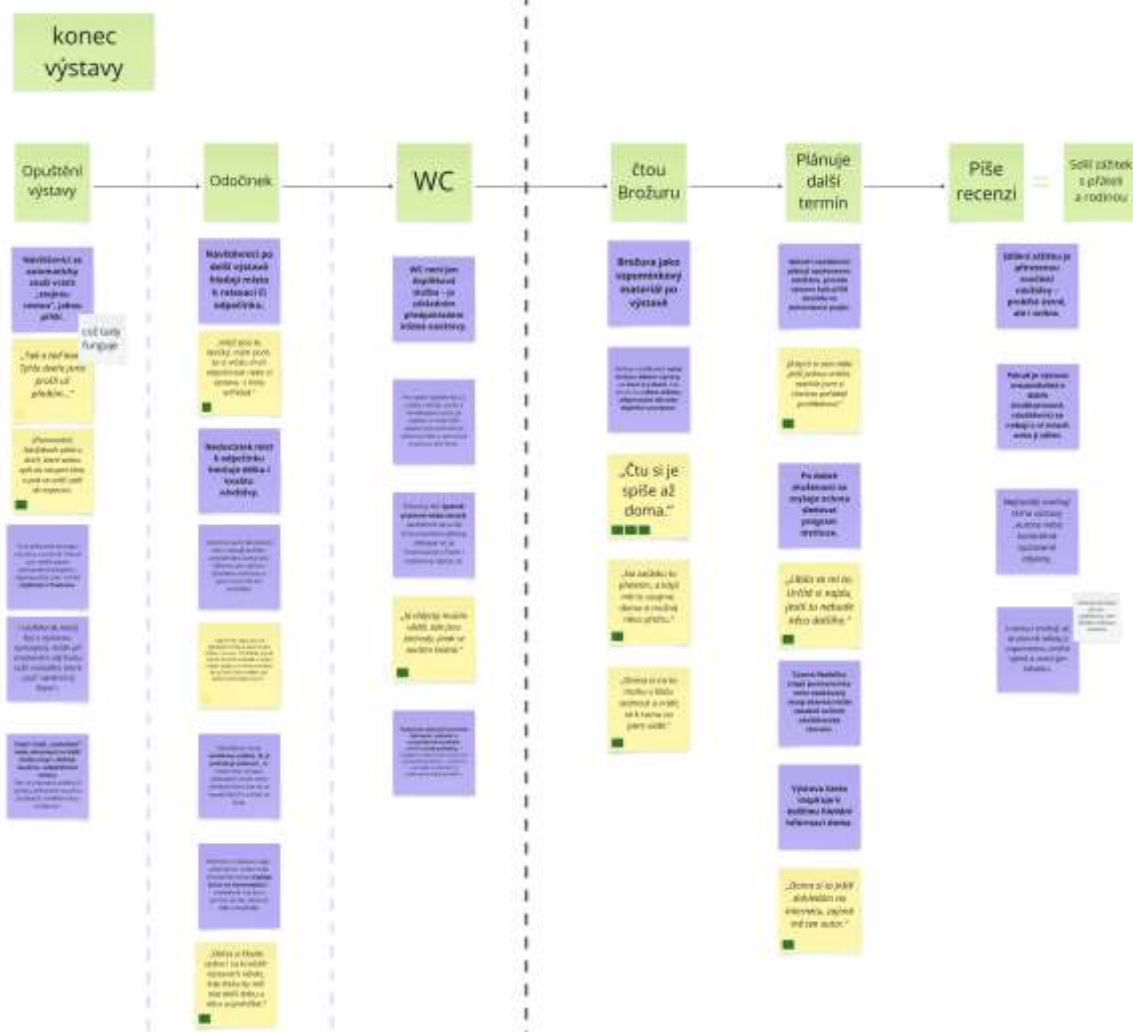
Jak a co hledají?



Obrázek 37: Ukázka 2. části návštěvnické cesty (zdroj: vlastní zpracování)

Po výstavní část - co dál?

Po výstavní část - return to life



Obrázek 38: Ukázka 9. a 10. části návštěvnické cesty (zdroj: vlastní zpracování)