

**UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI**

**PEDAGOGICKÁ FAKULTA**

Ústav pedagogiky a sociálních studií

**Diplomová práce**

Bc. Lucie Zdařilová

**Pevnost poznání Univerzity Palackého  
v Olomouci – implementace do volnočasových aktivit  
nejen dětí a mládeže**

Olomouc 2021

vedoucí práce: Ing. Alena Opletalová, Ph.D.

## **Čestné prohlášení**

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci zpracovala samostatně a použila pouze prameny uvedené v seznamu literatury. Souhlasím, aby tato práce byla uložena na Univerzitě Palackého v Olomouci v knihovně Pedagogické fakulty a zpřístupněna ke studijním účelům.

V Doloplazích dne 16. 4. 2021

.....

Bc. Lucie Zdařilová

### **Poděkování:**

Mé poděkování patří všem, díky jejichž pomoci mohla tato práce vzniknout, především však Ing. Aleně Opletalové, Ph.D. za odborné vedení a cenné rady, mé rodině za velkou trpělivost, nadhled a psychickou podporu a realizačnímu týmu Pevnosti poznání Univerzity Palackého v Olomouci, především Romaně Oborné za její obětavou pomoc.

# Obsah

Úvod .....	6
<b>TEORETICKÁ ČÁST .....</b>	<b>8</b>
<b>1 Vymezení základních pojmů zkoumané problematiky v oblasti volného času .....</b>	<b>9</b>
1.1 Charakteristika pojmu volný čas.....	9
1.2 Pedagogika volného času a výchova pro volný čas .....	12
1.3 Další pojmy související s výchovou ve volném čase.....	14
1.4 Druhy výchovy a vzdělávání v oblasti volného času.....	16
1.5 Charakteristika metod a pracovníků ovlivňujících volný čas .....	18
1.6 Způsoby trávení volného času, tzv. volnočasové aktivity .....	21
<b>2 Charakteristika základních pojmů řešené problematiky v oblasti muzejní kultury</b>	<b>25</b>
2.1 Charakteristika současného muzea a jeho vzdělávací úloha .....	25
2.2 Charakteristika muzejní pedagogiky a muzejní edukace.....	26
2.3 Další pojmy související s muzejní edukací.....	28
2.4 Základní charakteristika science center – nového typu muzejní instituce.....	31
<b>3 Charakteristika Pevnosti poznání Univerzity Palackého v Olomouci .....</b>	<b>38</b>
3.1 Historie vzniku Pevnosti poznání Univerzity Palackého.....	38
3.2 Poslání Pevnosti poznání Univerzity Palackého.....	40
3.3 Charakteristika organizace z hlediska řízení a ekonomiky.....	41
3.4 Analýza volnočasových aktivit v Pevnosti poznání Univerzity Palackého v Olomouci .....	44
3.4.1 Volnočasové aktivity dlouhodobého charakteru pro všechny návštěvníky.....	44
3.4.2 Aktivity dlouhodobého charakteru určené pro školní děti .....	48
3.4.3 Aktivity dlouhodobého charakteru nejen pro školní děti .....	53
3.4.4 Volnočasové aktivity dlouhodobého charakteru pro seniory .....	54
3.4.5 Volnočasové aktivity dlouhodobého charakteru zaměřené na děti .....	55
3.4.6 Volnočasové aktivity jednorázové pro všechny návštěvníky.....	57

<b>EMPIRICKÁ ČÁST .....</b>	<b>60</b>
<b>4 Výzkumné šetření v empirické části práce .....</b>	<b>61</b>
4.1 Zhodnocení aktuálního stavu řešené problematiky .....	61
4.2 Stanovení cíle výzkumného šetření .....	63
4.3 Stanovení výzkumného problému a výzkumných otázek.....	63
4.4 Metodologie výzkumného šetření.....	65
4.5 Výzkumný soubor a realizace výzkumného šetření .....	67
4.6 Analýza a interpretace výzkumného šetření .....	69
4.6.1 Výsledky dotazníkové šetření č. 1 .....	69
4.6.2 Výsledky dotazníkové šetření č. 2.....	82
4.7 Vyhodnocení výzkumných otázek a diskuze výsledků .....	106
<b>Závěr .....</b>	<b>115</b>
<b>Seznam použitých zkratk .....</b>	<b>120</b>
<b>Seznam tabulek .....</b>	<b>124</b>
<b>Seznam grafů .....</b>	<b>125</b>
<b>Seznam příloh .....</b>	<b>128</b>

## Úvod

Volný čas je v současném světě samozřejmou součástí našeho života. Volnočasové aktivity jsou v moderním světě tématem vysoce aktuálním a žádaným, jde o fenomén, který je důležitou součástí života mnoha lidí. Ve volném čase lidé v podstatě ukazují hodnoty, které skutečně zastávají, a proto si vybírají takové volnočasové aktivity, které je naplňují nebo uspokojují v kontextu svých možností či schopností.

Díky svému studiu v navazujícím magisterském oboru Řízení volnočasových aktivit jsem měla možnost projít souvislou odbornou praxí v organizacích, které nabízí volnočasové aktivity nejen dětem a mládeži, ale také dospělým a seniorům. Jedná se zejména o praxi v Pevnosti poznání Univerzity Palackého v Olomouci, která je unikátním interaktivním muzeem vědy, jedinečným popularizačním centrem přírodních věd na střední Moravě. Pevnost poznání je součástí Univerzity Palackého v Olomouci, kde na různých pozicích pracuji již více jak dvacet let, a proto jsem se rozhodla svou výzkumnou práci zaměřit právě na jednu z mnoha částí univerzity, abych si tak rozšířila své pracovní portfolio a zároveň skloubila znalosti nabyté studiem. Protože jsem byla zaměstnancem Oddělení projektové podpory na Přírodovědecké fakultě Univerzity Palackého v Olomouci, vím, že Pevnost poznání mohla vzniknout právě prostřednictvím jednoho z investičních projektů, které byly realizovány z Evropského fondu regionálního rozvoje v rámci operačního programu Výzkum a vývoj pro inovace na Přírodovědecké fakultě Univerzity Palackého v Olomouci, a tento projekt mě natolik zaujal, že jsem se rozhodla prostřednictvím této diplomové práce zjistit, zda se podařilo naplnit projektový záměr, kterým bylo vybudování návštěvnického centra s dopadem na volnočasové aktivity občanů bez rozdílu věku ze spádového okolí Olomouce, potažmo celého Olomouckého kraje a posléze nejen z tohoto regionu.

**Cílem této diplomové práce je zjistit a analyzovat, zda vznik nového interaktivního muzea vědy Pevnost poznání Univerzity Palackého v Olomouci obohatil nabídku volnočasových aktivit a stal se tak vyhledávaným volnočasovým areálem nejen pro obyvatele olomouckého regionu.**

Tento hlavní cíl je operacionalizován na dílčí cíle, jimiž jsou:

- analyzovat nabídku volnočasových aktivit realizovaných v Pevnosti poznání,
- zjistit spokojenost s nabídkou volnočasových aktivit poskytovaných v Pevnosti poznání,
- zjistit využití nabízených volnočasových aktivit v Pevnosti poznání a analyzovat strukturu návštěvníků,

- zhodnotit, zda i pro zaměstnance Univerzity Palackého v Olomouci se stalo toto muzeum vědy vyhledávaným volnočasovým areálem.

Práce je rozdělena na teoretickou a empirickou část.

Teoretická část práce je členěna do tří kapitol a jejím obsahem je vymezení základních pojmů zkoumané problematiky. V první kapitole jsou vymezeny základní pojmy, které korespondují s tématem zkoumané problematiky v oblasti volného času, mezi které patří pojmy jako volný čas, pedagogika volného času, výchova ve volném čase, výchova mimo vyučování, mimoškolní a mimotřídní výchova, doba mimo vyučování, formální, neformální, informální výchova, metodické postupy uplatňované v aktivitách souvisejících s volným časem, charakteristika pracovníků působících v oblasti volného času a možné způsoby trávení volného času, tzv. volnočasové aktivity. V druhé kapitole jsou vymezeny základní pojmy, které korespondují s tématem zkoumané problematiky v oblasti muzejní kultury. Jedná se o charakteristiku současného muzea a jeho vzdělávací úlohy a s tím souvisejících pojmů jako muzejní pedagogika a muzejní edukace. Dále se jedná o pojmy související s muzejní edukací jako muzeologie, muzealizace, muzeálie, muzejní expozice apod. V závěru druhé kapitoly je provedena základní charakteristika science center, protože tato kategorie muzejních institucí významně koresponduje s tématem předkládané diplomové práce. Třetí kapitola je zaměřena na charakteristiku Pevnosti poznání Univerzity Palackého v Olomouci, její vznik, poslání, analýzu nabídky volnočasových aktivit a její charakteristiku z hlediska řízení a ekonomiky.

Empirická část práce se zabývá jak zhodnocením aktuálního stavu řešené problematiky, tak zpracováním a analýzou výsledků výzkumného šetření. K získání dat je použit kvantitativní výzkum, metoda dotazníkového šetření. Respondenty výzkumného šetření jsou návštěvníci popularizačního centra a zaměstnanci Univerzity Palackého v Olomouci. V závěru práce je provedeno posouzení a návrhy do budoucna.

Věřím, že tato práce poskytne ucelenou představu o tom, zda se podařilo rekonstrukcí chátrajícího objektu efektivně obohatit volnočasové aktivity občanů nejen olomouckého regionu. Tato práce může posloužit samotné Pevnosti poznání v plánování či organizování dalších volnočasových aktivit a k dalšímu rozvoji či ke zkvalitňování nabízených služeb. Práce může být prospěšná také samotné univerzitě, resp. přírodovědecké fakultě, při plánování podpory tohoto popularizačního centra v dlouhodobém horizontu, a nakonec tato práce může posloužit jako podklad k dalšímu výzkumu v oblasti volnočasových aktivit.

## **TEORETICKÁ ČÁST**



# 1 Vymezení základních pojmů zkoumané problematiky v oblasti volného času

První kapitola této diplomové práce bude zaměřena na objasnění základních pojmů zkoumané problematiky v oblasti volného času. Mezi tyto pojmy patří především pojetí volného času. Dalšími pojmy, které korespondují s tématem této práce, a které budou postupně v této kapitole charakterizovány, jsou pedagogika volného času, výchova ve volném čase, výchova mimo vyučování, mimoškolní a mimotřídní výchova, doba mimo vyučování. Neméně důležité související pojmy, které je nutné v rámci tématu definovat, jsou také formální, neformální a informální výchova, a v neposlední řadě budou nastíněny metodické postupy uplatňované ve volném čase, v tzv. volnočasových aktivitách a charakterizování pracovníci působící v oblasti volného času. V závěru kapitoly budou uvedeny možné způsoby trávení volného času, tzv. volnočasové aktivity.

## 1.1 Charakteristika pojmu volný čas

Tato podkapitola bude věnována objasnění základního pojmu, kterým je volný čas. Každý člověk má jinou představu o způsobu trávení svého volného času, někdo ho tráví aktivně, jiný lenošením, ale v každém případě se jistě všichni shodnou, že volný čas je pro ně opakem veškerých povinností, že je to čas relaxace, odpočinku, a především svobody vlastního výběru.

V Pedagogickém slovníku je definován **volný čas** jako: „*Čas, s kterým člověk může nakládat podle svého uvážení a na základě svých zájmů. Volný čas je doba, která zůstane z 24 hodin běžného dne po odečtení času věnovaného práci, péči o rodinu a domácnost, péči o vlastní fyzické potřeby (včetně spánku).*“<sup>1</sup>

Pedagogická encyklopedie uvádí, že: „*Volný čas je společenským produktem, který se objevuje na určité úrovni rozvoje společnosti a je významnou společenskou hodnotou. Volný čas je časový úsek, v něm jedinec svobodně rozhoduje o sobě a o svých aktivitách. Soubor aktivit ve volném čase tvoří základ životního stylu člověka, sociálních skupin – a tedy i celé společnosti.*“<sup>2</sup> Dle Pedagogické encyklopedie je za zakladatele pedagogiky volného času považován J. Dumazedier, který definuje **volný čas** jako čas, který nám zbyde po splnění všech pracovní, rodinných a společenských povinností. Dle jeho vymezení má volný čas tyto funkce:

---

<sup>1</sup> PRŮCHA, Jan, Eliška WALTEROVÁ a Jiří MAREŠ. *Pedagogický slovník*. 4., aktualiz. vyd. Praha: Portál, 2003, s. 274. ISBN 80-7178-772-8.

<sup>2</sup> PRŮCHA, Jan, ed. *Pedagogická encyklopedie*. Praha: Portál, 2009, s. 498. ISBN 978-80-7367-546-2.

- je to prostor pro odpočinek ve smyslu regenerace,
- je to prostor pro zábavu ve smyslu kompenzace,
- je to prostor pro rozvoj lidské osobnosti ve smyslu kultivace.

Zároveň autoři považují za nutné, aby pracovníci působící v oblasti volného času byli profesionálně se specifickým vzděláním.

Pávková definuje **volný čas** jako dobu, která je určena pro odpočinek, rekreaci a zábavu. Přičemž je důraz kladen na zájmové činnosti, tedy koníčky a hobby. Samozřejmou součástí volného času jsou i ztrátové časy, které mají souvislost s volným časem, kde lze zařadit třeba dobu strávenou na cestě za zájmovou činností nebo čekání u pokladny apod.<sup>3</sup>

Tůma uvádí, že různí autoři definují pojem **volného času** s dílčími rozdíly a vymezil hlavní znaky volného času:

- je to doba, pro svobodnou volbu činností, tedy člověk dělá to, co chce a nikoli co musí,
- tyto činnosti přinášejí potěšení, radost a jsou člověku příjemné,
- činnosti konané ve volném čase jsou příležitostí pro rekreaci, odpočinek, obnovu sil a slouží k osobnímu rozvoji.<sup>4</sup>

V knize *Pedagogické ovlivňování volného času* je autory vymezen **volný čas** jako část lidského života, která jde mimo čas pracovní, kam zahrnují školní docházku, tedy návštěvu školy a s tím spojené povinnosti a pracovní proces a s ním spojené povinnosti a dále jde mimo čas tzv. vázaný, do kterého jsou zahrnuty biofyziologické potřeby člověka, tedy spánek, jídlo, osobní hygiena, dále sem patří chod rodiny, provoz domácnosti, péče o děti, dojíždění za prací a další nezbytné mimopracovní povinnosti. Volný čas je tedy potom dobou, která zbyde po splnění těchto povinností a potřeb, a kterou má jedinec k dispozici pro své sebeurčující a sebeutvářející činnosti, kam patří:

- odpočinek a zábava,
- rozvoj, zájmové oblasti,
- zdokonalení kvalifikace,
- veřejný život.<sup>5</sup>

<sup>3</sup> PÁVKOVÁ, Jiřina. *Pedagogika volného času*. V Praze: Univerzita Karlova, Pedagogická fakulta, 2014, s. 12. ISBN 978-80-7290-666-6.

<sup>4</sup> TŮMA, Jiří. *Pedagogika volného času*. Praha: Vysoká škola tělesné výchovy a sportu Palestra, spol. s r.o., 2018, s. 14. ISBN 978-80-87723-43-2.

<sup>5</sup> HÁJEK, Bedřich, Břetislav HOFBAUER a Jiřina PÁVKOVÁ. *Pedagogické ovlivňování volného času: současné trendy*. Praha: Portál, 2008, s. 10. ISBN 978-80-7367-473-1.

Hofbauer uvádí, že **volný čas** „je čas, kdy člověk nevykonává činnosti pod tlakem závazků, jež vyplývají z jeho sociálních rolí, zvláště z dělby práce a nutnosti zachovat a rozvíjet svůj život.“<sup>6</sup> Dále uvádí, že zejména v německé literatuře bývá volný čas vymežován jako čas tzv. zbytkový, tedy ten, co zůstane po splnění všech pracovních i nepracovních povinností. Podle jeho názoru, je ale přesnější definovat volný čas jako činnosti, do kterých jedinec vstupuje dobrovolně a přináší mu uspokojení a příjemné zážitky.

Dle Šeráka je: „*Pro volný čas typická především dobrovolnost a možnost individuální strukturace vlastní disponibilní doby, tj. pružný časový režim a svobodná volba, případně jistá nenucenost (šance být přirozený a nechat vyniknout vlastní schopnosti a zájmy).*“<sup>7</sup>

Pospíšilová a kol. uvádí, že **volný čas** hraje v lidském životě nezanedbatelnou úlohu. Jedná se o čas, který slouží k odpočinku a pro získání energie k dalším činnostem pro zábavu. Podle této autorky se jedná o čas, který je možný strávit cestováním, získáváním nových zkušeností či znalostí, ale zároveň je to i doba, ve které je možné nedělat nic anebo dokonce dělat něco, co není v souladu s pravidly společnosti.<sup>8</sup>

Jak z výše uvedených charakteristik vyplývá, mnoho autorů uvádí různé definice pojmu volný čas. Lze shrnout, že tyto charakteristiky mají v podstatě mnoho společného a to zejména, že se jedná o svobodnou vůli každého jedince nakládat s tímto časem podle svých přání či potřeb nebo také náтуры. Jde o činnosti, které jsou v tomto čase vykonávány dobrovolně. Zpravidla pro zábavu nebo relaxaci, ale také mohou být vykonávány za účelem navázání či upevnování sociálních kontaktů. V tomto čase si můžeme také osvojovat či upevňovat různé dovednosti, znalosti, postoje nebo hodnoty. Když náš volný čas strávíme vhodným způsobem, stává se pro nás zdrojem odpočinku a regenerace sil, navozením pozitivních pocitů, zdrojem zdravých sociálních kontaktů, možností sebenaplnění a sebeurčení, popř. sebeutváření, a také jsem přesvědčena, že vhodně strávený volný čas se stává prevencí sociálně patologických jevů. Je tedy určitě správné věnovat se nejrůznějším aktivitám, ale také to neznamená, že se jedinec musí neustále něčeho účastnit, může prostě jenom odpočívat (relaxovat).

---

<sup>6</sup> HOFBAUER, Břetislav. *Děti, mládež a volný čas*. Praha: Portál, 2004, s. 13. ISBN 8071789275.

<sup>7</sup> ŠERÁK, Michal. *Zájmové vzdělávání dospělých*. Praha: Portál, 2009, s. 27. ISBN 978-80-7367-551-6.

<sup>8</sup> POSPÍŠILOVÁ, Helena, ed. *Mládež, hodnoty a volný čas*. Olomouc: Hanex, 2010, s. 12. ISBN 978-80-7409-036-3.

## 1.2 Pedagogika volného času a výchova pro volný čas

V druhé podkapitole této diplomové práce budou charakterizovány pojmy jako pedagogika volného času a výchova pro volný čas, protože odborná literatura uvádí, že na výchovu a vzdělávání ve volném čase se zaměřuje pedagogika volného času a výchova pro volný čas a tyto pojmy tedy korespondují s tématem předkládané diplomové práce.

**Pedagogika volného času** je pedagogická disciplína, která se zaměřuje na výchovné a vzdělávací prostředky, které jsou aplikovatelné pro spontánní a prospěšné využívání volného času jak dětí, tak dospívajících ale i dospělých. Současně jde v mnoha zemích také o studijní obor. Rozhodující ve využívání volného času byly funkce odpočinkové, od těch se postupně přesunul důraz k funkcím orientovaným na spotřebu a dále potom na zážitek.<sup>9</sup>

Dle Pedagogické encyklopedie je **pedagogika volného času**:

- společenskovědní obor, který se zajímá o podmínky ve společnosti, jež se zabývají vztahem práce nebo učení a volného času;
- pedagogický obor, který se zajímá o možnosti smysluplného využívání volného času, a to jak individuálního, tak společenského a snaží se o jeho metodický a praktický rozvoj;
- praktický obor, který se zajímá o možnosti vedoucí k utváření postupů a strategií, jež napomáhají k lepším společenským a ekonomickým podmínkám, které ovlivňují volný čas.<sup>10</sup>

Zahraniční odborníci, mezi něž se řadí např. známý německý odborník z oblasti pedagogiky volného času Horts Opaschowski uvádí, že **pedagogika volného času** má za úkol rozvíjet kompetence pro vlastní život.<sup>11</sup>

Mezi nejvýznamnější představitele současné pedagogiky volného času u našich sousedů na Slovensku patří Emília Kratochvílová, která pojímá **pedagogiku volného času** šířeji jako disciplínu pedagogiky, která zastřešuje mimoškolní pedagogiku a teorii mimo vyučování, kde by mělo jít o výchovné ovlivňování dětí a studující mládeže při využívání volného času a podchycení a podporu jejich spontánních aktivit. Za předmět pedagogiky volného času je považováno místo volného času v lidském životě v současné společnosti, jeho ovlivňování

---

<sup>9</sup> PRŮCHA, Jan, Eliška WALTEROVÁ a Jiří MAREŠ. *Pedagogický slovník*. 4., aktualiz. vyd. Praha: Portál, 2003, s. 161. ISBN 80-7178-772-8.

<sup>10</sup> PRŮCHA, Jan, ed. *Pedagogická encyklopedie*. Praha: Portál, 2009, s. 740. ISBN 978-80-7367-546-2.

<sup>11</sup> OPASCHOWSKI, H. W. *Einführung in die Freizeitwissenschaft*. 5., Auflage. Wiesbaden: Verlag für Sozialwiss., 2008, s. 208. ISBN 978-3-531-16169-3.

a využívání, popř. význam pro člověka, jeho výchovu a sebevýchovu. Ale také se podle tohoto pojetí pedagogika volného času zabývá jednotlivými volnočasovými aktivitami a jejich metodikou, a to nejen u dětí a mládeže, ale i dospělých, popř. seniorů. Kratochvílová dále pedagogiku volného času vymezuje i v užším pojetí, jež se týká otázek výchovy a vzdělávání dětí a mládeže v době mimo školní vyučování a vymezuje ji jako:

- cílevědomé působení, které je zaměřené na smysluplné využívání volného času, tedy regeneraci sil, rekreaci a zábavu, rozvoj osobnosti;
- nepřímé výchovné působení, které vytváří vhodné podmínky ke smysluplnému využívání volného času, směřující k primární prevenci sociálně patologických jevů.<sup>12</sup>

Hájek, Hofbauer a Pávková uvádějí, že **pedagogika volného času** „*se zabývá pojetím a cíli, obsahem a způsoby výchovného zhodnocování volného času, organizacemi a institucemi, které tyto aktivity uskutečňují nebo pro ně vytvářejí podmínky, a koncepcemi jeho dalšího vývoje pracovanými na základě vývoje společnosti a oboru samého.*“<sup>13</sup>

Dle Pávkové sleduje **pedagogika volného času** možnosti rozvoje osobnosti člověka v jeho volném čase v různých životních etapách, tedy dětství, dospívání, dospělosti a stáří. Jedná se o jednu z pedagogických disciplín, která se zabývá výchovou ve volném čase, cíli, podmínkami a prostředky výchovy ve volném čase a pedagogickým ovlivňováním či zhodnocováním volného času.<sup>14</sup>

Z výše uvedených definic lze vyvodit, že pedagogika volného času je dynamicky se rozvíjející podobor pedagogiky, který se snaží propojovat problematiku volného času s otázkami lidského žití v současné společnosti ve všech věkových etapách lidského života. Zkoumá volnočasovou problematiku v oblasti relaxační a oddechové, kulturní a vzdělávací, zaměřené na pohyb apod. Zkoumá umístění volného času v životě jedince.

Další termín, který je v souvislosti s volným časem uváděn v odborné literatuře, je pojem výchova pro volný čas.

**Výchova pro volný čas** je dle Pedagogického slovníku definována jako: „*Rozvíjení schopností žáků oceňovat volný čas jako hodnotu, využívat ho smysluplně a racionálně pro svůj rozvoj, plánovat a vybírat si vhodné činnosti. Vztahuje se k intelektuálním, estetickým, tvořivým*

---

<sup>12</sup> KRATOCHVÍLOVÁ, E. *Pedagogika volného času: výchova v čase mimo vyučování v pedagogické teorii a v praxi*. Bratislava: Univerzita Komenského v Bratislave, 2004, s. 135. ISBN 8022319309.

<sup>13</sup> HÁJEK, Bedřich, Břetislav HOFBAUER a Jiřina PÁVKOVÁ. *Pedagogické ovlivňování volného času: současné trendy*. Praha: Portál, 2008, s. 12. ISBN 978-80-7367-473-1.

<sup>14</sup> PÁVKOVÁ, Jiřina. *Pedagogika volného času*. V Praze: Univerzita Karlova, Pedagogická fakulta, 2014, s. 9. ISBN 978-80-7290-666-6.

a výrazovým činnostem; k participaci a diváctví, k rekreaci a relaxaci. Je součástí všeobecného vzdělávání orientovaného na rozvoj osobnosti. Je: 1. realizována formou mezipředmětových témat ve všeobecně vzdělávacích předmětech; 2. podporována v mimotřídních činnostech a v mimoškolním vzdělávání.“<sup>15</sup>

Pávková uvádí, že **výchova ve volném čase** je specifickou výchovnou oblastí, která má své zvláštnosti. Považuje za důležité, aby byly zachovány základní znaky výchovného procesu, jako jsou záměrnost a cílevědomost, ale zároveň musí být výchovné působení ve volném čase nenásilné, citlivé, dobrovolné a je důležité, aby byly nalezeny vhodné způsoby motivace. Tyto zásady se vztahují na každého jedince bez ohledu na věk.<sup>16</sup>

V podstatě stejně vymezuje **výchovu ve volném čase** také Tůma, který uvádí, že výchova ve volném čase je specifická a je důležité zachovat základní charakteristiky procesu výchovy, a to zejména záměrnost a cílevědomost a dále uvádí, že výchovné působení má být nenásilné a citlivé a účastníci nemají být do ničeho nuceni a primárně musí být kladen důraz na vhodné způsoby motivace.<sup>17</sup>

Z výše uvedeného lze tedy shrnout, že výchova pro volný čas má být nenásilná, nabízené činnosti pestré a přitažlivé a účast na nich dobrovolná, a to napříč všemi věkovými kategoriemi.

### 1.3 Další pojmy související s výchovou ve volném čase

V této podkapitole budou charakterizovány další pojmy související s výchovou ve volném čase a těmi jsou výchova mimo vyučování, mimotřídní a mimoškolní výchova, doba mimo vyučování a mimoškolní vzdělávání.

Podle Pávkové je **výchova mimo vyučování** pojmem, který je velmi blízký pojmu výchovy ve volném čase, ale nejedná se o synonyma. Protože výchova mimo vyučování se dle této autorky vztahuje pouze k jedincům, kteří navštěvují školu a jsou tedy vyučováni. Zejména se jedná o studenty navštěvující základní a střední školy. Výchova mimo vyučování zahrnuje povinnosti spojené s plněním školních povinností, nejedná se tedy o zcela dobrovolné

---

<sup>15</sup> PRŮCHA, Jan, Eliška WALTEROVÁ a Jiří MAREŠ. *Pedagogický slovník*. 4., aktualiz. vyd. Praha: Portál, 2003, s. 278. ISBN 80-7178-772-8.

<sup>16</sup> PÁVKOVÁ, Jiřina. *Pedagogika volného času*. V Praze: Univerzita Karlova, Pedagogická fakulta, 2014, s. 13. ISBN 978-80-7290-666-6.

<sup>17</sup> TŮMA, Jiří. *Pedagogika volného času*. Praha: Vysoká škola tělesné výchovy a sportu Palestra, spol. s r.o., 2018, s. 14. ISBN 978-80-87723-43-2.

volnočasové aktivity. Působení výchovy mimoškolního vzdělávání je zajišťováno nějakou institucí, např. školní družinou, domovem mládeže nebo dětským domovem.<sup>18</sup>

Tůma opět vymezuje pojem **výchovy mimo vyučování** téměř totožně a zároveň dodává, že: „*Pojem výchova mimo vyučování bývá tedy vymezován jako výchovné působení v době mimo povinné vyučování, převážně, ale nikoliv výlučně ve volném času.*“<sup>19</sup> Oba autoři se shodují, že používání tohoto pojmu se u některých odborníků setkává s nesouhlasem, z důvodu jazykově negativního vymezení oblasti výchovy. Zmiňují ještě dva jiné pojmy, a to **mimotřídní výchovu**, jež podle nich zahrnuje aktivity školy, jako jsou výlety, besídky, sportovní soutěže a **mimoškolní výchovu**, kterou dle obou autorů realizují jiné instituce, než jsou školy, např. se jedná o občanská sdružení nebo střediska volného času, dále uvádějí, že pojmy mimotřídní a mimoškolní výchova se již nepoužívají a jsou nahrazeny právě termínem výchova mimo vyučování.

Naproti tomuto výkladu je v Pedagogickém slovníku pod heslem výchova mimo vyučování odkázáno na hesla významově související, kterým je ve slovníku věnováno heslo samostatné, a to jsou v tomto případě pojmy: doba mimo vyučování a mimoškolní vzdělávání. **Doba mimo vyučování** je dle tohoto slovníku časem žáků, který věnují jak aktivitám souvisejícím se školními povinnostmi, kam jsou řazeny cesty do a ze školy, příprava na vyučování nebo akce pořádané školou; tak se také jedná o čas, který žáci věnují činnostem, které se školou nesouvisejí.<sup>20</sup>

**Mimoškolní vzdělávání** je vzdělávání, které je organizované školskými i neškolskými institucemi, dále kulturními a osvětovými organizacemi nebo podniky a nadacemi (může se jednat např. o zařízení pro výchovu mimo vyučování nebo střediska pro volný čas dětí a mládeže apod.)<sup>21</sup>

Také Pedagogická encyklopedie se shoduje, že v případě **mimoškolního vzdělávání** se jedná o vzdělávání realizované mimo formální školský systém a dodává, že pro tuto oblast

---

<sup>18</sup> PÁVKOVÁ, Jiřina. *Pedagogika volného času*. V Praze: Univerzita Karlova, Pedagogická fakulta, 2014, s. 13. ISBN 978-80-7290-666-6.

<sup>19</sup> TŮMA, Jiří. *Pedagogika volného času*. Praha: Vysoká škola tělesné výchovy a sportu Palestra, spol. s r.o., 2018, s. 15. ISBN 978-80-87723-43-2.

<sup>20</sup> PRŮCHA, Jan, Eliška WALTEROVÁ a Jiří MAREŠ. *Pedagogický slovník*. 4., aktualiz. vyd. Praha: Portál, 2003, s. 47. ISBN 80-7178-772-8.

<sup>21</sup> Tamtéž, s. 124.

se vytvořily specifické teorie a disciplíny, mezi které lze zařadit Andragogiku, Vzdělávání dospělých nebo Pedagogiku volného času.<sup>22</sup>

Jak z výše uvedeného vyplývá, tak pojmy, které se objevují v souvislosti s pedagogikou volného času, jsou pojmy, které souvisí s časem jedinců stráveným mimo čas, který věnují formálnímu školnímu vzdělávání. Zároveň se ale jedná o dobu, kterou jedinci tráví jak ve spojitosti s aktivitami se školou souvisejícími, tak se jedná o aktivity, které již se školními povinnostmi nesouvisí.

## 1.4 Druhy výchovy a vzdělávání v oblasti volného času

V této podkapitole budou charakterizovány druhy výchovy a vzdělávání, se kterými je možné se v oblasti volného času setkat, a korespondují s tématem této diplomové práce.

Existují tři typy vzdělávání a v oblasti terminologie volného času se nejčastěji setkáváme s pojmem **neformální vzdělávání**, které lze charakterizovat jako organizované a systematické, avšak realizované mimo formální vzdělávací systém. Je zabezpečováno nejrůznějšími institucemi, jako jsou podniky, nadace, kluby, ale i školy nebo různá kulturní zařízení, která nabízí vzdělání pro populační skupiny dětí nebo dospělých ve vybraných typech, formách a obsahových oblastech, jde např. o programy funkční gramotnosti, výchovu ke zdraví, plánování rodičovství, nejrůznější rekvalifikační kurzy apod.<sup>23</sup>

Pávková uvádí, že **neformální výchova** se nejvíce přibližuje výchově ve volném čase, protože má jak základní znaky výchovy, kam patří cílevědomost a systematicčnost, tak zároveň je zde respektován požadavek dobrovolnosti a zajímavosti. Dále zmiňuje, že u neformální výchovy není podmínkou vystavení dokladu neboli certifikátu o absolvování.<sup>24</sup>

Dle Pedagogické encyklopedie se **neformální vzdělávání** zaměřuje na získání takových znalostí a dovedností, které účastníkovi zlepšují možnosti uplatnění na trhu práce a prohlubují dosavadní znalosti či dovednosti anebo se neformálním vzděláváním získávají nové znalosti a dovednosti, může se jednat např. o počítačové kurzy, školení, přednášky apod., přičemž nejde o poskytnutí stupně vzdělání.<sup>25</sup>

---

<sup>22</sup> PRŮCHA, Jan, ed. *Pedagogická encyklopedie*. Praha: Portál, 2009, s. 17. ISBN 978-80-7367-546-2.

