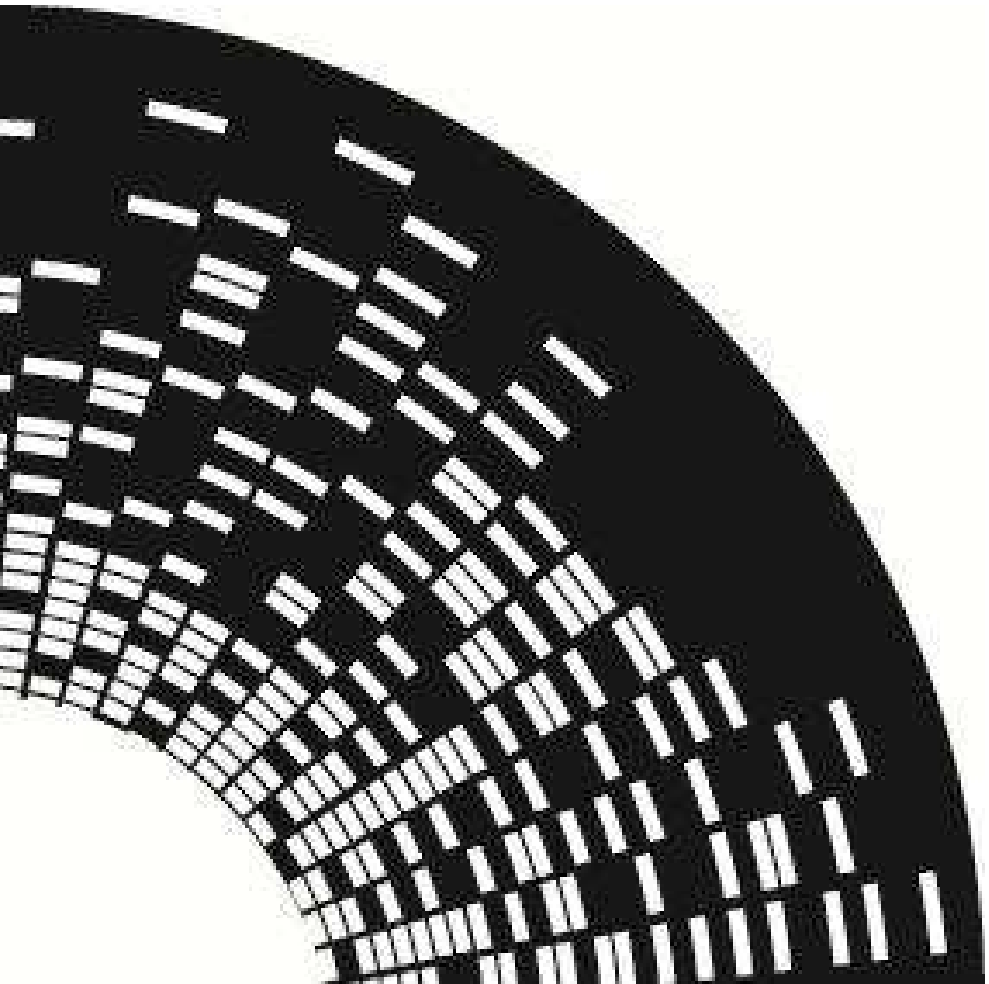
ACCREDITED MUSEUM

Průvodce procesem akreditace

Část třetí:

Uživatelé a jejich zkušenosti



Únor 2013

Obsah

Úvod ….....……..…….2

Požadavek 3.1: Kvalitní služby a rozvoj ..…….…….4

Co je pro muzeum nezbytné:

3.1.1: uvědomit si, kdo jsou jeho uživatelé a neuživatelé …….....4

3.1.2: vyhodnotit a analyzovat relevantní informace za účelem posouzení potřeb uživatelů ……7

3.1.3: navrhnout strategie k rozšíření skladby svých uživatelů ……..…….…….9

3.1.4: dodržovat jistou úroveň péče o zákazníky, jejíž součástí jsou v praxi využívaná opatření zajišťující, že ke všem uživatelům muzea je přistupováno s respektem a zájmem ……..10

3.1.5: brát v úvahu potřeby uživatelů a při tom se řídit vlastní schválenou strategií zahrnující povinnost poskytnout každému přístup k vlastním sbírkám i souvisejícím informacím…..……..12

3.1.6: v relevantních situacích reagovat na fenomén turistiky a na lokální priority …...…….…….15

Požadavek 3.2: Zkušenosti zaměřené na uživatele ……..…17

Co je pro muzeum nezbytné:

3.2.1: mít přiměřená a přístupná zařízení odpovídající potřebám předpokládaného počtu návštěvníků a jejich skladbě nebo poskytnout informace o takovém zařízení v jejich blízkosti ……18

3.2.2: mít interiér i exteriér svých budov opatřen jasně srozumitelným informačním systémem a instrukcemi ……21

3.2.3: efektivně komunikovat se svými stávajícími i potenciálními uživateli prostřednictvím nejrůznějších dostupných marketingových a propagačních aktivit ……..……..22

Požadavek 3.3: Efektivní a zajímavé zkušenosti z poznávání ……..……..……...24

Co je pro muzeum nezbytné:

3.3.1: vystavovat vlastní sbírky s využitím rozmanitých interpretačních metod ……24

3.3.2: poskytnout přístup ke svým sbírkám a souvisejícím informacím pro účely výzkumu a bádání a další druhy zájmu o jím vlastněná díla ……...……..……26

3.3.3: poskytnout efektivní a podnětné zkušenosti z poznávání a objevování jím vlastněných sbírek ….29

Úvod

Tento dokument je součástí souboru materiálů určených pro muzea, která se připravují podat žádost o akreditaci či zaslat vyplněný akreditační formulář. Jeho cílem je vysvětlit, jak budou žádosti o akreditaci či formuláře posuzovány a hodnoceny tak, aby muzea co nejlépe vyhověla stanoveným požadavkům.

2013

Tato verze „Průvodce procesem akreditace – Část první“ z února 2013 nahrazuje předchozí vydání zveřejněné v prosinci 2011. Dokumenty Průvodce slouží jako doplňkový materiál k Akreditačním kritériím (2011) a poskytují rámcové rady pro vyplňování a zpětné zaslání akreditačního formuláře. V zájmu zachování aktuálnosti a relevantnosti bude materiál každoročně revidován. S jakýmikoli dotazy či připomínkami k uvedeným postupům se, prosím obracejte na e-mailovou adresu accreditation@artscouncil.org.uk. Nový Průvodce s dalšími eventuálními revizemi bude k dispozici v průběhu února 2014. Veškeré podstatné změny oproc předchozímu vydání jsou v textu vždy patřičně zvýrazněny (v rámečcích). Drobné úpravy, například opravy pravopisu a aktualizace webových adres, vyznačeny nejsou.

Hlavním cílem předkládaného materiálu je pomoci muzeím ke splnění požadavků uvedených v třetí části Průvodce procesem akreditace – Uživatelé a jejich zkušenosti, který by si žadatelé měli prostudovat zároveň s Akreditačními kritérii, tj. úvodním materiálem Průvodce, a s dokumenty k dalším dvěma částem Kritérií – Prosperita organizace a Umělecké sbírky. Tyto dokumenty jsou k dispozici ke stažení na webových stránkách www.artscouncil.org.uk/what-we-do/supporting-museums/accreditation-scheme/.

Jednou ze tří podmínek získání akreditace, stanovených Akreditačními kritérii, jsou uživatelé a jejich zkušenosti. Tento požadavek předpokládá splnění tří kritérií uvedených níže v Průvodci. Spolu s nimi Průvodce uvádí:

1. **Obecná vodítka související s tímto požadavkem, která se týkají všech muzeí.**
2. **Odstupňovanou škálu vodítek souvisejících s tímto požadavkem, která se týkají muzeí se specifickým zaměřením (v relevantních případech):** Vyčerpávající vysvětlení jednotlivých stupňů škály najdete v hlavním úvodu k tomuto oddílu (viz Odstupňovaná škála vodítek, strana 13). Jednotlivé stupně se nevztahují na každý požadavek a slouží výhradně jako pomocný ukazatel.
3. **Dokumentace a informace potřebné pro tento požadavek a kde lze tyto informace nalézt.**
4. **Otázky kladené v rámci tohoto požadavku, které budou zvažovány jako součást hodnocení:** Tyto otázky nebudou obsaženy ve formuláři vaší žádosti a nejedná se o dodatečné požadavky. Váš hodnotitel je nicméně může klást při zvažování informací uvedených ve vaší žádosti či zaslaném akreditačním formuláři. Každou z nich je třeba zodpovědět jasně a adekvátně vaší organizaci a každá odpověď by měla být pro hodnotitele srozumitelná.

