**MUZEA DESIGNU A VZDĚLÁVÁNÍ 4.0**

***Vzdělávání 4.0 souvisí se současnou technologickou etapou vývoje společnosti, která je formována digitalizací, robotizací a síťovým propojením. Je pro něj charakteristické, že se částečně přesouvá ze škol do jiných institucí a prostředí, k nimž na jedné straně patří technologie spojené s internetem, na druhé muzea a science-parky umožňující kontakt s realitou prostřednictvím všech smyslů. Takový kontakt nejen umožňuje lepší pochopení problematiky, ale současně vyrovnává negativní působení digitálních médií vedoucí k různým typům poškození zdraví včetně digitální demence. Podívejme se v tomto směru na vzdělávací přínos muzeí designu.***

Muzejní praxe potvrzuje efektivnost společné prezentace obou rovin umění – volného i užitého – a také se ukazuje, že mimo velká města lze u veřejnosti očekávat spíše vnímání estetiky a pochopení praktických funkcí designu, než náročně kódované filosofie volné tvorby. Že tedy design je tím, co návštěvníka do muzea umění prvotně přivádí.

Jak vypadá dnešní česká situace se sbíráním a prezentací designu? Ve vrcholných národních institucích je akvizice jasně rozdělena a Národní galerie již delší dobu formou zápůjček užitou tvorbu ve smíšených expozicích ráda prezentuje. Moravský vývoj přál spojitosti umění, což vidíme nejen u Moravské galerie, ale také v Olomouci a ve Zlíně i Ostravě. Český vývoj směřoval k oddělení užité tvorby, proto se např. v Liberci nebo v Plzni designem zabývají krajská vlastivědná muzea. Pak zde máme úzce specializovaná muzea např. skla v Jablonci, keramiky v Bechyni nebo třeba knižní kultury ad. Nemůžeme vynechat sbírky designu a architektury Národního technického muzea, které jsou zaměřeny více na estetiku, než by se u takové instituce čekalo. Z českých ústavů ještě připomeňme WHITEBOX v Kutné Hoře, nové retromuzeum iniciované galerií v Chebu a Muzeum umění a designu v Benešově u Prahy. Výrazné sbírky designu mají také mnozí soukromníci, jde zejména o motorky, auta a železniční vozidla a pak také podniková muzea zaměřená na jednotlivé značky (Ton, Tatra atd.) nebo oblasti dopravy. Ale zajímavý design 20. století se nachází také ve většině vlastivědných muzeí.

Poslední jmenovaná stojí často neprávem stranou pozornosti. Akviziční koncepce vlastivědných muzeí je postavena na komplexní hmotné dokumentaci mnoha činností člověka, v níž vedle esteticky špičkového designu hraje přirozenou roli i produkt designérsky průměrný, kýč, nebo čistě technický výrobek bez stylového řešení. Toto spektrum je nezbytné jak pro kvalitní odbornou analýzu sbírkových předmětů, tak pro skutečně funkční vzdělávací programy. Učit o hodnotách estetických kvalit jen pomocí kladných ukázek prostě nelze a seznamovat veřejnost pouze s estetickou hodnotou užité tvorby je dnes zcela vývojově překonané, mechanistické. Pokud při hodnocení nebo ve vzdělávacím procesu dominuje estetická problematika, vede to převážně k jejímu přeceňování jak ze strany muzejníků, tak ze strany návštěvníků, mj. i proto, že kunsthistorická kvalifikace nedává dostatek předpokladů pro analýzy dalších funkcí užité tvorby a týmová mezioborová spolupráce v této oblasti není zatím běžná.

Svébytné postavení mají technická muzea, která dostatečně odborně sledují praktické funkce sbíraných produktů designu a mnohdy si dokážou zajistit kvalifikaci i pro estetickou analýzu. Ani zde však nebývá práce s užitou tvorbou dostatečně komplexní, velmi často chybí odbornost sociologická a ergonomická. To platí i pro dnes populární science-parky. V každém případě je přínosné, jak se přístupy jednotlivých muzeí navzájem doplňují, byť potenciál této struktury není dostatečně využit ve vzájemné spolupráci. Vždyť co může být v dnešní době přínosnější, než spolupráce muzea umění, techniky a přírody.

Taková forma myšlení jistě musí zajímat každého, kdo se zabývá dnes vzděláváním. Muzea umění se mohou při práci s užitou tvorbou ubírat buď všeobecně rozšířenou cestou, kdy se metody práce s designem téměř shodují s metodami práce s volným uměním. Jinou možností je navázat na přístup z doby zakládání uměleckoprůmyslových muzeí, kdy sbírky byly více vzorkovnami soudobé produkce než elitními kolekcemi a jejich užití bylo intenzivně provázáno se školami i výrobou. Nebo je možné se vydat ještě progresívnější cestou, jako Muzeum umění a designu v Benešově, kde se výzkum a akvizice podrobily celostnímu konceptu tzv. inteligentního designu. Nejde o digitální produkty, ale o vývojově novější užití slovního spojení, které charakterizuje design projektovaný s užitím všech devíti základních typů lidské inteligence.

