

1. ČERVNA 2017

KONCEPCE ROZVOJE A ŘÍZENÍ OBLASTNÍHO MUZEA V CHOMUTOVĚ

PRONTEKEROVÁ MARKÉTA

OBSAH

- 1. ÚVOD**
- 2. VIZE**
- 3. ZÁKLADNÍ CÍLE**
- 4. STRATEGICKÉ CÍLE**
 - a. Akvizice, péče, evidence, digitalizace a uchovávání sbírek**
 - b. Předávání poznatků veřejnosti (expozice, výstavy, přednášky, publikační činnost)**
 - c. Propagace a public relations**
 - d. Efektivní personální a finanční řízení**
- 5. ZÁVĚR**

1. ÚVOD

Zřízení městského muzea a současně také archivu a knihovny proběhlo v první polovině 20. let 20. století. Bylo založeno oddělení historické, prehistorické, oddělení pro umění a umělecká řemesla a knihovna se sbírkou rukopisů a listin. Městské muzeum bylo poprvé otevřeno veřejnosti v září roku 1923.

Od 1. ledna 2003 je muzeum příspěvkovou organizací Ústeckého kraje. Sídlí ve dvou budovách, na historické radnici na náměstí 1. máje a v domě Jiřího Popela z Lobkowicz, který patří do komplexu jezuitského areálu na Palackého ulici 86. Součástí obou objektů jsou prostory jak pro expozice, tak pro krátkodobé výstavy. V obou budovách se nacházejí také depozitáře a provozní části muzea. Dalším objektem je dům v Klostermannově ulici, který nemá v současné době plnohodnotné využití pro muzejní účely.

Aktuálně se muzeum prezentuje jedenácti stálými expozicemi, jeho fondy tvoří dvacet devět podsbírek a více než 425 tisíc sbírkových předmětů. V muzeu pracuje devatenáct zaměstnanců.

2. VIZE

Oblastní muzeum v Chomutově by mělo být otevřenou, vstřícnou institucí, která akceptuje trendy moderní doby a jejíž základy jsou postaveny na profesionálním přístupu ke sbírkám a kvalitních různorodých výstupech, uzpůsobených zájmu návštěvníků.

3. ZÁKLADNÍ CÍLE

Základní směry a mantinely fungování Oblastního muzea v Chomutově jsou určeny zřizovací listinou č. j. 245/2003. Posláním této paměťové instituce je zejména kvalitní odborná péče o svěřené sbírky a popularizace historie regionu široké veřejnosti.

4. STRATEGICKÉ CÍLE

- a. Akvizice, péče, evidence, digitalizace a uchování sbírek
- b. Předávání poznatků veřejnosti (expozice, výstavy, přednášky, publikační činnost)
- c. Propagace a public relations
- d. Efektivní personální a finanční řízení

4.a Akvizice, péče, evidence, digitalizace a uchování sbírek

Oblastní muzeum v Chomutově je dle platné legislativy zřizováno za účelem získávání, shromažďování, uchovávání, evidování, odborného zpracovávání a zpřístupňování sbírek muzejní povahy. Jeho základnou je bohatý sbírkový fond vytvářený v průběhu více než sta let. Strategickým cílem sbírkotvorné činnosti je kvalitní odborné zhodnocení jednotlivých podsbírek na jejichž základě bude vytvořena **sbírkotvorná koncepce**, obsahující jak směry možných akvizic, tak návrhy na restaurování předmětů, aby i pro budoucí generace bylo zachováno kvalitní svědectví o vývoji společnosti. Hlubší znalost sbírkového fondu zároveň umožňuje kvalitní vytěžení a prezentaci sbírek v rámci expozic i krátkodobých výstav. Tímto je naplňován základní smysl existence instituce.

Jedním z výstupů sbírkotvorné koncepce jsou také návrhy na **restaurování**. Základní péče by měla být zajištěna v rámci muzea v osobě konzervátora a dostatečně vybavené konzervátorské dílny. Preventivní průběžná konzervace společně se zajištěním vhodného deponování sbírkových předmětů může předejít zbytečnému navyšování nákladů na restaurování. Náročnější zásahy jsou realizovány dodavatelským způsobem prostřednictvím licencovaných restaurátorů, u kterých byla potvrzena dobrá praxe. Vždy s ohledem na stupeň ohrožení jednotlivých sbírkových předmětů, jejich historickou hodnotu a finanční rozpočet organizace.

Výše uvedená sbírkotvorná koncepce musí být postavena na precizní **evidenci sbírek**, a to jak z pohledu vlastního profesionálního zápisu na evidenčních kartách, tak uživatelsky přijatelného, efektivního a flexibilního systému elektronické databáze. Současně používaný systém Bach nevykazuje zrovna uživatelsky přijatelné prostředí a během své existence prošel jen minimálními inovacemi, což absolutně nekoresponduje se současnými technologickými možnostmi, se kterými se setkáváme v jiných oborech. Samozřejmostí je legislativně daná povinnost zajištění cyklu periodických revízi sbírek a centrální evidence sbírek MKČR.