Na relevantních místech byly do Akreditačních kritérií zahrnuty otázky z materiálu Systém zvyšování kvality organizace Museum Galleries Scotland (MGS) – nástroj určený pro akreditovaná muzea a galerie pro jejich vlastní hodnocení.[1]

[1] www.museumsgalleriesscotland.org.uk/the-programmes/quality-improvement-system/

Požadavek 3.1

Kvalitní služby a rozvoj

„Muzeum musí svým stávajícím i potenciálním uživatelům nabízet a rozvíjet pro ně kvalitní, podnětné služby, a to v zájmu co nejlepšího využití vlastních sbírek a zdrojů a geografické oblasti, v níž se nachází.“

3.1.1

Muzeum si musí uvědomit, kdo jsou jeho uživatelé a neuživatelé

Obecná vodítka související s tímto požadavkem, která se týkají všech muzeí

2013

a) Muzeum musí jasně deklarovat, že dobře zná skladbu svých stávajících uživatelů i veškerých zainteresovaných stran (tzv. stakeholders; viz pozn. překl. na konci dokumentu), poučených souborem informací o uživatelích. Prostřednictvím svého plánu rozvoje by mělo doložit, že svým uživatelům i neuživatelům rozumí (viz Požadavek 1.4).

b) Muzeum musí v praxi využívat metody sloužící k identifikaci neuživatelů a překážek, které jim brání podílet se na jeho činnosti.

c) Muzeum musí v praxi využívat metody určené ke konzultacím se svými uživateli, zaměřené na poskytované služby a potřeby uživatelů.

d) Konzultace muzea s jeho uživateli i neuživateli mohou probíhat nejrůznějším způsobem − například formou skupinových diskusí (tzv. focus groups), muzejních panelů, otevřeného dialogu v rámci komunitních diskusí, návštěvních knih, připomínkových formulářů (tzv. comment cards), sociálních sítí a dotazníků.

2013

e) Konzultace s uživateli i neuživateli muzea mohou probíhat na nejrůznějších místech (tedy ne výhradně v muzeu samotném) a mohou zahrnovat účast v komunitních diskusích, rozhovory s místními obyvateli přímo na ulici, kontakt s místními charitativními organizacemi či místními školami, partnerskou spolupráci s dalšími kulturními organizacemi zaměřenou na výzkum a podobně.

f) V případě konzultací by si představitelé muzea měli být vědomi, že jeho uživatelé a zainteresované strany spolu s jeho návštěvníky představují širokou škálu lidí – například členy místní komunity, řadové zaměstnance muzea, majetkové správce muzea či členy jeho správní rady, podporovatele, místní charitativní organizace a zájmové skupiny, vzdělávací instituce, místní firmy, představitele dalších místních turistických a jiných atrakcí, sponzory či kohokoli, na nějž činnost muzea má nebo bude mít ať přímý či nepřímý dopad.

Odstupňovaná škála vodítek souvisejících s tímto požadavkem, která se týkají muzeí se specifickým zaměřením

Nezávislá muzea – typ 1 a 2

Muzeum by mělo prostřednictvím svého plánu rozvoje doložit, že dobře zná své uživatele i neuživatele (viz Požadavek 1.4). Požadavek konzultovat obě skupiny nemusí nutně předpokládat průzkum náročný na zdroje nebo finanční prostředky. Všude tam, kde jsou muzea menšího rozsahu nedílnou součástí místní komunity nebo skupiny expertů, je ke splnění daného požadavku zcela přijatelné předložit názory získané od místních a/nebo odborných zainteresovaných stran za účelem posouzení muzejní činnosti, vztahů s partnerskými subjekty a podobně. Řada muzeí se touto činností již zabývá nebo v nejbližší době hodlá zabývat. Muzea by měla formalizovat setkání s partnery tím, že si zástupci všech stran budou dělat poznámky, precizovat postoje a postupy a zaznamenávat názory využitelné pro rozvíjení dalších kroků v rozvojovém plánování. Každé muzeum by mělo uvést, jaké metody pro sběr dat využívá – například každoroční monitoring struktury či počtu návštěvníků, návštěvní knihy, připomínkové formuláře a přímou zpětnou vazbu, díky níž získává názory návštěvníků muzea na jeho zaměstnance.

Nezávislá muzea – typ 3

Nezávislá muzea většího rozsahu by měla zvážit možnost formálních konzultací, například prostřednictvím skupinových diskusí s nejrůznějšími segmenty svých uživatelů i neuživatelů. Metody sběru dat by se měly napříč celým muzeem řídit jednotným standardem, měly by jasně identifikovat specifické a relevantní kategorie dat a zaměřovat se na veškeré oblasti muzejní činnosti. V zájmu sledování příslušného vývoje by muzeum mělo stanovit jasná kritéria.

Muzea místních úřadů

Znalost nejdůležitějšího segmentu návštěvníků a stávajících uživatelů tohoto typu muzea musí být součástí plánu rozvoje muzea a jeho obecnějších strategických plánů (například z hlediska výuky, rozvoje a zapojení návštěvníků, sbírek, programového rozvoje a podobně). Konzultační procesy by se měly řídit základní muzejní praxí, spočívající v návštěvních knihách, připomínkových formulářích, dotazech ohledně spokojenosti návštěvníků odcházejících z muzea (tzv. exit surveys), ale zároveň by měly být přiměřeně propojeny s konzultacemi s řídícími orgány a s požadavky ohledně zapojení veřejnosti.

Metody sběru dat by se měly napříč celým muzeem a jakýmikoli eventuálními souvisejícími místy řídit jednotným standardem, měly by jasně identifikovat specifické a relevantní kategorie dat a zaměřovat se na veškeré oblasti muzejní činnosti. Tam, kde je to možné, by mělo muzeum využívat obecnější data shromažďovaná místními úřady, například seznamy poštovních směrovacích čísel. V zájmu sledování příslušného vývoje by muzeum mělo stanovit jasná kritéria.

Univerzitní muzea

Znalost nejdůležitějšího segmentu návštěvníků a stávajících uživatelů tohoto typu muzea musí být součástí plánu rozvoje muzea a jeho obecnějších strategických plánů (například z hlediska učení, rozvoje a zapojení návštěvníků, sbírek, programového rozvoje a podobně).

Konzultační procesy by se měly řídit základní muzejní praxí založenou na návštěvních knihách, připomínkových formulářích, dotazech ohledně spokojenosti návštěvníků odcházejících z muzea, ale zároveň by měly být přiměřeně propojeny s konzultacemi s řídícími orgány a s požadavky ohledně zapojení veřejnosti.

Metody sběru dat by se měly napříč celým muzeem a jakýmikoli eventuálními souvisejícími místy řídit jednotným standardem, měly by jasně identifikovat specifické a relevantní kategorie dat a zaměřovat se na veškeré oblasti muzejní činnosti. V zájmu sledování příslušného vývoje by muzeum mělo stanovit jasná kritéria.

Národní muzea

Znalost nejdůležitějšího segmentu návštěvníků a stávajících uživatelů tohoto typu muzea musí být součástí plánu rozvoje muzea a jeho obecnějších strategických plánů (například z hlediska učení, rozvoje a zapojení návštěvníků, sbírek, programového rozvoje a podobně).

Konzultace s uživateli i neuživateli muzea by měly být formalizovány a měly by zahrnovat různé mechanismy odpovídající identifikovaným skupinám. Metody sběru dat by se měly napříč celým muzeem a jakýmikoli eventuálními souvisejícími místy řídit jednotným standardem, měly by jasně identifikovat specifické a relevantní kategorie dat a zaměřovat se na veškeré oblasti muzejní činnosti. V zájmu sledování příslušného vývoje by muzeum mělo stanovit jasná kritéria a je zároveň žádoucí výzkum uživatelské platformy vhodnou formou zveřejňovat.

Vyžadovaná dokumentace a informace	Zdroj
Informace o akreditaci / akreditačním formuláři	Plán rozvoje
Vypovídající faktory v plánu rozvoje	Plán rozvoje návštěvnosti
	Obecnější strategické plány
	Zaměstnanecká struktura

Otázky kladené v rámci tohoto požadavku, které budou zvažovány jako součást hodnocení

- Jsou stávající uživatelé muzea identifikováni v odpovídající části plánu rozvoje / plánu rozvoje návštěvnosti?
- Jaká data muzeum v současné době shromažďuje? Jak často sběr dat probíhá?
- Jsou konzultace s uživateli i neuživateli muzea dostatečně hloubkové (například ve vztahu k poskytovaným službám a potřebám uživatelů)?
- Dokládá muzeum znalost svých potenciálních uživatelů a skupin, které je momentálně nevyhledávají?
- **QIS** Do jaké míry muzeum spolupracuje se svými nejrůznějšími uživateli a partnery při plánování a rozvoji svých služeb?