Jaké bylo poslání uměleckoprůmyslových muzeí v době jejich vzniku? Přesto, že si tato muzea kladla za cíl kultivovat estetické vnímání publika, primární účel jejich sbírek byl praktický a servisní: součástí výuky tehdejších návrhářů mělo být studium konkrétních vizuálních, řemeslných, technických a funkčních řešení. Od původního pojetí práce odvedl muzea modernismus, kdy funkcionalistická teorie designu zavrhla potřebu příkladných artefaktů při výuce. Modernismus také při prezentaci volné tvorby směřoval k výstavnímu prostoru formy sterilní bílé krychle, což nezůstalo bez vlivu na prezentaci designu, který se stal víceméně jen vizuálně esteticky vnímaným artefaktem. Při modernistické metodě výuky bylo bezprostřední studium konkrétních produktů z velké míry nahrazeno prohlížením jejich fotografií v časopisech a knihách (dnes promítání dataprojektory), což vedlo k **drasticky redukované podobě smyslové zkušenosti**. Taktilní vjem, reálné vnímání měřítka a hlavně test fungování včetně manipulace chyběly. Toto konstatování vztahující se k počátku 20. století dnes nabývá novou aktuálnost silným rozvojem negativních vlivů, které přináší digitalizace našeho prostředí.

Převažující práce s audiovizuálně zprostředkovanou realitou člověka nebezpečně odvádí do virtuálního prostředí a bere mu schopnost reálně reagovat a hodnotit kvality světa. Přerušení přímého přirozeného kontaktu s produkty a prostředím prostřednictvím všech smyslů vede také k předčasné degeneraci kognitivního systému člověka, která se již v technologicky nejrozvinutějších částech světa začíná projevovat tzv. digitální demencí. Nejen slavný neurovědec Manfred Spitzer, ale i mnozí naši odborníci varují před přílišným nahrazováním plnohodnotné přirozené komunikace komunikací digitální.

Od doby, kdy uměleckoprůmyslové školy a muzea fungovaly jako pedagogická společenství, uplynulo zhruba jedno století. Kritický postoj k modernismu dodává nyní novou aktuálnost tradiční pedagogice a tím i aktuálnost původní roli muzeí jako sbírek příkladných artefaktů a vzdělávacích kabinetů či laboratoří škol. Není třeba se však vracet o sto let nazpět, ale spíše dále rozvinout tehdejších metody. V akviziční činnosti to znamená získat dostatečně komplexní soubory produktů názorně různorodých kvalit. Jestliže totiž přestane být estetický faktor dominantním pro hodnocení, budeme vybírat produkty vynikající podle různých dalších faktorů. Sbírat pouze produkty po všech stránkách vynikající není ze vzdělávacího hlediska funkční a také ani reálné. Takové produkty existují ve velmi omezeném množství. A také dosavadní jednostranná praxe přiváděla do sbírek množství designu špičkové estetiky, ale nízké efektivity, ergonomie či ekologie.

Druhá výzva k rozvinutí metod leží v samotné didaktice. Ať již půjde o běžné návštěvníky, studenty škol designu nebo projektanty z výrobní sféry, čeká muzejní pedagogy mnohem smysluplnější animace, než u volné tvorby. Ta je totiž určena k tichému vizuálnímu vnímání, při němž slovní komentáře snižují soustředěnost. Po všech stránkách oživit produkt designu je naopak velmi přirozené a v podstatě nezbytné. Malba na stěně je živá i bez animace, konvice na čaj nikoliv. Je pravda, že si to u sbírkových předmětů vyžádá některá zvláštní opatření, někdy i pořizování duplikátů, ale s tím je možné si různými způsoby poradit. Nepovrchní animace designu však musí jít dál, než jen k běžnému předvádění. Je třeba pro hodnocení a srovnávání jednotlivé vlastnosti produktů objektivně testovat. K tomu mohou sloužit muzejní výukové laboratoře pojímající také stránku ergonomie.

V benešovském Muzeu umění a designu slouží takové laboratoře dvě. Laboratoř vizuální komunikace grafickému designu a laboratoř ergonomie produktovému designu. Navštěvují je i studenti místních a pražských škol. Mají tu svá laboratorní cvičení. Obě laboratoře se vedle běžných témat intenzivně soustřeďují na problematiku působení digitálních technologií na jejich uživatele, aby podporovaly takové užívání, které je pro tělo a zejména jeho kognitivní systém méně škodlivé, případně poukazovaly na výhody alternativ digitálních technologií. Odborně je činnost laboratoře vizuální komunikace podpořena Mezinárodním institutem informačního designu, který má v muzeu svou českou pobočku, a laboratoř ergonomie českou vědeckou společností pro ergonomii. Práci slouží také vhodně budovaný knižní a audiovizuální fond muzejní knihovny.

Anna Fassatiová