V současné době se zcela logicky zapojují paměťové instituce do digitalizace sbírkových fondů ve stále větší míře. Jde o progresivní trend, kterého bychom se měli aktivně účastnit, protože umožňuje zpřístupnění maximálního množství sbírkových předmětů, co největšímu počtu badatelů a dalších uživatelů a zároveň minimalizuje manipulaci a případné poškození sbírkových předmětů. Digitalizace sbírek probíhá v závislosti na technických, finančních a personálních možnostech muzea. Tato aktivita je podpořena také legislativně usnesením vlády ve formě strategického dokumentu (Strategie digitalizace kulturního obsahu na léta 2013 – 2020).

Dalším ze zásadních úkolů je způsob uchovávání sbírek, tedy zajištění vhodných podmínek pro uchovávání sbírkových předmětů. Uchovávání sbírek se týká jak jejich uložení přímo v depozitářích, tak prezentace v expozicích a na výstavách. Významným úkolem v následujícím období je optimalizace využití depozitářních prostor, a to také ve smyslu lepšího oddělení prostor pro trvalé uložení sbírek od prostor, kde jsou uloženy nesbírkové předměty, propagační materiály, výstavní zařízení atd. Vzhledem k prostorovým limitům je potřeba využít stávající možnosti co nejefektivněji.

Obecně lze konstatovat, že deponování některých sbírek není úplně uspokojivé a perspektivní. Je třeba také vyhodnotit, zda jsou sbírkové předměty uloženy ve vyhovujícím mobiliáři. Cílem je vytvoření kvalitního zázemí pro uložení sbírkových předmětů a pracovišť pro kurátory a konzervátora.

4.b Předávání poznatků veřejnosti (expoze, výstavy, muzejní pedagogika, přednášky, publikační činnost)

Mezi základní povinnosti instituce patří také prezentace sbírek ve stálých expozicích a na výstavách. Cílem je při těchto aktivitách vytěžit kulturní bohatství depozitářů, zachycení identity regionu a schopnost prezentovat široké veřejnosti tyto hodnoty tak, aby identifikace obyvatel s prostředím kde žijí pozitivně prohloubila vazby k místu a upevnila patriotismus k tomuto kraji.

Stanovení konceptu výstavní politiky. Výstavní politika by se měla ubírat směrem kvalitativním a ne kvantitativním. Kvalitní příprava výstavy je často časově náročná a tomu by měla následně odpovídat délka prezentace pro veřejnost. Možností je například zajištění jednoho většího návštěvnický atraktivního projektu ročně a na něj efektivně soustředěné finanční prostředky i personální síly. Souběžně pak lze připravovat menší výstavy regionálního charakteru, zacílené na běžnou návštěvnickou základnu, ale tyto výstavy realizovat v adekvátním množství, tak aby kurátorům zbýval čas na práci se sbírkami. Výstavy musí mít potenciál oslovit návštěvníky a přitáhnout je do muzea, jinak tyto aktivity postrádají smysl. Optimální struktura výstav by měla průřezově zachycovat všechna oddělení muzea, tak aby byla prezentována různorodost jeho činností. Tato politika znamená jistou redukci ostatních, rozsahem menších výstav, ale posílení zaměření, jasného určení a vyznění stěžejních výstav. Nedílnou součástí prezentace je i adekvátní výstavní mobiliář.

Muzeum je institucí, která vzhledem k potenciálu své sbírky má velké možnosti edukativní, zejména ve vztahu k dětem a mládeži, ale také v systému celoživotního vzdělávání občanů. Rozvoj edukačních činností formou interaktivních programů zaměřených na dětského návštěvníka a mládež je jedním ze základních cílů muzejních pedagogů. V tomto segmentu je ukryta velká kapacita a je třeba ji dále rozvíjet a podporovat, například dalším proškolením muzejních pedagogů a realizací nových doprovodných programů. Tímto pomáháme vytvářet u nastupující generace vztah ke hmotnému i nehmotnému kulturnímu dědictví.

Odbornou činnost, zajímavé projekty, ale i další aktivity je možné představit formou přednášek, seminářů, konferencí či komentovaných prohlídek, podle cílové skupiny. Je vhodné vejít ve spolupráci s dalšími spolky, organizacemi, školami. Zvýšit informovanost učitelů o využití sbírek ve výuce daného předmětu prostřednictvím intenzivní komunikace s pedagogickým prostředím. Je vhodné ještě více podpořit zřetelnější edukativní využití stálých expozic, zaměřit se na děti a mládež i jako cílové skupiny krátkodobých výstav. Finanční prostředky je možné zajišťovat pomocí dotačních titulů a projektů. Lze připravovat muzejní programy i pro další specializované skupiny návštěvníků.

S odborným působením souvisí také vlastní publikační činnost, která umožňuje představit výstupy vědecké činnosti. Je nutné deklarovat základní cíle muzea v oblasti výzkumu a vytvářet lepší podmínky pro vědeckou práci s využitím vlastních i externích finančních zdrojů. Cílem je instituce, která dokáže výsledky své práce srozumitelně prezentovat široké veřejnosti, šířit osvětu, vzdělání a kulturu.