3.1.2

Muzeum musí vyhodnotit a analyzovat relevantní informace za účelem posouzení potřeb uživatelů

Obecná vodítka související s tímto požadavkem, která se týkají všech muzeí

a) Muzeum si uvědomuje skutečnou hodnotu analýzy a hodnocení.

b) Muzeum musí v praxi využívat proces zaměřený na analýzu uživatelských dat a zjištění vyplývajících z konzultací a dané informace dále využívat k vyhodnocení svého stávajícího provozu a toho, jak efektivně vychází vstříc potřebám svých uživatelů.

2013	c) Muzeum by mělo prostřednictvím svého plánu rozvoje doložit, že dobře zná potřeby svých uživatelů (viz Požadavek 1.4).

Odstupňovaná škála vodítek souvisejících s tímto požadavkem, která se týkají muzeí se specifickým zaměřením

Nezávislá muzea – typ 1 a 2

2013	Muzeum musí v praxi využívat proces zaměřený na analýzu připomínek svých uživatelů i neuživatelů a na reakci na ně, a to jak v krátkodobém, tak dlouhodobém horizontu. Vyhodnocuje, jaké zkušenosti získávají jeho uživatelé z nabízených služeb, a zjišťuje, jaké překážky jeho neuživatelům brání v participaci, přičemž výsledky tohoto hodnocení by měly být využívány k podpoře rozvoje muzea.

Nezávislá muzea – typ 3

Vyhodnocování informací by mělo být komplexní a vyčerpávající, a to včetně základních kritérií, a mělo by doložit dopad investic. Získané informace by měly být přiměřeně využity pro rozhodnutí týkající se plánování a dalšího zaměření a směřování muzea. Vyhodnocování by mělo zahrnovat širokou škálu analytických nástrojů a analytických metod a většinou také kombinaci kvantitativních a kvalitativních přístupů. Výsledky vyhodnocení by měly být využity k podpoře rozvoje muzea.

Muzea místních úřadů, univerzitní a národní muzea a muzea národního charakteru

V případě těchto typů muzeí by měl mít proces vyhodnocování širší rámec a cíle, a to včetně základních kritérií, a mělo by doložit dopad investic. Získané informace by měly být přiměřeně využity pro rozhodnutí týkající se plánování a dalšího zaměření a směřování muzea. Vyhodnocování by mělo zahrnovat širokou škálu analytických nástrojů a typů analýz a většinou také kombinaci kvantitativních a kvalitativních přístupů. Výsledky vyhodnocení by měly být využity k podpoře rozvoje muzea.

Vyžadovaná dokumentace a informace	Zdroj
Informace o akreditaci / akreditačním formuláři	Plán rozvoje
Vypovídající faktory v plánu rozvoje	Plán rozvoje návštěvnosti
	Obecnější strategické plány

Otázky kladené v rámci tohoto požadavku, které budou zvažovány jako součást hodnocení

- Jakým způsobem muzeum vyhodnocuje a analyzuje shromážděné informace a data? Jakým způsobem svou analýzu využívá?
- Jsou analýza a vyhodnocení dostatečně podrobné?
- Je vyhodnocení nedílnou součástí veškerých činností muzea, tak aby bylo možné monitorovat zkušenosti uživatelů a příslušné výstupy ve vztahu k uživatelům srozumitelně zprostředkovat?
- Stanovilo muzeum jasná kritéria mapování vyhodnocených dat, například pomocí srovnání s každoročním počtem různých skupin návštěvníků − rodin, školních skupin a podobně?
- **QIS** Do jaké míry muzeum či jeho servisní složky znají zaměření svého publika či své cílové skupiny a jejich potřeby?

3.1.3

Muzeum musí navrhnout strategie k rozšíření skladby svých uživatelů

Obecná vodítka související s tímto požadavkem, která se týkají všech muzeí

a) Muzeum musí využívat informace získané o svých uživatelích i neuživatelích a stejně tak o překážkách, které neuživatelům brání podílet se na jeho činnosti tak, aby tam, kde je to praktické podle nich přizpůsobilo rozvoj vlastních plánů v zájmu rozšíření skladby a zvýšení počtu uživatelů. Toto by mělo být jasně uvedeno v plánu rozvoje (viz Požadavek 1.4).

b) Snaha o rozšíření skladby uživatelů a zvýšení počtu návštěvníků může zahrnovat:

- přilákání a zapojení nových vytipovaných uživatelů, kteří dříve na činnosti muzea nijak neparticipovali
- zapojení uživatelů z dříve málo zastoupených skupin

Odstupňovaná škála vodítek souvisejících s tímto požadavkem, která se týkají muzeí se specifickým zaměřením

V této oblasti odstupňované hodnocení neexistuje.

Vyžadovaná dokumentace a informace	Zdroj
Informace o akreditaci / akreditačním formuláři	Plán rozvoje návštěvnosti
Plán rozvoje	Obecnější strategické plány

Otázky kladené v rámci tohoto požadavku, které budou zvažovány jako součást hodnocení

- Jak vyhodnocování prováděné muzeem ovlivňuje rozvoj jeho návštěvnosti a jak je tato skutečnost vyjádřena v plánu rozvoje?
- Jaké kroky muzeum učinilo v zájmu rozšíření své současné nabídky svým uživatelům i neuživatelům a péče o ně?
- Jsou si představitelé muzea vědomi, proč určité potenciální skupiny uživatelů muzeum nenavštěvují?
- Jakým způsobem muzeum určuje míru úspěšnosti plánů zaměřených na rozšíření skladby svých uživatelů?
- **QIS** Do jaké míry jsou si muzeum či jeho servisní složky vědomy překážek, které určitým uživatelům brání zúčastňovat se na jeho činnosti, a jakým způsobem a do jaké míry se snaží tyto překážky překonat?

Muzeum musí dodržovat jistou úroveň péče o zákazníky, jejíž součástí jsou v praxi využívaná opatření zajišťující, že ke všem uživatelům muzea je přistupováno s respektem a zájmem

Obecná vodítka související s tímto požadavkem, která se týkají všech muzeí

2013

a) Muzeum musí jednoznačně deklarovat své odhodlání poskytovat všem svým uživatelům kvalitní služby. Může se tak dít formou veřejného prohlášení o vlastním poslání nebo veřejným závazkem vůči návštěvníkům, v němž jsou jasně uvedeny standardy, jaké si muzeum stanovilo ve vztahu k poskytování kvalitních služeb zákazníkům a jakého uživatele v důsledku toho očekává. Tato opatření by zároveň měla zahrnovat mechanismy, díky nimž mohou uživatelé na daná opatření reagovat.

b) Muzeum by mělo doložit svou úroveň péče o zákazníky prostřednictvím svého plánu rozvoje (viz Požadavek 1.4).

c) Muzeum sdílí své odhodlání ohledně kvalitní péče o zákazníky s veřejností. Tento jeho závazek by měl být buď vyvěšen na viditelném místě přímo v muzeu, nebo na jeho webových stránkách − případně na obou místech.

d) Péče o zákazníky je muzeem prosazována jako zodpovědnost týkající se celé instituce. Muzeum musí zajistit, že základní principy poskytování kvalitních služeb zákazníkům budou znát a dodržovat všichni jeho zaměstnanci.

e) Všichni zaměstnanci muzea jsou si vědomi toho, že jejich úkolem je mimo jiné napomáhat zpřístupňování muzejních sbírek všem zájemcům a že k této práci patří i náležitá péče o invalidní návštěvníky (např. se sníženou mobilitou a sníženými mentálními schopnostmi) i o osoby vyžadující jakoukoli jinou speciální péči.

f) Muzeum trvá na tom, že všichni noví zaměstnanci musí souhlasit se základními pravidly jeho chodu, poslání, zařízení i zásadami péče o zákazníky a přístupu k nim. Tyto zásady se vztahují na všechny zaměstnance a stejně tak na řídící orgány muzea. Zaměstnanci muzea musí s těmito podmínkami buď souhlasit při přijetí do práce, nebo po absolvování každoroční instruktáže (viz Požadavek 1.7).

Odstupňovaná škála vodítek souvisejících s tímto požadavkem, která se týkají muzeí se specifickým zaměřením

V této oblasti odstupňované hodnocení neexistuje.