<sup>23</sup> PRŮCHA, Jan, Eliška WALTEROVÁ a Jiří MAREŠ. *Pedagogický slovník*. 4., aktualiz. vyd. Praha: Portál, 2003, s. 136. ISBN 80-7178-772-8.

<sup>24</sup> PÁVKOVÁ, Jiřina. *Pedagogika volného času*. V Praze: Univerzita Karlova, Pedagogická fakulta, 2014, s. 14. ISBN 978-80-7290-666-6.

<sup>25</sup> PRŮCHA, Jan, ed. *Pedagogická encyklopedie*. Praha: Portál, 2009, s. 247. ISBN 978-80-7367-546-2.



Také Hofbauer uvádí, že **neformální výchova** má nejbližší k výchově ve volném čase a jedná se o aktivity strukturované a cíleně uskutečňované mimo formální výchovný systém, zejména se jedná o zájmové činnosti, jako je zájmový kroužek, umělecký soubor, sportovní družstva apod.<sup>26</sup>

Velice blízko k výchově ve volném čase má také **vzdělávání informální**, což je, dle Pedagogického slovníku, proces, jež trvá celý život a člověk při něm získává znalosti, dovednosti a postoje z každodenních zkušeností, které získává z prostředí a z kontaktů s jinými lidmi. Může probíhat v rodině, ve vrstevnické skupině, v práci, ve volném čase, při cestování, sledování televize apod. Jedná se o neorganizované, nesystematické a institucionálně nekoordinované vzdělávání, které je součástí celoživotního učení lidí, i těch kteří dosáhli vysokého stupně formálního vzdělání.<sup>27</sup>

Dle Pávkové se **informální výchovou** (učením) rozumí záměrné, ale také zcela nahodilé formování osobnosti člověka v různých životních situacích.<sup>28</sup>

Hofbauer uvádí, že **informální výchova** může probíhat cíleně, ale zpravidla je nezáměrná, neorganizovaná, nesystematická a nekoordinovaná. Jedná se o učení, které vyplývá z každodenního kontaktu a zkušeností s rodinou, prací, přáteli, vrstevnickými skupinami apod.

Třetím typem učení je formální vzdělávání, které souvisí s oběma výše uvedenými typy vzdělávání, a proto bude v této podkapitole také charakterizováno.

**Formální vzdělávání** je dle Pedagogického slovníku dnes chápáno jako vzdělávání, které je realizováno ve vzdělávacích institucích, tedy školách, jejichž funkce, cíle, obsah, prostředky a způsob hodnocení jsou definovány a legislativně vymezeny a probíhá ve stanoveném čase a formách.<sup>29</sup>

Pávková uvádí jako příklad **formální výchovy** působení školy, která pracuje podle stanoveného programu, jenž se musí respektovat a naplňovat a o výsledcích žáků či studentů je vydáno potvrzení (např. vysvědčení).<sup>30</sup>

---

<sup>26</sup> HOFBAUER, Břetislav. *Děti, mládež a volný čas*. Praha: Portál, 2004, s. 19. ISBN 8071789275.

<sup>27</sup> PRŮCHA, Jan, Eliška WALTEROVÁ a Jiří MAREŠ. *Pedagogický slovník*. 4., aktualiz. vyd. Praha: Portál, 2003, s. 84. ISBN 80-7178-772-8.

<sup>28</sup> PÁVKOVÁ, Jiřina. *Pedagogika volného času*. V Praze: Univerzita Karlova, Pedagogická fakulta, 2014, s. 14. ISBN 978-80-7290-666-6.

<sup>29</sup> PRŮCHA, Jan, Eliška WALTEROVÁ a Jiří MAREŠ. *Pedagogický slovník*. 4., aktualiz. vyd. Praha: Portál, 2003, s. 65. ISBN 80-7178-772-8.

<sup>30</sup> PÁVKOVÁ, Jiřina. *Pedagogika volného času*. V Praze: Univerzita Karlova, Pedagogická fakulta, 2014, s. 14. ISBN 978-80-7290-666-6.

Hofbauer považuje **formální výchovu** za systém aktivit, které jsou uskutečňované ve školách či jiných odborných vzdělávacích zařízeních. Je věkově odstupňována a o jejím absolvování se vydává doklad.<sup>31</sup>

Z výše uvedeného lze tedy shrnout, že formální vzdělávání je uskutečňováno v institucích k tomu určených za státem stanovených podmínek a je o něm vydáván doklad. Neuskutečňuje se ve volném čase, nicméně byl zde tento pojem krátce objasněn, protože je jedním ze tří typů vzdělávání a nelze ho tedy zcela opomenout. Neformální vzdělávání je velice úzce spojeno s volným časem a vztahuje se k rozvíjení celé řady dovedností a kompetencí mimo rámec formálního vzdělávacího systému. Jde o učení záměrné, ale zcela dobrovolné, které se uskutečňuje v různých prostředích. Informální vzdělávání také velmi souvisí s volným časem, protože se jedná se o zkušenosti získávané z každodenního života, tedy i v rámci volnočasových aktivit.

## 1.5 Charakteristika metod a pracovníků ovlivňujících volný čas

V této podkapitole budou charakterizovány metody, které jsou uplatňované ve volnočasových aktivitách a pracovníci, kteří tyto metody využívají a ovlivňují tak průběh volnočasových aktivit uskutečňovaných ve volném čase lidí.

Fenoménem v mimoškolním vzdělávání neboli edukaci je tzv. **edutainment**. Tímto výrazem je označován určitý druh zábavy, kterým může zúčastněný získávat nové informace z rozličných oblastí života, tedy může být vzděláván či mohou být ovlivňovány jeho postoje, hodnoty nebo vzorce chování, tedy může být vychováván. Takováto edukace je uskutečňována, aniž si to zúčastněný uvědomuje. Je zde využíváno nových prostředků, pracuje se s virtuální realitou či s informačními technologiemi. Pojem edutainment je znám především v anglicky mluvících zemích a skládá se ze slov education, což znamená vzdělávání a entertainment, jenž je překládán jako zábava. Českým stejným nebo odpovídajícím významem by tedy mohlo být spojení zábavné vzdělávání, vzdělávání prostřednictvím zábavy nebo škola hrou apod. Jde o novou oblast vzdělávací reality, kde je ústředním motivem soubor psychologicky, pedagogicky a didakticky promyšlených prostředků, které jsou vázány na zcela nové informační a komunikační technologie nebo jiná masově se rozšiřující média.<sup>32</sup> V dnešním světě se díky kulturnímu, ekonomickému a sociálnímu rozvoji společnosti výrazně změnil zájem lidí, a tím i aktivity konané ve volném čase. V současnosti už není volný čas vnímán jako doba odpočinku

---

<sup>31</sup> HOFBAUER, Břetislav. *Děti, mládež a volný čas*. Praha: Portál, 2004, s. 18. ISBN 8071789275.

<sup>32</sup> PRŮCHA, Jan, ed. *Pedagogická encyklopedie*. Praha: Portál, 2009, s. 498. ISBN 978-80-7367-546-2.

nebo relaxace, ale jako další čas, kdy je možno se zdokonalovat a rozvíjet v aktivitách, které byly svobodně vybrány. Výzkumy uvádí, že poptávka po zábavném vzdělávání je způsobena větším vzděláním populace. Souvztažnost mezi vzděláním lidí a smysluplnou kvalitní zábavou, kterou očekávají, je fenoménem dnešní doby. V současném světě je zcela běžné, že instituce s dlouholetou tradicí, jako jsou zábavná centra nebo velké parky zařazují do svého portfolia i vzdělávací činnosti. Také tradiční muzea a jiné veřejnoprávní organizace, jejichž prohlídka by mohla být vnímána jako nudná a nezáživná, včleňují do svého repertoáru také prvky zábavy a her, a návštěvník se tak stává tvůrcem interaktivního a zábavného procesu. Takovéto nenásilné a neuvědomované vzdělávání vede k mobilizaci procesu učení a k celkové změně tradičních postojů.<sup>33</sup> Podle Pedagogické encyklopedie je ten, kdo vyučuje zábavným způsobem označován jako **edutainer**.

Dalším pojmem souvisejícím s výchovou ve volném čase je tzv. **animace**, která je výchovnou metodou, která se používá zejména při práci s dospívajícími. Jejím základem jsou nedirektivní metody, které mají mladé lidi povzbuzovat k hledání vlastní cesty životem. Důraz je kladen na dobrovolnost, možnost volby, prostor pro vlastní iniciativu vychovávaných a odolnost vůči negativním sociálním vlivům.<sup>34</sup>

**Animace** dle Pávkové je výchovný postup, jehož hlavním znakem je nedirektivnost, tedy povzbuzování vlastní aktivity vychovávaných a co nejméně zákazů a příkazů. Pedagog, který uplatňuje takovýto výchovný postup, nabízí náměty činností, působí svojí přítomností, osobním příkladem a ochotou pomáhat řešit problémy, je označován jako animátor. **Animátor** má velkou autoritu, kterou uplatňuje nenápadně. Animativní přístup dává prostor pro nápaditost, aktivitu a iniciativu účastníků, poskytuje prostor pro osobní svobodu, ale zároveň vymezuje pravidla chování po vzájemné dohodě. V komerční sféře je pojem animace spojen s trávením volného času v oblasti rekreace a cestovního ruchu.<sup>35</sup>

Také Pedagogická encyklopedie uvádí, že **animace** klade důraz na možnost volby, dobrovolnost a hledání vlastní cesty k uspokojení potřeb ve volném čase a doplňuje, že se jedná o výchovnou metodu, která aktivizuje děti, mládež, ale i dospělé.<sup>36</sup> Tuto metodu uplatňují zejména **vychovatelé – animátoři**.

---

<sup>33</sup> Tamtéž, s. 500.

<sup>34</sup> PRŮCHA, Jan, Eliška WALTEROVÁ a Jiří MAREŠ. *Pedagogický slovník*. 4., aktualiz. vyd. Praha: Portál, 2003, s. 17. ISBN 80-7178-772-8.

<sup>35</sup> PÁVKOVÁ, Jiřina. *Pedagogika volného času*. V Praze: Univerzita Karlova, Pedagogická fakulta, 2014, s. 117. ISBN 978-80-7290-666-6.

<sup>36</sup> PRŮCHA, Jan, ed. *Pedagogická encyklopedie*. Praha: Portál, 2009, s. 740. ISBN 978-80-7367-546-2.

S výchovným pojmem, který je označován jako animace, úzce souvisí pojem **participace**, což dle Pávkové znamená podílení nebo spolupodílení se na určité činnosti. Tato metoda je také založena na nedirektivním přístupu, podpoře aktivity a iniciativy vychovávaných. Ve výchově ve volném čase je participace považována za možnost podílet se na přípravě, realizaci a hodnocení, tedy všech fázích činností.<sup>37</sup>

Dle Pedagogického slovníku je **participace** žáků charakteristika, která vyjadřuje aktivní účast žáků v procesu výuky.<sup>38</sup>

Dalším významným trendem v oblasti výchovy ve volném čase je **výchova zážitkem**. Touto výchovou se zabývá obor, který je označován jako pedagogika zážitku. Jde o výchovu, která klade důraz na bezprostřední zkušenosti a smyslové poznání.<sup>39</sup> Dalšími výchovnými metodami, které kladou důraz na možnost volby, dobrovolnost a hledání vlastní cesty k uspokojení potřeb jsou: **výchova dobrodružstvím, výchova v přírodě, výchovných expedicích** apod.<sup>40</sup>

V oblasti výchovy ve volném čase působí především pedagogové a vychovatelé volného času. **Pedagog** je učitel, který působí v různých typech a stupních škol, resp. je to pedagogický pracovník v širším slova smyslu anebo se jedná o teoretického odborníka v pedagogické vědě či výzkumu.<sup>41</sup> Na pedagoga volného času jsou kladeny vysoké nároky z pohledu obecně lidských kladných vlastností i z pohledu pedagogické profese. Existují specifické požadavky, které vycházejí ze zvláštností pedagogického ovlivňování volného času, mezi které patří:

- charakteristiky osobnosti v celé její struktuře – tedy fyzická zdatnost, dobrý zdravotní stav, příjemný zevnějšek, kladné charakterové vlastnosti, všeobecné i odborné vědomosti apod.;
- znaky nezbytné pro vykonávání pedagogické profese – tedy pozitivní vztah k dětem, komunikativnost, empatie, přirozená autorita, schopnost získat zájem dětí o činnosti apod.;

---

<sup>37</sup> PÁVKOVÁ, Jiřina. *Pedagogika volného času*. V Praze: Univerzita Karlova, Pedagogická fakulta, 2014, s. 117. ISBN 978-80-7290-666-6.

<sup>38</sup> PRŮCHA, Jan, Eliška WALTEROVÁ a Jiří MAREŠ. *Pedagogický slovník*. 4., aktualiz. vyd. Praha: Portál, 2003, s. 153. ISBN 80-7178-772-8.

<sup>39</sup> PÁVKOVÁ, Jiřina. *Pedagogika volného času*. V Praze: Univerzita Karlova, Pedagogická fakulta, 2014, s. 118. ISBN 978-80-7290-666-6.

<sup>40</sup> PRŮCHA, Jan, ed. *Pedagogická encyklopedie*. Praha: Portál, 2009, s. 740. ISBN 978-80-7367-546-2.

<sup>41</sup> PRŮCHA, Jan, Eliška WALTEROVÁ a Jiří MAREŠ. *Pedagogický slovník*. 4., aktualiz. vyd. Praha: Portál, 2003, s. 153. ISBN 80-7178-772-8.

- specifické požadavky na osobnost pedagoga volného času – tedy kvalitní vyrovnaná osobnost s příslušným vzděláním a znaky vyplývající ze zvláštnosti profese, kam patří především schopnost řešit nečekané situace, aktivita, průbojnost, tvořivost, nápaditost, smysl pro humor, psychická odolnost apod.<sup>42</sup>

Také **vychovatel** je pedagogický pracovník, který působí ve školách a školských zařízeních ústavní a ochranné výchovy, a také v oblasti výchovy mimo vyučování<sup>43</sup> a platí pro něj výše uvedené zásady platné pro pedagoga.

Dalšími pracovníky ve volnočasovém vzdělávání mohou být **lektoři**, kteří jsou také pedagogickými pracovníky zejména na vysokých školách anebo odborníky realizující různé formy vzdělávání dospělých.<sup>44</sup>

Lze tedy shrnout, že v současné době se v pedagogice volného času uplatňují metody, které kladou důraz na aktivizaci, dobrovolnost, princip zábavy, radosti a prožitku z činností tvořivosti a seberealizace. Mezi tyto metody patří edutainment – vzdělávání formou zábavy, dále animace – jde o metodu používanou pro aktivizaci dětí, mládeže a dospělých, dále participace – což je metoda založená na nedirektivnosti a spolupodílení se na činnosti. Dalšími trendy, které jsou v oblasti volného času na vzestupu, jsou: výchova zážitkem, dobrodružstvím, v přírodě apod., které jsou založeny na dobrovolnosti a možnosti volby. V oblasti volného času působí pedagogové a vychovatelé volného času, dále lektoři, animátoři a edutaineři. Na všechny jsou kladeny kromě obecných požadavků také požadavky specifické, které vyplývají z nároků kladených na volnočasové aktivity a jejich specifika. Důležitá je pro pracovníky působící v oblasti volného času především práce na sobě, snaha odstraňovat nedostatky a umět uplatnit své schopnosti. Neméně důležitá je také příslušná odborná kvalifikace.

## 1.6 Způsoby trávení volného času, tzv. volnočasové aktivity

V této podkapitole budou charakterizovány možné způsoby trávení volného času, tzv. volnočasové aktivity. Jak z výše uvedených podkapitol vyplývá, tak volný čas plní v současné době kromě jiného funkci relaxační, regenerační, sociálně preventivní a výchovnou. Tento závěr potvrzuje také Hofbauer, který uvádí, že oblast výchovy ve volném čase má své

---

<sup>42</sup> PÁVKOVÁ, Jiřina. *Pedagogika volného času*. V Praze: Univerzita Karlova, Pedagogická fakulta, 2014, s. 104. ISBN 978-80-7290-666-6.

<sup>43</sup> PRŮCHA, Jan, Eliška WALTEROVÁ a Jiří MAREŠ. *Pedagogický slovník*. 4., aktualiz. vyd. Praha: Portál, 2003, s. 279. ISBN 80-7178-772-8.

<sup>44</sup> Tamtéž, s. 133.

specifické funkce, mezi které patří funkce výchovně – vzdělávací, zdravotní, sociální a preventivní. <sup>45</sup> Dle tohoto autora patří mezi základní lidské činnosti, které se uplatňují ve **volnočasových aktivitách** a navzájem se prolínají – hra, učení a práce. „*Tak je možno říci, že hrou, ale i prací se člověk učí, že učení může mít podobu hry, některé pracovní aktivity také mohou mít hrový charakter apod.*“ <sup>46</sup>

Způsoby trávení volného času, tzv. **volnočasové aktivity**, je možné dělit dle míry formálnosti na aktivity, které jsou organizované a aktivity, které organizované nejsou. Dle Knotové se na výchově ve volném čase kromě rodiny podílí různé organizace a instituce, které mohou být státní, nestátní nebo soukromé. V České republice se jedná o:

- státní instituce – zde se řadí především instituce:
  - a) v působnosti rezortu školství, a to: školní družiny, školní kluby, střediska volného času, základní umělecké školy, domovy mládeže, jazykové školy apod.;
  - b) v působnosti rezortu kultury, a to: muzea, galerie, knihovny, kulturní střediska, hvězdárny, kina, divadla apod.;
  - c) částečně v působnosti rezortu zdravotnictví, a to: lázně, sanatoria, léčebny apod.
  - d) v resortu sociálních věcí, a to: ústavy, nízkoprahové kluby, komunitní centra apod.;
- neziskové organizace, tedy organizace nekomerčního sektoru, kam patří spolky (dříve občanská sdružení), obecně prospěšné společnosti, nadace a nadační fondy a církevní a náboženské společnosti, které autorka vyčleňuje zvlášť. Do této skupiny v oblasti volného času patří zejména spolky pro děti a mládež jako Český junák – skaut nebo Pionýr, spolky orientované na sportovní aktivity, kulturní činnosti, environmentální aktivity, technické činnosti, kluby, centra volného času apod.
- církve a náboženské společnosti, které na základě zákona o svobodě náboženského vyznání mohou vytvářet nabídku volnočasových činností pro všechny věkové a sociální skupiny;
- privátní komerční sféra, která se orientuje zejména na zájmové aktivity sportovní, kam patří např.: fitcentra, vodní světy, sportovní kluby, dále aktivity společenské, kam patří

---

<sup>45</sup> HÁJEK, Bedřich, Břetislav HOFBAUER a Jiřina PÁVKOVÁ. *Pedagogické ovlivňování volného času: současné trendy*. Praha: Portál, 2008, s. 70. ISBN 978-80-7367-473-1.

<sup>46</sup> Tamtéž, s. 124.

herny, kluby, zábavní centra, parky apod., ale také se zaměřují na rekreaci a turistický ruch atd. <sup>47</sup>

Dle Čecha se **volnočasové činnosti** diferencují podle různých hledisek. Účastníci mohou poznávat problematiku přírody, společnosti nebo člověka, přičemž významnou úlohu hraje také věk, pro který je příslušná aktivita předpokládána. Příslušné činnosti se dělí podle dalších hledisek, které umožňují účastníkům:

- objevovat různé stránky a oblasti,
- podněcovat poznávání,
- aktivity oddychové a rekreační,
- aktivity umělecké. <sup>48</sup>

Dále autor uvádí dominující aktivity v závislosti na životní etapě a na proměnách funkcí volného času. Mezi dominující aktivity v předškolním věku uvádí hry, a to pohybové, míčové nebo stolní. Mezi dominující aktivity u školního věku uvádí hry, a to míčové, počítačové, soutěživé – sport. U pubescentů a adolescentů uvádí hry pohybové, míčové, společenské, počítačové, soutěživé, tanec, hudbu a turistiku. V dospělosti podle autora dominují aktivity typu: kutilství, hobby, cestování, umění, vzdělávání a v důchodovém věku a stáří jsou hlavními aktivitami: cestování, hobby, sběratelství, četba, umění a vzdělávání. <sup>49</sup>

Z výše uvedeného vyplývá, že způsoby trávení volného času, tzv. volnočasové aktivity mohou být opravdu rozmanité. Může se jednat o neorganizované aktivity jednotlivců či skupin, a to na základě volně dostupných nebo vlastních zdrojů, dále se může jednat o organizované volnočasové aktivity nějakou institucí, které mohou být příležitostné, pravidelné, prázdninové apod. Primárním prostředím pro trávení volného času je rodina, jež velmi ovlivňuje celkový vztah k volnému času. Ve školním věku je to zejména škola a aktivity s ní spojené mimo vyučování. Pro volný čas jsou využívána jak přirozená prostředí jako ulice, parky, zahrady nebo příroda, tak infrastruktura jako hřiště, sportovní areály, nákupní centra, ale i volnočasové organizace a instituce.

První kapitola této diplomové práce byla věnována objasnění základních pojmů zkoumané problematiky v oblasti volného času a s tím souvisejících volnočasových aktivit. Byla zde provedena charakteristika pojmu volný čas a pojmů s ním úzce souvisejících. Jedná

---

<sup>47</sup> KNOTOVÁ, Dana. *Pedagogické dimenze volného času*. Brno: Paido, 2011, s. 54-65. ISBN 978-80-7315-223-9.

<sup>48</sup> ČECH, Tomáš. (ed.). *Výchova a volný čas*. Brno: MSD, 2007, s. 30-31. ISBN 978-80-86633-97-8.

<sup>49</sup> Tamtéž, s. 51.

se o pedagogiku volného času, výchovu pro volný čas, výchovu mimo vyučování, mimotřídní a mimoškolní výchovu, dobu mimo vyučování a mimoškolní vzdělávání. Další pojmy, které úzce korespondují s charakterem této práce a byly zde nastíněny, jsou výchova formální, neformální a informální. V závěru kapitoly byly popsány jak výchovné postupy uplatňované ve volnočasových aktivitách a pracovníci působící v oblasti volného času, tak možné způsoby trávení volného času, tzv. volnočasové aktivity.

Následující kapitola bude věnována charakteristice základních pojmů zkoumané problematiky v oblasti muzejní kultury, protože Pevnost poznání Univerzity Palackého v Olomouci je svým charakterem muzeem, a to muzeem vědy.



## 2 Charakteristika základních pojmů řešené problematiky v oblasti muzejní kultury

Protože Pevnost poznání Univerzity Palackého v Olomouci je interaktivní muzeum, které popularizuje vědu pro širokou veřejnost a svou charakteristikou patří do kategorie tzv. science center, bude druhá kapitola této diplomové práce zaměřena na objasnění základních pojmů řešené problematiky, které korespondují s tématem této diplomové práce v oblasti muzejní kultury. Jedná se o charakteristiku základních pojmů, mezi které patří pojem muzeum, muzejní pedagogika, muzejní edukace a s ní související pojmy a v neposlední řadě bude charakterizován pojem science centrum.

### 2.1 Charakteristika současného muzea a jeho vzdělávací úloha

Tato podkapitola bude věnována charakteristice pojetí současného muzea a jeho vzdělávací úlohy a vztahu k současnému návštěvníkovi.

„**Muzeum**, jako jedno ze základních a typických kulturních zařízení současného světa, od svého vzniku významně přispívalo ke vzdělávání a výchově – k lidské edukaci.“<sup>50</sup> Jak dále uvádí Jůva, tak dvacáté století je ve znamení rozvoje vzdělávacích aktivit muzeí, a to i dětských muzeí. Jde o zcela nový typ muzejní instituce, která považuje edukaci za svoji hlavní funkci a aktivity, které jsou orientovány nejen na děti a mládež, potvrzují význam a potenciál muzejní pedagogiky.

Podle Pedagogické encyklopedie jsou **muzea** a dětská muzea instituce, které se stávají velkými laboratořemi poznání, kde si mohou návštěvníci, je-li to možné, mnoho věcí vyzkoušet, osahat a pochopit tak složité fyzikální a přírodovědné děje. Právě interaktivita jednotlivých exponátů je podporou pro heuristické učení, tedy učení metodou řízeného objevování. V současné době jsou v těchto typech institucí samozřejmostí také různé vědomostní kvízy, hry a soutěže, třírozměrné filmy nebo multimediální prezentace.<sup>51</sup>

Také dle Šobáňové je **muzeum** bezpochyby výchovnou institucí, protože přispívá k předávání a rozvoji kultury, což je nejširším úkolem výchovy.<sup>52</sup> Podle této autorky

---

<sup>50</sup> JAGOŠOVÁ, Lucie, Vladimír JŮVA a Lenka MRÁZOVÁ. *Muzejní pedagogika: metodologické a didaktické aspekty muzejní edukace*. Brno: Paido, 2010, s. 7. Kultura a edukace. ISBN 978-80-7315-207-9.

<sup>51</sup> PRŮCHA, Jan, ed. *Pedagogická encyklopedie*. Praha: Portál, 2009, s. 500. ISBN 978-80-7367-546-2.

<sup>52</sup> ŠOBÁŇOVÁ, Petra. *Muzejní edukace*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2012, s. 15. ISBN 978-80-244-3003-4.

je muzeum specifická instituce, která se věnuje sbírání, uchovávání a vystavování určitých hmotných dokladů o lidské kultuře a přírodě. Uvádí také, že pro české prostředí je typické, že sbírky umělecké povahy, které spravují neziskové instituce, jsou tradičně nazývány **galeriemi**, a proto v tomto smyslu oba pojmy považuje za synonyma.

Podle revidované a mezinárodně uznávané definice Mezinárodní rady muzeí ICOM (International Council of Museums) jsou **muzea**: „*stále nevýdělečné instituce ve službách společnosti a jejího rozvoje, otevřená veřejnosti, která získává, uchovává, zkoumá, zprostředkuje a vystavuje hmotné doklady i nehmotné dědictví lidstva a jeho prostředí za účelem studia, vzdělávání, výchovy a potěšení.*“<sup>53</sup>

Jak je vidět z výše uvedených definic, muzeum má ve společnosti své nezastupitelné místo a veřejnost od něj očekává, že bude nejen sbírat a ochraňovat, ale také prezentovat a zpřístupňovat návštěvníkům hmotné i nehmotné doklady o existenci lidstva, a to nejen za účelem prohlížení, ale také studia, vzdělávání a výchovy. Edukační funkce muzea je tedy velice významná a nezastupitelná.

## 2.2 Charakteristika muzejní pedagogiky a muzejní edukace

Nový pojem, který se objevuje v souvislosti s muzei je **muzeopedagogika**. Jde o nově se rozvíjející pedagogickou disciplínu, která zkoumá veškeré aspekty využívání muzeí, ve kterých jsou uchovány sbírky pro vzdělávací a výchovnou činnost a metodické problémy s vytvářením specializovaných expozic, zpracování specifických prohlídek pro školy apod.<sup>54</sup> Dále je dle Pedagogického slovníku obecně světovým trendem rozšiřovat podíl muzeí a jím obdobných institucí na formálním, neformálním a informálním vzdělávání (viz kap. 1.4).

Vladimír Jůva<sup>55</sup> charakterizuje **muzejní pedagogiku** jako moderní sociální vědu, která se zabývá **muzejní edukací**. Při kategorizaci muzejní edukace vychází ze soudobého pojetí muzea a edukace, přičemž vychází ze zjištění, že pojem edukace v českém lexiku nahrazuje termín výchova. Edukaci vymezuje jako záměrné, cílevědomé a mnohdy i institucionalizované

---

<sup>53</sup> ICOM – International Council of Museums, [online]. 2020 [cit. 2020-10-28]. Dostupné z: <http://icom-czech.mini.icom.museum/icom/definice-muzea/>

<sup>54</sup> PRŮCHA, Jan, Eliška WALTEROVÁ a Jiří MAREŠ. *Pedagogický slovník*. 4., aktualiz. vyd. Praha: Portál, 2003, s. 129. ISBN 80-7178-772-8.

<sup>55</sup> DOLÁK, Jan, Pavel HOLMAN, Lucie JAGOŠOVÁ, Vladimír JŮVA, Lenka MRÁZOVÁ, Michal ŠERÁK a Petra ŠOBÁŇOVÁ. *Základy muzejní pedagogiky: studijní texty*. Brno: Moravské zemské muzeum, Metodické centrum muzejní pedagogiky, 2014, s. 7. ISBN 978-80-7028-441-4.

působení na rozvoj osobnosti. Podle tohoto autora může mít muzejní edukace také charakter formálního, neformálního a informálního vzdělávání. Zejména základní a střední školy mohou mít školní výuku také v muzeu, naopak mimo formální vzdělávací systém může probíhat vzdělávání formou organizovaných a pravidelně a častokrát se opakujících muzejněpedagogických aktivit jako jsou přednášky, řemeslné nebo umělecké dílny, soutěže, různé prázdninové akce apod. Také informální vzdělávání má v moderním muzejním prostředí své místo, a to při podpoře procesů učení svých návštěvníků nebo skrze webové prezentace nebo při spolupráci s masmédií apod.

Také podle Šobáňové<sup>56</sup> je **muzejní pedagogika** věda o **muzejní edukaci** a jedná se o celou řadu výchovně – vzdělávacích aktivit, které jsou s muzei spojeny a nejsou tím jen myšleny klasické návštěvy výstav, ale také netradiční aktivity, kam patří např. animace exponátů mimo prostory muzea, návštěvy lektorů muzea ve školách nebo cesty muzejních autobusů za návštěvníky apod. Dále také uvádí, že muzejní edukaci lze chápat obecně jako výchovu k tradici nebo ke kulturním hodnotám nebo jí též můžeme specifikovat jako vybudování vztahu ke kulturním statkům, které jsou nashromážděny v muzeu.

Německý autor Manfred Tripps<sup>57</sup> vymezuje **muzejní pedagogiku** jako obor, jehož předmětem je výchovně – vzdělávací práce všech typů muzeí. Dále uvádí, že činnost muzeí, která je výchovně – vzdělávací, začíná už při plánování výstavy a uskutečňuje se v jednotlivém výchovně – vzdělávacím procesu, který na výstavu navazuje. Dále také uvádí, že muzejní pedagogikou je zkoumáno všechno pedagogické dění, které probíhá v muzeu.

Pro svou teoretickou, výzkumnou a aplikační oblast souvisí velice úzce muzejní pedagogika s dalšími pedagogickými disciplínami, a to zejména s předškolní, školní, rodinnou nebo vysokoškolskou pedagogikou, dále s andragogikou, která se zabývá vzděláváním dospělých a s geragogikou, která se zabývá vzděláváním seniorů, a to z důvodu věku návštěvníků a sociálních rolí, které zastávají. Dále má muzejní pedagogika úzký vztah k didaktice, především pak k oborovým didaktikám (přírodních věd, uměleckých předmětů aj.), dále k předmětovým didaktikám (biologie, chemie, historie, fyziky aj.), a to z důvodu spolupráce muzeí se školami. Z důvodu posilování volnočasových muzejněpedagogických aktivit je muzejní pedagogika úzce spjata také s pedagogikou a didaktikou volného času,

---

<sup>56</sup> ŠOBÁŇOVÁ, Petra. *Muzejní edukace*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2012, s. 42, ISBN 978-80-244-3003-4.

<sup>57</sup> TRIPPS, Manfred. *Museumspädagogik – Definition und Sinn*. In VIEREGG, Hildegard, et al. *Museumspädagogik in neuer Sicht: Erwachsenenbildung im Museum*. Baltmannsweiler: Schneider Verlag Hohengehren, 1994. Band I: Grundlagen – Museumstypen – Museologie, s. 38–41, ISBN 3-87116-938-2.

a z důvodu zapojování zážitkových prvků do programů také spolupracuje s pedagogikou zážitku. Protože jsou muzea vytvořena pro všechny, spolupracuje muzejní pedagogika také se speciální pedagogikou a sociální pedagogikou.<sup>58</sup>

Z výše uvedeného lze tedy shrnout, že muzejní pedagogika je samostatná rozvíjející se pedagogická disciplína, která zkoumá edukační skutečnost spojenou s muzeem. Předmětem muzejní pedagogiky je muzejní edukace, která je v podstatě výchovným působením muzea na jeho návštěvníky. Muzejní pedagogika má vztah také s ostatními disciplínami pedagogiky a jinými vědami.