4.c Propagace a public relations

V tomto segmentu muzeum asi nejvíce pokulhává za současnými možnostmi. Přitažlivé a uživatelsky příjemné webové stránky, aktivní využívání sociálních sítí (Facebook, Instagram, LinkedIn) a aplikací umožní muzeu, aby se mohlo stát moderní institucí, která plně využívá nejmodernějších prostředků informačních technologií a je schopna zacílit i na další věkové skupiny a rozšířit tak své spektrum zájemců.

Komunikace s veřejností je pro každou muzejní instituci důležitým úkolem. Bez jasného a přehledného informování, lákání návštěvníka do svých prostor, výstav a permanentního seznamování o své činnosti nemůže žádné muzeum plnohodnotně naplňovat své základní poslání, tedy sloužit veřejnosti. Pro muzeum, které je vnímáno jako vědecká, kulturní a veřejná instituce, to platí obzvláště. Základním cílem muzea v této oblasti je posilovat své dobré jméno a profilovat se jako muzeum moderního typu při zachování všech pozitivních tradic, jejichž je nositelem. Za tímto účelem je nutné držet především jednotnou propagační linku muzea, při respektování jeho veliké rozmanitosti, pestrosti oborů, tradice, ovšem s jasným definováním muzea jako instituce moderního typu s kulturním i společenským významem pro současnou i budoucí společnost. Cílem je zkvalitnit mediální a marketingovou komunikaci, zviditelnit činnost muzea.

Pro efektivní naplnění těchto cílů je potřeba vytvořit návštěvníkům adekvátní zázemí tak, aby muzeum vnímali jako otevřenou a přátelskou instituci, kam se budou rádi vracet. Je třeba věnovat pozornost zlepšování prostředí, doprovodných služeb pro návštěvníky a zvýšení komfortu v přístupu k informacím. Výsledným efektem této marketingové politiky muzea může být postupné navyšování příjmů z vlastní činnosti. Možnosti příspěvkové organizace v realizaci těchto příjmů jsou dány zřizovací listinou.

4.d Efektivní personální a finanční řízení

Personální politika

Všechny uvedené vize, strategické i dílčí cíle je možné naplňovat pouze za předpokladu vybudování kvalitního profesionálního týmu zaměstnanců na všech úrovních. Cílem personální politiky je vytvoření spolupracujícího kolektivu zaměstnanců, kteří své schopnosti a kompetence využívají pro rozvoj muzea a jsou pro svou práci nadšenými odborníky. Personální politika je sice zmíněna v tomto konceptu na jednom z posledních míst, nicméně je naprosto nezbytnou součástí koncepce rozvoje a řízení instituce.

S ohledem na omezené finanční prostředky na mzdy a limity tabulkových platů, je potřeba se zaměřit také na jiné benefity, jaký mi mohou být přátelské prostředí, zvýšení pocitu sounáležitosti jednotlivých zaměstnanců, pozitivní motivace k práci, příjemné zázemí. Kultivace zázemí pro zaměstnance i společných prostor přístupných veřejnosti, tak aby korespondovaly s vizí moderní kulturní instituce.

Cílem je v rámci mzdové politiky diferencovat odměňování více než doposud, a to v závislosti nejen na délce odborné praxe a dosaženém vzdělání, ale i na výkonnosti, odbornosti a iniciativě.

Finanční řízení

Muzeum je příspěvkovou organizací, základem jeho rozpočtu je proto dotace od zřizovatele. Tato dotace pokryje v mzdové náklady na stálé zaměstnance, energie a část provozních nákladů. Muzeum získává finanční prostředky rovněž z vlastní činnosti. Jedná se o příjmy ze vstupného, z prodeje, případně z pronájmů a jednorázových aktivit. Prostor pro rozvoj vytvářejí zejména úspěšné výsledky grantových řízení a dotační tituly. Možnosti podávání grantů budou i nadále jednou z priorit finanční politiky muzea, přičemž takto získané prostředky mohou být použity na vybavení expozic a depozitářů, náročné restaurování sbírkových předmětů atd.

Cílem je nastavení procesů správy sbírek, personálního a finančního řízení tak, aby muzeum vykonávalo činnosti dané zákonem v souladu se zřizovací listinou a požadavky zřizovatele a zároveň bylo stabilizovanou příspěvkovou organizací.

5. ZÁVĚR

S ohledem na historické, kulturní a vědecké hodnoty muzea je záměrem přetvořit jej v otevřenou a vstřícnou veřejnou instituci, respektující tradice, ale zároveň schopnou reagovat na nové příležitosti a trendy. Vytvořit moderní muzeum nerezignující na tradiční hodnoty muzejní práce, ani na další obohacování muzejní sbírky. Současně však usilovat o rozvoj komunikace s veřejností. Zpřístupnění významnějšího počtu sbírkových předmětů v expozicích i výstavách, příprava projektů, podpora digitalizace sbírek, aktivní podílení se na vzdělávání mládeže i dospělých.