Vyžadovaná dokumentace a informace	Zdroj
Informace o akreditaci / akreditačním formuláři	Plán rozvoje Schéma Welcome Host nebo jiný certifikát udělený jinými oprávněnými orgány zaměřenými na služby zákazníkům Prohlášení o strategii přístupnosti muzea Certifikát VAQAS / certifikát VAQAS Cymru / schéma VisitScotland Quality Assurance Scheme
	2013 Webové stránky muzea Související dokumenty při přijímání nových zaměstnanců Strategie péče o zákazníky Postupy při vyřizování stížností

Otázky kladené v rámci tohoto požadavku, které budou zvažovány jako součást hodnocení

- Je muzeum zapojeno do schémat VAQAS, VAQAS Cymru, VisitScotland Quality Assurance Scheme či Welcome Host nebo podobných schémat?
- Disponuje muzeum platným kodexem chování k zákazníkům, souborem zásad poskytování služeb zákazníkům a jasným prohlášením o poslání muzea, které deklaruje jeho odhodlání nabízet všem uživatelům muzea kvalitní služby?
- Zahrnují opatření při přijímání zaměstnanců zásady péče o zákazníky? Jsou tato opatření pravidelně revidována?
- Platí v muzeu jasné postupy při vyřizování stížností, jimiž se mohou návštěvníci řídit, pokud nelze záležitost vyřídit na místě? Využívá muzeum v praxi plán, jak při vyřizování stížností postupovat?
- Jakým způsobem muzeum zajišťuje, že je k uživatelům muzea přistupováno s náležitým respektem a péčí, a to i v případě telefonického a e-mailového kontaktu ze strany potenciálních zájemců, kteří zvažují muzeum navštívit?
- Jak muzeum deklaruje povědomí svých zaměstnanců o stávajících zařízeních a vybavení určených invalidním uživatelům a uživatelům vyžadujícím jakoukoli jinou speciální péči?

2013	
	Pokud má muzeum vlastní webové stránky, uvádí na nich jasně srozumitelné a aktualizované informace o otevírací době, sezónních akcích, praktické informace a kontaktní telefonní čísla a e-mailové adresy, na něž se zájemci mohou obracet se svými dotazy?

- **QIS** Do jaké míry a nakolik kvalitně zajišťuje muzeum či jeho servisní složky služby pro osoby vyžadující speciální péči?

3.1.5

Museum musí brát v úvahu potřeby uživatelů a při tom se řídit vlastní schválenou strategií zahrnující povinnost poskytnout každému přístup k vlastním sbírkám i souvisejícím informacím

Obecná vodítka související s tímto požadavkem, která se týkají všech muzeí

2013

a) Muzeum musí disponovat prohlášením o vlastní strategii přístupnosti sbírek, vycházejícím z vyhodnocení této přístupnosti a vypracovaným na základě konzultací s uživateli muzea (viz Požadavky 1.4.4 a 3.1.1-3). Prohlášení o strategii přístupnosti sbírek by mělo zahrnovat kodex muzea ve vztahu k jeho přístupnosti návštěvníkům a mělo by jasně stanovit, jakým způsobem je tato přístupnost realizována a rozvíjena, a stejně tak i zdůvodnit zvolená související opatření.

b) Muzeum je povinno poskytnout každému přístup k vlastním sbírkám i souvisejícím informacím a mělo by být schopno doložit, že veškeré otázky týkající se přístupnosti muzea registruje a náležitě na ně reaguje. Zároveň by mělo mít k dispozici aktuální vyhodnocení přístupnosti muzea (vztahující se na uplynulých pět let či na kratší období, pokud v muzejních budovách či vystavených sbírkách došlo k výrazným změnám).

Vyhodnocení přístupnosti muzea může zahrnovat řadu prvků, a to včetně:

- revize přístupnosti či seznamu jednotlivých aspektů přístupnosti
- práce s cílovými skupinami, podpůrnými institucemi, lobbistickými skupinami, charitativními organizacemi, experty
- seznamu veškerých zařízení

2013

- přehledu interpretace a využívání sbírek

c) Muzeum by mělo doložit své odhodlání zpřístupňovat vlastní sbírky prostřednictvím svého plánu rozvoje (viz Požadavek 1.4).

d) Strategie přístupnosti sbírek by měla zohlednit skutečnost, že různí uživatelé muzea mají odlišné potřeby, a doložit odhodlání muzea nabízet služby přístupné pro všechny.

e) Daná strategie může zároveň stanovit, že přístup k muzejním sbírkám nebude na úkor péče o sbírky a jejich správy a udržování (viz Požadavky 2.2 a 2.4).

2013

f) Muzeum by při zpřístupňování svých prostor, sbírek a nabídky svých služeb mělo zvážit i využití dalších jazyků − v českém prostředí angličtiny či dalších jazyků blízkých místní komunitě a návštěvníkům z přilehlých oblastí (v českém prostředí němčina, polština) − a dorozumívacích prostředků, například Braillova písma či znakového jazyka (viz Požadavky 1.4, 3.1.2 a 3.2.3).

g) Ve všech případech, kdy to vyžaduje charakter expozice, lze služby v dalších jazycích poskytnout mnoha různými způsoby – například prostřednictvím audio průvodce nebo živých průvodců specializovaných na méně obvyklé jazyky. To však neznamená, že je třeba takto ošetřit i doprovodné texty a popisky přímo v expozici.

h) Informace vztahující se k využití sbírek muzea, založené na příslušné strategii jejich přístupnosti, by měly být uvedeny v rámci Požadavku 3.3.2.

Odstupňovaná škála vodítek souvisejících s tímto požadavkem, která se týkají muzeí se specifickým zaměřením

Nezávislá muzea

Vyhodnocení přístupnosti tohoto typu muzea by mělo stanovit, v jakých případech byla z tohoto hlediska učiněna vhodná opatření zaměřená na všechny uživatele a kde byla rozumná a praktická, a mělo by brát v úvahu specifické potřeby invalidních uživatelů a uživatelů vyžadujících jakoukoli jinou speciální péči. Muzeum by mělo v praxi využívat proces sloužící k vyhodnocení, monitoringu a reflektování potřeb svých uživatelů ve vztahu k muzejním sbírkám a zařízením a využívat jej ke specifikaci toho, kde je třeba jeho zařízení a služby změnit tak, aby vyšlo vstříc potřebám uživatelů.

Muzea místních úřadů, univerzitní a národní muzea a muzea národního charakteru

Muzei těchto typů se zabývají nařízení Zásada rovného přístupu ve veřejném sektoru (Public Sector Equality Duty)[2] a Zákon o rovném přístupu z roku 2010.

Welšský jazykový zákon z roku 1993 zavádí princip rovnosti jazyků a uvádí specifické kroky, které by měly dodržovat veřejné instituce, například místní úřady, zdravotnické komise a vládní organizace – včetně organizací mimo Wales, které poskytují služby obyvatelům Walesu.[3]

Vyžadovaná dokumentace a informace	Zdroj
Informace o akreditaci / akreditačním formuláři	Plán rozvoje
Strategie přístupnosti sbírek	Obecnější strategické dokumenty
	Strategie péče o sbírky a jejich uchovávání
	Analýza rovného přístupu
	2013 Webové stránky muzea

[2] www.homeoffice.gov.uk/equalities/equality-act/equality-duty/
[3] www.byig-wlb.org.uk/English/using/Pages/CyngoriGyrffCyhoeddus.aspx

Otázky kladené v rámci tohoto požadavku, které budou zvažovány jako součást hodnocení

- Provedlo muzeum vyhodnocení potřeb z hlediska jeho přístupnosti?
- Disponuje muzeum jasnou strategií přístupnosti?

2013

- Je tato strategie široce sdílena, tak aby se s ní mohli uživatelé či potenciální uživatelé seznámit?

- Jakým způsobem je tato strategie integrována v rámci relevantních strategických dokumentů muzea?
- Jakým způsobem určuje plánování rozvoje?
- Zahrnuje strategie přístupnosti aspekty fyzického, duševního, společenského, geografického a kulturního přístupu?
- Jak muzeum vychází vstříc rozmanitým potřebám svých stávajících i potenciálních uživatelů?
- Berou opatření při přijímání zaměstnanců v úvahu strategii přístupnosti muzea? Jsou pravidelně revidována?
- Zohledňují muzea ve Walesu potřebu poskytovat informace pro uživatele hovořící welšským dialektem?

2013

- Pokud se muzeum nachází v oblasti s širokou diverzitou kultur, zabývalo se muzeum možnostmi poskytování informací o svých exponátech v dalších jazycích?
- Jsou detaily o přístupnosti muzea jasně zveřejněny na jeho webových stránkách?

- **QIS** Do jaké míry muzeum nebo jeho služby podporují a propagují svou přístupnost a začlenění?