### 2.3 Další pojmy související s muzejní edukací

Muzejní edukace je spojena s celou řadou souvisejících pojmů. Jedná se o pojmy jako muzeologie, muzealizace, muzeálie, muzealita, facilitátor, expozice, ostenze, exponáty apod. Protože tyto pojmy souvisí s charakterem této diplomové práce, budou stručně představeny v následující podkapitole.

**Muzeologie** je vědecká disciplína, která se začala formovat v 19. století a zabývá se celým fenoménem sběratelství, tedy různými typy shromažďování předmětů a jejich ochranou a prezentováním během dějin lidstva. Bývá také charakterizována jako disciplína zabývající se specifickým poznávacím a hodnotícím vztahem jednotlivců k procesu muzealizace. Hmatatelným projevem tohoto vztahu jsou sbírky a muzea nebo instituce muzejního typu, kam patří zoologické a botanické zahrady, akvária, planetária, knihovny, archeoparky apod. Do muzeologie také patří různé lidské sbírky, které vznikají podvědomě, a to např. dětské sbírky nebo kolekce předmětů z dovolených apod.<sup>59</sup>

**Muzealizace** je proces, ve kterém jsou ze skutečnosti vyndávány jisté prvky, které autenticky dokládají podobu a stav určité lidské kultury za daný časový úsek. Tyto selektované hmotné prvky jsou v procesu muzealizace chráněny před přirozeným zánikem a dále využívány pro další vývoj lidské kultury.<sup>60</sup>

---

<sup>58</sup> DOLÁK, Jan, Pavel HOLMAN, Lucie JAGOŠOVÁ, Vladimír JŮVA, Lenka MRÁZOVÁ, Michal ŠERÁK a Petra ŠOBÁŇOVÁ. *Základy muzejní pedagogiky: studijní texty*. Brno: Moravské zemské muzeum, Metodické centrum muzejní pedagogiky, 2014, s. 9. ISBN 978-80-7028-441-4.

<sup>59</sup> DOLÁK, Jan, Pavel HOLMAN, Lucie JAGOŠOVÁ, Vladimír JŮVA, Lenka MRÁZOVÁ, Michal ŠERÁK a Petra ŠOBÁŇOVÁ. *Základy muzejní pedagogiky: studijní texty*. Brno: Moravské zemské muzeum, Metodické centrum muzejní pedagogiky, 2014, s. 11. ISBN 978-80-7028-441-4.

<sup>60</sup> ŠOBÁŇOVÁ, Petra. *Edukační potenciál muzea*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2012, s. 21. ISBN 978-80-244-3034-8.

Autoři Jagošová, Jůva a Mrázová uvádějí, že **muzealizace** má své podmínky, postupy a pravidla, na základě kterých mohou vznikat muzejní sbírky, které jsou základem pro vznik výstav a expozic. S muzealizačními procesy se návštěvníci setkávají v podobě prezentace sbírek a samozřejmě v dalších návazných metodách a formách umožňování kontaktu s muzeáliemi.<sup>61</sup> Prezentace je podle těchto autorů významnou a neoddělitelnou součástí muzejní práce, která má zásadní vliv na vztah lidí k muzeu a její užitnou hodnotu pro návštěvníky, a je tedy pro muzejní prezentaci velmi důležité volit správné formy a prostředky.

**Muzeálie** jsou zástupné prvky, které vznikají v procesu muzealizace a „mají obvykle hmotnou povahu anebo jsou nějakým způsobem fixovány – ať již na hmatatelném médium nebo v současnosti i ve virtuálním prostoru.“<sup>62</sup>

Beneš vidí také v první řadě v muzeáliích jejich dokumentační hodnotu, ale zároveň připomíná, že je **muzeálie** i „pramenem poznání, kulturním statkem a výchovně vzdělávacím prostředkem.“<sup>63</sup>

**Muzealita** dle redefinice Šobáňové<sup>64</sup> „coby vlastnost muzeálií se tak stává ústředním bodem, jehož hlubší rozkrytí je předpokladem nejen sbírkotvorné činnosti muzea, ale také pozdější úspěšné interpretace těchto muzeálií a zpřístupňujících, resp. socializačních snah.“ Dále autorka uvádí, že interpretace muzeálie musí být zájmem jak teoretiků, tedy muzeologů a kurátorů, tak muzejních pedagogů, proto aby byla odhalena podstata muzeality daného sbírkového předmětu. Muzealiza pramení z hodnot, které muzeálie zastupuje a o nichž vypovídá. Jedná se zejména o hodnoty kulturního dědictví, hodnoty poznání a hodnoty názoru.

O hodnotách současné muzejní kultury vypovídají muzejní expozice jako edukační médium, tedy zprostředkující činitel. **Muzejní expozice** je dle Šobáňové<sup>65</sup> jednou z hlavních forem muzejní prezentace. Jde o základní produkt výstavní činnosti muzea, který má stálý

---

<sup>61</sup> JAGOŠOVÁ, Lucie, Vladimír JŮVA a Lenka MRÁZOVÁ. *Muzejní pedagogika: metodologické a didaktické aspekty muzejní edukace*. Brno: Paido, 2010, s. 204. ISBN 978-80-7315-207-9.

<sup>62</sup> ŠOBÁŇOVÁ, Petra. *Edukační potenciál muzea*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2012, s. 27. ISBN 978-80-244-3034-8.

<sup>63</sup> BENEŠ, Josef. *Muzeologický slovník*. Praha: Národní muzeum – Ústřední muzeologický kabinet, 1978, s. 81. ISBN neuvedeno.

<sup>64</sup> ŠOBÁŇOVÁ, Petra. *Edukační potenciál muzea*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2012, s. 29. ISBN 978-80-244-3034-8.

<sup>65</sup> ŠOBÁŇOVÁ, Petra. *Expozice jako místo pro vzdělávání: metodika k tvorbě expozic zohledňujících vzdělávací potřeby návštěvníků*. Brno: Moravské zemské muzeum, Metodické centrum muzejní pedagogiky, 2017, s. 7. ISBN 978-80-7028-494-0.

charakter a představuje hlavní témata, na které se dané muzeum zaměřuje v rámci své sbírkotvorné a odborné činnosti. Jde o veřejně přístupné prostory, kde jsou situovány vystavované předměty, jejich doplňkové prvky a speciální mobiliář. Současně vykonávají funkci prezentačního a edukačního média a návštěvníci si jejich prostřednictvím osvojují specifické vědění, zkušenosti a postoje.

Muzejní expozice je charakteristická tzv. ostenzí. „*Ostenze, prvek ukazování autentických objektů zvláštního významu, a komunikace prostřednictvím tohoto předvádění je snad nejpodstatnějším aspektem muzejní prezentace a z hlediska poznávacích procesů je tím, co ji činní účinným edukačním médiem.*“<sup>66</sup> Dále autorka uvádí, že ostenze je zvláštní způsob lidského dorozumívání, ke kterému dochází pomocí předvádění originálů věcí či jevů, znamená tedy ukazování, předvádění, prezentování.

V expozicích je možné najít různé typy muzejních exponátů. Typy muzejních exponátů mohou být:

1. muzeálie,
  - tedy originální sbírkové předměty (exponáty – muzeálie),
2. nemuzeální hodnoty,
  - v tomto případě je exponát objekt obvykle prostorového charakteru, i když v současné době je těžká jakákoliv pevná definice, především díky možnostem nových médií a intermedialitě. Exponáty nemuzejní hodnoty se dále dělí na:
    - a) substituty – sem mohou patřit klasické kopie, faksimile, reprodukce, odlitky, imitace, rekonstrukce, makety, digitální reprezentace muzeálií, které jsou návštěvníkům prezentovány na některých typech nosičů či speciálními produkcemi. Substituty jsou užitečné pro svou názornost. Pomocí nich může být aplikována zásada „hands – on“, tedy možnost volného dotýkání se exponátů;
    - b) didaktické exponáty – sem patří zejména simulátory, vědecké hračky, hlavolamy, interaktivní stanoviště, kiosky s digitálním obsahem typu elektronických her, animací, kvízů apod., tedy auditivní, vizuální, obrazové či technické pomůcky;
    - c) zábavní exponáty – sem patří zejména předměty z různých herních či odpočinkových zón, stolky s hračkami, „hands – on“ herní prvky apod.<sup>67</sup>

---

<sup>66</sup> ŠOBÁŇOVÁ, Petra. *Expozice jako místo pro vzdělávání: metodika k tvorbě expozic zohledňujících vzdělávací potřeby návštěvníků*. Brno: Moravské zemské muzeum, Metodické centrum muzejní pedagogiky, 2017, s. 7. ISBN 978-80-7028-494-0.

<sup>67</sup> Tamtéž, s. 10-11.

Účinnost exponátů je podporována doplňkovými prvky, které mají substituční, referenční, explikační či hybridní charakter. Jejich úloha spočívá v tom, že mají dokreslit a vysvětlit dané téma a postavit prezentované sbírkové předměty do smysluplné souvislosti. Stále častěji jsou dnes v expozicích zastoupeny exponáty nemuzeální hodnoty, zejména exponáty didaktické hodnoty jsou klíčové z hlediska vzdělávání návštěvníků, protože napomáhají porozumění skutečnosti, která je prezentována.<sup>68</sup>

Specialista, který působí přímo v expozici a nejlépe umí zprostředkovat učení v této oblasti a je zdatný v komunikaci s nejrůznějšími typy návštěvníků a umí vhodnou formou interpretovat muzejní hodnoty, a také je didakticky transformovat do vzdělávacího obsahu, který je srozumitelný, se nazývá **facilitátor**. Jedná se obvykle o muzejního pedagoga, ale také může být facilitátorem kurátor nebo autor vystavených předmětů. Jejich úkolem je doprovázet návštěvníky na cestě k lepšímu porozumění procesům, ať už společenským nebo přírodním, o nichž muzeálie vypovídají.<sup>69</sup>

Tato kapitola byla doposud věnována charakteristice pojetí současného muzea a jeho vzdělávací úlohy a vztahu k současnému návštěvníkovi. Byly zde objasněny základní pojmy zkoumané problematiky v oblasti muzejní kultury, mezi které patří muzeum, muzejní pedagogika, muzejní edukace a s ní související pojmy. Další část této kapitoly bude věnována základní charakteristice pojmu science center, protože Pevnost poznání Univerzity Palackého v Olomouci svou charakteristikou patří právě do této kategorie muzeí.

## **2.4 Základní charakteristika science center – nového typu muzejní instituce**

Následující podkapitola bude zaměřena na základní charakteristiku jednoho z nových typů muzejních institucí, a to tzv. science centra, protože Pevnost poznání Univerzity Palackého v Olomouci svým charakterem patří právě do této kategorie muzejních institucí. Pojem science center tedy koresponduje s tématem předkládané diplomové práce a harmonizuje tak se základními pojmy zkoumané problematiky.

Ve 20. století začínají vznikat nové typy muzejních institucí, čímž dochází k odpoutání se od tradiční představy muzea a jeho expozice. Do muzejní kultury bylo zavedeno mnoho změn, muzeum již není chápáno výhradně jako: „*shromaždiště pramenné platformy vědeckých*

---

<sup>68</sup> Tamtéž, str. 12.

<sup>69</sup> ŠOBÁŇOVÁ, Petra. *Edukační potenciál muzea*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2012, s. 220. ISBN 978-80-244-3034-8.

*oborů nebo primárně jako vědecký a výzkumný ústav“.*<sup>70</sup> Jak dále autorka uvádí, některé z vizí dokonce zpochybňují samotný tradiční základ muzea, kterým jsou sbírky autentických předmětů. Vzniká nová muzejní architektura, která propojuje expozice s dalšími prostory a vytváří tak z muzea zajímavé společenské centrum, které se stává místem pro setkávání se a sdělování informací. Kromě obvyklých typů muzeí, mezi které patří např. muzeum umění, národní muzeum, archeologické muzeum, technické muzeum aj., vznikají nové typy muzejních institucí, mezi které se řadí ekomuzeum, archeopark, dětské muzeum, mobilní muzeum, science center aj.

Pojem **science centrum** je pojmem poměrně mladým a v České republice jsem nenašla žádnou odbornou literaturu, která by se přímo definicí a charakteristikou tohoto fenoménu zabývala. Existují různé muzejní publikace, které se ale science centřum nevěnují primárně, jen je ve svých osnovách zmiňují v různých kontextech spíše okrajově. S tematikou science center je možné se nejčastěji setkat v kvalifikačních pracích studentů různých vysokých škol. Ani samotná Mezinárodní rada muzeí ICOM, jež je mezinárodní profesní nevládní organizací se statutem konzultanta UNESCO a byla v roce 1946 založena za účelem podpory a zastoupení všech druhů muzeí, tedy muzea vědy a techniky, umění, archeologie a historie, etnografie, přírodních věd aj., jakož i institucí podobného zaměření, mezi které patří např. zoologické zahrady, akvária, botanické zahrady<sup>71</sup> apod., přímo nedefinuje pojem science centrum.

**Science centrum** se dle Šobáňové „*ve své orientaci na vzdělávací potřeby lidí mnohdy muzeální zcela vzdává a přírodní nebo kulturní jevy prezentuje výhradně pomocí didaktických exponátů.*“<sup>72</sup> Dále autorka uvádí, že tento druh muzejní instituce reprezentuje odlišný způsob muzeologického myšlení a jinou filozofii, jež přináší určitý způsob prezentace. Dle Šobáňové je **cílem science center** popularizovat vědu a techniku a **specifikem science center** je: „*orientace na vědu a techniku a případné napojení na univerzity a vědecké instituty, které se často prostřednictvím science center podílejí na popularizaci svých oborů.*“<sup>73</sup> Dále autorka uvádí, že v těchto případech se jedná o uplatnění nového stylu muzeologického myšlení a snahu

---

<sup>70</sup> ŠOBÁŇOVÁ, Petra. *Muzejní expozice jako edukační médium*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2014, s. 211. ISBN 978-80-244-4302-7.

<sup>71</sup> ICOM international council of museums [online]. 2020 [cit. 2020-10-28]. Dostupné z: <http://icom-czech.mini.icom.museum/icom/co-je-icom/>

<sup>72</sup> ŠOBÁŇOVÁ, Petra. *Muzejní expozice jako edukační médium*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2014, s. 213. ISBN 978-80-244-4302-7.

<sup>73</sup> Tamtéž, s. 240.



o působivější promlouvání k návštěvníkům a účinnější způsob prezentace, a dále o uplatnění interaktivity a využití „hands – on“ exponátů.

Podle Stránského souvisí vznik science center s vývojem vědy a techniky.<sup>74</sup>

Šobáňová dále uvádí, že: „*V některých případech je science center více střediskem zábavného a neformálního vzdělávání než muzeem. Dá se proto říci, že jde o instituci stojící na pomezí vzdělávacího zařízení a muzejní instituce.*“<sup>75</sup> Za rozlišovací znamení autorka považuje právě uplatnění muzeálií v expozicích, kdy existují science centra, jenž muzeálie uplatňují a jiná ne, což již leží za hranicí muzejnictví. Přesto ale, dle autorky, nelze science centra odmítnout jako nemuzejní instituci, protože se vyvinula v souvislosti s muzejní kulturou a stejně jako klasické muzeum má za cíl: „*stát se místem, kde lze získat představu o světě, jeho zákonitostech a rozmanitosti. Místem, kde lze klást otázky a hledat odpovědi, které se zde týkají přírodních věd, techniky a její historie. Science centrum se často zaměřuje i na prezentaci a objasňování přírodních zákonů, matematických zákonitostí a principů nebo různých fyzikálních či chemických jevů.*“<sup>76</sup> Dále autorka uvádí, že science centra nejsou klasickou vzdělávací institucí, která je podobná škole, protože se v těchto institucích nepoužívají tradiční edukační metody, ale tzv. edutainment (viz kapitola 1.5).

Česká asociace science center (dále jen ČASC), která byla založena v roce 2013, za účelem cíleného vytváření pozitivního image science center v České republice, jejich ochrany a podpory jejich zájmů, definuje **science centra** jako: „*centra neformálního vzdělávání, která se zaměřují na popularizaci vědy a techniky. Důraz se klade na interaktivitu a učení formou her, objevování vědy a techniky prostřednictvím osobní zkušenosti.*“<sup>77</sup> Hlavní náplní ČASC je koordinace aktivit jejích členů, a to především v oblasti neformálního vzdělávání (viz kapitola 1.4.). Asociace se snaží, aby byl systematicky utvářen kladný obraz science center, a to jak u české veřejnosti, tak i u vládních a nevládních organizací a zároveň, aby docházelo k individuálnímu rozvoji dílčích science center. Sleduje, jak jsou vytvářeny a realizovány právní předpisy a normy, které souvisí s chodem science center a s nabídkou neformálního vzdělávání. Dále asociace spolupracuje s kompetentními státními orgány na klíčových otázkách dotýkajících se zájmů členů ČASC a působí na legislativní procesy,

---

<sup>74</sup> STRÁNSKÝ, Zbyněk. *Archeologie a muzeologie*. Brno: Masarykova univerzita v Brně, 2005, s. 82. ISBN 80-210-3861-6.

<sup>75</sup> ŠOBÁŇOVÁ, Petra. *Muzejní expozice jako edukační médium*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2014, s. 240. ISBN 978-80-244-4302-7.

<sup>76</sup> Tamtéž, s. 241.

<sup>77</sup> Česká asociace science center [online]. 2020 [cit. 2020-10-28]. Dostupné z: <https://www.sciencecenter.cz/>

keré souvisí s činností science center nebo zprostředkovává a prosazuje legislativní návrhy a další opatření, která patří do této sféry. Mezi členy České asociace science center patří (řazeno abecedně):

1. Hvězdárna a planetárium Brno,

tato instituce je jedním ze zakládajících členů asociace a je centrem, které popularizuje nejrůznější vědy především z oblasti neživé přírody. Nejvíce se zaměřuje na popularizaci astronomie a dále šíří poznatky o geologii, chemii, fyzice, matematice, geografii aj. Nepatří mezi vědecká pracoviště, ale velké vědecké projekty na území města Brna a brněnské univerzity propaguje. Lze zde najít sál digitálního planetária, tzv. digitárium, které pomocí série speciálních projektorů v kombinaci s desítkami počítačů, dokáže promítat ve 2D i 3D režimu. V exploratoriu je možné nahlédnout do Říše mlhovin, v malém planetáriu je možné si prohlédnout umělou oblohu a v pozorovatelnách s velkými dalekohledy oblohu skutečnou. V okolí hvězdárny se nachází i několik volně přístupných interaktivních exponátů, jako je kaleidoskop, pixelová stěna, zvukovod, planetární siloměr nebo spektroskop;<sup>78</sup>

2. Hvězdárna a planetárium v Hradci Králové,

tato instituce je také jedním ze zakládajících členů asociace a je centrem, které je specializovanou kulturně osvětovou a vzdělávací organizací přírodovědného charakteru. Mezi její základní poslání patří seznamovat širokou veřejnost s poznatky v astronomii a příbuzných přírodních a technických vědách, a tím podporovat vzdělanost a kulturní úroveň občanů. Mezi hlavní činnosti této instituce patří příprava a pořádání popularizačních, osvětových a vzdělávacích akcí různých forem s využitím moderních multimediálních prostředků a specializovaného technického vybavení. Jsou zde pořádány programy pro školy, veřejnost, pravidelná i mimořádná pozorování oblohy, přednášky, výstavy, besedy a ve spolupráci s dalšími subjekty se podílí na zajištění přírodovědně zaměřených akcí;<sup>79</sup>

3. iQLANDIA science center Liberec,

je instituce, jejímž posláním je popularizovat technické a přírodovědné obory za využití principů neformálního vzdělávání a badatelského přístupu a zpřístupňovat vědu a výzkum jak pro školy, tak pro širokou veřejnost formou interaktivního poznávání. Centrum sdružuje tři samostatná centra: science centrum iQLADIA, jedná se o deset

---

<sup>78</sup> Hvězdárna a planetárium Brno [online]. 2020 [cit. 2020-10-28]. Dostupné z: <https://www.hvezdarna.cz/>

<sup>79</sup> Hvězdárna a planetárium v Hradci Králové [online]. 2020 [cit. 2020-10-28]. Dostupné z: <http://www.astrohk.cz/>

expozič v pěti podlažích, dále dětské science centrum iQPARK, jedná se o čtyři expozič ve čtyřech podlažích v samostatném objektu a iQPLANETÁRIUM s vlastní tvorbou i převzatými pořady. Každé z výše uvedených center přitom netvoří jen jedinečné expozič, ale i specifický program. A dále byla otevřena moderní dílna iQFABLAB, která je vybavena nejmodernějším vybavením a slouží tak široké veřejnosti k zvýšení úrovně vzdělanosti v oblasti polytechnického vzdělávání;<sup>80</sup>

4. Pevnost poznání Univerzity Palackého v Olomouci,

je instituce, která bude podrobně analyzována ve třetí kapitole této diplomové práce, jež bude zaměřena na charakteristiku popularizačního centra Pevnost poznání Univerzity Palackého v Olomouci, jeho historii, vznik, poslání, analýzu nabídky volnočasových aktivit, charakteristiku řízení a ekonomiku;

5. Planetárium Ostrava,

je instituce, která je součástí Hornicko – geologické fakulty Vysoké školy Báňské, Technické univerzity Ostrava, která byla také jedním ze zakládajících členů asociace. Toto centrum je rovněž zaměřeno na popularizaci astronomie a přírodních a technických věd, ovšem pořádá také výstavy, koncerty a divadla, tedy rozšiřuje povědomí i o kulturních hodnotách. Planetárium Ostrava je unikátní objekt, který je vybavený moderní celoblohovou projekcí a pozorovacími astronomickými přístroji. Digitální planetárium umožňuje zobrazit aktuální hvězdnou oblohu a sledovat speciální filmy. Ve dvou kopulích hvězdárny probíhá pozorování Měsíce, planet, hvězd i objektů vzdáleného vesmíru. Dále je zde experimentárium, které je vybaveno interaktivními exponáty pro děti i dospělé a několik stálých expozič;<sup>81</sup>

6. Svět techniky,

jedná se o instituci, která je známá také pod označením DOV (Dolní oblast Vítkovice, což je její oficiální statutární a fakturační adresa). Jedná se o světově unikátní areál známý pro svou těžbu uhlí a výrobu surového železa, který se proměnil v jedinečné vzdělávací, kulturní a společenské centrum s mezinárodním přesahem. Skládá se ze dvou částí, a to Malého světa techniky, který vznikl v opravené obří hale bývalé energetické ústředny a jsou zde jedinečné expozič sledující vývoj průmyslu a technického pokroku. Druhou částí je objekt Velkého světa techniky. Jedná se o supermoderní budovu, ve které jsou čtyři stálé interaktivní expozič, stovky

---

<sup>80</sup> iQ LANDIA [online]. 2020 [cit. 2020-10-28]. Dostupné z: <https://iqlandia.cz/>

<sup>81</sup> Planetárium Ostrava [online]. 2020 [cit. 2020-10-28]. Dostupné z: <https://planetariumostrava.cz/>

interaktivních exponátů, obří 3D kino, divadlo vědy, moderní laboratoře a učebny, které slouží široké veřejnosti;<sup>82</sup>

7. Techmania Science Center,

je instituce, která je také jedním ze zakládajících členů ČASC a nachází se v historických budovách plzeňské Škodovky, která spolu se Západočeskou univerzitou v Plzni stála u zrodu tohoto centra neformálního vzdělávání, které se uskutečňuje skrze stovky interaktivních exponátů, gyroskopu, 3D planetária, programů v dílnách a laboratořích, krátkých filmů promítaných na obří interaktivní globus nebo zábavné science show.<sup>83</sup>

8. VIDA! science centrum,

jedná se o instituci, která je známá také pod označením Moravian Science Centre Brno, jenž je jejím provozovatelem a zároveň jedním ze zakládajících členů ČASC. VIDA! je zábavný vědecký park u brněnského výstaviště, který je určen úplně pro všechny. V centru je více než 170 exponátů, probíhají zde představení se zábavnými pokusy, promítání 3D filmů, dočasné výstavy, víkendové labodílny pro rodiny nebo výukové programy pro školy.<sup>84</sup>

Z výše uvedeného lze tedy shrnout, že science centra jsou novodobým fenoménem, který je pro oblast muzejní kultury vynalézavým a obohacujícím prvkem, který má k dispozici velkolepé a špičkově vybavené expozice a moderní prostory. Jejich vznik je umožněn zejména rozvojem vědy a techniky, a s tím souvisejících současných možností nejen v oblasti vzdělávání, které byly v minulosti nemyslitelné a nedostupné. Jejich edukační působení bude zřejmě možné vyhodnotit až za delší časovou periodu.

Druhá kapitola byla věnována charakteristice základních pojmů zkoumané problematiky, které korespondují s tématem této diplomové práce v oblasti muzejní kultury, a to z důvodu orientace Pevnosti poznání Univerzity Palackého v Olomouci, které je interaktivním muzeem popularizujícím vědu pro širokou veřejnost a svým charakterem patří do kategorie tzv. science center. Byly zde charakterizovány pojmy jako muzeum a jeho vzdělávací úloha, muzejní pedagogika a další pojmy související s muzejní edukací. Dále byla provedena základní charakteristika science center, které jsou novodobými typy muzeí a byly

---

<sup>82</sup> DOV [online]. 2020 [cit. 2020-10-28]. Dostupné z: <https://www.dolnivitkovice.cz/>

<sup>83</sup> Techmania Science Center [online]. 2020 [cit. 2020-10-28]. Dostupné z: <https://techmania.cz/cs/>

<sup>84</sup> VIDA! [online]. 2020 [cit. 2020-10-28]. Dostupné z: <https://vida.cz/>

krátce představeny instituce, které sdružuje Česká asociace science center, přičemž tato organizace byla také stručně představena.

Následující kapitola bude zaměřena na charakteristiku Pevnosti poznání Univerzity Palackého v Olomouci, jako science centra, které je předmětem této diplomové práce.

### **3 Charakteristika Pevnosti poznání Univerzity Palackého v Olomouci**

Třetí kapitola této diplomové práce bude věnována charakteristice popularizačního centra Pevnost poznání Univerzity Palackého v Olomouci, protože je předmětem předkládané diplomové práce. Budou zde objasněny okolnosti jeho vzniku, provedena charakteristika jeho poslání, řízení a ekonomiky a bude zde provedena analýza nabídky volnočasových aktivit, které toto jedinečné interaktivní muzeum vědy realizuje, aby tak naplnilo své poslání.

#### **3.1 Historie vzniku Pevnosti poznání Univerzity Palackého**

##### **v Olomouci**

V této podkapitole budou objasněny okolnosti vzniku popularizačního centra Pevnosti poznání Univerzity Palackého v Olomouci v historickém kontextu.

Pevnost poznání Univerzity Palackého v Olomouci mohla vzniknout prostřednictvím finanční podpory státu, resp. Evropské unie, konkrétně prostřednictvím investičního projektu, který byl realizován z Evropského fondu regionálního rozvoje v rámci operačního programu Výzkum a vývoj pro inovace, prioritní osy 3 Komercializace a popularizace VaV, oblasti podpory 3.2 Propagace a informovanost o výsledcích VaV, který byl administrován na Přírodovědecké fakultě Univerzity Palackého v Olomouci. Příjemcem projektu je Univerzita Palackého v Olomouci, která spolupracuje s Městem Olomouc, Olomouckým krajem a dalšími subjekty. Přípravné práce na projektu začaly již v roce 2009, fyzická realizace započala v prosinci 2011. Cílem projektu byla regenerace a modernizace nemovité kulturní památky, tedy objektu bývalého Velkého dělostřeleckého skladu, a současně v jeho prostorách také vybudování návštěvnického centra s regionálním dopadem na volnočasové aktivity občanů. Záměrem přípravného projektového týmu bylo vybudovat centrum popularizace vědy a techniky, které budou využívat zejména žáci základních a středních škol a rodiny s dětmi a další zájemci bez rozdílu věku ze spádového okolí Olomouce, potažmo celého Olomouckého kraje a posléze nejen z tohoto regionu.<sup>85</sup>

Centrum vzniklo rekonstrukcí čtyřpodlažního velkého dělostřeleckého skladu z poloviny 19. století, je součástí Korunní pevnůstky, která sousedí s Botanickou zahradou a olomouckým Rozáriem. Korunní pevnůstka je unikátní areál z doby Marie Terezie, která se v polovině 18. století rozhodla postavit císařsko – královskou hraniční pevnost v Olomouci,

---

<sup>85</sup> Univerzita Palackého v Olomouci [online]. 2020 [cit. 2020-10-30]. Dostupné z: <https://www.upol.cz/>

tzv. bastionovou pevnost. Výstavba olomouckého bastionového opevnění vyšla tenkrát státní pokladnu na 10 milionů zlatých a stala se tak na dalších více než sto let základem pro obranu severní Moravy a pilířem pro další podobné konstrukce v našich krajích. Bylo odstraněno mnoho objektů určených k bydlení, hospodaření či pro vojenské účely, a to v okolí asi 800 metrů hraničících s opevněním. Došlo k vykoupení pozemků a k přemístění či zboření, a to bez náhrady, více než deseti předměstí a obcí. Při stavbě bylo přesunuto velké množství zeminy, což je stále ještě možné vidět i v současnosti, např. se jedná o vyhloubení kotliny v oblasti současných Smetanových sadů, snesení Tabulového vrchu či zarovnání prostředí u tehdejší obce Hejčín apod. Pro tyto úpravy bylo nezbytné vyvinout mimořádné pracovní úsilí. Součástí opevnění byla také tzv. Korunní hradba, a to v jižní části pevnosti, která měla za úkol chránit záliv, který byl vytvořen hradbami a Mlýnským potokem. Pro případ hrozícího vypuknutí války vznikl právě za touto hradbou v roce 1857 na jednom místě jak dělostřelecký sklad, tak prachárna, jež byly předurčeny pro skladování střelného prachu a munice. Vstup do města Olomouce byl redukován na čtyři brány. Areál Korunní pevnůstky sloužil jako jeden ze vstupů do města a dnes je součástí Městské památkové rezervace. Na průběh přeměny zchátralého bývalého vojenského skladiště dohlížel Národní památkový ústav v Olomouci.<sup>86</sup>

V budovách dělostřeleckého skladu a prachárny byl uložen vojenský materiál a celý prostor byl střežen vojáky, takže občané města vůbec netušili, co se skrývá za hradbami. Prostor Korunní pevnůstky sloužil armádě až do konce 20. století, kdy se stalo jejím novým vlastníkem město Olomouc a od roku 2008 občanské sdružení Muzeum Olomoucké pevnosti,<sup>87</sup> které v roce 2010 prodalo za symbolickou 1 Kč část areálu, tedy chátrající budovu velkého dělostřeleckého skladu Univerzity Palackého v Olomouci,<sup>88</sup> která tak mohla zahájit jeho rekonstrukci a přeměnu v popularizační centrum.

Stálé expozice, které vznikly ve spolupráci s univerzitními pracovníky, seznamují návštěvníky s dobrodružstvím vědy i obory a směry výzkumu a studia na Přírodovědecké fakultě Univerzity Palackého v Olomouci. Přírodovědecká fakulta Univerzity Palackého

---

<sup>86</sup> Muzeum Olomoucké pevnosti [online]. 2020 [cit. 2020-10-30]. Dostupné z: <http://www.pevnostolomouc.cz/bastionova-pevnost-olomouc.htm#>

<sup>87</sup> Muzeum Olomoucké pevnosti [online]. 2020 [cit. 2020-10-30]. Dostupné z: <http://www.pevnostolomouc.cz/korunni-pevnustka.htm>

<sup>88</sup> Univerzita Palackého v Olomouci [online]. 2020 [cit. 2020-10-30]. Dostupné z: [https://files.upol.cz/sites/pub/OSR/https://files.upol.cz/sites/pub/OSR/V%C3%BDro%C4%8Dn%C3%AD%20zpr%C3%A1vy%20o%20C4%8Dinnosti/VZ\\_cinnost\\_2010.pdfV%C3%BDro%C4%8Dn%C3%AD%20zpr%C3%A1vy%20o%20C4%8Dinnosti/VZ\\_cinnost\\_2010.pdf](https://files.upol.cz/sites/pub/OSR/https://files.upol.cz/sites/pub/OSR/V%C3%BDro%C4%8Dn%C3%AD%20zpr%C3%A1vy%20o%20C4%8Dinnosti/VZ_cinnost_2010.pdfV%C3%BDro%C4%8Dn%C3%AD%20zpr%C3%A1vy%20o%20C4%8Dinnosti/VZ_cinnost_2010.pdf)

v Olomouci je fakultou poskytující bakalářské, navazující magisterské i doktorské vzdělání v rozmanitých oborech matematiky, informatiky, fyziky, chemie, biologie, ekologie a věd o Zemi. Dále nabízí studijní programy, které jsou zaměřeny na přípravu budoucích učitelů oborů přírodních věd. Již při obnovení olomoucké univerzity v roce 1946 bylo zřejmé, že výuka přírodovědných oborů musí být nezbytnou součástí Univerzity Palackého. V roce 1958 se Přírodovědecká fakulta stala jednou ze čtyř fakult nejstarší moravské univerzity. Významnou součástí je areál fakulty v místní části Holice, kde sídlí biologické obory a díky operačnímu programu Výzkum a vývoj pro inovace zde vyrostla špičková vědecká centra – Centrum regionu Haná pro biotechnologický a zemědělský výzkum a Regionální centrum pokročilých technologií a materiálů. K fakultě patří také Botanická zahrada.<sup>89</sup>

V této podkapitole byla stručně nastíněna historie vzniku Pevnosti poznání a další část práce bude věnována vystižení podstaty poslání tohoto popularizačního muzea vědy.