3.1.6

Muzeum musí v relevantních situacích reagovat na fenomén turistiky a na lokální priority

Obecná vodítka související s tímto požadavkem, která se týkají všech muzeí

a) Muzeum musí prokázat, že chápe svoji rozsáhlejší roli v komunitě a svůj potenciál přispívat k lokálním prioritám.

b) Muzeum je schopno prokázat, že proaktivně vyhledává příležitosti spolupráce s místními partnery, například místními úřady, místními a turistickými sdruženími, místními názorovými skupinami a specializovanými skupinami expertů, organizacemi třetího sektoru, místními podnikateli a dalšími kulturními organizacemi jako jsou galerie a divadla a dalšími organizacemi, jako jsou univerzity, školy, další poskytovatelé vzdělání, nemocnice a zdravotnická sdružení.

c) Muzeum chápe důležitost lokálních priorit a programů a ví, jakým způsobem se do nich může zapojit, podporovat je nebo v relevantních případech nabízet speciální služby v zájmu jejich plnění, a to i tehdy, pakliže daná instituce není momentálně schopna se na tomto procesu podílet. Tam, kde jsou muzea menšího rozsahu nedílnou součástí místních a/nebo expertních komunit, jsou v procesu akreditace v tomto směru dostačující názory shromážděné od místních a/nebo expertních zainteresovaných stran ohledně zvážení jejich aktivity, partnerství a podobně. Řada muzeí se touto aktivitou již zabývá nebo v nejbližší době bude zabývat.

d) Muzeum navázalo řadu partnerství, díky nimž může využívat specifické aspekty v určitých oblastech práce či ve specifických projektech. V zájmu splnění tohoto požadavku by měla muzea formalizovat setkání s partnery pomocí poznámek, záznamů a protokolů a názorů, které následně využije při sestavování plánu rozvoje.

2013	e) Muzeum by mělo prostřednictvím svého plánu rozvoje doložit své odhodlání reagovat na potřeby turistiky a místních priorit (viz Požadavek 1.4).

Odstupňovaná škála vodítek souvisejících s tímto požadavkem, která se týkají muzeí se specifickým zaměřením

V této oblasti odstupňované hodnocení neexistuje.

Vyžadovaná dokumentace a informace	Zdroj
Informace o akreditaci / akreditačním formuláři	Plán rozvoje

Otázky kladené v rámci tohoto požadavku, které budou zvažovány jako součást hodnocení

- Projevuje muzeum v rámci svého plánu rozvoje povědomí o své roli v rozsáhlejší komunitě?
- Je muzeum otevřeno navenek?
- Zviditelňuje muzeum svá partnerství?
- Vyhledává muzeum příležitosti k navázání partnerství s dalšími stranami?
- Jakým způsobem muzeum spolupracuje se svými partnery v zájmu rozšíření vlastní uživatelské nabídky?
- Odráží plán rozvoje muzea odpovídající lokální, regionální či národní strategie a iniciativy v oblasti turistiky?
- Získalo muzeum již dříve finanční prostředky prostřednictvím zakázky nebo podpory zakázky zadané v rámci místní komunity ve spojitosti s portfoliem svých partnerů?
- **QIS** Do jaké míry muzeum prosazuje nová partnerství a zvyšuje efektivitu partnerství stávajících?

Zkušenosti zaměřené na uživatele

„Muzeum musí svým uživatelům poskytnout vstřícné a přístupné prostředí i odpovídající služby a vybavení.“

Muzea s certifikátem VAQAS nebo jeho ekvivalentem

2013	Tento oddíl lze opominout, pokud konkrétní muzeum obdrželo certifikáty VAQAS, VAQAS Cymru nebo VisitScotland Quality Assurance Scheme Certification. Doklady o zavádění příslušných doporučení by měla být zahrnuta v muzejních plánech rozvoje a zdrojů.

Vyžadovaná dokumentace a informace	Zdroj
Informace o akreditaci / akreditačním formuláři	Plán rozvoje
Zpráva VisitScotland Quality Assurance Scheme Certification	

2013	Certifikát a zpráva VAQAS Certifikát a zpráva VAQAS Cymru

Otázky kladené v rámci tohoto požadavku, které budou zvažovány jako součást hodnocení

- Může muzeum okamžitě předložit daný certifikát/certifikáty a akreditační dokumenty? Jsou všechny tyto dokumenty aktuální a platné?

3.2.1

Muzea bez certifikátu VAQAS nebo jeho ekvivalentu

Tato muzea musí mít přiměřená a přístupná zařízení odpovídající potřebám předpokládaného počtu návštěvníků a jejich skladbě nebo musí poskytnout informace o takovém zařízení v jejich blízkosti

Obecná vodítka související s tímto požadavkem, která se týkají všech muzeí

a) Muzeum odpovídající část svých sbírek zpřístupňuje nejméně 20 dní v roce a poskytuje jasné informace ohledně toho, co je a není veřejnosti přístupné.

b) V případech omezeného přístupu, například u muzeí situovaných v oblasti ohraničené aktivní vojenské základny, instituce jasně formuluje a zprostředkovává veškerá pravidla a okolnosti týkající se její přístupnosti.

c) Veškerá zařízení v muzeu či jeho blízkosti svým rozsahem odpovídají rozsahu muzea a počtu jeho návštěvníků a muzeum je schopno prokázat své povědomí o současném i budoucím počtu i skladbě svých uživatelů.

d) Tam, kde nejsou dostupná zařízení muzea přímo na místě, je muzeum schopno prokázat, že své uživatele jasně informuje o nejbližším místě, odkud jsou tato zařízení přístupná.

e) Muzeum je schopno definovat, jaká opatření přijalo v oblasti údržby a úklidu veřejných prostor, tak aby byly tyto prostory adekvátně udržovány.

Odstupňovaná škála vodítek souvisejících s tímto požadavkem, která se týkají muzeí se specifickým zaměřením

Nezávislá muzea – typ 1 a 2

Muzea tohoto typu musí disponovat základním zařízením pro návštěvníky přímo na místě a jsou schopna návštěvníky nasměrovat k nedalekému zařízení, přičemž přístup na sezónní, víkendové či zvláštní akce či vernisáže lze dojednat pouze po předchozí domluvě.

Nezávislá muzea – typ 3

Muzea tohoto typu musí mít k dispozici určitá zařízení pro návštěvníky na místě a musí být schopna nasměrovat je k nedalekým zařízením. Jsou otevřena sezónně nebo celoročně.

Muzea místních úřadů – typ 1

Muzea tohoto typu musí mít k dispozici určitá základní zařízení pro návštěvníky na místě a musí být schopna nasměrovat je k nedalekým zařízením. Jsou otevřena sezónně, o víkendech nebo při uvedení speciálních akcí.

Muzea místních úřadů – typ 2 a 3

Muzea tohoto typu musí mít k dispozici určitá zařízení pro návštěvníky na místě a musí být schopna nasměrovat je k nedalekým zařízením. Jsou otevřena sezónně nebo celoročně.

Univerzitní muzea – typ 1

Muzea tohoto typu musí mít k dispozici určitá zařízení pro návštěvníky na místě a musí být schopna nasměrovat je k nedalekým zařízením. Jsou otevřena sezónně, o víkendech nebo při uvedení speciálních akcí či pouze po předchozí domluvě.

Univerzitní muzea – typ 2 a 3

Muzea tohoto typu musí mít k dispozici určitá zařízení pro návštěvníky na místě a musí být schopna nasměrovat je k nedalekým zařízením. Jsou otevřena sezónně nebo celoročně.

Národní muzea

Jsou podle potřeby otevřena celoročně nebo sezónně.

Muzea národního charakteru

Jsou podle potřeby otevřena celoročně nebo sezónně. Muzeum musí jasně prokázat, do jaké míry jeho povaha odráží jeho specifický národní charakter.

Vyžadovaná dokumentace a informace	Zdroj
Informace o akreditaci / akreditačním formuláři	Plán rozvoje
	Strategie přístupnosti sbírek
	Vyhodnocení přístupnosti
	Plán péče o sbírky a jejich uchovávání
	2013 Webové stránky muzea

Otázky kladené v rámci tohoto požadavku, které budou zvažovány jako součást hodnocení

- Jaká jsou současná opatření muzea ohledně jeho otevírací doby? Odpovídají rozsahu, povaze a umístění muzea? Pokud je otevírací muzea doba omezena, o jaká omezení se jedná a kdy jsou uplatňována?
- Jakými zařízeními určenými uživatelům muzeum na místě disponuje?
- Jak jsou uživatelé informováni o jim dostupných zařízeních a přístupu k nim, zejména v případech, kdy jsou tato zařízení umístěna mimo muzeum?

2013

- Jaký je režim údržby nebo úklidu veřejných prostor v muzeu?

- Mají zaměstnanci muzea k dispozici prostředky k řešení nenadálých situací souvisejících s údržbou a úklidem?
- Řídí se postupy při úklidu muzea strategií péče o sbírky a jejich uchovávání?
- Jakým režimem údržby se muzeum řídí v případě výstav a interaktivních a dalších interpretačních nástrojů?