### **3.2 Poslání Pevnosti poznání Univerzity Palackého v Olomouci**

V následující podkapitole bude charakterizováno poslání Pevnosti poznání Univerzity Palackého v Olomouci.

Pevnost poznání je interaktivním muzeem vědy, které zahájilo svou činnost v roce 2015 a svým charakterem patří do kategorie tzv. science center, viz kapitola 2.4. Je jedinečným centrem popularizace vědy a výzkumu na střední Moravě. Jeho posláním je popularizovat přírodní vědy a prohloubit povědomí všech věkových kategorií o vymoženostech techniky. Centrum popularizace vědy Pevnost poznání je místem, které inspiruje, a to především z důvodu unikátního prostoru, kterým disponuje a pro svou specializaci na neformální vzdělávání. Jak je patrné z teoretické části této diplomové práce, konkrétně z kapitoly 1.4, neformální vzdělávání je realizováno vně formální vzdělávací systém a jeho výsledkem není ucelené školské vzdělání, jenž by bylo doloženo např. vysvědčením či diplomem nebo jiným certifikátem, ale může formální vzdělávání doplňovat. Jedná se o výchovně vzdělávací aktivity, které jsou organizovány mimo rámec nastoleného školského systému, jenž uchazečům nabízí záměrný rozvoj životních zkušeností, dovedností a postojů, který je založen na jednotném systému hodnot. Organizátory těchto aktivit, jež bývají zpravidla dobrovolné, jsou sdružení dětí a mládeže a další nestátní neziskové organizace, školská zařízení pro zájmové vzdělávání, především střediska volného času, vzdělávací agentury, kluby, kulturní zařízení apod., a do této

---

<sup>89</sup> Univerzita Palackého v Olomouci [online]. 2020 [cit. 2020-10-30]. Dostupné z: <https://www.prf.upol.cz/o-fakulte/zakladni-informace/>



kategorie patří i Pevnost poznání jako neformální středisko vzdělávání, centrum popularizace, tzv. science centrum. Zároveň je Pevnost poznání také součástí Přírodovědecké fakulty Univerzity Palackého v Olomouci a podílí se na popularizaci jejích oborů a propagaci celé univerzity.

Matěj Dostálek, ředitel Pevnosti poznání se k poslání centra popularizace vyjádřil takto: *„Naším cílem není jen nadchnout pro vědu a budovat kritické myšlení v úžasném prostředí Pevnosti poznání. Jako součást tzv. třetí role Univerzity Palackého popularizujeme a prezentujeme naše výzkumné výsledky, které můžou mít zásadní vliv na budoucnost naší společnosti.“*<sup>90</sup>

Na jiném místě uvedl: *„Věda hraje v současném světě nezastupitelnou roli. Nejenže s její pomocí můžeme odhalit skutečnou podstatu živého a neživého kolem nás, ale je také základním kamenem technologického pokroku i klíčem k řešení hrozících katastrof a celospolečenských problémů. Právě proto je tak potřebná její popularizace, komunikace a snaha pro poznání nadchnout širokou veřejnost napříč generacemi.“*<sup>91</sup> I když tento výrok je již z roku 2017, je stále platný a aktuální, zejména v současném světě poznamenaném pandemií způsobenou rozšířením onemocnění COVID-19, které je způsobené novým koronavirem SARS-CoV-2, je právě věda opravdu klíčem k řešení tohoto celosvětového problému.

Jak již bylo popsáno v druhé kapitole této diplomové práce, tak Pevnost poznání je také členem České asociace science center, která sdružuje nejvýznamnější popularizátory vědy v České republice, jež přinášejí moderní přístup k učivu, který je založený na praktické zkušenosti a v globálním měřítku vedou k zefektivnění vzdělávání ve 21. století.

V této podkapitole bylo nastíněno poslání interaktivního muzea vědy Pevnosti poznání Univerzity Palackého v Olomouci, následující podkapitola bude věnována charakteristice této organizace z hlediska řízení a ekonomiky.

### **3.3 Charakteristika organizace z hlediska řízení a ekonomiky**

Centrum popularizace vědy Pevnost poznání v Olomouci je součástí Univerzity Palackého v Olomouci, organizačně patří pod Přírodovědeckou fakultu Univerzity Palackého

---

<sup>90</sup> Česká asociace science center [online]. 2020 [cit. 2020-10-30]. Dostupné z: [https://www.sciencecenter.cz/wp-content/uploads/2016/06/Zprava\\_o\\_cinnosti\\_2015\\_CASC.pdf](https://www.sciencecenter.cz/wp-content/uploads/2016/06/Zprava_o_cinnosti_2015_CASC.pdf)

<sup>91</sup> Česká asociace science center [online]. 2020 [cit. 2020-10-30]. Dostupné z: <https://www.sciencecenter.cz/wp-content/uploads/2018/07/ZpO-2017.pdf>

v Olomouci, proto je jeho nejvyšší právní normou zákon o vysokých školách č. 111/1998 Sb. Z účetního hlediska je Univerzita Palackého v Olomouci veřejnou vysokou školou vzniklou dle výše uvedeného zákona, o vysokých školách, a patří do skupiny účetních jednotek, u kterých hlavním předmětem činnosti není podnikání. Z tohoto důvodu Univerzita Palackého v Olomouci používá účetní metody platné pro výše zmíněný typ organizací, a to účetní metody dané vyhláškou č. 504/2002 Sb., ve znění pozdějších předpisů, kterou se provádějí některá ustanovení zákona č. 563/1991 Sb., o účetnictví. Účetním obdobím na Univerzitě Palackého v Olomouci je kalendářní rok. Majetek a závazky na Univerzitě Palackého v Olomouci jsou oceňovány na bázi historických cen. Účetní doklady jsou vedeny v elektronické podobě, většina typů účetních dokladů, mezi které patří např. přijaté faktury, vystavené faktury, interní účetní doklady, je vedena i v písemné podobě.<sup>92</sup> V době vzniku této diplomové práce probíhá na Univerzitě Palackého v Olomouci nastavení nového informačního systému, na základě kterého budou veškeré účetní doklady pouze v elektronické podobě a veškeré jejich schvalování bude také probíhat jen v elektronické formě.

Pevnost poznání je financována z rozpočtu přírodovědecké fakulty, který je schvalován fakultním senátem jako samosprávným zastupitelským akademickým orgánem, který zastupuje akademické pracovníky a studenty a určuje dlouhodobé směřování fakulty v souladu s dlouhodobým záměrem univerzity. Rozpočet je schvalován jako vyrovnaný a vzhledem k objemu financí, o kterém mám povědomí díky své bakalářské práci z roku 2019, ve které jsem se zabývala podílem doplňkové činnosti na hospodaření Univerzity Palackého v Olomouci, vím, že doplňková činnost, která se v popularizačním centru také odehrává, není až tak pro univerzitu, resp. přírodovědeckou fakultu stěžejní. Hodnotu, kterou má Pevnost poznání pro Univerzitu Palackého v Olomouci spatřuji zejména v popularizaci a prezentaci jak především jejich přírodovědných oborů, tak ve snaze nadchnout širokou veřejnost bez rozdílu věku pro vědu a poznání, což je zejména v současném světě více než kdy jindy opravdu důležité.

Konkrétní charakteristika organizační struktury a způsob mikrořízení centra popularizace je takový, že Pevnost poznání má svého ředitele, který má k dispozici svůj realizační tým, do kterého patří: programový vedoucí, vedoucí provozu, hlavní technik, PR a marketing, správce IT, informace a pokladna, technici dílen a zkušení koordinátoři, kteří

---

<sup>92</sup> Univerzita Palackého v Olomouci [online]. 2020 [cit. 2020-11-06]. Dostupné z: [https://files.upol.cz/sites/pub/OSR/Výroční%20zprávy%20o%20hospodaření/VZ\\_hospodareni\\_2019.pdf](https://files.upol.cz/sites/pub/OSR/Výroční%20zprávy%20o%20hospodaření/VZ_hospodareni_2019.pdf)

zajišťují bezproblémový průběh výše uvedených programů a volnočasových aktivit. Jedním z ukazatelů dobrého řízení organizace mohou být údaje o návštěvnosti, které vypovídají o počtu zájemců o aktivity nabízené danou institucí. Z tohoto důvodu byl zpracován vývoj návštěvnosti od roku 2015 do roku 2019. Data byla získána z interních zdrojů Pevnosti poznání, do kterých jsem v rámci své souvislé odborné praxe měla možnost nahlédnout. Tato data jsou předmětem Monitorovacích zpráv o udržitelnosti, proto je považuji za dostatečně relevantní.

Návštěvnost	2015	2016	2017	2018	2019
Základní vstupné	9 492	13 511	15 909	30 545	30 996
Snížené vstupné *	16 528	20 745	25 366	11 469	11 832
Školní programy	4 089	7 744	6 619	10 677	19 463
Organizované skupiny/skupinové vstupné	5 359	16 738	12 767	11 085	11 308
Rodinné vstupné	1 800	11 844	11 531	9 994	12 506
Doprovod **	912	2 055	2 844	2 929	2 319
Děti do 4 let	769	2 704	3 925	3 005	4 057
Partnerské balíčky	0	0	0	0	153
Dárkové poukazy	0	266	480	226	447
PROMO vstupné ***	495	1 220	632	911	517
Počet návštěvníku ze vstupenek	39 444	76 827	80 073	80 841	93 598
Počet návštěvníku na prezenčních listinách	41 496	3928	0	0	0
<b>Celkem</b>	<b>80 940</b>	<b>80 755</b>	<b>80 073</b>	<b>80 841</b>	<b>93 598</b>
* Vstupné pro děti nad 4 roky, studenty, důchodce, držitele průkazu ZTP, ZTP/P, ORC **Doprovod organizovaných skupin, účastníků školních programů a ZTP/P ***Volný vstup pro obchodní partnery					

Tabulka 1: Vývoj návštěvnosti v letech 2015 – 2019

Zdroj: Monitorovací zprávy Pevnost poznání

Zpracování: Vlastní

Z tabulky č. 1 vyplývá, že návštěvnost se drží nad osmdesátí tisíci účastníky, přičemž v posledním sledovaném roce výrazně stoupla. Je také vidět, že se zcela vytratil počet

návštěvníků na prezenčních listinách a úplně ho nahradil počet návštěvníků ze vstupenek. Z uvedeného také vyplývá, že realizační tým popularizačního centra se snaží neustále portfolio možností rozšiřovat, což je vidět například na vzniku partnerských balíčků nebo dárkových poukazů.

Doposud byla v této kapitole objasněna historie Pevnosti poznání, nastíněno její poslání z hlediska její funkce a provedena krátká charakteristika této organizace z hlediska řízení a ekonomiky. V následující podkapitole bude provedena analýza nabídky aktivit, které vedou k naplnění cílů tohoto centra popularizace vědy, a jenž mohou mít zásadní vliv na budoucnost naší společnosti.

### **3.4 Analýza volnočasových aktivit v Pevnosti poznání Univerzity Palackého v Olomouci**

Tato podkapitola bude zaměřena na analýzu volnočasových aktivit, které Pevnost Poznání Univerzity Palackého v Olomouci nabízí svým návštěvníkům, aby tak mohla naplnit své poslání, kterým je jednak popularizovat přírodní vědy a prohloubit povědomí o vymoženostech techniky, tak prezentovat výzkumné výsledky a zefektivnit vzdělávání. Analýza bude členěna na možnosti, které jsou nabízeny jak z pohledu časového, tedy na stálé akce dlouhodobého charakteru a jednorázové akce, tak z hlediska členění skupin účastníků, tedy na akce zaměřené na školy, na rodiny, na jednotlivce – děti, dospělé a seniory.

Pevnost poznání je interaktivní muzeum vědy, které má potenciál zaujmout rodiny s dětmi, středoškoláky, vysokoškolské studenty i starší generace. Ústřední roli v dění v Pevnosti poznání, které je populárně – naučné, mají především akční animátoři, kteří provázejí unikátními stálými expozicemi, odhalují moderní technologie spojené s moderním 3D tiskem nebo vysvětlují dění v naší sluneční soustavě prostřednictvím digitálního planetária a mnoho dalšího.

#### **3.4.1 Volnočasové aktivity dlouhodobého charakteru pro všechny návštěvníky**

V tomto oddílu budou charakterizovány volnočasové aktivity dlouhodobého charakteru, které jsou určeny pro všechny návštěvníky bez rozdílu věku.

V Pevnosti poznání se nachází čtyři unikátní expozice, které jsou zaměřeny na popularizaci dějin, přírody, logiky a fyziky. To vše doplňují Vědecké dílny, které se skládají z vědecké výtvarky a laboratoře poznání.

Jedná se o tyto **stálé expozice**:

1. Věda v pevnosti,

je expozice, která přibližuje návštěvníkům působivou formou olomoucké dějiny, jak je neznají. Návštěvníci si mohou obléci historickou uniformu a pomocí ní si přiblížit dobu, kdy v Olomouci vznikala vojenská pevnost a poznat život vojáků v ní. Mohou tak nahlédnout do zdravotnictví, stavebnictví, balistiky a kartografie 18. století za doprovodu zkušených animátorů. Expozici podtrhuje vtipný komiksový příběh vyobrazený na dvanácti panelech velkého formátu, který vypráví o vzniku olomoucké pevnosti a postavách Marie Terezie nebo císaře Františka I., jenž byli hlavními postavami této epochy. Ústřední dominantou expozice jsou jedinečné exponáty vzniklé vlastní činností, jež buď vytváří věrohodný obraz historie, nebo mají i funkci hlavolamu. Jedná se např. o tyto exponáty: Útěk generála, Strážní budka, Řazení pluku, Šest domů, Guttenbergův lis, Forty kostky, Historie Olomoucké pevnosti, Balistika, Kiosky, Řemesla, Architektura, Naslouchací chodba, Nakloněná plocha, Robot v bludišti, Historický komiks, Historické kostýmy, Panák bez hlavy, Vstupní brána a mnoho dalších;

2. Živá voda,

je expozice, která přibližuje návštěvníkům přírodu prostřednictvím fascinujícího vodního světa. V této expozici se mohou návštěvníci seznámit se zajímavostmi vodního toku od jeho pramene až po ústí do moře. Skrze lupy a moderní mikroskopy je zde možné seznámit se s drobnými vodními živočichy a dále odhalit tajemství podmořské jeskyně. Expozici provází živočichové v nadživotní velikosti a další unikátní exponáty, mezi které patří např.: Model přečerpávací elektrárny, Čistírna odpadních vod, Rozhledna, Koryto řeky, Pláž, Jeskyně, Pobřeží, Zátopový model, Pískovna, Turbíny, Interaktivní strom, Glóbus vs. mapa, Čištění vod, ČOV – odpadní kanál, Vrstevnice, Model DNA, Vážka dospělec, Muchnička larva, Muchnička kukla, Mořská želva, Perla, Anabolia, Aeshna, Poustevníček, Ecdyonurus, Dytiscus, Živočichové tůň a mnoho dalších;

3. Rozum v hrsti,

je expozice, která se zabývá základním principem lidského vědění, tedy logikou. V této expozici je asi největší dominantou gyroskop, což je přístroj, který používá mimo jiné i Mezinárodní vesmírná stanice. Zařízení se využívá zejména v navigaci a v této expozici je možné si ho vyzkoušet na vlastní kůži. Dalším fascinujícím exponátem je osmimetrová maketa lidského mozku, nebo obří oko či zvukovod. Je možné si zde

zahrát 3D piškvorky nebo si otestovat různé logické úlohy, hlavolamy a šifry. Za tímto účelem jsou zde např. exponáty jako: Hlavolam pět kvádrů, Hlavolam kolíky, Hlavolam T, Interaktivní hádanky, Logik, Vázání uzlů, Důkaz Pythagorovy věty, Gaussovo rozdělení, Enigma, Pentomino, Morseova abeceda a mnoho dalších;

#### 4. Světlo a tma,

je expozice, která popularizuje fyziku a je možné se zde seznámit se vznikem světla, objevit podstatu světelného záření nebo shlédnout prezentaci Schlierenovy metody apod. Součástí této expozice je také statická expozice astronomie a kosmonautiky, kde je možné se seznámit s výzkumem sluneční soustavy, vesmírnými dálkami nebo vzdálenostmi oddělujícími jednotlivé planety. K tomu jsou zde k dispozici exponáty jako: Fotoelektrický jev, Odraz světla, Polarizace světla, Rozměry sluneční soustavy, Fotovoltaika budoucnosti, Slepecké planetárium, Mars, Fáze Měsíce, a mnoho dalších zajímavých exponátů.

### **Digitální planetárium**

Digitální planetárium ohromuje šestimetrovou kopulí a zakončuje expozici Světlo a tma, ale zároveň je samostatnou atrakcí, kterou lze rozdělit na dvě různé aktivity, a to:

#### 1. filmovou projekci,

zde je možné se pomocí filmové projekce přenést do světa vesmírných tajemství, zažít Velký třesk, projít se jako Neil Armstrong po povrchu Měsíce nebo stát v blízkosti Slunce. Kapacita digitálního planetária je 20 osob. V době vzniku této diplomové práce je na výběr ze šesti populárně naučných filmů, a to:

- Ledové světy – jedná se o krátký film, který přibližuje křehkou rovnováhu mezi ledem, vodou a existencí života, což je téma ke zkoumání a objevování ve vědě po generace. Při cestách do arktických a antarktických oblastech naší planety jsou prozkoumávány ekosystémy, které tam žijí a prospívají, a je vidět, jak je jejich přežití spojeno s naším. Za Zemí je vidět, jak existence ledu formuje krajinu a přírodní systémy na jiných planetách a měsících v naší sluneční soustavě;
- Dvě malá sklíčka – jedná se o krátký film, který přibližuje využití dalekohledu pro pochopení našeho místa ve vesmíru a jak dalekohledy nadále rozšiřují naše chápání vesmíru;
- Zázraky vesmíru – jedná se o krátký film, pomocí kterého je možné nahlédnout do hlubin vesmíru očima Hubblova kosmického dalekohledu, a také cestovat zpět miliardy let v čase a pozorovat zrození vesmíru;

- Neuvěřitelný vesmír – jedná se o krátký film, který nás provede nekonečným vesmírem, prostřednictvím něhož je možné vidět vzdálené galaxie, hvězdokupy, pusté měsíce a obří meteority apod.;
  - Nové světy – jedná se o krátký film, pomocí kterého jsou nám přiblíženy ledové útesy měsíce Kalisto nebo Jupiterův tenký prachový prsteneček;
  - Se zvířátky do vesmíru – jedná se o filmové zpracování vesmíru pro nejmenší diváky za pomoci zvířecích postaviček;
2. návštěva statické expozice astronomie a kosmonautiky, která je zároveň součástí expozice Světlo a tma, a prostřednictvím které je možné obohatit si vědomosti o vesmíru, o jeho zákonitostech a tajemstvích.

### **Vědecké dílny**

Vědecké dílny patří také mezi stálou aktivitu, kterou Pevnost poznání nabízí svým návštěvníkům zejména o víkendech. Jedná se o chemickou laboratoř, kde si malí i velcí návštěvníci mohou vyzkoušet nebo sledovat nejrůznější chemické pokusy a vědeckou výtvarku, kde si zejména mladší návštěvníci mohou vyrobit něco na památku. Vědecké dílny jsou obvykle zaměřeny tematicky k programu/akci, která právě v daném období v popularizačním centru probíhá.

### **Pronájmy**

Mezi stálou službu, kterou Pevnost poznání nabízí svým návštěvníkům, patří možnost pronájmu jejích úžasných prostor jako místa pro konání nejrůznějších společenských setkání. Může se jednat o konference, přednášky, workshopy nebo návštěvy významných hostů. K pronájmu je možné využít tři sálů s celkovou kapacitou až 250 míst. Jedná se o reprezentativní prostory Laudonova sálu, Přednáškového sálu a Malého sálu, vše s technickým parkem, kde je k dispozici projekční a ozvučovací technika.

### **Výjezdní Science show**

Výjezdní Science show pořádá Pevnost poznání pro zájemce z různých odvětví. Může se jednat o firmy, školy a další jiné zájemce, kteří si pozvou popularizátory vědy z interaktivního muzea na svou akci a ti ukazují pomocí různých pokusů a experimentů, že věda může být velká zábava. Samotná Pevnost poznání má pro tyto účely již předem připraveny programy, ze kterých si zájemci mohou vybrat. Jedná se o Science show, která je plná efektivních pokusů, během níž animátoři představí několik základních plynů a jejich zajímavé

vlastnosti. Při této show je možné vyzkoušet dotek kapalného dusíku, který má teplotu  $-196\text{ }^{\circ}\text{C}$  nebo si nechat zapálit plyn přímo na ruce. Dále Pevnost poznání pořádá vystoupení, která jsou realizována na pódiu, formou experimentů, při kterých asistují dobrovolníci z řad obecnstva. Další možností je, že vyjede pouze chemická laboratoř, která pomocí několika jednoduchých experimentů má potenciál přesvědčit, že chemie je zajímavá a hlavně zábavná pro všechny bez rozdílu věku např. pomocí netradiční výroby zmrzliny. Dále může vyjet jen fyzikální laboratoř, která přibližuje běžné každodenní fyzikální jevy, které nás obklopují. Formou stolečkových aktivit mohou probíhat také workshopy, během níž lektoři, jež jsou současně také studenty Univerzity Palackého v Olomouci, pomohou odtajnit svět vědy. Neméně poutavý je výjezd biologické laboratoře, která za pomoci mikroskopů ukazuje krásný a miniaturní svět sladkých vod. Nahlédnout do světa nejnovějších technologií je možné za pomoci 3D tiskárny, kterou je možno také dopravit na domluvené místo. Velice obohacující může být příjezd výtvarné dílny, která propojuje vědecké disciplíny s výtvarnou výchovou. Celou výjezdní Science show završuje zapůjčení interaktivního exponátu, který je možné dovést přímo na akci i s odborným výkladem lektora. Jedná se o exponáty: Ježek v kleci, 3D piškvorky, Mimosemšťan nebo míchání barev.

### **Dárkové poukazy**

Pevnost poznání také nabízí svým návštěvníkům možnost udělat svým blízkým radost zakoupením dárkového poukazu, který platí do celého interaktivního muzea. Dárkový poukaz může mít různou podobu, např. pro jednoho dospělého, pro jednoho dospělého se dvěma dětmi, dva dospělí a jedno dítě apod. nebo může mít i podobu permanentky, která je přenositelná a platná jeden rok.

V tomto oddílu byla provedena charakteristika volnočasových aktivit dlouhodobého charakteru nabízených Pevností poznání pro všechny návštěvníky. Mezi tyto aktivity patří stálé expozice, digitální planetárium, vědecké dílny, pronájmy, výjezdní Science show a dárkové poukazy. V další podkapitole budou představeny školní programy, které také patří do aktivit dlouhodobého charakteru, ale určených pouze pro děti školního věku.

### **3.4.2 Aktivity dlouhodobého charakteru určené pro školní děti**

V následujícím oddílu budou charakterizovány aktivity dlouhodobého charakteru, které jsou svým zaměřením určeny primárně pro žáky škol, a to mateřských, základních a středních. Jak je patrné z podstaty určení této návštěvnické skupiny, nejedná se tak úplně o volnočasové



aktivity, které jsou charakteristické svou dobrovolností ve vlastním volném čase, ale jedná se o aktivity spojené s formálním učením, i když v neformálním prostředí, nejedná se tedy o zcela dobrovolné volnočasové aktivity, ale o aktivity spojené s plněním školních povinností. Výchovné působení, kterému jsou jedinci vystaveni v době, kterou tráví jak ve spojitosti s aktivitami se školou souvisejícími, tak s aktivitami se školními povinnostmi nesouvisejícími, bylo charakterizováno v první kapitole této diplomové práce, konkrétně v podkapitole 1.3.

Školní programy, které jsou nabízeny popularizačním centrem Pevnost poznání, jsou tvořeny tak, aby navazovaly na rámcové vzdělávací programy (dále jen RVP) a mohly tak harmonicky doplňovat školní formální výuku, a to v neformálním prostředí interaktivního science centra, které se snaží touto cestou edukační proces výrazně zatraktivnit a zefektivnit. Školní programy probíhají v období školního roku, tedy od září do června, v různé časové délce, která se odvíjí od vybraného druhu programu a využití tzv. doprovodného programu a jsou zaměřeny na oblasti: historie, matematiky, zeměpisu, fyziky, chemie a biologie. Protože je nabízených programů opravdu hodně, byly sestaveny za účelem větší přehlednosti do dílčích tabulek.

Obor	Název programu	Oblast RVP	Klíčové kompetence
biologie	Lidské tělo jako puzzle	Dítě a jeho tělo	k učení / komunikativní / sociální a personální / činnosti a občanské
	Podmořské dobrodružství	Dítě a svět	k učení / komunikativní / sociální a personální / činnosti a občanské
	Labyrint smyslů	Dítě a jeho tělo	k učení / komunikativní / sociální a personální
	U vodníků na rybníku	Dítě a svět	k učení / k řešení problémů / komunikativní / sociální a personální / občanské
fyzika	Fyzika kolem nás	Dítě a svět	k učení / k řešení problémů / komunikativní
	Barevné planety	Dítě a svět	k učení / komunikativní / sociální a personální
geografie	Voda v jednom kole	Dítě a svět	k učení / komunikativní / sociální a personální
historie	Tvrdá doba kamenná	Dítě a svět	k učení / k řešení problémů / komunikativní / sociální a personální
chemie	Cukrová duha	Dítě a svět	k učení / k řešení problémů / komunikativní / sociální a personální
matematika	Pohádkový svět matematiky	Dítě a jeho psychika	k učení / k řešení problémů / komunikační / sociální a personální

Tabulka 2: Školní programy určené pro děti mateřských škol

Zdroj: Pevnost poznání

Zpracování: Vlastní

Tabulka č. 2 znázorňuje školní programy určené pro děti mateřských škol. Pro mateřské školy je určeno celkem 10 programů v oborech: biologie, fyzika, geografie, historie, chemie a matematika, které navazují na některou z oblastí vzdělávání RVP pro předškolní vzdělávání a rozvíjejí klíčové kompetence dětí mateřských škol.

V další následující tabulce bude uveden přehled školních programů určených pro žáky základních škol.

Obor	Ročník	Název programu	Oblast RVP	Klíčové kompetence
biologie	1. - 2.	Lidské tělo jako puzzle	Člověk a příroda	k učení / komunikativní / sociální a osobní / občanské
	1. - 2.	Podmořské dobrodružství	Člověk a příroda	k učení / komunikativní / sociální a osobní / občanské
	1. - 2.	Labyrint smyslů	Člověk a příroda	k učení / komunikativní / sociální a osobní
	1. - 2.	U vodníků na rybníku	Člověk a příroda	k učení / k řešení problémů / komunikativní / sociální a osobní / občanské
	1. - 2.	Kouzla s vodou	Člověk a příroda	k učení / komunikativní / sociální a osobní / občanské
	3. - 4.	Jedinečné vlastnosti vody	Člověk a příroda	k učení / komunikativní / sociální a osobní / občanské
	4. - 5.	Svět pod vodní hladinou	Člověk a příroda	k učení / k řešení problémů / komunikativní / sociální a osobní / občanské
	6. - 7.	Svět v kapce vody	Člověk a příroda	k učení / k řešení problémů / komunikativní / sociální a osobní / občanské
	6. - 7.	Tajuplná krása rostlin	Člověk a příroda	k učení / k řešení problémů / komunikativní / sociální a osobní / pracovní
	6. - 8.	Odpudivý nebo kouzelní	Člověk a příroda	k učení / k řešení problémů / komunikativní / sociální a osobní
	7. - 8.	(Ne)všední ryby	Člověk a příroda	k učení / k řešení problémů / komunikativní / sociální a osobní
	8. - 9.	Chemie zažívání	Člověk a příroda	k učení / komunikativní / sociální a osobní / pracovní
fyzika	1.	Fyzika kolem nás	Člověk a příroda	k učení / k řešení problémů / komunikativní
	1.	Barevné planety	Člověk a příroda	k učení / komunikativní / sociální a osobní
	2. - 5.	Ozoboti aneb začínáme programovat	Člověk a příroda	k učení / k řešení problému / pracovní / sociální a osobní
	2. - 5.	Živá sluneční soustava	Člověk a příroda	k učení / komunikativní / občanské
	4. - 7.	Usměrněné elektrony	Člověk a příroda	k učení / k řešení problému / pracovní
	6. - 7.	Sluneční soustava	Člověk a příroda	k učení / komunikativní
	8. - 9.	Hluboký vesmír	Člověk a příroda	k učení / komunikativní
	8. - 9.	Světlo na cestách	Člověk a příroda	k učení / k řešení problémů / pracovní
	8. - 9.	Vlny světla	Člověk a příroda	k učení / k řešení problémů / komunikativní
	9.	Radonová stopa	Člověk a příroda	kommunikativní / k řešení problémů / sociální a osobní / občanské
	8. - 9.	Nespoutané hvězdy	Člověk a příroda	k učení / k řešení problémů / komunikativní
7. - 9.	Fyzika v komiksu	Člověk a příroda	kommunikativní / k řešení problémů / pracovní / sociální a osobní	

Tabulka 3: Školní programy určené pro žáky základních škol, část A

Zdroj: Pevnost poznání

Zpracování: Vlastní

Tabulkové zpracování školních programů pro žáky základních škol bylo rozděleno na dvě části, a to část A a část B, protože aktivit určených pro tento typ návštěvníků je opravdu velké množství.

Obor	Ročník	Název programu	Oblast RVP	Klíčové kompetence
geografie	1. - 2.	Voda v jednom kole	Člověk a jeho svět	k učení, komunikativní, sociální a personální
	3. - 4.	Nezadržitelná voda	Člověk a jeho svět	k učení / k řešení problémů, komunikativní, sociální a personální
	7. - 9.	Virtuální voda	Člověk a příroda	k učení / k řešení problémů, komunikativní, sociální a personální
	3. - 9.	Navrhni si svoje město	Člověk a jeho svět	k učení / k řešení problémů, komunikativní, sociální a personální
	6.	Co se děje v litosféře?	Člověk a příroda	k učení / k řešení problémů, komunikativní, sociální a personální
historie	1. - 2.	Tvrdá doba kamenná	Člověk a společnost	k učení / k řešení problémů / komunikativní / sociální a personální
	3. - 5.	Ve službě Marie Terezie	Člověk a společnost	k učení / k řešení problémů / komunikativní / sociální a personální
	4. - 5.	Život ve středověkém městě	Člověk a společnost	k učení / k řešení problémů / komunikační / sociální a personální / občanské
	6.	Římané v Olomouci	Člověk a společnost	k učení / k řešení problémů / komunikativní / sociální a personální
	7.	Kriminálka Olomouc: vražda Václava III.	Člověk a společnost	k učení / k řešení problémů / komunikační / sociální a pracovní
	8.	Třicetiletá válka a barokní perla	Člověk a společnost	k učení / k řešení problémů / komunikační / sociální a personální / občanské
	9.	Škola pod rudou hvězdou	Člověk a společnost	k učení / k řešení problémů / komunikativní / sociální a personální / občanské
	9.	Smutná Olomouc	Člověk a společnost	k učení / k řešení problémů / komunikativní / sociální a personální / občanské
chemie	1. - 7.	Cukrová duha	Člověk a jeho svět	k učení / k řešení problémů / komunikativní / sociální a personální
	4. - 9.	To je bomba	Člověk a jeho svět	k učení / k řešení problémů / komunikativní / sociální a personální / pracovní
	8. - 9.	Redoxní chameleon	Člověk a příroda	k učení / k řešení problémů / komunikativní / sociální a personální / pracovní
	8. - 9.	Neznámá látka beze jména	Člověk a příroda	k učení / k řešení problémů / komunikativní / sociální a personální / pracovní
	8. - 9.	Ovocná baterie	Člověk a příroda	k učení / k řešení problémů / komunikativní / sociální a personální / pracovní
	9.	Extrakce DNA	Člověk a příroda	k učení / k řešení problémů / pracovní / komunikativní / sociální a personální
matematika	1.	Pohádkový svět matematiky	Matematika a její aplikace	k učení / k řešení problémů / komunikační / sociální a personální
	2. - 3.	Tvary světa	Matematika a její aplikace	k řešení problémů / komunikační / sociální a personální
	4. - 5.	Tajemství šifer	Matematika a její aplikace	k učení / k řešení problémů / komunikační / sociální a personální

	6.	Nudná čísla?	Matematika a její aplikace	k řešení problémů / komunikační / sociální a personální
	7. - 9.	Matematické rébusy a hádanky	Matematika a její aplikace	k učení / k řešení problémů / komunikační / sociální a personální

Tabulka 4: Školní programy určené pro žáky základních škol, část B

Zdroj: Pevnost poznání

Zpracování: Vlastní

Tabulky č. 3 a 4 znázorňují školní programy, které Pevnost poznání nabízí žákům základních škol. Jak je z výše uvedeného vyobrazení patrné, v tabulce je mnohem více aktivit, protože zastoupení základními školami je nejpočetnější. Jedná se o 48 programů určených pro žáky základních škol napříč všemi ročníky, tedy od první do deváté třídy základní školy a je možné si vybrat opravdu z pestré nabídky v oborech biologie, fyzika, geografie, historie, chemie a matematika, které navazují na některou z oblastí vzdělávání RVP pro základní školy a rozvíjejí klíčové kompetence žáků základních škol.

V další následující tabulce bude uveden přehled školních programů určených pro studenty středních škol.

Obor	Ročník	Název programu	Oblast RVP	Klíčové kompetence
fyzika	SŠ	Hluboký vesmír	Člověk a příroda	k učení / komunikativní
	SŠ	Světlo na cestách	Člověk a příroda	k učení / k řešení problémů / k podnikavosti
	SŠ	Vlny světla	Člověk a příroda	k učení / k řešení problémů / komunikativní
	SŠ	Radonová stopa	Člověk a příroda	komunikativní / k řešení problémů / sociální a personální / občanské
	SŠ	Nespoutané hvězdy	Člověk a příroda	k učení / k řešení problémů / komunikativní
	SŠ	Fyzika v komiksu	Člověk a příroda	komunikativní / k řešení problémů / k podnikavosti / sociální a personální
historie	SŠ	Škola pod rudou hvězdou	Člověk a společnost	k učení / k řešení problémů / komunikativní / sociální a personální / občanské
	SŠ	Smutná Olomouc	Člověk a společnost	k učení / k řešení problémů / komunikativní / sociální a personální / občanské
chemie	SŠ	Ovocná baterie	Člověk a příroda	k učení / k řešení problémů / komunikativní / sociální a personální
matematika	SŠ	Logické hádanky	Matematika a její aplikace	k učení / k řešení problémů / komunikační / sociální a personální

Tabulka 5: Školní programy určené pro studenty středních škol

Zdroj: Pevnost poznání

Zpracování: Vlastní

Tabulka č. 5 znázorňuje školní programy určené pro studenty středních škol. Pro střední školy je k dispozici nabídka deseti programů v oborech fyzika, historie, chemie a matematika, které navazují na vzdělávací oblasti v RVP pro střední školy a rozvíjejí klíčové kompetence studentů středních škol.

Naprostá většina z uvedených školních programů se koná v délce 45 minut v základním provedení. Několik z nich trvá 90 minut v základním provedení. Školní programy mohou ale v konečném důsledku probíhat mnohem déle, protože k většině z nich je ještě možnost zvolit tzv. volitelný doprovodný program, který probíhá ve vědecké dílně, a to v oddělení vědecké výtvarky nebo chemické laboratoře v závislosti na obsahu a zaměření školního programu. Školní programy lze také spojit s návštěvou digitálního planetária nebo prohlídkou všech čtyř expozic.

Tento oddíl byl věnován nabídce školních programů, které jsou určeny pro děti mateřských škol, žáky základních škol a studenty středních škol v návaznosti na RVP a osvojení klíčových kompetencí, tedy jako doplněk k formálnímu vzdělávání v neformálním prostředí centra popularizace Pevnost poznání Univerzity Palackého v Olomouci. Další oddíl této diplomové práce se bude zabývat programy, které tuto nabídku rozšiřují, a to nejen pro děti školního věku v rámci školní výuky, ale i pro širokou veřejnost.

### 3.4.3 Aktivity dlouhodobého charakteru nejen pro školní děti

V tomto oddíle budou představeny programy, které rozšiřují nabídku výukových programů určených školám, programy jsou většinou realizovány ve spolupráci s dalšími subjekty. Pro lepší přehled bylo vyhotoveno opět tabulkové provedení nabídky.

Název	Zaměření	Určení
Bonusové programy	Kybersvět očima Police ČR	5. - 9. ročník ZŠ
	Učíme se s ptáky a netopýry	děti MŠ, 1. - 2. ročník ZŠ, studenti SŠ, veřejnost
	Pěvci a stavitelé	děti MŠ, 1. - 2. ročník ZŠ, studenti SŠ, veřejnost
Centrum kritického myšlení	Fake news, hoaxy, propaganda: jak nepodlehnout manipulaci	7. - 9. ročník ZŠ
	Růžová zhouba: reklamě na stopě!	4. - 6. ročník ZŠ
	Argumentační dílny	6. - 9. ročník ZŠ, studenti SŠ
Paměť národa	Den, kdy se mlčelo	8. - 9. ročník ZŠ
	Doma a jinde	8. - 9. ročník ZŠ
	Tak tohle neprojde	studenti SŠ
	Lidi to tak nenechaj	studenti SŠ, studenti VŠ

	Zítřka celá země	studenti SŠ
Další vzdělávání pedagogických pracovníků	Voda, základ života	pedagogičtí pracovníci druhého stupně ZŠ a SŠ

Tabulka 6: Rozšiřující programy

Zdroj: Pevnost poznání

Zpracování: Vlastní

Z tabulky č. 6 je možné vidět, že i rozšiřující programy mají co nabídnout. Jedná se celkem o 12 rozšiřujících programů ve čtyřech kategoriích pro návštěvníky nejen z řad škol, ale i veřejnosti. Jedná se zejména o bonusové programy, které rozšiřují nabídku výukových programů o zajímavá a aktuální témata jako třeba o rizikách na sociálních sítích, který je realizován s Policií ČR, dále jsou k dispozici programy Centra kritického myšlení, které mají za úkol naučit účastníky pracovat se zprávami typu fake news aj. nebo naučit účastníky umět odolat pokušení z reklamy apod. Další rozšiřující nabídka je realizována ve spolupráci s Paměť národa a dále je pořádán kurz pro další vzdělávání pedagogických pracovníků.

### 3.4.4 Volnočasové aktivity dlouhodobého charakteru pro seniory

V následujícím oddílu této diplomové práce budou představeny volnočasové aktivity dlouhodobého charakteru, které jsou zaměřené na seniory.

#### Blízká setkání třetího věku

Pevnost poznání propůjčila své prostory pro volnočasové aktivity určené seniorům. Jedná se o program s názvem Blízká setkání třetího věku, který zajišťuje spolek Pro poznání za podpory Olomouckého kraje a je určen všem seniorům, kteří se zajímají o průběh vlastního stárnutí, které provázejí zdravotní problémy, nejistota nebo pocit samoty. Tento program je koncipován tak, že kopíruje semestr vysoké školy, je tedy rozdělen na tři samostatné dvanáctitýdenní kurzy, které na sebe navazují a jsou zaměřeny na potřeby seniorů, tedy rozvíjí jejich kognitivní a pohybové schopnosti, ale i celkovou orientaci v dnešním moderním světě. Společné pro všechny kurzy jsou tři základní témata vedená zkušenými lektory s dlouholetou praxí, a to:

- Fyziologie aneb jak (ne)funguje naše tělo, je kurzem, ve kterém je možné dovědět se vše o tom, jak funguje nebo nefunguje lidské tělo, zvláště v pokročilém věku. Kurzem provází zkušená lektorka, která je odbornou asistentkou na Univerzitě Palackého v Olomouci, kde přednáší na přírodovědecké a lékařské fakultě. Kurz se skládá z několika lekcí a probíhá u nějakého zajímavého

exponátu, který koresponduje s tématem dané lekce např. u exponátu centrálního mozku nebo exponátu, který znázorňuje mozkové obaly, a to od vlasů přes kůži, kost a okostici, která kost vyživuje, a pod ní mozkové pleny, které mohou dostat zánět, pokud se tam dostane virus nebo bakterie apod.;

- **Trénování paměti a mozkový jogging,**  
je dalším kurzem, který opět vedou zkušení lektori a seznamují účastníky s různými technikami, pomocí kterých lze mozek trénovat, a dále se zaměřují na cvičení, která vedou ke zlepšení jazyka a jazykové gramotnosti apod.;
- **Fyzioterapie,**  
je kurz, který je opět veden zkušenou lektorkou a skládá se z lekcí zaměřených na pohyb, kde je možné se dovědět, jak správně pečovat o své nohy apod.

Výše uvedené kurzy, které jsou určené seniorům, logicky propojují tři tematické oblasti, tedy fyziologii, paměť a pohyb, a jsou prezentované interaktivní zábavou ve srozumitelné formě. Vzniká tak unikátní vzdělávací celek, který účastníky zajímá a přirozenou cestou jim ukazuje, jak zpomalit, či dokonce zastavit nástup neduhů, které s sebou věk přináší.

Druhý ročník navazuje na přednášky z prvního ročníku a dále je rozšiřuje o poznatky z psychologie nebo kurz žonglování. Třetí ročník opět navazuje na kurzy předchozích ročníků a rozšiřuje je opět o další zajímavé oblasti jako je muzikoterapie, jóga, arteterapie, latinské tance apod.

### **3.4.5 Volnočasové aktivity dlouhodobého charakteru zaměřené na děti**

V následujícím oddílu této diplomové práce budou představeny volnočasové aktivity dlouhodobého charakteru, které jsou zaměřené na děti.

#### **Dětská univerzita**

Tak jako senioři mají i děti možnost vyzkoušet si způsob a formu vysokoškolského studia, a to v rámci tzv. dětské univerzity, kterou pořádá Pevnost poznání Univerzity Palackého v Olomouci pro děti ve věku od 8 do 12 let. Děti zde mají jedinečnou možnost vyzkoušet si s předstihem studium na vysoké škole. V průběhu poutavých přednášek odborníků mohou získat nadprůměrný rozhled v rozmanitých vědních oborech. Jako prémie, kromě nabytých vědomostí, je pro ně krásný diplom o absolvování. V době vzniku této diplomové práce je účast na dětské univerzitě bezplatná.

## Vědecké kroužky

Popularizační centrum nabízí zájemcům také kroužky, které jsou zaměřené vědecky, a to pro děti ve věku od čtyř let do osmé třídy základní školy. Pro lepší přehled bylo opět vyhotoveno tabulkové provedení nabídky.

Název	Cílová skupina
Malý vědec pro předškoláky	MŠ od 4 let
Vědecká výtvarka	MŠ od 4 let
	ZŠ 1. - 2. ročník
Robotika a technika	ZŠ 1. - 2. ročník
Laboratoř poznání	ZŠ 1. - 2. ročník
	ZŠ 3. - 5. ročník
	ZŠ 6. - 8. ročník
Cestovatelé časem	ZŠ 3. - 5. ročník
Klub nadaných dětí	ZŠ 3. - 5. ročník
	ZŠ 6. - 8. ročník

Tabulka 7: Vědecké kroužky

Zdroj: Pevnost poznání

Zpracování: Vlastní

Jak je z tabulky č. 7 patrné, rodiče dětí mají možnost vybrat si z šesti kroužků různého zaměření, kde se děti ve věku od čtyř let do osmé třídy základní školy mohou dovědět nejen mnoho zajímavého, ale také si přímo vyzkoušet různé netradiční metody tvoření a jiných aktivit.

## Letní příměstské tábory

Každoroční stálíci jsou letní příměstské tábory, které jsou pořádány pro děti od 7 do 14 let. Děti jsou rozděleny do turnusů podle věku na mladší (7 – 9 let), starší děti (10 – 12 let) a tzv. Science campy, které jsou zaměřeny na podporu nadání pro děti od 12 do 14 let. Tábor je vždy zaměřen na nějaké aktuální téma a kromě prostor v samotné Pevnosti poznání mají děti k dispozici také prostory areálu Korunní pevnůstky a sousední Botanické zahrady.

## Komiksová hra Strážci poznání

Komiksová hra Strážci poznání patří také mezi stálou volnočasovou aktivitu, kterou je možné se v popularizačním centru Pevnost poznání zabavit. Komiks je vyhotoven v několika provedeních podle věku dětí a s tím související různé úrovně obtížnosti.



### Zábavný program party poznání

Popularizační centrum Pevnost poznání nabízí rodičům dětí, uspořádat narozeninovou oslavu pro partu kamarádů právě v unikátních prostorách interaktivního muzea. Program zahrnuje: návštěvu dvou expozic muzea, gyroskop, planetárium, karaoke, chemickou show a badatelské aktivity vedené lektorem.

### 3.4.6 Volnočasové aktivity jednorázové pro všechny návštěvníky

Popularizační centrum Pevnost poznání kromě akcí dlouhodobého charakteru, které se konají v dlouhodobějším horizontu buď již několika let (stále expozice, pronájmy apod.) nebo probíhají již pravidelně v nějakém období (letní příměstské tábory, školní programy apod.) a jsou určeny pro širokou veřejnost napříč věkem, které byly představeny v předchozích oddílech této diplomové práce, pořádá také jednorázové akce pro všechny věkové kategorie. Jedná se o tematické akce, které se buďto také pravidelně opakují nebo jsou vždy nové pro daný kalendářní rok a korespondují např. s nějakým významným svátkem nebo událostí či příležitostí. Pevnost poznání popularizuje vědu pořádáním akcí tohoto typu, které se dále dají rozdělit ještě podle jiných kritérií. Může se jednat o akce celorepublikového významu, kam patří např. Týden vědy a techniky AV ČR nebo celouniverzitního významu jako např. Noc vědců nebo Přírodovědný jarmark (dříve Veletrh vědy a výzkumu Univerzity Palackého). Pro názornější představu bylo opět zpracováno tabulkové provedení vybraných jednorázových akcí a bylo provedeno srovnání návštěvnosti s předchozími roky.

Název akce	2020	2019	2018	2017	délka trvání
Láska je věda	962	765	867	100	víkend
Odpudiví nebo kouzelní	2298	2235	1539	1639	víkend
Dny Mozku	zrušeno	1242	2167	-	víkend
Modré dny	zrušeno	506	318	68	víkend
Dny kosmonautiky a astronautiky	zrušeno	915	453	-	víkend
AFO	zrušeno	561	793	486	týden
Den vojenské historie	zrušeno	769	590	131	den
Melanom/Pevnost proti rakovině	zrušeno	772	298	-	víkend
Muzejní noc	zrušeno	527	239	-	den
Den evropského dědictví	zrušeno	186	502	-	den
Veletrh vědy a výzkumu	zrušeno	635	588	579	víkend
Houby v Pevnosti	zrušeno	889	-	-	víkend
Pevnost duchů	zrušeno	1308	2005	1321	víkend
Noc vědců	online	403	641	823	den

Týden vědy a techniky	online	498	991	-	týden
-----------------------	--------	-----	-----	---	-------

Tabulka 8: Vybrané jednorázové tematické akce pro všechny věkové kategorie

Zdroj: Pevnost poznání

Zpracování: Vlastní

Z tabulky č. 8 je patrné, že jednorázových tematicky zaměřených akcí je celá řada. Některé probíhají již několik let, jiné jsou teprve nováčky. Některé tematicky zaměřené akce probíhají pouze jeden den, jiné celý víkend a některé týden. Mezi nejvíce oblíbené tematicky zaměřené akce z hlediska návštěvnosti patří Odpudiví nebo kouzelní. Je to akce, která představuje svět plazů, hadů, ale i jiných zvířat, a to ze zemí vzdálených, blízkých či exotických. Dalšími velmi oblíbenými tematickými akcemi jsou Dny mozku nebo Pevnost duchů. Bohužel v době vzniku této diplomové práce byla situace v České republice poznamenána celosvětovou pandemií způsobenou rozšířením onemocnění COVID-19, které je způsobené novým koronavirem SARS-CoV-2, a mnoho plánovaných akcí se proto nemohlo uskutečnit. Některé tematické akce proběhnou alespoň online.

Třetí kapitola této diplomové práce byla věnována charakteristice popularizačního centra Pevnost poznání Univerzity Palackého v Olomouci, jeho vzniku, poslání a charakteristice řízení a ekonomiky. Dále v této kapitole byla provedena analýza nabídky volnočasových aktivit, které popularizační centrum realizuje k naplnění svých cílů, a která byla rozčleněna podle časového hlediska a typu návštěvníků do šesti oddílů. Prvním oddílem byly volnočasové aktivity dlouhodobého charakteru pro všechny návštěvníky bez rozdílu věku, kam patří stále expozice, digitální planetárium, vědecké dílny, pronájmy, výjezdní Science show a dárkové poukazy. Druhým oddílem byly aktivity dlouhodobého charakteru, které jsou určeny pro školní děti, jedná se o tzv. školní programy, určené školám jako doplněk formálního vzdělávání v neformálním prostředí interaktivního muzea. Třetím oddílem byly aktivity dlouhodobého charakteru, které jsou určeny nejen školním dětem, ale také široké veřejnosti, tzv. rozšiřující programy, které doplňují školní programy o zajímavá a aktuální témata. Čtvrtý oddíl byl věnován volnočasovým aktivitám dlouhodobého charakteru, které jsou zaměřeny na seniory, jedná se o tzv. Blízká setkání třetího věku, což je program, který je koncipován do vysokoškolské výuky a je zaměřen na potřeby seniorů, a který v popularizačním centru organizuje spolek Pro poznání za podpory Olomouckého kraje. Pátým oddílem byly volnočasové aktivity dlouhodobého charakteru zaměřené na děti. Jedná se o Dětskou univerzitu, vědecké kroužky, příměstské tábory, komiksovou hru nebo zábavný program pro skupinu dětí, tzv. party poznání. Šestý oddíl byl věnován volnočasovým aktivitám

jednorázového charakteru pro všechny návštěvníky, kam patří jak pravidelně se opakující akce celorepublikového nebo celouniverzitního významu, tak akce, které jsou uskutečňované v souvislosti s daným kalendářním rokem. Zdrojem informací, na jejichž základě mohla třetí kapitola této diplomové práce vzniknout, byly jak webové stránky Pevnosti poznání, které byly v době vzniku této diplomové práce dostupné z: <https://www.pevnostpoznani.cz/>, tak informace, které jsem získala v období výkonu své souvislé odborné praxe, které jsem nabyla osobní zkušeností nebo získala rozhovory s realizačním týmem popularizačního centra.

## **EMPIRICKÁ ČÁST**

## **4 Výzkumné šetření v empirické části práce**

Empirická část této diplomové práce vychází z poznatků teoretické části této diplomové práce a bude se zabývat jak zhodnocením aktuálního stavu řešené problematiky, tak zpracováním a analýzou výsledků výzkumného šetření.

V této kapitole bude definován cíl výzkumného šetření a z něho vyplývající dílčí cíle, dále bude stanoven výzkumný problém a zformulovány výzkumné otázky, které povedou k naplnění stanoveného cíle. Dále bude s ohledem na tematické zaměření této diplomové práce stanovena výzkumná metoda a nástroje výzkumu. V neposlední řadě bude vybrán výzkumný soubor a realizováno výzkumné šetření. Dále bude provedena analýza a interpretace zjištěných údajů, vyhodnocení výzkumných otázek a diskuse výsledků, které budou shrnuty do uceleného závěru, v němž bude zhodnoceno naplnění stanoveného cíle této diplomové práce a interpretovány zjištěné výstupy.

### **4.1 Zhodnocení aktuálního stavu řešené problematiky**

Tématem olomoucké Pevnosti poznání se již zabývali mnozí studenti přede mnou. Jako zásadní bych uvedla práci Bc. Adély Tomečkové s názvem Marketingová strategie, obnova a využití Korunní pevnůstky v Olomouci, která je z roku 2011 a zabývá se plánovaným využitím areálu Korunní pevnosti k naplnění volnočasových aktivit ve městě Olomouc. Práce se zabývá navržením marketingové strategie pro plánované využití tohoto jedinečného a v té době chátrajícího areálu, tak aby mohl co nejlépe zaplnit volný čas veřejnosti. Cílem práce bylo především rozšířit povědomí o tomto areálu, ze kterého se vyčlenilo také nové interaktivní muzeum vědy Pevnost Poznání Univerzity Palackého v Olomouci a doporučit správcům areálu vhodná opatření k úspěšnému uvedení areálu do provozu a k efektivnímu využívání volnočasových aktivit občanů nejen města Olomouc. V teoretické části práce byly nastíněny principy památkové péče a obnovy kulturních památek a problematika přeměny historických objektů pro jejich funkční využití. Tato část práce byla završena úlohou občanských sdružení jako dominantních vlastníků kulturních památek. Dále byla provedena analýza tehdejšího postavení areálu v kontextu historického vývoje olomouckého opevnění a bylo provedeno zhodnocení prostředí SWOT analýzou. Z toho vyšla doporučovaná strategie a základní podoba navrhovaného marketingu. Závěr práce se stal adekvátním souhrnem návrhů

a doporučení, jež by měly být zohledněny při uvedení areálu do provozu. Vše uzavírá řešení strategického plánování v oblasti financování a s tím spojeného fundraisingu.<sup>93</sup>

Ve své diplomové práci s názvem *Analýza vybraného projektu řešeného na Přírodovědecké fakultě Univerzity Palackého v Olomouci*, úspěšně obhájené v roce 2015, se také Pevností poznání zabývala Bc. Lenka Copková. Tato práce byla zaměřená na analýzu investičního projektu financovaného ze strukturálních fondů Evropské unie, díky němuž mohla rekonstrukce areálu Pevnosti poznání proběhnout a mohlo tak být vybudováno a zprovozněno nové interaktivní muzeum vědy na území města Olomouc. V teoretické části práce byly objasněny základní pojmy a procesy, které jsou spojeny právě s čerpáním prostředků z fondů Evropské unie. V praktické části práce byla provedena analýza finanční stránky projektu s ohledem na změny a úpravy v přístupu způsobu užívání objektu. Závěrem této diplomové práce bylo konstatováno, že bez evropských peněz by nebylo možné realizovat projekty typu olomoucké Pevnosti poznání. Přitom podobné projekty jsou jedinou možností, jak udržet konkrétní vysokou školu konkurenceschopnou, minimálně ve středoevropské, z dlouhodobého hlediska také v celoevropské konkurenci vysokých škol.<sup>94</sup>

Popularizací vědy se ve své diplomové práci pod názvem *Science centra v České republice v roce 2016* zabývala také Bc. Petra Sváková. V první části práce byly definovány základní pojmy, jako je např. pojem science centrum, dále bylo charakterizováno muzeum, zmíněny významné asociace a uvedeny příklady ze zahraničí. V druhé části práce bylo provedeno sedm případových studií science center na území České republiky, které byly doplněny o grafy, tabulky a obrázky. Jako podklad pro případové studie byly použity informace z analýzy vybraných dokumentů, pozorování a rozhovory. Závěrem bylo konstatováno, že práce může sloužit pro veřejnost jako nástroj pro obeznámení se science centry a posloužit jako základní informační východisko a inspirace pro další práce. Tato práce byla napsána

---

<sup>93</sup> TOMEČKOVÁ, Adéla, *Marketingová strategie, obnova a využití Korunní pevnůstky v Olomouci*. Brno, 2011. Diplomová práce. Masarykova univerzita, Filozofická fakulta, Ústav hudební vědy. Vedoucí diplomové práce František Svoboda.

<sup>94</sup> COPKOVÁ, Lenka, *Analýza vybraného projektu řešeného na Přírodovědecké fakultě Univerzity Palackého v Olomouci*. Olomouc, 2015. Diplomová práce. Univerzita Palackého v Olomouci, Pedagogická fakulta, Ústav pedagogiky a sociálních studií. Vedoucí diplomové práce Alena Opletalová.

za účelem zmapování situace v oblasti center, které se zabývají popularizací vědy a techniky, a která v našich podmínkách není zatím příliš podchycena.<sup>95</sup>

## 4.2 Stanovení cíle výzkumného šetření

Hlavním cílem empirické části této diplomové práce **je zjistit a analyzovat, zda vznik nového interaktivního muzea vědy Pevnost poznání Univerzity Palackého v Olomouci obohatil nabídku volnočasových aktivit a stal se tak vyhledávaným volnočasovým areálem nejen pro obyvatele olomouckého regionu.**

Současně dílčími cíli jsou:

- analyzovat nabídku volnočasových aktivit realizovaných v Pevnosti poznání,
- zjistit spokojenost s nabídkou volnočasových aktivit poskytovaných v Pevnosti poznání,
- zjistit využití nabízených volnočasových aktivit v Pevnosti poznání a analyzovat strukturu návštěvníků,
- zhodnotit, zda i pro zaměstnance Univerzity Palackého v Olomouci se stalo toto muzeum vědy vyhledávaným volnočasovým areálem.

## 4.3 Stanovení výzkumného problému a výzkumných otázek

Podle Gavory<sup>96</sup> musí výzkum začít stanovením výzkumného problému, přičemž existují tři typy výzkumných problémů, jejichž charakteristiky jistým způsobem předurčují výzkumné a statistické metody. Mezi tyto typy patří:

- deskriptivní, tedy popisné výzkumné problémy,
- relační, tedy vztahové výzkumné problémy a
- kauzální, tedy příčinné výzkumné problémy.

Charakteru této diplomové práce nejvíce odpovídá definice výše uvedeného autora, který uvádí, že: „*Deskriptivní výzkumný problém zjišťuje a popisuje situaci, stav nebo výskyt*

---

<sup>95</sup> SVÁKOVÁ, Petra, *Science centra v České republice*. Olomouc, 2016. Diplomová práce. Univerzita Palackého v Olomouci, Pedagogická fakulta, Katedra výtvarné výchovy. Vedoucí diplomové práce Petra Šobánková.

<sup>96</sup> GAVORA, Peter. *Úvod do pedagogického výzkumu*. 2., rozš. české vyd. Přeložil Vladimír JŮVA, přeložil Vendula HLAVATÁ. Brno: Paido, 2010, s. 53-56. ISBN 978-80-7315-185-0.

určitého jevu.“<sup>97</sup> Na jiném místě ještě dodává: „Deskriptivní problém může být i vyhodnocovací.“<sup>98</sup>

Podle Gavory je dále důležité vědět, že: „vědecké hypotézy se dají formulovat jen pro relační a kauzální výzkumné problémy, nikdy ne pro deskriptivní výzkumné problémy. Hypotéza je totiž předpověď o vztahu mezi dvěma činiteli (proměnnými)“.<sup>99</sup> Z tohoto důvodu nebyly v této diplomové práci stanoveny žádné vědecké hypotézy.

Stanovený výzkumný problém v této diplomové práci je: **Obohatil vznik nového interaktivního muzea vědy Pevnost poznání Univerzity Palackého v Olomouci nabídku volnočasových aktivit nejen v olomouckém regionu?**

Na základě výše stanoveného výzkumného problému byly formulovány následující výzkumné otázky:

**1. Jaká cílová skupina nejčastěji navštěvuje popularizační centrum Pevnost poznání Univerzity Palackého v Olomouci?**

Touto výzkumnou otázkou se zabývá dotazník č. 1, prostřednictvím položek 1 a 3;

**2. Jaké nástroje propagace nejčastěji návštěvníky popularizačního centra Pevnost poznání Univerzity Palackého v Olomouci oslovují?**

Touto výzkumnou otázkou se zabývá dotazník č. 1, prostřednictvím položek 2, 12 a 13;

**3. Je pro návštěvníky popularizačního centra Pevnost poznání Univerzity Palackého v Olomouci rozhodujícím faktorem výše vstupného? Nakolik využívají možnost nabídky zvýhodněného vstupného?**

Touto výzkumnou otázkou se zabývá dotazník č. 1, prostřednictvím položek 10 a 11;

**4. Jaké možnosti z nabízených aktivit v popularizačním centru Pevnost poznání Univerzity Palackého v Olomouci nejčastěji návštěvníci využívají a jak dlouho se jim věnují?**

Touto výzkumnou otázkou se zabývá dotazník č. 1, prostřednictvím položek 8 a 9;

**5. Jaký je celkový dojem návštěvníků z návštěvy popularizačního centra Pevnost poznání Univerzity Palackého v Olomouci?**

Touto výzkumnou otázkou se zabývá dotazník č. 1, prostřednictvím položek 4, 5, 6 a 7;

---

<sup>97</sup> Tamtéž, s. 56.

<sup>98</sup> Tamtéž, s. 56.

<sup>99</sup> Tamtéž, s. 58.



**6. Navštěvují zaměstnanci Univerzity Palackého v Olomouci popularizační centrum Pevnost poznání, z jakého důvodu a z jaké součásti univerzity? Kterí činitelé ovlivňují, že zaměstnanci popularizační centrum nenavštěvují?**

Touto výzkumnou otázkou se zabývá dotazník č. 2, část A, prostřednictvím položek 1, 2 a 16; a část B, prostřednictvím položek 1, 2 a 8;

**7. Jaké nástroje propagace nejčastěji zaměstnanci Univerzity Palackého v Olomouci oslovují?**

Touto výzkumnou otázkou se zabývá dotazník č. 2, část A, prostřednictvím položek 3, 13, 14 a 15; a část B, prostřednictvím položek 5, 6 a 7;

**8. Mají zaměstnanci Univerzity Palackého v Olomouci povědomí o zaměstnaneckém benefitu ve formě slevy na vstupném a využívají ho? Je pro zaměstnance rozhodujícím faktorem výše vstupného?**

Touto výzkumnou otázkou se zabývá dotazník č. 2, část A, prostřednictvím položek 10, 11 a 12; a část B, prostřednictvím položek 3 a 4;

**9. Jaké možnosti z nabízených aktivit v popularizačním centru Pevnost poznání Univerzity Palackého v Olomouci nejčastěji zaměstnanci využívají a jak dlouho se jim věnují?**

Touto výzkumnou otázkou se zabývá dotazník č. 2, část A, prostřednictvím položek 8 a 9;

**10. Jaký je celkový dojem zaměstnanců z návštěvy popularizačního centra Pevnost poznání Univerzity Palackého v Olomouci?**

Touto výzkumnou otázkou se zabývá dotazník č. 2, část A, prostřednictvím položek 4, 5, 6, 7;

#### **4.4 Metodologie výzkumného šetření**

Jak uvádí Chráska, v pedagogice jsou rozlišovány dva typy pedagogických výzkumů, které jsou od sebe poměrně odlišné. Jejich odlišnost vyplývá z rozdílných filozofických východisek, tedy paradigmat.

Paradigma pozitivistické je základem klasických, tedy kvantitativně orientovaných pedagogických výzkumů, jejichž filozofickým východiskem je pozitivismus, resp. novopozitivismus. Tento typ výzkumu, který bývá také označován jako výzkum vědecký, vychází z přesvědčení o existenci jedné objektivní reality, která není závislá na našich pocitech, smýšlení nebo postojích. Z hlediska cíle výzkumu jsou výstupy zaměřovány na vysvětlení jevu.

Post – pozitivistické paradigma je východiskem pro pedagogické výzkumy, které jsou orientované kvalitativně. Filozofickým základem pro kvalitativně orientované výzkumy je fenomenologie, která připouští existenci více realit a zdůrazňuje subjektivní aspekty jednání lidí. Z hlediska cíle výzkumu se jedná o porozumění smyslu.