Pro muzea národního charakteru:

- Jakým způsobem muzeum zajišťuje, že kvalita jeho zařízení odpovídá jeho velikosti a rozsahu?
- Jakým způsobem muzeum zajišťuje, že jsou jeho zařízení odpovídající, přístupná a cenově dostupná?
- Porovnává muzeum kritéria svých zařízení s dalšími muzei národního charakteru a národnímu muzei? Pokud ano, o jaká kritéria se jedná?
- Jaká zařízení jsou v muzeu dostupná pro účely podpory badatelů (viz Požadavek 3.3.2)?

3.2.2

Muzeum musí mít interiér i exteriér svých budov opatřen jasně srozumitelným informačním systémem a instrukcemi

Obecná vodítka související s tímto požadavkem, která se týkají všech muzeí

a) Muzeum je v exteriéru opatřeno informačním systémem navigujícím návštěvníky na místo.

b) V muzeu je návštěvníkům k dispozici personál, který jim pomáhá v orientaci a v nalezení konkrétního místa.

Odstupňovaná škála vodítek souvisejících s tímto požadavkem, která se týkají muzeí se specifickým zaměřením

V této oblasti odstupňované hodnocení neexistuje.

Vyžadovaná dokumentace a informace	Zdroj
Informace o akreditaci / akreditačním formuláři	Plán rozvoje
	Půdorysný plán
	2013 Webové stránky muzea

Otázky kladené v rámci tohoto požadavku, které budou zvažovány jako součást hodnocení

- Jaká je vizuální podoba externího informačního systému muzea (značení)?
- Je tento systém efektivní?
- Jaké kroky muzeum podniká, pokud je umisťování informačního systému v exteriéru mimo jeho přímou kontrolu?
- Jakým způsobem muzeum návštěvníkům pomáhá při jejich orientaci muzeem a hledání jednotlivých míst a zařízení?
- Je informační systém v muzeu uveden i v jiných jazycích než češtině?

3.2.3

Muzeum musí se svými stávajícími i potenciálními uživateli efektivně komunikovat prostřednictvím nejrůznějších dostupných marketingových a propagačních aktivit

Obecná vodítka související s tímto požadavkem, která se týkají všech muzeí

a) Muzeum by mělo svým uživatelům poskytnout různé způsoby (formáty), jejichž prostřednictvím o něm mohou získat informace, a to v souladu se svou deklarovanou strategií přístupnosti.

b) Muzeum by mělo zveřejnit informace o svém umístění včetně praktických informací – dopravního spojení, otevírací době, zařízeních a službách i podrobnostech o expozicích a probíhajících výstavách a aktivitách, programu a sbírkách.

c) Součástí tohoto servisu veřejnosti by měly být i informace určené invalidním uživatelům a uživatelům vyžadujícím jakoukoli jinou speciální péči.

d) Pokud je přístup do muzea výrazně omezen, muzeum by mělo jasně vysvětlit veškerá opatření týkající se jeho přístupnosti a/nebo dodatečných termínů otevření.

e) Všechna muzea by měla být přítomna na internetu, přestože to neznamená, že by všechna měla mít vlastní webové stránky.

f) Tam, kde je to vhodné, je na místě zvážit i využití jiných jazyků než češtiny.

Odstupňovaná škála vodítek souvisejících s tímto požadavkem, která se týkají muzeí se specifickým zaměřením

Nezávislá a univerzitní muzea – typ 1

Muzea tohoto typu využívají nejrůznější aktivity v oblasti marketingu a propagace, odpovídající jejich uživatelům.

Nezávislá a univerzitní muzea – typ 2 a 3, muzea místních úřadů, národní muzea a muzea národního charakteru

Marketing v muzeích tohoto typu je cílen na odpovídající skupiny uživatelů. Muzea jsou schopna doložit, že při svých marketingových aktivitách spolupracují i s jinými zdroji a místy přitažlivými pro návštěvníky v dané oblasti.

Vyžadovaná dokumentace a informace	Zdroj
Informace o akreditaci / akreditačním formuláři	Plán rozvoje
	Letáky, webové stránky, plakáty, průvodce
	Marketingový plán

Otázky kladené v rámci tohoto požadavku, které budou zvažovány jako součást hodnocení

- Jaké propagační a marketingové materiály má muzeum k dispozici a využívá?
- Odpovídají informace zveřejněné o muzeu výše uvedenému seznamu požadavků?
- Jsou propagační a/nebo marketingové materiály muzea k dispozici v dostupných formátech?
- Odpovídají webové stránky muzea standardním formátům přístupnosti?
- Najdou si marketingové či propagační materiály muzea cestu k jeho uživatelům nebo potenciálním uživatelům z hlediska jejich obsahu a zvoleného média?
- Pokud je přístup do muzea omezen, jaká alternativní opatření muzeum přijalo, aby mohli uživatelé jeho sbírky navštívit?
- Zvážilo muzeum i využití jiných jazyků než češtiny?

2013

- Lze se s muzeem spojit na personálem obsluhovaném veřejném telefonním čísle nebo e-mailové adrese, pokud mají návštěvníci specifické dotazy či požadavky?

- **QIS** Nakolik kvalitně jsou muzeum či jeho služby nabízeny a propagovány?

Požadavek 3.3

Efektivní a zajímavé zkušenosti z poznávání

„Základním smyslem akreditovaných muzeí je poznávání. Tato muzea využívají své sbírky a veškeré související informace pro své výstavy a expozice a příležitosti k učení.“

3.3.1

Muzeum musí vlastní sbírky vystavovat s využitím rozmanitých interpretačních metod

Obecná vodítka související s tímto požadavkem, která se týkají všech muzeí

a) Muzeum využívá nejméně dva přístupy interpretace − například chronologickou, společenskou, dramatickou, technologickou, kulturní, environmentální, vědeckou, tematickou, živou a podobně.

2013

b) Muzeum má k dispozici širokou škálu materiálů, nástrojů a aktivit sloužících k zapojení uživatelů do využívání jeho sbírek a ke zprostředkování informací o svých sbírkách. Možné nástroje a materiály sloužící k interpretaci mohou být následující:

- patřičná označení, popisky a informační panely
- průvodce a katalogy poskytované v tištěné formě
- zvukové nahrávky pamětnických a jiných výpovědí, filmy, zvukové archivy
- komentované prohlídky
- živá interpretace
- interaktivní nástroje
- audio průvodci
- informační mapy
- kvízy
- tzv. hledání pokladu
- seznamy
- průvodce vybízející návštěvníky k vyhledávání zvláštních míst v expozici
- aktivity vedoucí k „pátrání“ v muzeu
- kostýmové akce
- digitální aplikace
- bezprostřední kontakt a nakládání s uměleckými díly v expozici
- online zdroje
- speciální akce

c) Interpretativní přístupy jsou pro návštěvníky velmi vhodné a mohou je patřičně zapojit do aktivit muzea a jsou zároveň spojeny s obecnějším plánováním muzea, řídícím se konzultacemi s návštěvníky (viz Požadavky 3.1.1, 3.1.3 a 1.4). Muzeum by mělo doložit své odhodlání v tomto směru prostřednictvím svého plánu rozvoje (viz Požadavek 1.4).

d) Muzeum využívá poradenství v oblasti informací o svých sbírkách a rešerší poskytovaných odborníkem a následně se jimi řídí při interpretaci sbírek, pokud pro tento účel nemá k dispozici speciálně vyškolené zaměstnance.

Odstupňovaná škála vodítek souvisejících s tímto požadavkem, která se týkají muzeí se specifickým zaměřením

Národní muzea a muzea národního charakteru

Muzea tohoto typu jsou schopna doložit rozmanité přístupy k interpretaci svých sbírek. Strategie jejich vystavování a podobné strategie musí sbírky daného muzea odrážet v celém jejich rozsahu a musí opravňovat používání výrazu „národní“ či jeho ekvivalentu. Přestože některá muzea mohou vlastnit významné kolekce, nemusejí mít dostatek prostoru k představení reprezentativního výběru děl na výstavách. Proto musí doložit, že jimi uchovávaná díla jsou přístupná a jakým způsobem, například prostřednictvím návštěv po předchozí dohodě.

Vyžadovaná dokumentace a informace	Zdroj
Informace o akreditaci / akreditačním formuláři	Plán rozvoje Plán interpretace sbírek Plán poznávání / učení Odpovídající oddíl v plánu rozvoje muzea Strategie přístupnosti sbírek Vyhodnocení přístupnosti Strategie vystavování
	2013 Plán činnosti

Otázky kladené v rámci tohoto požadavku, které budou zvažovány jako součást hodnocení

- Je nabídka interpretace sbírek ze strany muzea dostatečně rozmanitá?
- Jsou používané metody interpretace odpovídající uživatelům, které chtějí oslovit?

2013

- Vzalo muzeum v potaz alternativní metody interpretace s cílem získat pozornost svých současných neuživatelů? Jak by například mohla úzce specializovaná vojenská muzea (např. tzv. regimental museums – muzea zaměřená na historii specifického pluku či vojenského oddílu) zaujmout potenciální návštěvníky, kteří k dané problematice nemají žádný vztah?