Ani jeden z výše uvedených výzkumů nelze považovat za univerzálně použitelný, oba mají své silné i slabé stránky a je možné a v konkrétních výzkumech i výhodné oba přístupy kombinovat.<sup>100</sup>

Charakter této diplomové práce odpovídá kvantitativně orientovanému pedagogickému výzkumu, o čemž vypovídají také výzkumné cíle a výzkumné problémy, které byly stanoveny v úvodu této kapitoly, a které jsou deskriptivní, tedy popisné. Při takovém výzkumu se obvykle používají jako výzkumné metody pozorování, škálování, dotazník nebo interview.<sup>101</sup> Pro tuto diplomovou práci byl vybrán jako výzkumný nástroj dotazník.

Dotazník je podle Gavory: „určen především pro hromadné získávání údajů. Myslí se tím získávání údajů o velkém počtu odpovídajících. Proto se dotazník považuje za ekonomický výzkumný nástroj. Můžeme jím získat velké množství informací při malé investici času.“<sup>102</sup> Dále je podle tohoto autora metoda dotazníkového šetření vůbec nejpoužívanější metodou pro zjišťování údajů. Tato metoda je způsobem písemného kladení otázek a z něho vyplývajícího písemného získávání odpovědí. Konkrétní osoba, která dotazník vyplňuje je nazývána respondentem. Jednotlivé prvky dotazníku jsou otázky, které mohou být označovány také jako položky. Samotné zadávání dotazníku je označováno jako administrace.

Také podle Chrásky je nespornou výhodou dotazníku: „že umožňuje poměrně rychlé a ekonomické shromáždění dat od velkého počtu respondentů.“<sup>103</sup>

Z důvodu efektivního získání informací od velkého množství respondentů byla tedy zvolena metoda dotazníkového šetření. Tato metoda je zároveň ekonomicky a časově nejméně nákladná. Dotazníkovou metodou budou zjišťovány výstupy na výzkumné otázky 1 až 10.

Metoda kvantitativního výzkumu s využitím dotazníkového šetření je tedy zvolenou metodou pro tuto diplomovou práci.

---

<sup>100</sup> CHRÁSKA, Miroslav. *Metody pedagogického výzkumu: základy kvantitativního výzkumu*. Praha: Grada, 2007, s. 9-33. ISBN 978-80-247-1369-4.

<sup>101</sup> GAVORA, Peter. *Úvod do pedagogického výzkumu*. 2., rozš. české vyd. Přeložil Vladimír JÚVA, přeložil Vendula HLAVATÁ. Brno: Paido, 2010, s. 56. ISBN 978-80-7315-185-0.

<sup>102</sup> Tamtéž, s. 121.

<sup>103</sup> CHRÁSKA, Miroslav. *Metody pedagogického výzkumu: základy kvantitativního výzkumu*. Praha: Grada, 2007, s. 164. ISBN 978-80-247-1369-4.

## 4.5 Výzkumný soubor a realizace výzkumného šetření

Podle Gavory je základní soubor tvořen všemi jevy (osoby, věci, procesy), kterých se výzkumný problém týká, a které jsou tedy předmětem výzkumu. Takový soubor bývá zpravidla značně velký a výzkumník není schopen výzkum v takovém objemu zvládnout. Proto se přistupuje k výběru jen jisté části subjektů, která se nazývá výběrovým souborem, který reprezentuje základní soubor.<sup>104</sup>

Jak uvádí Chráska, existuje více způsobů, jak vybrat jedince nebo situace, aby byla daná skupina dobře reprezentována. Společným rysem pro tyto postupy je objektivita. Ta je zabezpečena nejčastěji uplatněním náhody.<sup>105</sup>

Jak autor dále uvádí: „*V některých případech (většinou jen v případě malých základních souborů) je zkoumán celý základní soubor. V těchto situacích hovoříme o vyčerpávajícím (exhaustivním) výběru. Šetření, ve kterém získáváme data ode všech prvků (osob, situací) v populaci označujeme také jako cenzus.*“<sup>106</sup>

Výzkum v této diplomové práci bude probíhat pomocí dotazníku.

Dotazníky budou v této diplomové práci dva a budou odpovídat na výzkumné otázky 1 až 10. První dotazník bude poskytovat odpovědi na výzkumné otázky 1 až 5 a bude naplňovat tyto dílčí cíle předkládané diplomové práce:

- *zjistit spokojenost s nabídkou volnočasových aktivit poskytovaných v Pevnosti poznání a analyzovat ji,*
- *zjistit využití nabízených volnočasových aktivit v Pevnosti poznání a analyzovat strukturu návštěvníků.*

První dotazník, jenž bude první přílohou této diplomové práce, obsahuje 13 otázek, které jsou uzavřené a škálovité. Tento dotazník je určen návštěvníkům popularizačního centra a základním souborem jsou všichni návštěvníci. Výběrovým souborem měli být návštěvníci, kteří navštíví popularizační centrum v době od 1. 12. 2020 do 28. 2. 2021, kde měl být dotazník k dispozici v papírové podobě, a šlo by tak o záměrný, v tomto případě anketní výběr, kdy se jedinci dostávají do výběru sami na základě svého rozhodnutí.<sup>107</sup> Vzhledem k aktuální

---

<sup>104</sup> GAVORA, Peter. *Úvod do pedagogického výzkumu*. 2., rozš. české vyd. Přeložil Vladimír JŮVA, přeložil Vendula HLAVATÁ. Brno: Paido, 2010, s. 74. ISBN 978-80-7315-185-0.

<sup>105</sup> CHRÁSKA, Miroslav. *Metody pedagogického výzkumu: základy kvantitativního výzkumu*. Praha: Grada, 2007, s. 20. ISBN 978-80-247-1369-4.

<sup>106</sup> Tamtéž, s. 20.

<sup>107</sup> Tamtéž, s. 22.

celosvětové pandemii způsobené rozšířením onemocnění COVID-19, které je zapříčiněné novým koronavirem SARS-CoV-2, a která také ovlivnila dění v České republice, nebylo možné tento sběr dat uskutečnit, a proto bylo přistoupeno k náhradnímu řešení. Dotazník byl tedy distribuován elektronicky, a to v době od 17. 12. 2020 do 28. 2. 2021, prostřednictvím sociálních sítí, a v tomto případě se také jednalo o samovýběr<sup>108</sup> výběrového souboru. Výsledky tohoto výzkumného šetření nelze samozřejmě zobecnit nad rámec výběrového vzorku vlastního výzkumného šetření.

Druhý dotazník, jenž bude druhou přílohou této diplomové práce, bude poskytovat odpovědi na výzkumné otázky 6 až 10 a bude naplňovat tento dílčí cíl předkládané diplomové práce:

- *zhodnotit, zda i pro zaměstnance Univerzity Palackého v Olomouci se stalo toto muzeum vědy vyhledávaným volnočasovým areálem.*

Tento dotazník je určen zaměstnancům Univerzity Palackého v Olomouci a je rozdělen na část A, která obsahuje 16 otázek, jež jsou uzavřené a škálovité. Dále na část B, která obsahuje 8 otázek, které jsou uzavřené a polouzavřené. Část, kterou bude respondent vyplňovat, je závislá na typu první z odpovědí, a to jedná-li se o respondenta, který již popularizační centrum navštívil (část A) nebo respondenta, který popularizační centrum dosud nenavštívil (část B). Výzkumným souborem jsou všichni zaměstnanci Univerzity Palackého v Olomouci, kterým byl dotazník distribuován v elektronické podobě skrze univerzitní Newsletter, a dále byl tento dotazník umístěn na webové stránky univerzity do sekce pro zaměstnance, kde byl k dispozici od 15. 12. 2020. Data byla tedy získávána průběžně v době od 15. 12. 2020 do 28. 2. 2021. Získaná data výzkumného šetření lze zobecňovat pouze v rámci stanoveného základního souboru v tomto výzkumném šetření.

Oba dotazníky byly vytvořeny anonymní formou a pouze pro toto výzkumné šetření. Všichni respondenti byli seznámeni s účelem dotazníkového šetření. Výsledky, které na základě tohoto výzkumného šetření vznikly, byly zpracovány do grafů, popř. tabulek s popisem jejich obsahu, a to z důvodu snadnější interpretace a pochopení výsledků výzkumu. Elektronické dotazníky byly vytvořeny prostřednictvím Google Forms. Tato aplikace byla zvolena z toho důvodu, že bezplatně umožňuje se získanými daty dále pracovat. Snahou bylo, aby respondenti byli s vyplňováním dotazníků co nejméně časově zatíženi. Tento záměr byl testován během pilotního odzkoušení dotazníků, kdy bylo kromě časové dotace také zjišťováno,

---

<sup>108</sup> GAVORA, Peter. *Úvod do pedagogického výzkumu*. 2., rozš. české vyd. přeložil Vladimír JŮVA, přeložil Vendula HLAVATÁ. Brno: Paido, 2010, s. 135. ISBN 978-80-7315-185-0.

zda respondenti vnímají položky dotazníků jako srozumitelné a vhodně formulované. Pilotní odzkoušení dotazníků bylo směřováno na dostupný výběr respondentů, jejichž kontakty byly získány v rámci mého zaměstnání. Při pilotním odzkoušení nebyly zjištěny výraznější nedostatky, byly jen drobně upraveny některé formulace nebo přesunuto pořadí otázek a nebyl tedy zjištěn žádný výrazný nedostatek tohoto výzkumného nástroje.

## **4.6 Analýza a interpretace výzkumného šetření**

V této podkapitole budou uvedeny výsledky z výzkumného šetření. Bude provedena jejich analýza a interpretace pomocí grafů a tyto budou doplněny o slovní zhodnocení. Nejprve bude analyzován dotazník č. 1, kde se výzkumného šetření zúčastnilo 139 respondentů a poté také dotazník č. 2, kde se výzkumného šetření zúčastnilo 114 respondentů.

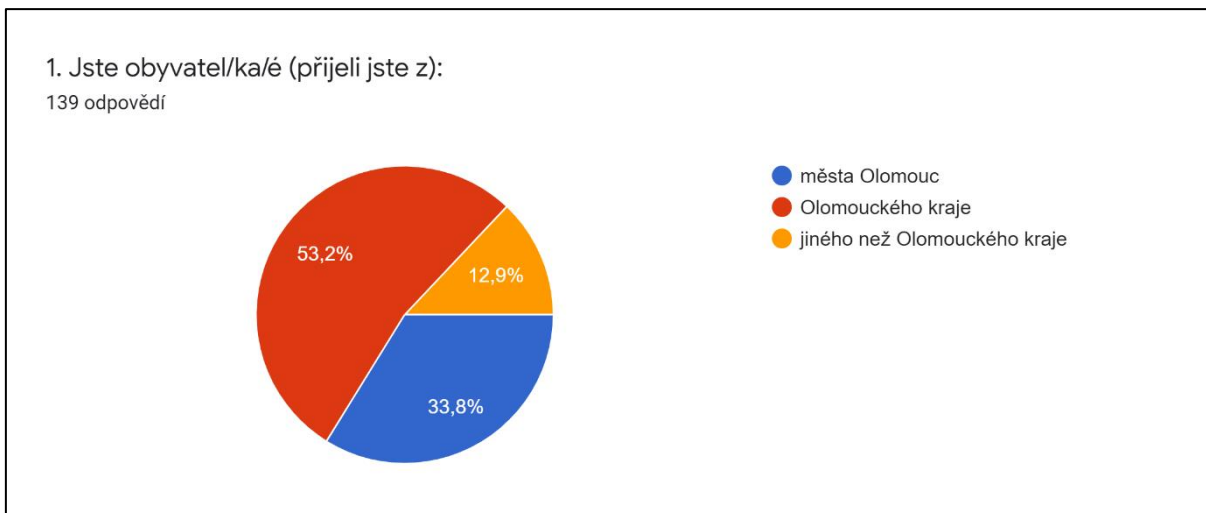
### **4.6.1 Výsledky dotazníkové šetření č. 1**

V tomto oddíle budou analyzovány jednotlivé otázky dotazníku č. 1, který byl určen návštěvníkům popularizačního centra Pevnost poznání Univerzity Palackého v Olomouci. Příslušné odpovědi respondentů budou slovně i graficky interpretovány.

Dotazník č. 1, otázka č. 1:

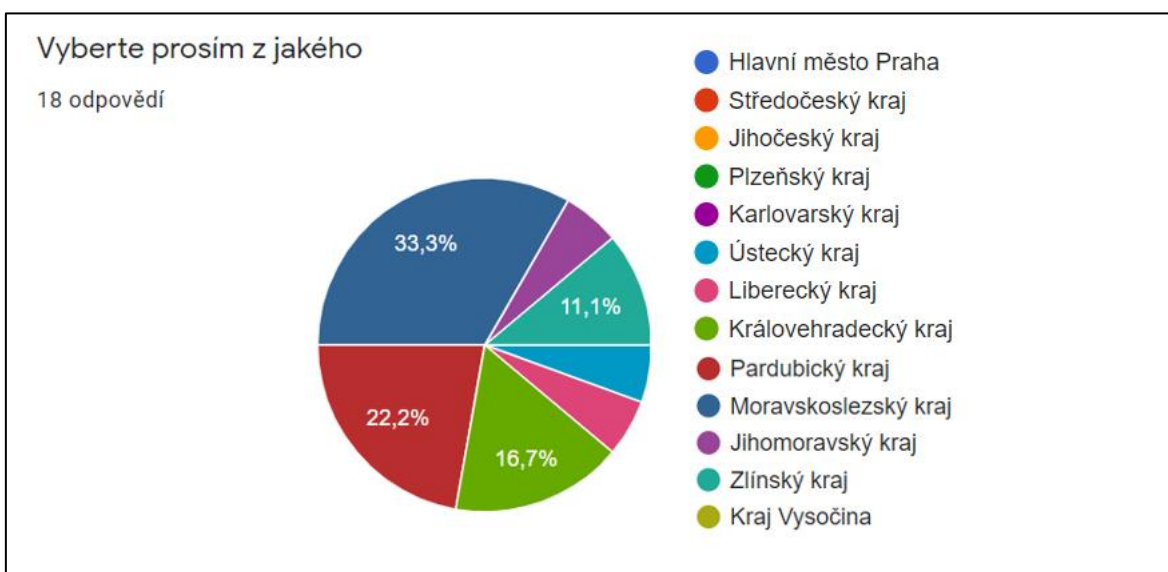
#### ***Jste obyvatel/ka/é (přijeli jste z)?***

Otázkou bylo zjišťováno, odkud, resp. z jakého regionu návštěvníci přijeli popularizační centrum navštívit. Respondentům bylo nabídnuto několik možných odpovědí, a to že jsou obyvateli města Olomouc, Olomouckého kraje nebo jiného než Olomouckého kraje. Pokud respondenti zvolili poslední nabízenou možnost, byli vyzváni k výběru jednoho z dalších možných třinácti krajů. Více jak polovina respondentů, tedy 74, uvedla, že jsou obyvateli Olomouckého kraje (53,2 %), dále následovali obyvatelé města Olomouc – 47 (33,8 %) a 18 respondentů (12,9 %) přijelo navštívit Pevnost poznání z jiného než Olomouckého kraje. Z výsledků výzkumného šetření lze vyvodit, že pokud bylo záměrem realizačního týmu Pevnosti poznání, aby návštěvníky byli zejména obyvatelé olomouckého regionu, tak bylo účelu dosaženo.



Graf 1: Identifikace cílové skupiny  
Zdroj: Vlastní  
Zpracování: Google Forms

Mezi respondenty, kteří přijeli z jiného než Olomouckého kraje, byly nejčastěji návštěvníci z Moravskoslezského kraje – 6 (33,3 %), dále Pardubického kraje – 4 (22,2 %), 3 respondenti přijeli z Královéhradeckého kraje (16,7 %) a 2 návštěvníci přijeli ze Zlínského kraje (11,1 %). Jeden respondent přijel z kraje Jihomoravského, jeden z Libereckého a jeden z Ústeckého kraje. Výsledek tohoto šetření reflektuje polohu, na které se Pevnost poznání nachází, a kdyby se popularizační centrum chtělo v budoucnu zaměřit na návštěvníky jiného než olomouckého regionu, mohlo by svou reklamu posílit právě v regionech přilehlých, jako jsou: Moravskoslezský kraj, Pardubický kraj a Zlínský kraj.

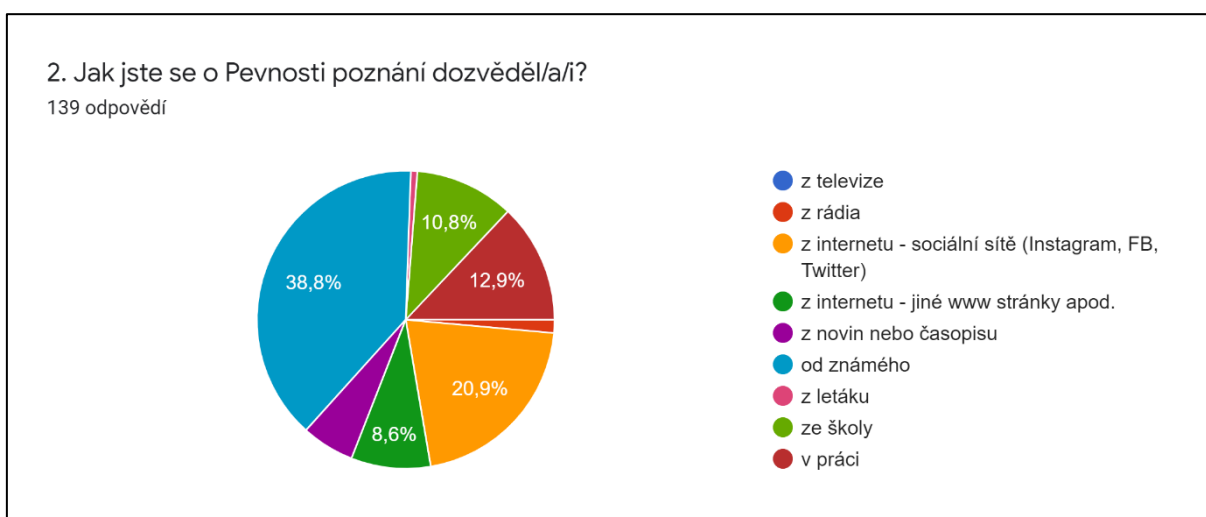


Graf 2: Identifikace cílové skupiny – doplnění  
Zdroj: Vlastní  
Zpracování: Google Forms

Dotazník č. 1, otázka č. 2:

***Jak jste se o Pevnosti poznání dověděl/a/i?***

Druhá otázka byla zaměřena na způsob, jakým se respondenti o Pevnosti poznání dověděli. Respondentům bylo nabídnuto celkem devět možností. Nejvíce dotazovaných, tedy 54, se o Pevnosti poznání dovědělo z neoficiálních zdrojů čili od známého (38,8 %). Druhým nejmocnějším nástrojem marketingové propagace je internet, a to sociální sítě jako Instagram, Twitter nebo FB, což uvedlo 29 dotazovaných (20,9 %). 18 respondentů se o popularizačním centru dovědělo v práci (12,9 %) a 15 dotazovaných uvedlo, že ze školy (10,8 %). Následujících 12 respondentů vybralo opět internet, a to www stránky (8,6 %). 8 dotazovaných vybralo možnost z novin nebo časopisu (5,8 %), 2 respondenti uvedli, že se o Pevnosti poznání dověděli z rádia (1,4 %) a 1 respondent označil možnost z letáku. Z uvedených odpovědí vyvozují, že se popularizačnímu centru daří udržet si dobrou image, protože se respondenti o Pevnosti poznání dověděli z velké míry z doslechu, lze tedy vyvodit, že služby poskytované popularizačním centrem jsou natolik kvalitní, že jsou lidmi navzájem mezi sebou doporučovány.



Graf 3: Identifikace nástrojů propagace

Zdroj: Vlastní

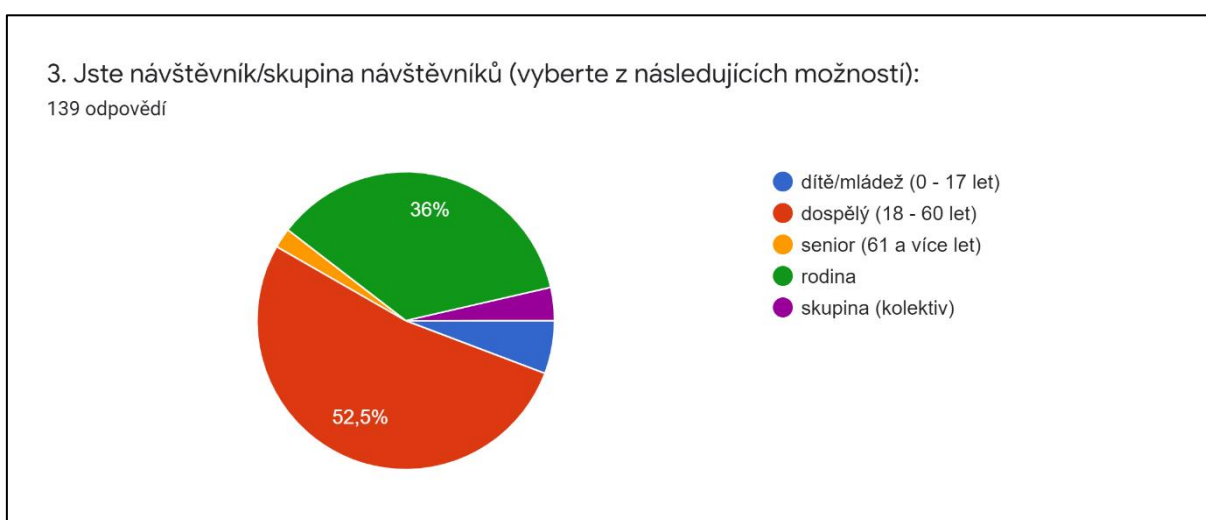
Zpracování: Google Forms

Dotazník č. 1, otázka č. 3:

***Jste návštěvník/skupina návštěvníků (vyberte z následujících možností)?***

Tato otázka měla za cíl zjistit, jaký typ návštěvníků nejčastěji Pevnost poznání navštěvuje. Bylo poměrně složité typy návštěvníků nějakým způsobem identifikovat, tak aby byly obsaženy nejrůznější možnosti. Po zvážení možných alternativ a po projednání s vedoucí provozu popularizačního centra bylo přistoupeno k možnostem: *dítě/mládež*,

*dospělí, senioři, rodina a skupina/kolektiv*. V případě, že odpovědi byly poslední dvě jmenované položky, byli respondenti požádáni o doplňující odpověď, která rodinu či skupinu/kolektiv blíže specifikovala. Nejvíce 73 respondentů uvedlo, že patří do skupiny dospělých (52,5 %), druhá nejčastější odpověď byla rodina 50 (36 %), 8 respondentů vybralo odpověď dítě/mládež (5,8 %), 5 dotazovaných se označilo za skupinu (3,6 %) a 3 respondenti se identifikovali jako senioři (2,2 %). Z výsledných odpovědí na tuto otázku lze vyvodit, že výsledek tohoto výzkumného šetření je zřejmě ovlivněn způsobem, jakým byl dotazník distribuován, což má za následek, že se nedostal k seniorům nebo doprovodům organizovaných skupin či doprovodům účastníků školních programů.



Graf 4: Identifikace cílové skupiny – specifikace

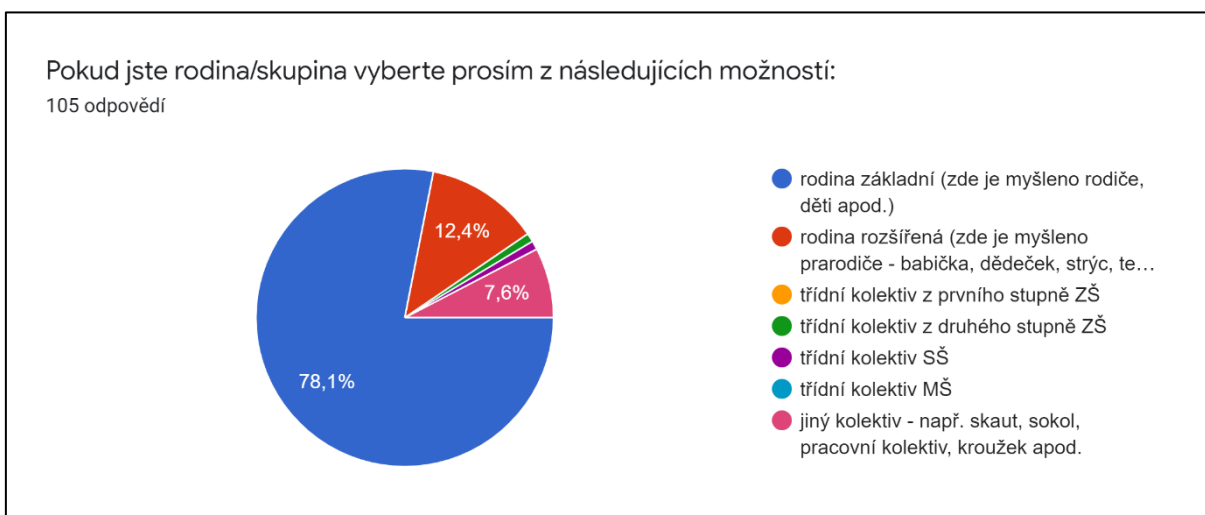
Zdroj: Vlastní

Zpracování: Google Forms

Jak již bylo uvedeno výše, pokud respondenti zvolili u otázky č. 3 poslední dvě možnosti, tedy rodina či skupina (kolektiv), byli respondenti požádáni o doplňující odpověď, která by rodinu či skupinu/kolektiv blíže specifikovala. Pokud se dobře podíváme na odpovědi z otázky č. 3, tak můžeme vidět, že respondentů, kteří se označili jako rodina, bylo 50 a respondenti, kteří se označili jako skupina, byli 3, což je tedy celkem 53. Níže uvedených odpovědí na doplňující otázku je však 105. Rozdíl spatřuji v tom, že se původně respondent identifikoval jako dospělá osoba, ale při další položce si uvědomil, že Pevnost poznání navštívil s rodinou nebo skupinou a tuto skutečnost dále specifikoval. Tento příklad odhaluje, jak bylo nesmírně těžké identifikovat typ návštěvníků popularizačního centra, a to tak aby se v něm opravdu každý našel a zároveň odpověď byla co nejpřesnější. Ze 105



respondentů se nejvíce, tedy 82, označilo jako rodina základní (78,1 %), druhou nejpočetnější odpovědí byla rodina rozšířená 13 (12,4 %), následovalo označení jiný kolektiv s osmi respondenty (7,6 %), a po jedné odpovědi měly skupiny třídní kolektiv z druhého stupně ZŠ a třídní kolektiv SŠ. Z výsledků vyplývá, že nejčastější skupinou návštěvníku jsou rodiny s dětmi (68,3 %).

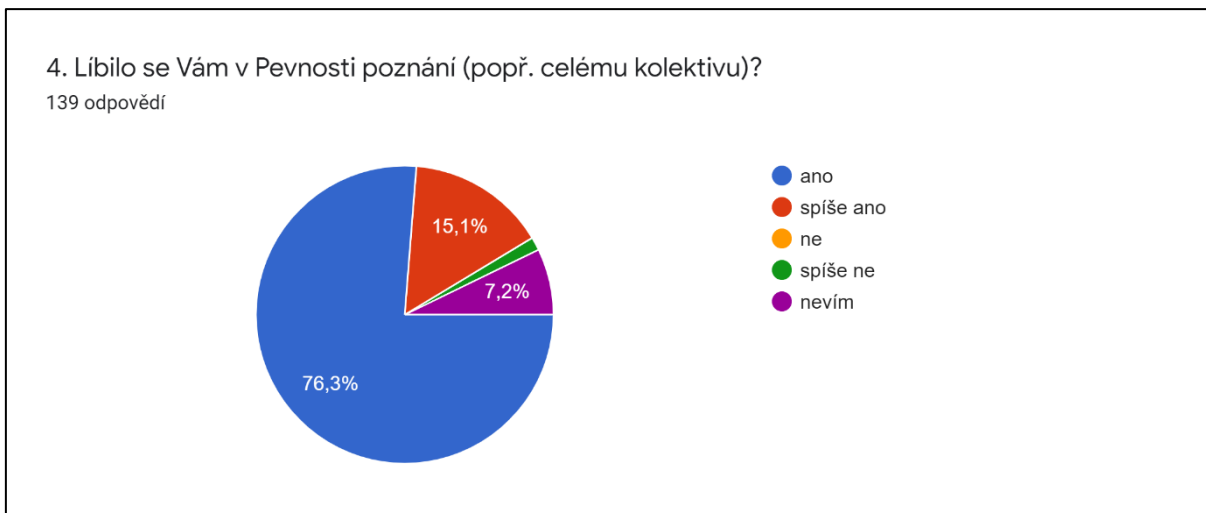


Graf 5: Identifikace cílové skupiny – specifikace, doplnění  
Zdroj: vlastní  
Zpracování: Google Forms

Dotazník č. 1, otázka č. 4:

***Líbilo se Vám v Pevnosti poznání (popř. celému kolektivu)?***

Cílem této otázky bylo zjistit, zda se návštěvníkům v popularizačním centru líbilo, a protože se jedná o měření postojů a názorů lidí, byl použit systém škálování a bylo nabídnuto pět odpovědí typu: *ano*, *spíše ano*, *ne*, *spíše ne*, *nevím*. Nejvíce respondentů zvolilo možnost *ano*, konkrétně 106 (76,3 %). *Spíše ano* vybralo celkem 21 respondentů (15,1 %), *nevím* vybralo 10 respondentů (7,2 %) a *spíše ne* odpověděli 2 respondenti (1,4 %). Z výsledků lze vyvodit, že pokud 94,4 % respondentů uvedlo, že se jim v Pevnosti poznání líbilo, reflektuje to způsob, jímž se mnoho lidí o popularizačním centru dovídá, tedy od známého, z čehož lze vyvodit, že jsou respondenti převážně se službami v Pevnosti poznání spokojeni.

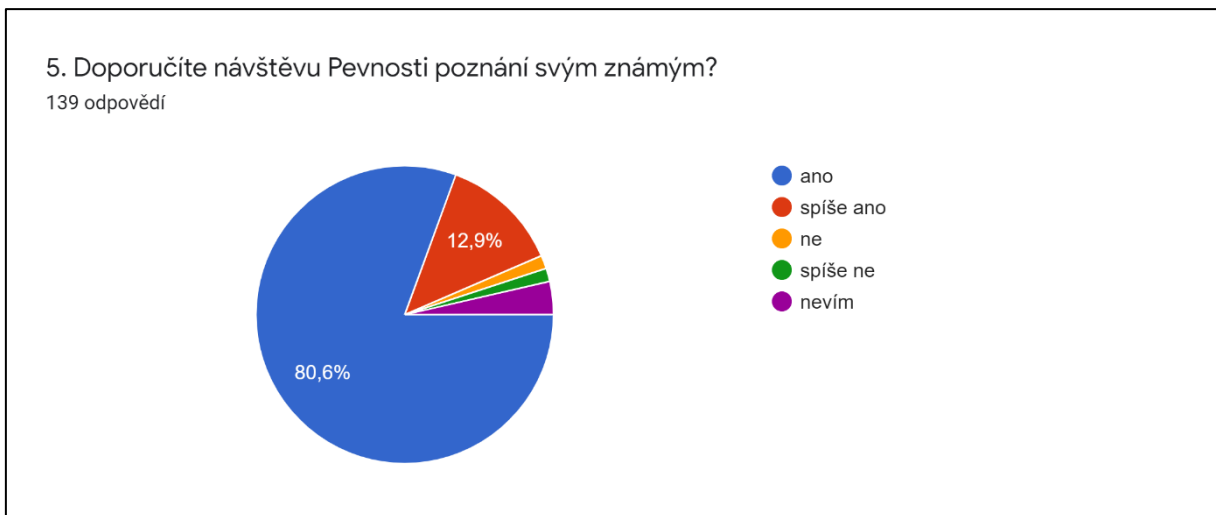


Graf 6: Spokojenost návštěvníků  
Zdroj: Vlastní  
Zpracování: Google Forms

Dotazník č. 1, otázka č. 5:

***Doporučíte návštěvu Pevnosti poznání svým známým?***

Cílem této otázky bylo zjistit, zda respondenti doporučí návštěvu Pevnosti poznání svým známým. Stejně jako předchozí položka dotazníku i tato byla zaměřena na zjišťování názorů a postojů lidí, a i zde bylo použito škálování a byly nabídnuty tyto odpovědi: *ano*, *spíše ano*, *ne*, *spíše ne*, *nevím*. Nejvíce, tedy 112 respondentů, zvolilo možnost *ano* (80,6 %). *Spíše ano* vybralo celkem 18 respondentů (12,9 %), *nevím* uvedlo 5 respondentů (3,6 %). Shodně po dvou odpovědích měli položky *ne* (1,4 %) a *spíše ne* (1,4 %). Tento výsledek, kdy 93,5 % respondentů uvádí, že se jim v Pevnosti poznání líbilo či spíše líbilo, opět odráží způsob, jakým se respondenti o Pevnosti poznání dovídají, a to že se popularizačnímu centru daří udržet si dobrý obraz u svých návštěvníků.

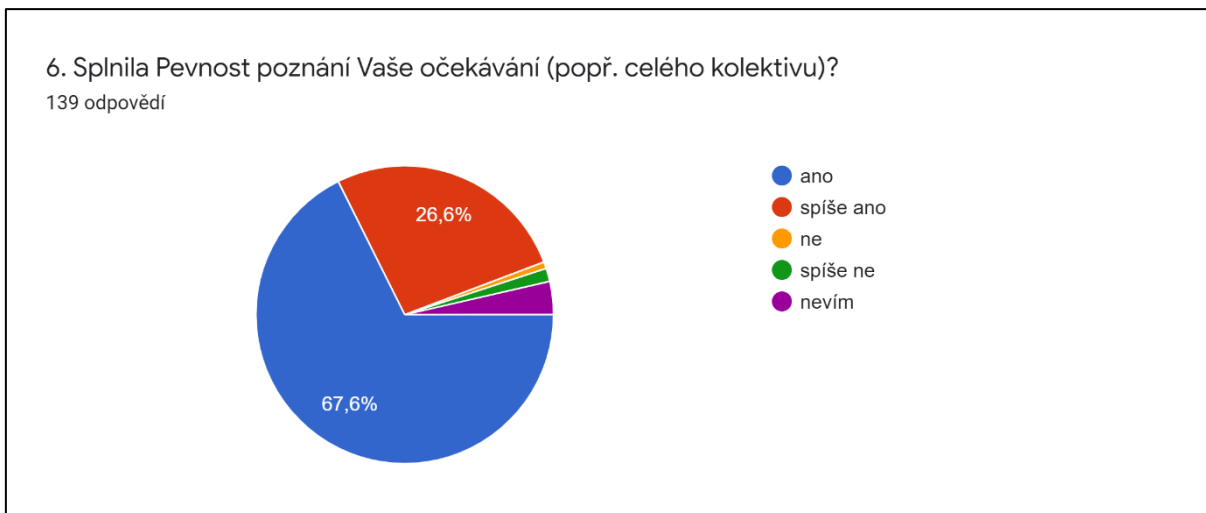


Graf 7: Spokojenost návštěvníků – doporučení  
Zdroj: Vlastní  
Zpracování: Google Forms

Dotazník č. 1, otázka č. 6:

***Splnila Pevnost poznání Vaše očekávání (popř. celého kolektivu)?***

Tato otázka zjišťovala opět názor lidí v souvislosti se splněným očekáváním, které návštěvníci měli. I v tomto případě bylo použito škálování a byly nabídnuty tyto odpovědi: *ano*, *spíše ano*, *ne*, *spíše ne*, *nevím*. Nejvíce, tedy 94 respondentů, zvolilo možnost *ano* (67,6 %). *Spíše ano* vybralo celkem 37 respondentů (26,6 %), *nevím* uvedlo 5 respondentů (3,6 %). *Spíše ne* odpověděli 2 respondenti (1,4 %) a jeden respondent uvedl, že Pevnost poznání nesplnila jeho očekávání. Z výsledků je zřejmé, že pro 94,2 % respondentů splnila, resp. spíše splnila, Pevnost poznání očekávání, která měli, což opět reflektuje výsledky z předchozích šetření.



Graf 8: Spokojenost návštěvníků – očekávání  
Zdroj: Vlastní  
Zpracování: Google Forms

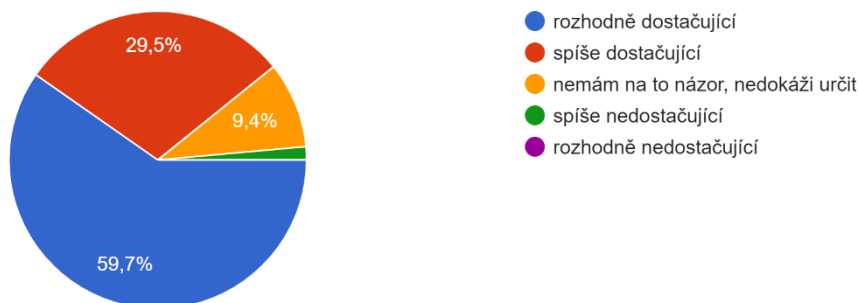
Dotazník č. 1, otázka č. 7:

***Jak hodnotíte nabízené možnosti k využití volného času, které jsou v Pevnosti poznání k dispozici (expoziční, planetárium, 3D tisk, vědecké dílny, školní programy, různé jednorázové akce, apod.)?***

Cílem této otázky bylo opět zjištění názoru na možnosti, které Pevnost poznání nabízí k využití volného času. Na výběr byly tyto možnosti: *rozhodně dostačující; spíše dostačující; nemám na to názor, nedokáži určit; spíše nedostačující; rozhodně nedostačující*. 83 (59,7 %) respondentů považuje za rozhodně dostačující nabízené možnosti k využití volného času, které jsou v popularizačním centru k dispozici. Za *spíše dostačující* považuje nabízené možnosti 41 (29,5 %) respondentů, že nedokáže určit či nemají na to názor, odpovědělo 13 (9,4 %) respondentů. Za *spíše nedostačující* považují nabízené možnosti 2 (1,4 %) respondenti. Ani jeden z dotazovaných nepovažuje nabízené možnosti k využití volného času za *rozhodně nedostačující*. Z výsledků je možné vyvodit, že pokud hodnotí 89,2 % respondentů možnosti, které Pevnost poznání nabízí k využití volného času pozitivně, tak se ukazuje, že jsou lidé převážně spokojeni, ale neznamená to, že by se nedalo pár věcí zlepšit.

7. Jak hodnotíte nabízené možnosti k využití volného času, které jsou v Pevnosti poznání k dispozici (expoziční, planetárium, 3D tisk, vědecké dílny, školní programy, různé jednorázové akce, apod.)?

139 odpovědí



Graf 9: Spokojenost návštěvníků – možnosti

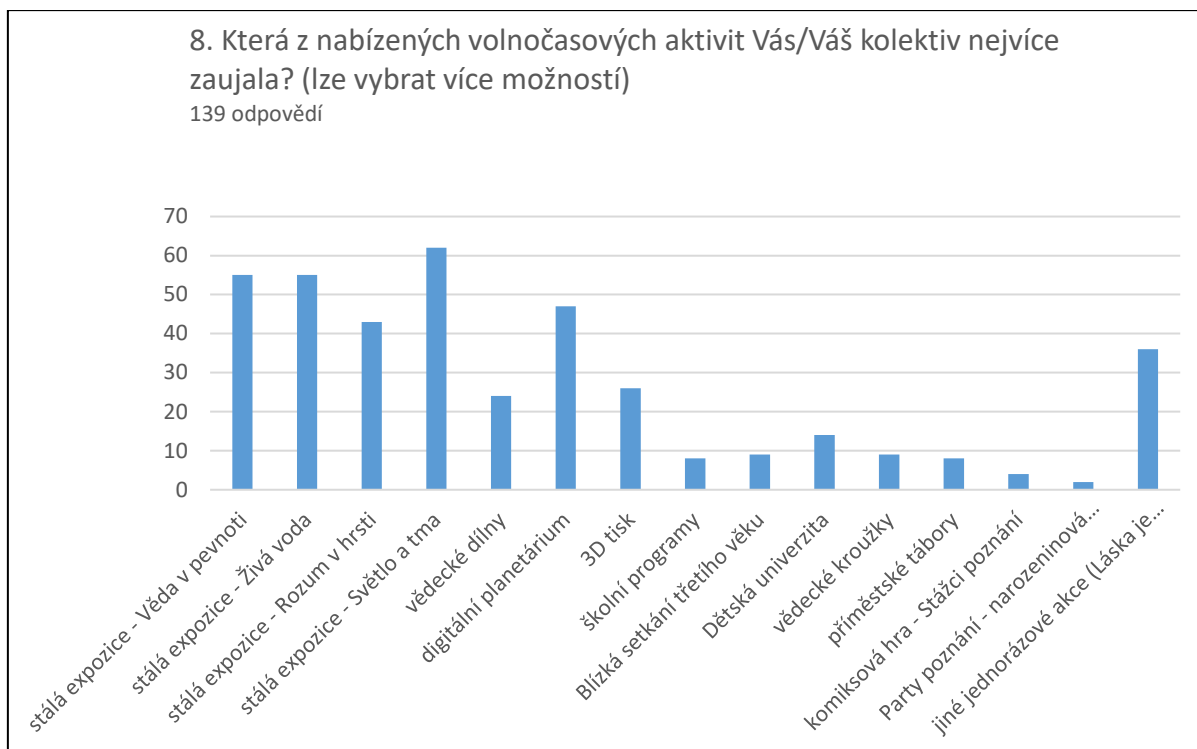
Zdroj: Vlastní

Zpracování: Google Forms

Dotazník č. 1, otázka č. 8:

***Která z nabízených volnočasových aktivit Vás/Váš kolektiv nejvíce zaujala? (lze vybrat více možností).***

Cílem této otázky bylo zjistit, které z nabízených volnočasových aktivit jsou pro návštěvníky nejatraktivnější. Na výběr byla celá řada možností od stálých expozic, přes školní programy, po jednorázové akce. Jako nejvíce preferované se ukázaly stálé expozice, a to: Věda v Pevnosti – 55 (39,6 %), Živá voda – 55 (39,6 %), Rozum v hrsti – 43 (30,9 %), přičemž nejvíce oblíbenou expozicí je Světlo a tma – 62 (44,6 %). Další velmi oblíbenou možností je digitální planetárium – 47 (33,8 %) a jiné jednorázové akce – 36 (25,9 %). Oblibě se také těší 3D tisk – 26 (18,7 %), Dětská univerzita – 14 (10,1 %), Blízká setkání třetího věku – 9 (6,5 %), vědecké kroužky – 9 (6,5 %) nebo příměstské tábory – 8 (5,8 %) či školní programy – 8 (5,8 %).



Graf 10: Výčet nabízených aktivit – obliba  
Zdroj: Vlastní  
Zpracování: Vlastní

Dotazník č. 1, otázka č. 9:

***Kolik času jste v Pevnosti poznání strávili/a/i během své návštěvy?***

Tato otázka měla za úkol zjistit, jak je návštěva Pevnosti poznání časově náročná. Tato otázka byla zařazena do dotazníkového šetření zejména z praktických důvodů, protože při své praxi vykonávané v popularizačním centru, jsem zjistila, že se návštěvníci často na pokladně při zakoupení lístku ptají: „*Na jak dlouho to tu u Vás je?*“ Respondentům bylo nabídnuto celkem šest možných odpovědí s různými časovými úseky. Nejvíce respondentů, tedy 58, odpovědělo, že v Pevnosti poznání strávili více jak 2 hodiny a méně jak 4 hodiny (41,7 %). Druhá nejčastější odpověď, tedy 37, byla více jak 1 hodinu a méně jak 2 hodiny (26,6 %). Třetí nejčastější odpovědí, tedy 20, bylo: *Vracím/e se na Pevnost poznání opakovaně, strávil/a/i jsem/jsem zde již mnoho hodin svého volného času* (14,4 %). 10 respondentů strávilo během své návštěvy na Pevnosti poznání více jak 4 hodiny (7,2 %), 9 respondentů v popularizačním centru strávilo méně než 1 hodinu (6,5 %) a 5 respondentů odpovědělo, že v Pevnosti poznání strávili celý den (3,6 %). Z výsledků je zřejmé, že časová náročnost je různá, lze se domnívat se, že záleží na typu zvolené volnočasové aktivity, nicméně je potřeba počítat nejčastěji se dvěma až čtyřmi hodinami volného času.



Graf 11: Výčet nabízených aktivit – Strávený čas

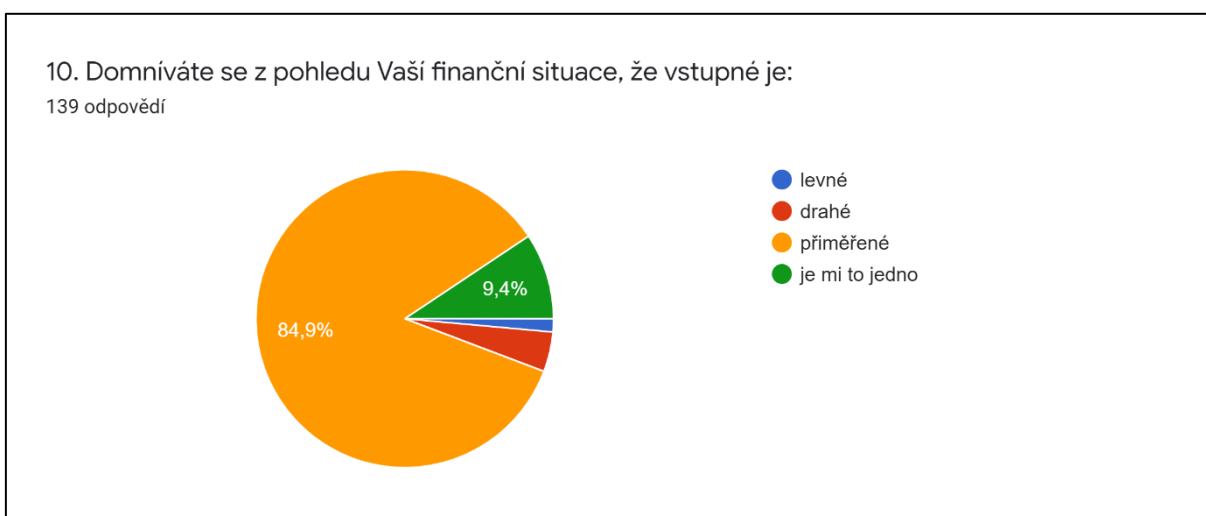
Zdroj: Vlastní

Zpracování: Google Forms

Dotazník č. 1, otázka č. 10:

**Domníváte se z pohledu Vaší finanční situace, že vstupné je:**

Tato otázka měla za cíl zjistit, jak návštěvníci vnímají výši vstupného. Respondentům byly nabídnuty tyto odpovědi: *levné, drahé, přiměřené, je mi to jedno*. Pro naprostou většinu respondentů, tedy 118, je výše vstupného vnímána jako přiměřená (84,9 %). 13 respondentů uvedlo, že je jim to jedno (9,4 %), 6 respondentů vnímá vstupné jako drahé (4,3 %) a naopak pro 2 respondenty je vstupné levné (1,4 %). Z výsledků vyplývá, že pro naprostou většinu respondentů je výše vstupného vnímána jako přiměřená, z čehož lze vyvodit, že výše vstupného dopovídá nabízeným službám.



Graf 12: Vnímání výše vstupného

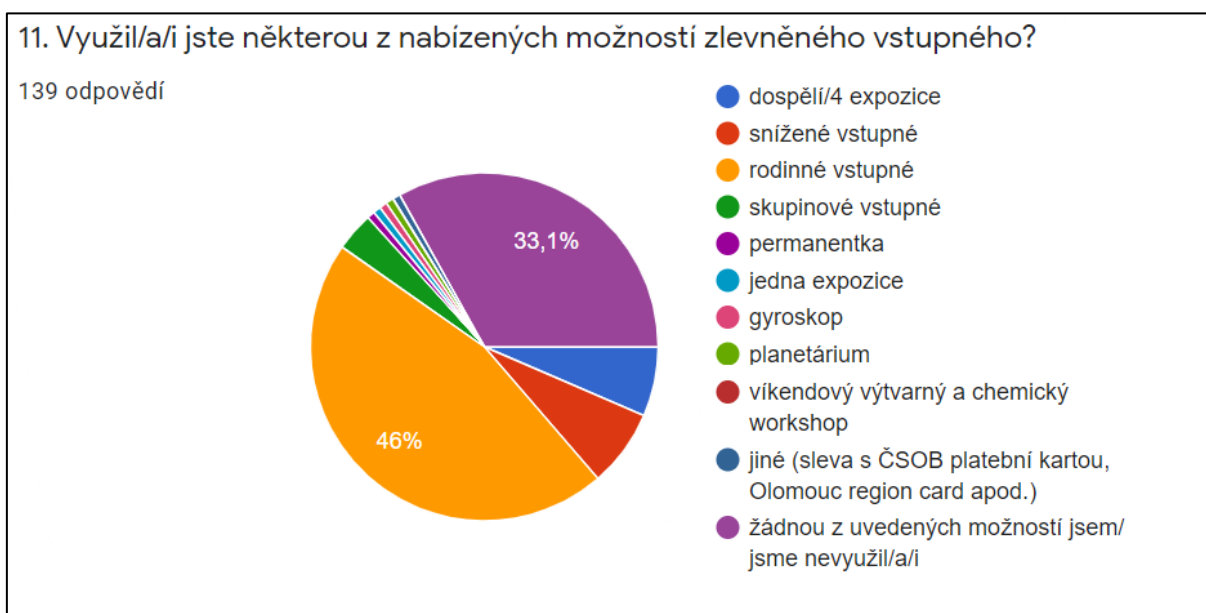
Zdroj: Vlastní

Zpracování: Google Forms

Dotazník č. 1, otázka č. 11:

**Využil/a/i jste některou z nabízených možností zlevněného vstupného?**

Cílem této otázky bylo zjistit, jaké je využití nabídky některé z forem zlevněného vstupného. Jako odpovědi byly nabídnuty všechny možné alternativy, které v době vzniku této diplomové práce bylo možné využít při nákupu vstupného, celkem se jednalo o jedenáct možností. Nejvíce respondentů zvolilo možnost *rodinné vstupné*, konkrétně 64 (46 %). 46 respondentů uvedlo, že žádnou z uvedených možností nevyužilo (33,1 %). 10 odpovědí zaznamenala možnost *snížené vstupné* (7,2 %), 9 odpovědí si vybralo možnost *dospělí/4 expozice* a 5 respondentů využilo možnosti skupinového vstupného (3,6 %). Po jedné odpovědi (0,7 %) shodně zaznamenali možnosti: *permanentka*, *jedna expozice*, *gyroskop*, *planetárium a jiné* (sleva ČSOB platební kartou, Olomouc region card apod.). Z výsledků je zřejmé, že 66,9 % respondentů některou z nabízených možností zlevněného vstupného využili, proto má tato nabídka smysl a své místo v portfoliu služeb nabízených Pevností poznání.



Graf 13: Využití zvýhodněného vstupného

Zdroj: Vlastní

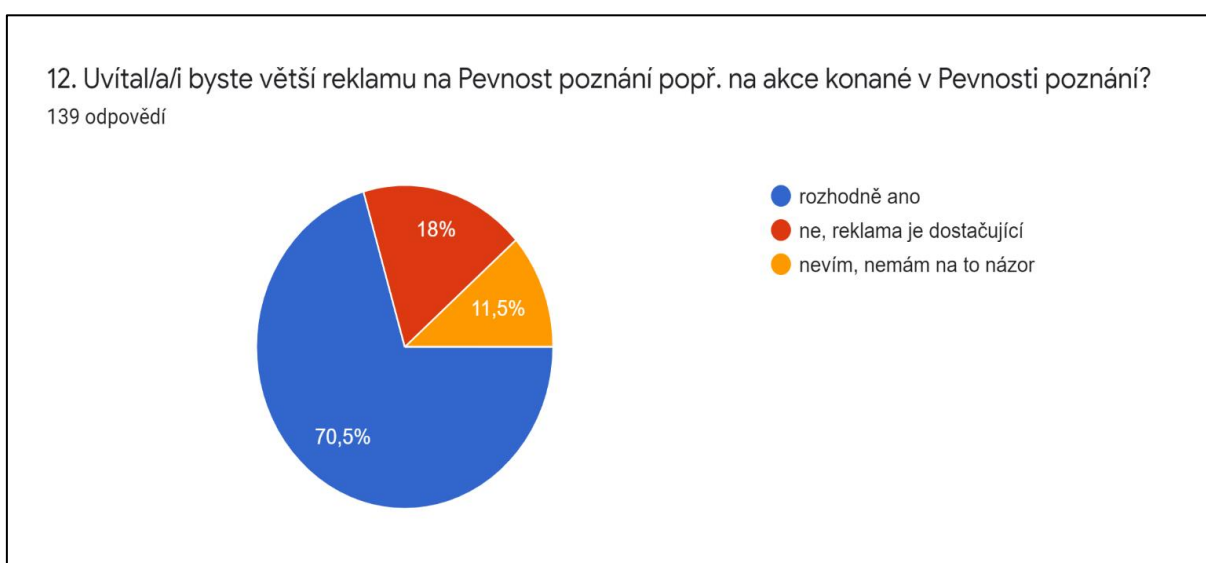
Zpracování: Google Forms

Dotazník č. 1, otázka 12:

**Uvítal/a/i byste větší reklamu na Pevnost poznání, popř. na akce konané v Pevnosti poznání?**



Předposlední otázka prvního dotazníkového šetření měla za cíl zjistit, zda by návštěvníci uvítali větší reklamu na Pevnost poznání, popř. na akce v ní konané. Naprostá většina respondentů, konkrétně 98, odpověděla, že by větší reklamu rozhodně uvítali (70,5 %). Naopak 25 dotazovaných si myslí, že je reklama dostačující (18 %) a 16 respondentů neví nebo nemá na to názor (11,5 %). Z dotazníkového šetření tedy vyplývá, že by bylo vhodné reklamu posílit. Samozřejmě jsem si vědoma především finanční stránky této problematiky, ale zde spatřuji možnost využít nemovité prostory ve vlastnictví Univerzity Palackého v Olomouci a reklamu posílit alespoň na těchto místech, což by alespoň v rámci olomouckého regionu jistě nebylo málo.



Graf 14: Identifikace nástrojů propagace – doplnění  
Zdroj: Vlastní  
Zpracování: Google Forms

Dotazník č. 1, otázka č. 13:

***Jak Vás oslovila reklama na Pevnost poznání, popř. na akce konané v Pevnosti poznání, se kterou jste měl/a možnost se setkat?***

Poslední otázka prvního dotazníkového šetření měla za cíl zjistit, jak návštěvníky oslovila reklama, se kterou měli možnost se setkat. Téměř polovina respondentů, tedy 63, uvedla, že se s reklamou na Pevnost poznání ještě nesetkali (45,3 %), což potvrzuje zjištění z předchozí dotazníkové položky a zdůrazňuje nutnost oblast reklamy posílit. Na druhou stranu je pozitivní, že pokud už se respondenti s reklamou na Pevnost poznání setkali, tak se jim líbila, celkem tedy 45 odpovědí (32,4 %). Zbývající oslovení respondenti buď na toto téma nemají

názor, 15 odpovědí (10,8 %) nebo je reklama nijak nezaujala, 11 odpovědí (7,9 %) či v nich zanechala smíšené pocity, 5 odpovědí (3,6 %).



Graf 15: Identifikace nástrojů propagace – specifikace  
Zdroj: Vlastní  
Zpracování: Google Forms

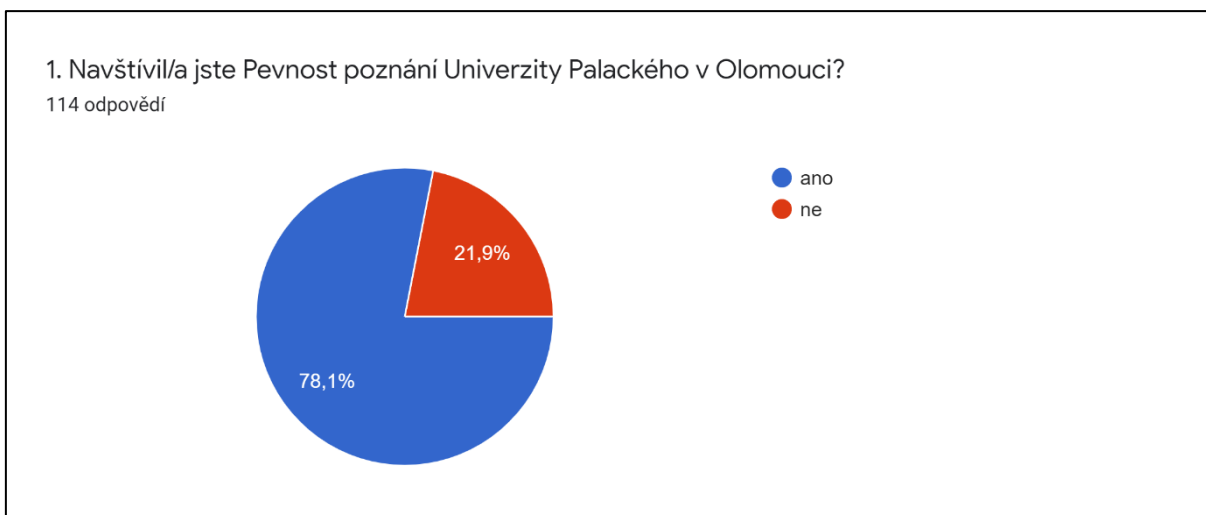
#### 4.6.2 Výsledky dotazníkové šetření č. 2

V tomto oddíle budou analyzovány jednotlivé otázky dotazníku č. 2, který byl určen všem zaměstnancům Univerzity Palackého v Olomouci. Příslušné odpovědi respondentů budou slovně i graficky interpretovány.

Dotazník č. 2, otázka č. 1:

##### *Navštívil/a jste Pevnost poznání Univerzity Palackého v Olomouci?*

První otázka druhého dotazníkového šetření, které bylo zaměřeno na zjištění, zda má Pevnost poznání své místo také ve volnočasových aktivitách zaměstnanců Univerzity Palackého v Olomouci, jejíž je toto popularizační centrum součástí, měla za cíl zjistit, zda zaměstnanci vůbec navštívili Pevnost poznání. Otázka byla dichotomického charakteru a nabízela tedy pouze dvě možné odpovědi. Více než 2/3 respondentů, konkrétně 89, odpověděli, že Pevnost poznání navštívili (78,1 %) a 25 odpovědí bylo negativních (21,9 %). V tomto bodě se dotazník dále rozdělil na část A a část B v závislosti na typu odpovědi.

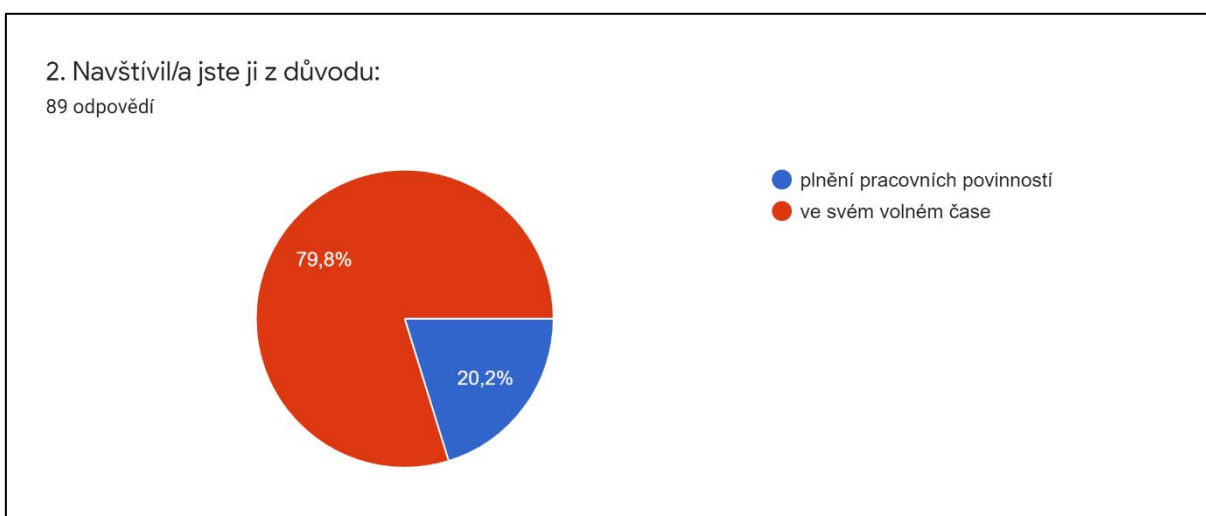


Graf 16: Identifikace využitelnosti UPOL  
Zdroj: Vlastní  
Zpracování: Google Forms

Dotazník č. 2, část A, otázka č. 2:

***Navštívil/a jste ji z důvodu?***

Pokud respondenti odpověděli na předchozí otázku *ano*, byli nasměrováni k položce dotazníku, která měla za cíl zjistit, jaký byl důvod jejich návštěvy. Na výběr bylo opět pouze ze dvou možností, a to: *plnění pracovních povinností* a *ve svém volném čase*. Naprostá většina respondentů, celkem 71 (79,8 %), uvedla, že Pevnost poznání navštívila ve svém volném čase, což značí zájem zaměstnanců o tuto instituci. 18 respondentů uvedlo, že navštívili pevnost poznání v rámci plnění svých pracovních povinností (20,2 %).

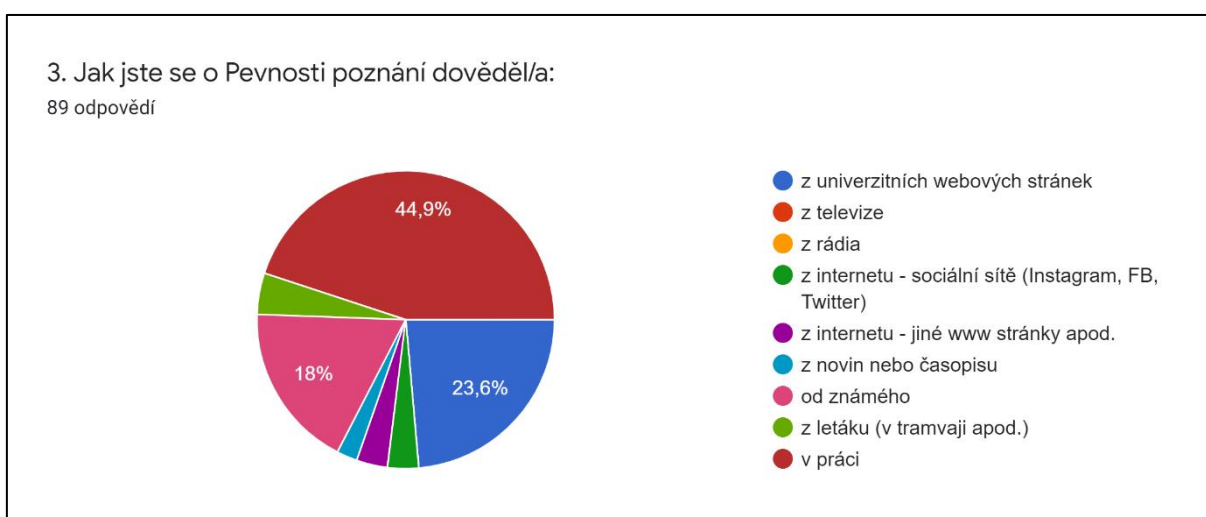


Graf 17: Identifikace využitelnosti UPOL – důvody 1  
Zdroj: Vlastní  
Zpracování: Google Forms

Dotazník č. 2, část A, otázka č. 3:

***Jak jste se o Pevnosti poznání dověděl/a?***

Cílem této otázky bylo zjistit, jak se zaměstnanci Univerzity Palackého v Olomouci o popularizačním centru dověděli. Respondentům bylo nabídnuto celkem devět možností. Nejvíce dotazovaných, tedy 40 (44,9 %), se o Pevnosti poznání dověděl v práci. Druhým nejsilnějším zdrojem informací byly pro zaměstnance univerzitní webové stránky, celkem 21 (23,6 %) respondentů. Z uvedených výsledků lze vyvodit, že se na univerzitní půdě téma Pevnosti poznání vyskytuje v hojně míře. Překvapující jsou tedy další odpovědi, kdy 16 respondentů uvedlo, že se o Pevnosti poznání dověděl od známého (18 %), 4 z letáku (3,4 %), 3 ze sociálních sítí jako je Instagram, FB nebo Twitter (3,4 %), další tři respondenti uvedli, že se o Pevnosti poznání dověděl z jiných www stránek (3,4 %) a 2 respondenti se o popularizačním centru dověděl z novin nebo časopisu (2,2 %).