- Jaké materiály, nástroje a aktivity muzeum využívá s cílem zaujmout uživatele svými sbírkami a zprostředkovat o nich uživatelům odpovídající informace?
- **QIS** Nakolik účinně interpretace stimuluje a vybízí k poznávání a učení?

3.3.2

Muzeum musí poskytnout přístup ke svým sbírkám a souvisejícím informacím pro účely výzkumu a bádání a další druhy zájmu o jím vlastněná díla

Obecná vodítka související s tímto požadavkem, která se týkají všech muzeí

a) Muzeum podporuje výzkum a bádání v rámci sbírek, které vlastní.

2013

b) Muzeum poskytuje jasné informace o tom, co z jeho sbírek je a co není veřejně přístupné, a uživatelům poskytuje přístup jak k dílům, které vystavuje, tak k těm, která chová v depozitářích, stejně jako k souvisejícím informacím. Činí tak nejrůznějšími způsoby, k nimž patří:

- komentované prohlídky muzeem včetně muzejních prodejen
- debaty se školními skupinami a skupinami dalších uživatelů
- propagační akce
- debaty / setkání přibližující povahu a obsah muzea
- katalogy
- přístup ke sbírkám prostřednictvím internetu či webových stránek muzea
- výzkumná zařízení a materiály

c) Muzeum si stanovilo strategii, jakým způsobem hodlá do budoucna rozšířit přístup ke svým sbírkám, k čemuž může posloužit zavedení následujících opatření:

- otevřenější přístup do muzejních prodejen
- výpůjčky jiným institucím a organizacím
- péče o sbírky
- rozvoj on-line zdrojů
- krátkodobé výstavy
- výukové zdroje, zpřístupňování služeb uživatelům, pro které by tyto služby jinak nebyly dostupné (tzv. outreach), zápůjční služby
- komentované prohlídky

d) Muzeum v oblasti informování o svých sbírkách a výzkumu využívá poradenství specializovaného experta.

2013

e) Muzeum by mělo doložit své odhodlání v tomto směru prostřednictvím svého plánu rozvoje (viz Požadavek 1.4).

Odstupňovaná škála vodítek souvisejících s tímto požadavkem, která se týkají muzeí se specifickým zaměřením

Nezávislá muzea – typ 1

Muzea tohoto typu zpřístupňují své sbírky, kdykoli je to možné, a poskytují jasné informace ohledně toho, co z jejich sbírek je a co není veřejně přístupné. Z hlediska badatelských žádostí o přístup ke sbírkám se v praxi řídí jasně definovanými postupy.

Nezávislá muzea – typ 1 a 2, muzea místních úřadů a univerzitní muzea

Muzea tohoto typu poskytují přístup ke svým sbírkám a poskytují jasné informace ohledně toho, co z jejich sbírek je a co není veřejně přístupné. Mají k dispozici materiály a vybavení pro badatele a výsledky výzkumů se promítají v publikační činnosti.

Národní muzea

Národní muzea si musí být jasně vědoma svých závazků vůči muzejní komunitě jako celku a zejména role, kterou hrají při poskytování odborného poradenství dalším muzeím působícím v příbuzných oborech. Uvědomují si své závazky vůči vědecké obci v celostátním i mezinárodním měřítku a toto povědomí dokládají tím, že jsou badatelům schopna poskytnout personál na odpovídající úrovni a odpovídající odbornost na podporu výzkumu muzejních sbírek, ať již z hlediska obecného profesionálního zájmu, zájmu specializovaných odborníků, zájmu o místní historii a podobně. S cílem umožnit co nejširší výzkum vlastních sbírek mohou například zajistit čítárny, knihovny či badatelny, internetový či přímý přístup k muzejním archivům, studovnu či vyhrazené místo ke studiu, zápůjčkovou a objednávkovou službu, odborné publikace, studie a další typy odborné literatury či podporu badatelů včetně odborných služeb kurátorů (viz b) výše).

Muzea národního charakteru

Muzea využívající přívlastek „národní“ si musí být jasně vědoma svých závazků vůči muzejní komunitě jako celku a zejména role, kterou hrají při poskytování specializovaných, odborných a směrodatných informací a poradenství dalším muzeím se stejným či příbuzným zaměřením. Uvědomují si své závazky vůči vědecké obci v celostátním i mezinárodním měřítku a toto povědomí dokládají tím, že jsou badatelům schopna poskytnout personál na odpovídající úrovni a odpovídající vybavení a zařízení a aktivně publikovat vědecké práce. Musí doložit, že jsou schopna poskytnout studijní a výzkumná zařízení pro účely badatelů i veřejnosti.

Vyžadovaná dokumentace a informace	Zdroj
Informace o akreditaci / akreditačním formuláři	Plán rozvoje
Doklady k plánu rozvoje	Strategie správy sbírek
	Strategie péče o sbírky a jejich uchovávání
	Strategie přístupnosti sbírek
	Plán interpretace sbírek
	Strategie vystavování
	Přehled publikační činnosti
	2013 Plán činnosti Webové stránky muzea

Otázky kladené v rámci tohoto požadavku, které budou zvažovány jako součást hodnocení

- Jakou percentuální část svých stálých sbírek muzeum v současnosti vystavuje?
- Jakým způsobem muzeum uživatelům zpřístupňuje svá nevystavená díla?
- Jak tyto sbírky a tento způsob vypadají nebo co představují?
- Jaká je současná nabídka muzea z hlediska zpřístupňování služeb uživatelům, pro které by tyto služby jinak nebyly dostupné?
- Jakým způsobem muzeum umožňuje výzkum svých sbírek?
- Je muzeum přítomno na internetu, například ve formě on-line prezentace svých výstav nebo databáze vlastněných děl?
- **QIS** Nakolik účinně muzeum podporuje a propaguje výzkum svých sbírek a zvyšuje zájem badatelů?
- **QIS** Do jaké míry muzeum zkvalitnilo dokumentaci svých sbírek s cílem je více otevřít a přiblížit veřejnosti?

Pro muzea národního charakteru:

- Jakým způsobem muzeum podporuje další stejně nebo podobně zaměřená muzea?
- Jakému výzkumu se muzeum věnuje nebo již věnovalo?
- Jaká opatření na podporu výzkumu byla v muzeu přijata z hlediska výběru personálu?
- Jaké povahy je muzeem poskytovaná podpora výzkumu a rozvíjení schopností?

3.3.3

Muzeum musí poskytnout efektivní a podnětné zkušenosti z poznávání a objevování jím vlastněných sbírek

Obecná vodítka související s tímto požadavkem, která se týkají všech muzeí

a) Muzeum si jasně uvědomuje svou roli v procesu poznávání ze strany jeho stávajících i potenciálních uživatelů. Poznávání a učení je muzeem považováno za sdílenou prioritu, a je tak chápáno i všemi jeho zaměstnanci.

b) Muzeum samo sebe propaguje jako místo, kde se lze učit, poznávat a získávat inspiraci. Tato skutečnost se promítá do veškeré činnosti instituce, a stejně tak ji určuje její plán rozvoje.

c) Muzeum je schopno podporovat poznávání a vzdělávání nejrůznějšími způsoby, například pomocí besed a přednášek, naučných setkání, vydávání publikací a různých výukových materiálů.

d) Muzeum svým uživatelům poskytuje přívětivé prostředí stimulující poznávání. Nabídka příležitostí k poznávání odpovídá zaměření muzea a jeho sbírek a zahrnuje rozmanitou škálu zdrojů podnětných zkušeností, přiměřených znalostem a schopnostem uživatelů a různým věkovým kategoriím. Při rozvíjení zdrojů podnětných zkušeností lze vzít v úvahu i různé výukové metody, například vizuální (učení prostřednictvím vidění), sluchové (učení prostřednictvím naslouchání a diskuse), taktilní / kinestetické (učení prostřednictvím činnosti, doteku, pohybu); viz Požadavek 3.1.1.

2013

e) Muzeum za účelem zajištění efektivní zkušenosti získané učením navázalo funkční vztahy s různými partnery. Tyto partnerské vztahy mohou zahrnovat práci s místními úřady, univerzitami, třetím sektorem (charitativními organizacemi), náboženskými organizacemi, členskými organizacemi, školami a učiteli / vychovateli, centry péče o děti (například zajišťujícími co nejkvalitnější start do života), školami pro vzdělávání dospělých, univerzitami třetího věku a dalšími vzdělávacími institucemi. Partnerství na celostátní úrovni lze pěstovat se speciálními zájmovými skupinami, prostřednictvím podpory muzeí stejného rozsahu a úrovně i dalších kulturních organizací působících v různých oblastech (divadel, galerií, archivů, knihoven a podobně), s místními skupinami, skupinami učitelů, pracovníky s mládeží, projektovými skupinami (specifické pracovní skupiny místních úřadů zaměřené na problémy konkrétní lokality) a podobně.

f) Muzeum by mělo doložit své odhodlání v tomto směru prostřednictvím svého plánu rozvoje (viz Požadavek 1.4).

Odstupňovaná škála vodítek souvisejících s tímto požadavkem, která se týkají muzeí se specifickým zaměřením

Nezávislá muzea – typ 1

Tato muzea poskytují široký prostor výukovým skupinám a pořádají tematické debaty s relevantními odborníky či jejich přednášky. Skupiny se muzeem pohybují buď nezávisle, nebo jsou provázeny v rámci muzejních komentovaných prohlídek. Besedy a přednášky jsou nabízeny v průběhu celého roku a zároveň jsou v muzeu k dispozici samostatné výukové příležitosti (pod vlastním vedením jednotlivých skupin). Podpoře vzdělávání slouží i spolupráce s partnerskými subjekty. To může na základní úrovni představovat například spojení s místní školou nebo skupinou škol či napojení na místní komunitní skupiny.

Nezávislá muzea – typ 2

Tato muzea poskytují široký prostor výukovým skupinám, pořádají tematické debaty s relevantními odborníky či jejich přednášky a nabízejí formální výukový program. K dispozici jsou samostatné výukové příležitosti (pod vlastním vedením jednotlivých skupin) stejně jako materiály na podporu formálních výukových skupin. Podpoře vzdělávání slouží i spolupráce s partnerskými subjekty. To může na základní úrovni představovat například spojení s místní školou nebo skupinou škol či napojení na místní komunitní skupiny, ale také spolupráci s místními vysokými školami, poskytovateli dalšího vzdělávání a univerzitami i dalšími partnery dle potřeby.

Nezávislá muzea – typ 3

Tato muzea poskytují široký prostor výukovým skupinám, pořádají tematické debaty s relevantními odborníky či jejich přednášky a nabízejí formální výukový program pro nejrůznější vzdělávací skupiny a skupiny uživatelů (zahrnující neformální metody učení). Muzeum je schopno doložit širokou škálu výukových příležitostí pro různé skupiny uživatelů, využívajících různé metody učení. Spolupráce s partnerskými subjekty je vysoce rozvinutá z hlediska jejich rozsahu a skladby a odpovídá rozmanitosti a šíři výukové nabídky muzea. Vedoucím skupin jsou poskytovány informace usnadňující jejich návštěvu.

Muzea místních úřadů – typ 1

Tato muzea poskytují široký prostor výukovým skupinám, pořádají tematické debaty s relevantními odborníky či jejich přednášky a nabízejí formální výukový program. Podpoře vzdělávání slouží i doložitelná spolupráce s několika partnerskými subjekty. To může na základní úrovni představovat například spojení s místní školou nebo skupinou škol či napojení na místní komunitní skupiny, ale také spolupráci s místními vysokými školami, poskytovateli dalšího vzdělávání a univerzitami i dalšími partnery.

Muzea místních úřadů – typ 2 a 3

Tato muzea poskytují široký prostor výukovým skupinám, pořádají tematické debaty s relevantními odborníky či jejich přednášky a nabízejí formální výukový program pro nejrůznější vzdělávací skupiny a skupiny uživatelů (zahrnující neformální metody učení). Muzeum je schopno doložit širokou škálu výukových příležitostí pro různé skupiny uživatelů, využívajících různé metody učení. Spolupráce s partnerskými subjekty je vysoce rozvinutá z hlediska jejich rozsahu a skladby a odpovídá rozmanitosti a šíři výukové nabídky muzea. Vedoucím skupin jsou poskytovány informace usnadňující jejich návštěvu.

Univerzitní muzea – typ 1

Tato muzea nabízejí v rámci univerzity formální výukový program a pořádají pravidelné specializované tematické přednášky a debaty pro externí uživatele univerzity. Muzea partnersky spolupracují s různými akademickými školami a fakultami dané univerzity a jsou schopna doložit i spolupráci s partnerskými subjekty mimo instituci. To může na základní úrovni představovat například spojení s místní školou nebo skupinou škol či napojení na místní komunitní skupiny či tematické odborné skupiny.

Univerzitní muzea – typ 2 a 3

Tato muzea nabízejí v rámci univerzity formální výukový program, pořádají pravidelné specializované tematické přednášky a debaty a věnují se publikační činnosti. Nabízejí výukové příležitosti určené vedle uživatelů univerzity i jiným skupinám uživatelů. Muzeum je schopno doložit nabídku široké škálu výukových příležitostí pro různé skupiny uživatelů, využívajících různé metody učení. Učení je v muzeu podporováno napříč všemi skupinami zaměstnanců a využívá alespoň jednoho placeného člena personálu zodpovědného za oblast učení, přičemž se může jednat i o sdílenou pozici. Personál věnující se výuce patří k týmům vyššího managementu. Odpovídajícím zaměstnancům jsou poskytována pravidelná školení a jsou informováni o zavádění nových prvků učení v muzeu. Muzea daného typu partnersky spolupracují s různými akademickými školami a fakultami dané univerzity. Spolupráce s partnerskými subjekty je vysoce rozvinutá z hlediska jejich rozsahu a skladby a odpovídá rozmanitosti a šíři výukové nabídky muzea. Vedoucím skupin jsou poskytovány informace usnadňující jejich návštěvu.

Národní muzea a muzea národního charakteru

Tato muzea pravidelně organizují krátkodobé výstavy, nabízejí formální výukový program pro nejrůznější vzdělávací skupiny a skupiny uživatelů, pořádají pravidelné specializované a odborné tematické přednášky a debaty a věnují se publikační činnosti. Poskytují široký prostor výukovým skupinám. Muzeum je schopno doložit širokou škálu výukových příležitostí pro různé skupiny uživatelů, využívajících různé metody učení. Učení je v muzeu podporováno napříč všemi skupinami zaměstnanců. Výuce se v muzeu věnuje řada zaměstnanců. Personál věnující se výuce patří k týmům vyššího managementu a projektovým skupinám. Odpovídajícím zaměstnancům jsou poskytována pravidelná školení a jsou informováni o zavádění nových prvků na podporu učení v muzeu. Spolupráce s partnerskými subjekty je vysoce rozvinutá z hlediska jejich rozsahu a skladby a odpovídá rozmanitosti a šíři výukové nabídky muzea. Vedoucím skupin jsou poskytovány informace usnadňující jejich návštěvu.

Vyžadovaná dokumentace a informace	Zdroj
Informace o akreditaci / akreditačním formuláři	Plán rozvoje Plán poznávání / učení Zamýšlený cíl Plán zdrojů

Otázky kladené v rámci tohoto požadavku, které budou zvažovány jako součást hodnocení

- Jsou si zaměstnanci muzea vědomi své role při podpoře vzdělávání?
- Věnuje se oblasti výuky a vzdělávání v muzeu alespoň jeden člen personálu? Pokud muzeum tohoto specializovaného zaměstnance nemá, jakým způsobem vzdělávání na své půdě podporuje?
- Odrážejí výukové aktivity muzea jeho účel a jeho sbírky?
- Odrážejí výukové aktivity muzea jeho hlavní zaměření a zaměření jeho sbírek?
- Jsou výukové příležitosti nabízeny v souladu s rozsahem a velikostí muzea a s povahou jeho sbírek?
- Nakolik jsou zkušenosti z učení v muzeu přiměřené celé šíři skupin uživatelů muzea?
- Berou výukové aktivity a zdroje muzea v úvahu různé metody učení a výuky?
- Využívá muzeum spolupráci a konzultace s širokou škálou odborníků v zájmu rozvíjení příležitostí k učení?
- Jakým způsobem muzeum jím poskytované příležitosti k učení propaguje?
- Jaké informace muzeum poskytuje skupinám, zejména skupinám dětí a znevýhodněným skupinám dospělých, aby jim usnadnilo jejich návštěvu?
- **QIS** Nakolik kvalitně muzeum vytváří příležitosti k učení prostřednictvím spolupráce s partnerskými subjekty?

POZNÁMKA PŘEKLADATELE: Na rozdíl od minulosti, kdy „stakeholder“ tradičně označoval dočasného držitele peněz či jiného majetku, se tento pojem v současné době používá v managementu a marketingu a má úzký vztah s etikou a zahrnuje všechny osoby a instituce, které mají s daným podnikem co do činění: například dodavatele, odběratele, zaměstnance, management, akcionáře, různá sdružení, stát, představitele regionu. V češtině pro něj dosud neexistuje zavedený termín a lze jej nejlépe vyjádřit pojmem „zainteresované strany“, resp. „skupiny lidí, bez jejichž podpory by organizace přestala existovat“.