Graf 18: Identifikace využitelnosti UPOL – propagace

Zdroj: Vlastní

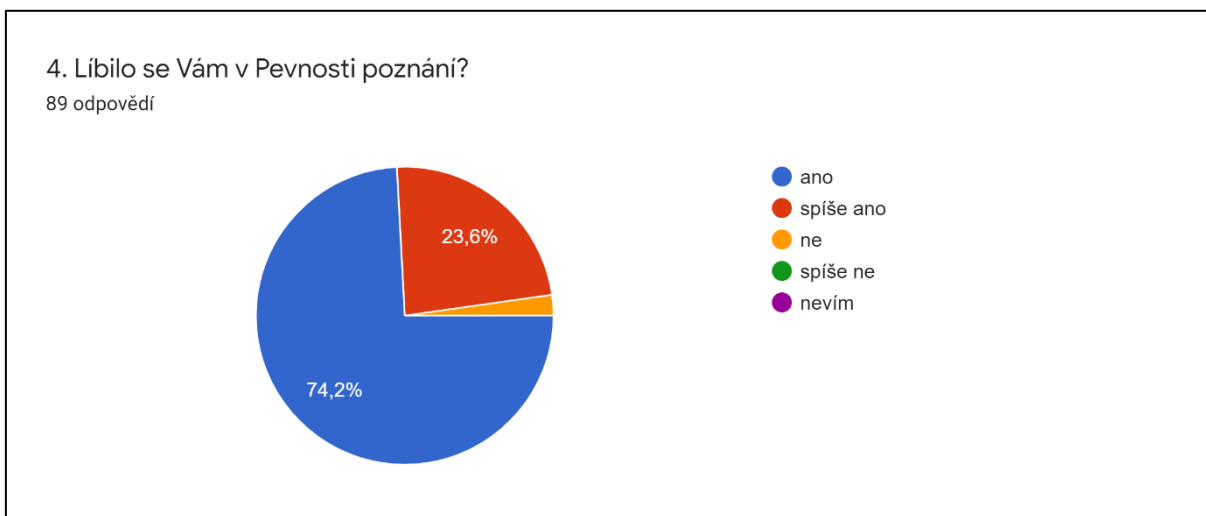
Zpracování: Google Forms

Dotazník č. 2, část A, otázka č. 4:

***Libilo se Vám v Pevnosti poznání?***

Tato otázka zjišťovala, zda se zaměstnancům v Pevnosti poznání líbilo. Pro odpovědní systém bylo použito škálování, jelikož se jedná o měření názorů lidí, a byly nabídnuty tyto odpovědi: *ano, spíše ano, ne, spíše ne, nevím*. Naprostě většině respondentů, tedy 66, se v popularizačním centru líbilo (74,2 %), anebo se přiklonili k odpovědi *spíše ano*, konkrétně 21 dotazovaných (23,6 %). Pouze dvěma respondentům se v Pevnosti poznání

nelíbilo (2,2 %). Z uvedeného lze tedy vyvodit, že je Pevnost poznání pro zaměstnance velmi atraktivní.

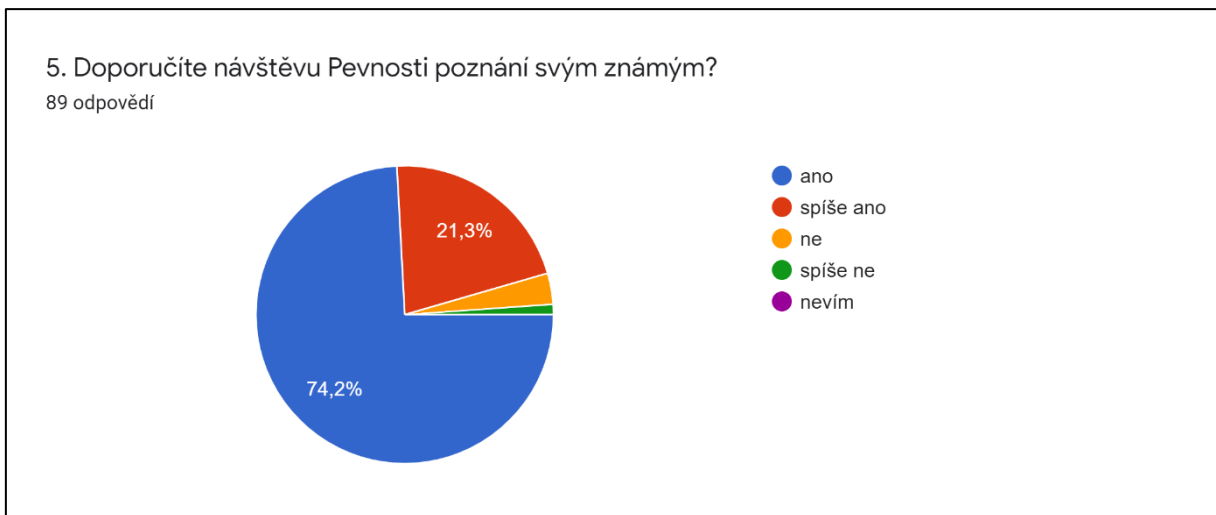


Graf 19: Identifikace využitelnosti UPOL – spokojenost  
Zdroj: Vlastní  
Zpracování: Google Forms

Dotazník č. 2, část A, otázka č. 5:

***Doporučíte návštěvu Pevnosti poznání svým známým?***

Cílem této otázky bylo zjistit, zda zaměstnanci doporučí návštěvu Pevnosti poznání svým známým. I zde bylo použito škálování a byly nabídnuty stejné odpovědi jako v předchozí otázce. Nejvíce, tedy 66, dotazovaných by návštěvu popularizačního centra svým známým doporučilo (74,2 %) a dalších 19 respondentů by návštěvu svým známým spíše doporučilo (21,3 %). Pouzí tři zaměstnanci by návštěvu Pevnosti poznání svým známým nedoporučili (3,4 %) a jeden by návštěvu spíše nedoporučil (1,1 %). Z uvedeného lze vyvodit, že zaměstnanci vnímají Pevnost poznání jako zajímavé místo k trávení volného času a tento výsledek v podstatě reflektuje zjištění z předchozí otázky.

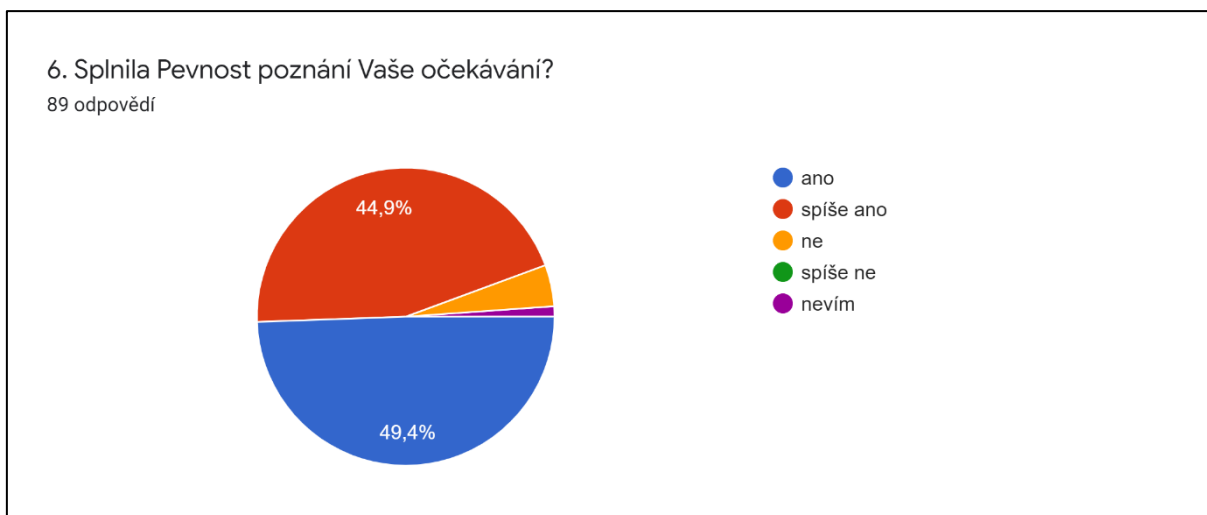


Graf 20: Identifikace využitelnosti UPOL – doporučení  
Zdroj: Vlastní  
Zpracování: Google Forms

Dotazník č. 2, část A, otázka č. 6:

***Splnila Pevnost poznání Vaše očekávání?***

Tato otázka zjišťovala názor zaměstnanců ve vztahu ke splněnému očekávání, které měli od návštěvy Pevnosti poznání. Téměř polovina respondentů, tedy 44, odpověděla, že Pevnost poznání jejich očekávání splnila (49,4 %) a necelá druhá polovina respondentů, tedy 40, odpověděla, že popularizační centrum spíše splnilo jejich očekávání (44,9 %), jen u 4 dotazovaných Pevnost poznání nenaplnila jejich očekávání (4,5 %) a jeden respondent odpověděl, že neví (1,1 %). Ve výsledku uvedlo 94,3 % respondentů, že Pevnost poznání naplnila jejich očekávání, což lze považovat za velmi pozitivní zjištění, které potvrzuje výsledky z předchozích položek dotazníku.



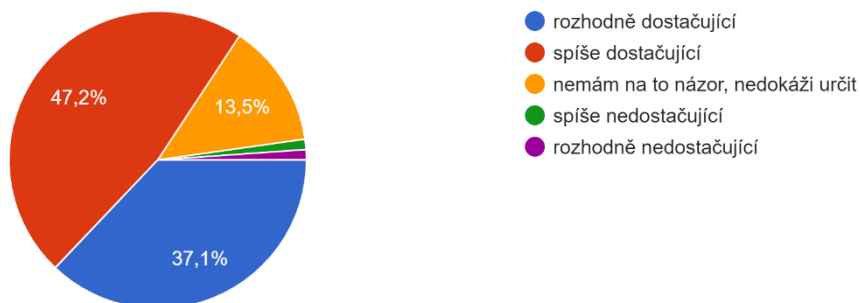
Graf 21: Identifikace využitelnosti UPOL – očekávání  
Zdroj: Vlastní  
Zpracování: Google Forms

Dotazník č. 2, část A, otázka č. 7:

***Jak hodnotíte nabízené možnosti k využití volného času, které jsou v Pevnosti poznání k dispozici (expoze, planetárium, 3D tisk, vědecké dílny, školní programy, různé jednorázové akce, apod.)?***

Cílem této otázky bylo zjistit, jak zaměstnanci hodnotí volnočasové aktivity, které Pevnost poznání nabízí. 33 respondentů odpovědělo, že jsou pro ně nabízené možnosti rozhodně dostačující (37,1 %) a 42 respondentů uvedlo, že jsou s pestrostí nabízených možností spíše spokojeni (47,2 %). Pouze 12 respondentů uvedlo, že na tuto skutečnost nemají názor (13,5 %). Že spíše není spokojen s nabídkou aktivit v Pevnosti poznání, uvedl jeden respondent (1,1 %) a jeden respondent není spokojen vůbec (1,1 %). S pestrostí nabídky volnočasových aktivit je tedy spokojeno 84,3 % dotazovaných, což lze chápat jako velmi pozitivní zjištění, ale neznamená to, že by se nedalo něco zlepšit, o čemž vypovídá zbylých 15,7 % respondentů, kteří neví nebo jsou přímo nespokojeni a může to být impulzem pro tvorbou nových, zajímavých a lákavých aktivit.

7. Jak hodnotíte nabízené možnosti k využití volného času, které jsou v Pevnosti poznání k dispozici (expozece, planetárium, 3D tisk, vědecké dílny, školní programy, různé jednorázové akce, apod.)?  
89 odpovědí



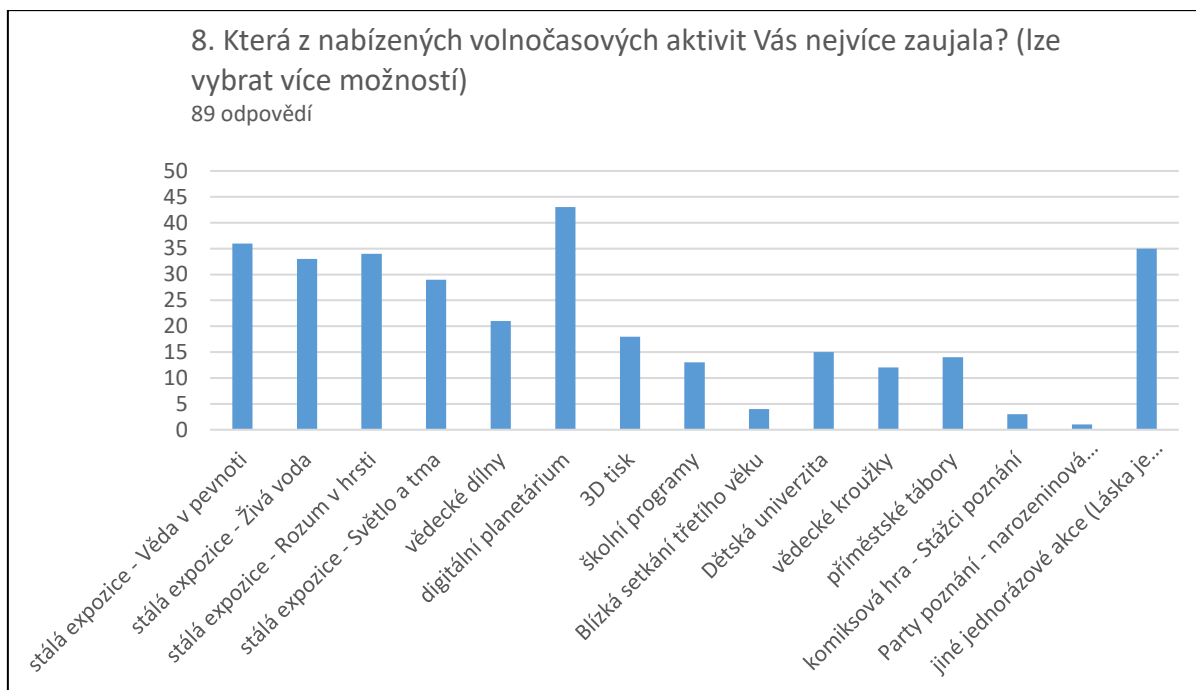
Graf 22: Identifikace využití UPOL – hodnocení nabídky  
Zdroj: Vlastní  
Zpracování: Google Forms

Dotazník č. 2, část A, otázka č. 8:

***Která z nabízených volnočasových aktivit Vás nejvíce zaujala?***

Cílem této otázky bylo zjistit, které z nabízených volnočasových aktivit jsou pro zaměstnance nejatraktivnější. Na výběr bylo z celé řady možností, jež jsou v Pevnosti poznání k dispozici. Jako nejvíce preferované se pro zaměstnance ukázalo digitální planetárium s 43 odpověďmi (48,3 %) a různé jednorázové akce s 35 odpověďmi (39,3 %). Neméně oblíbené se ukázaly být stálé expozice, a to: Věda v Pevnosti s 36 odpověďmi (40,4 %), Rozum v hrsti s 34 odpověďmi (38,2 %), Živá voda s 33 odpověďmi (37,1 %) a Světlo a tma s 29 odpověďmi (32,6 %). Zajímavé se pro zaměstnance (21) ukázaly být vědecké dílny (23,6 %) a 3D tisk – 18 odpovědí (20,2 %). Následovala Dětská univerzita – 15 (16,9 %), příměstské tábory – 14 (15,7 %), školní programy – 13 (14,6 %) a vědecké kroužky – 12 (13,5 %). Nižší oblíbenosti se u zaměstnanců těší Blízká setkání třetího věku – 4 (4,5 %), což může být ale zapříčiněno tím, že mezi zaměstnanci se nevyskytuje velké množství lidí v důchodovém věku, na které je tato volnočasová aktivita zaměřena.





Graf 23: Identifikace využitelnosti UPOL – možnosti  
Zdroj: Vlastní  
Zpracování: Vlastní

Dotazník č. 2, část A, otázka č. 9:

***Kolik času jste v Pevnosti poznání strávili/a během své návštěvy?***

Tato otázka zjišťovala časovou náročnost návštěvy zaměstnanců Univerzity Palackého v Olomouci v popularizačním centru. Respondentům bylo nabídnuto celkem šest možných časových úseků pro jejich odpovědi. Nejvíce respondentů, tedy 35, odpovědělo, že v Pevnosti poznání strávili více jak 2 hodiny a méně jak 4 hodiny svého volného času (39,3 %). Druhá nejčastější odpověď, tedy 26, byla více jak 1 hodinu a méně jak 2 hodiny (29,2 %). Třetí nejčastější odpovědi, tedy 15, bylo: *Vracím/e se na Pevnost poznání opakovaně, strávil/a/i jsem/jsme zde již mnoho hodin svého volného času* (16,9 %). 7 respondentů strávilo během své návštěvy v popularizačním centru více jak 4 hodiny (7,9 %), 4 respondenti věnovali návštěvě méně než 1 hodinu (4,5 %) a dva respondenti uvedli, že v Pevnosti poznání strávili celý den (2,2 %). Z výsledků lze vyvodit, že časová náročnost je různá, zřejmě odvislá od typu zvolené volnočasové aktivity, avšak nejčastěji je potřeba počítat se dvěma až čtyřmi hodinami volného času.

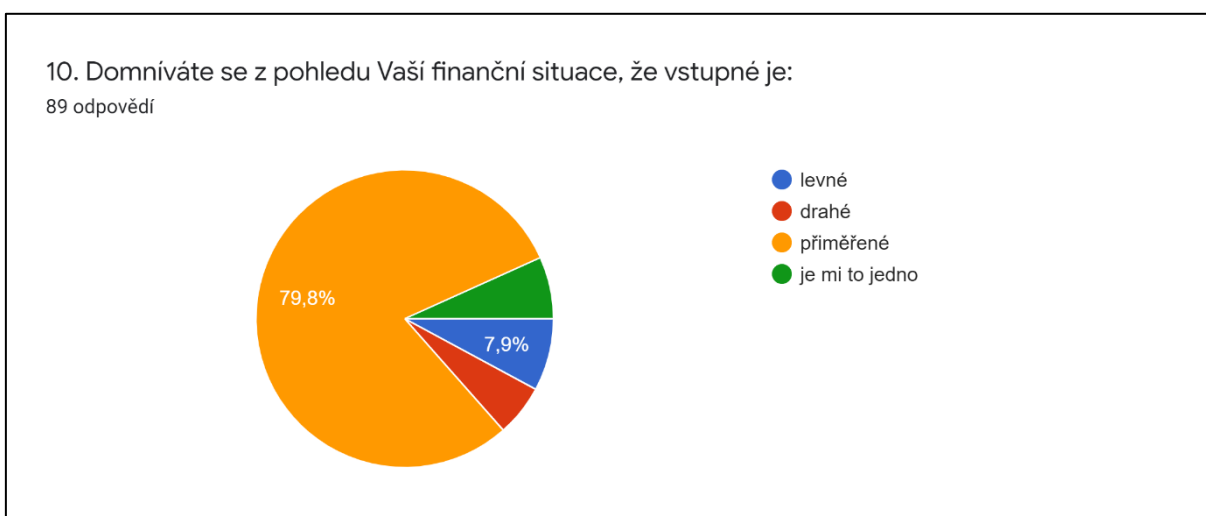


Graf 24: Identifikace využitelnosti UPOL – strávený čas  
Zdroj: Vlastní  
Zpracování: Google Forms

Dotazník č. 2, část A, otázka č. 10:

***Domníváte se z pohledu Vaší finanční situace, že vstupné je?***

Cílem této otázky bylo zjistit, jak zaměstnanci vnímají výši vstupného z pohledu jejich finanční situace. Pro naprostou většinu respondentů, konkrétně 71, je výše vstupného přiměřená (79,8 %). Pro 7 respondentů je vstupné levné (7,9 %), šest respondentů uvedlo, že je jim to jedno (6,7 %) a pět dotazovaných vnímá vstupné jako drahé (5,6 %). Z uvedených výsledků lze předpokládat, že výše vstupného pro respondenty reflektuje služby nabízené popularizačním centrem.

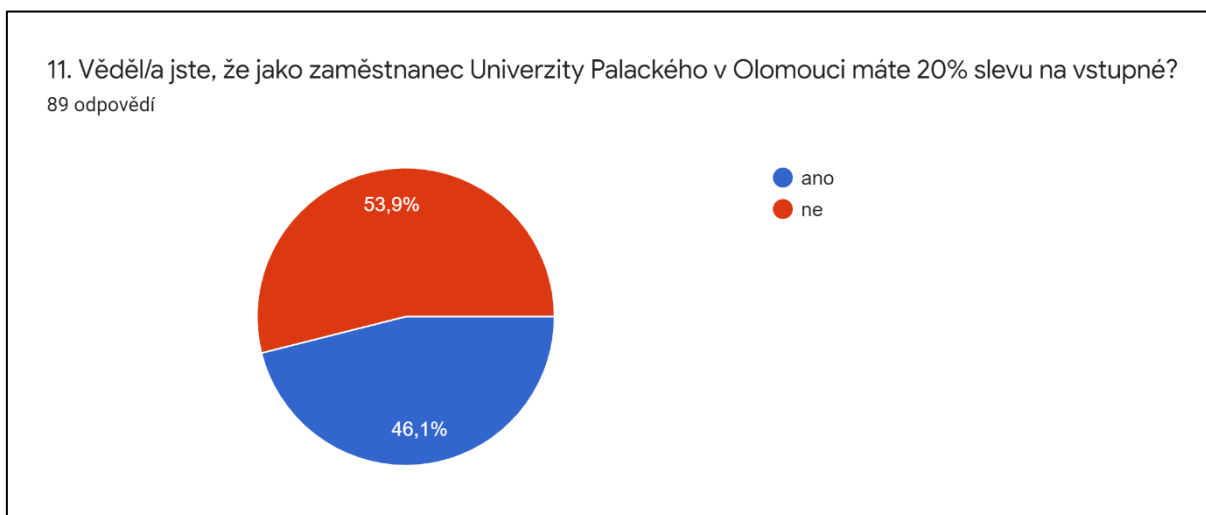


Graf 25: Identifikace využitelnosti UPOL – vstupné  
Zdroj: Vlastní  
Zpracování: Google Forms

Dotazník č. 2, část A, otázka č. 11:

***Věděl/a jste, že jako zaměstnanec Univerzity Palackého v Olomouci máte 20 % slevu na vstupné?***

Cílem této otázky bylo zjistit, zda zaměstnanci Univerzity Palackého v Olomouci vědí o benefitu, který mají ve formě slevy 20 % na vstup do Pevnosti poznání. Otázka byla dichotomického charakteru a nabízela tedy pouze dvě možné odpovědi. 48 respondentů uvedlo, že o tomto benefitu neví (53,9 %) a 41 respondentů uvedlo, že o tomto benefitu vědí (46,1 %). Z výsledků vyplývá, že povědomí o tomto benefitu je zhruba poloviční a mělo by být cílem PR oddělení Pevnosti poznání na tomto nedostatku zpracovat třeba vhodně zvolenou informací u pokladny.



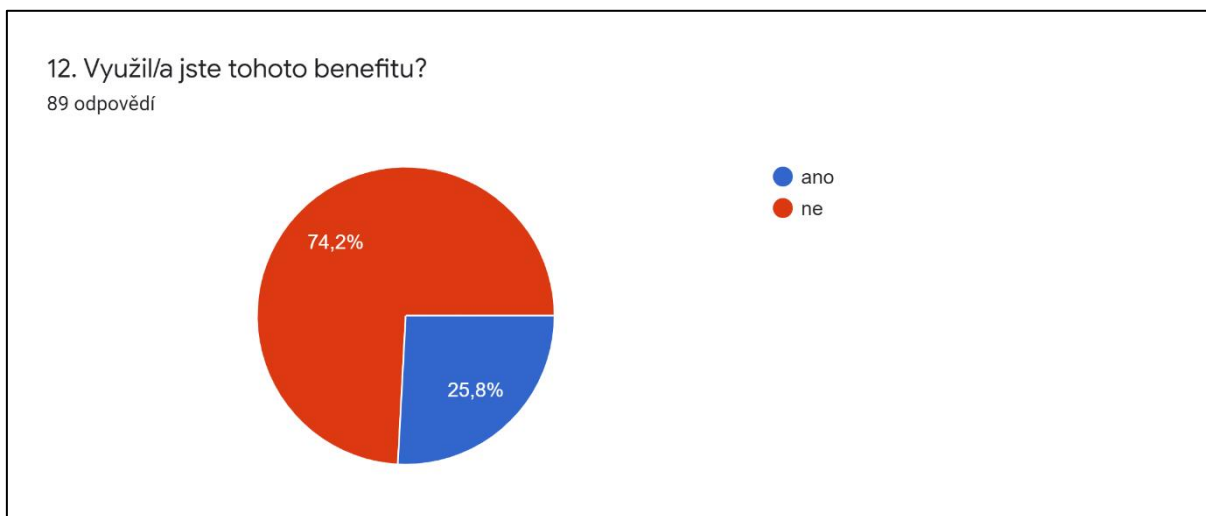
Graf 26: Identifikace využitelnosti UPOL – benefit 1  
Zdroj: Vlastní  
Zpracování: Google Forms

Dotazník č. 2, část A, otázka č. 12:

***Využil/a jste tohoto benefitu?***

Tato otázka měla návaznost na otázku předchozí a měla za cíl zjistit, zda zaměstnanci benefitu ve formě 20 % slevy na vstupném využívají. Opět se jednalo o položku dotazníku, která nabízela pouze dvě možné odpovědi. Naprostá většina respondentů, tedy 66, uvedla, že tohoto benefitu nevyužila (74,2 %) a 23 respondentů uvedlo, že tohoto benefitu využilo (25,8 %). Na tento výsledek je nutné se podívat v celkovém kontextu obou otázek. Pokud tedy nadpoloviční většina o benefitu nevěděla, nemohla této slevy využít. Z ostatních 41 respondentů, kteří o možnosti benefitu věděli, této možnost využilo pouhých 23 respondentů, tedy opět zhruba polovina. Lze tedy konstatovat, že tento benefit není

pro zaměstnance až tolik atraktivní a výše vstupného respondentům připadá už tak přiměřená, čímž se potvrdil výsledek šetření z otázky č. 10.

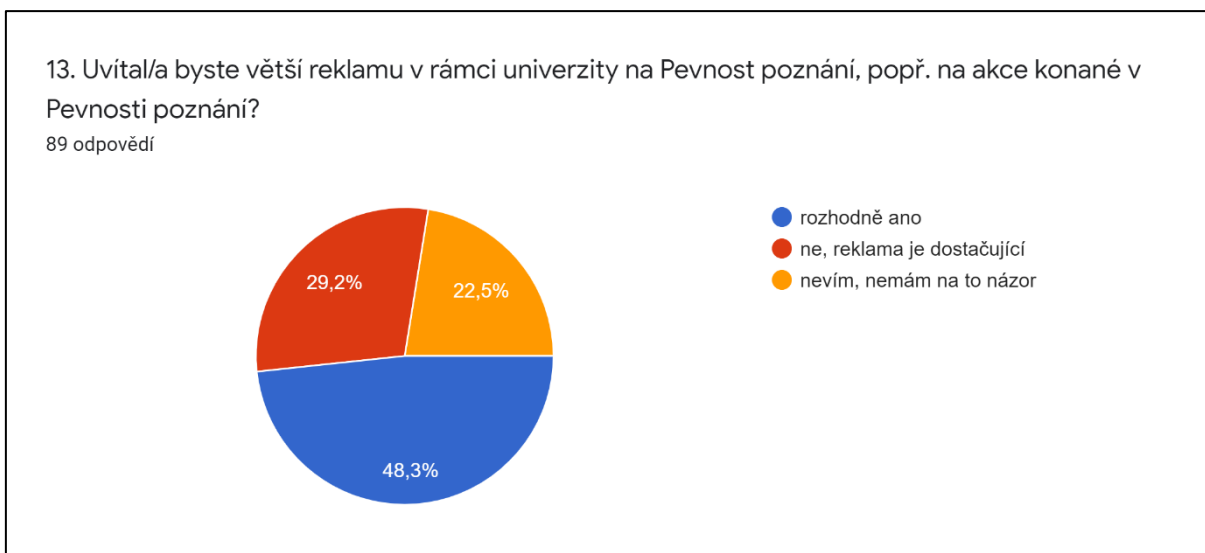


Graf 27: Identifikace využitelnosti UPOL – využitelnost benefitu 1  
Zdroj: Vlastní  
Zpracování: Google Forms

Dotazník č. 2, část A, otázka č. 13:

***Uvítal/a byste větší reklamu v rámci univerzity na Pevnost poznání, popř. na akce konané v Pevnosti poznání?***

Cílem této otázky bylo zjistit, zda by zaměstnanci uvítali větší reklamu v rámci univerzity na Pevnost poznání, popř. na akce v ní konané. Téměř polovina respondentů, tedy 43, uvedla, že by rozhodně větší reklamu v rámci univerzity uvítala (48,3 %). Podle 26 respondentů je reklama dostačující (29,2 %) a 20 respondentů nemá na toto téma žádný názor (22,5 %). Z výsledků lze vyvodit, že by bylo vhodné reklamu v rámci univerzity posílit, a v tomto případě by se pro Pevnost poznání nemuselo jednat ani o nijak náročnou finanční zátěž, protože by se dalo využít vnitřních univerzitních možností, jako jsou webové stránky a mnohé univerzitní prostory, kde by bylo možné reklamu bezplatně umístit.

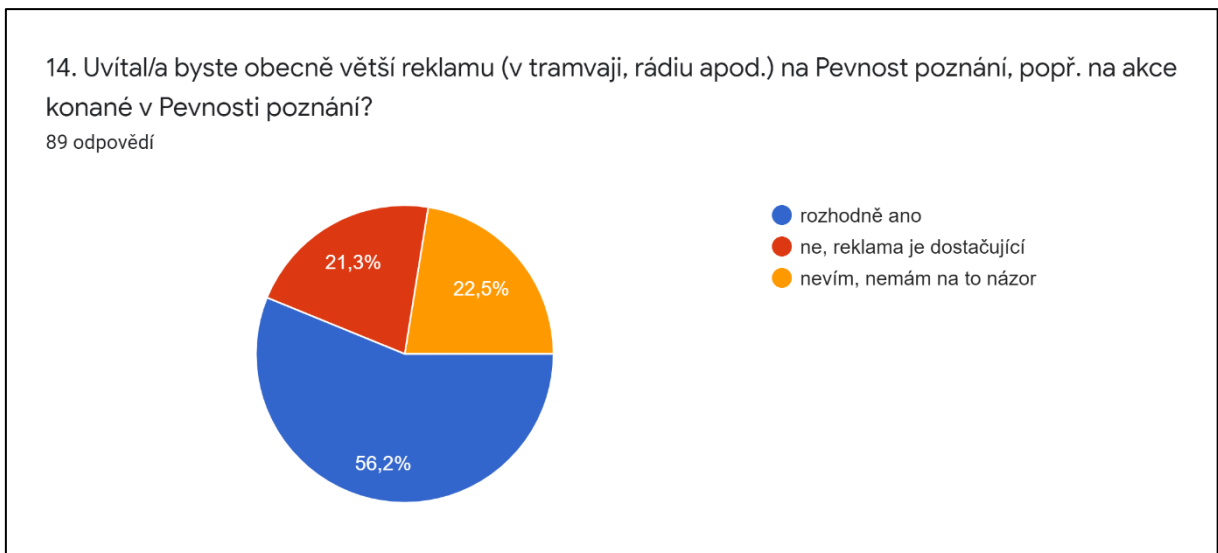


Graf 28: Identifikace využitelnosti UPOL – propagace, upřesnění 1  
Zdroj: Vlastní  
Zpracování: Google Forms

Dotazník č. 2, část A, otázka č. 14:

***Uvítal/a byste obecně větší reklamu (v tramvaji, rádiu apod.) na Pevnost poznání, popř. na akce konané v Pevnosti poznání?***

Tato otázka, podobně jako předchozí, zjišťovala názor zaměstnanců na míru reklamy, tentokrát však v obecnější rovině výskytu. Opět naprostá většina respondentů (50) uvedla, že by rozhodně v tramvaji, v rádiu a na dalších místech k tomu určených, reklamu na Pevnost poznání, popř. na akce v ní konané, určitě uvítali (56,2 %). 20 respondentů uvedlo, že neví, resp. nemá na to názor (22,5 %) a 19 – ti respondentům připadá, že je reklama dostatečná (21,3 %). Z dotazníkového šetření tedy vyplývá, že by respondenti ve většině případů větší reklamu uvítali. Zde však platí, že je nutné zohlednit také finanční stránku tohoto druhu marketingového nástroje, avšak opět musím vyzdvihnout mnohá místa ve vlastnictví univerzity, která by se, alespoň v rámci olomouckého regionu, dala bezplatně za tímto účelem využít.

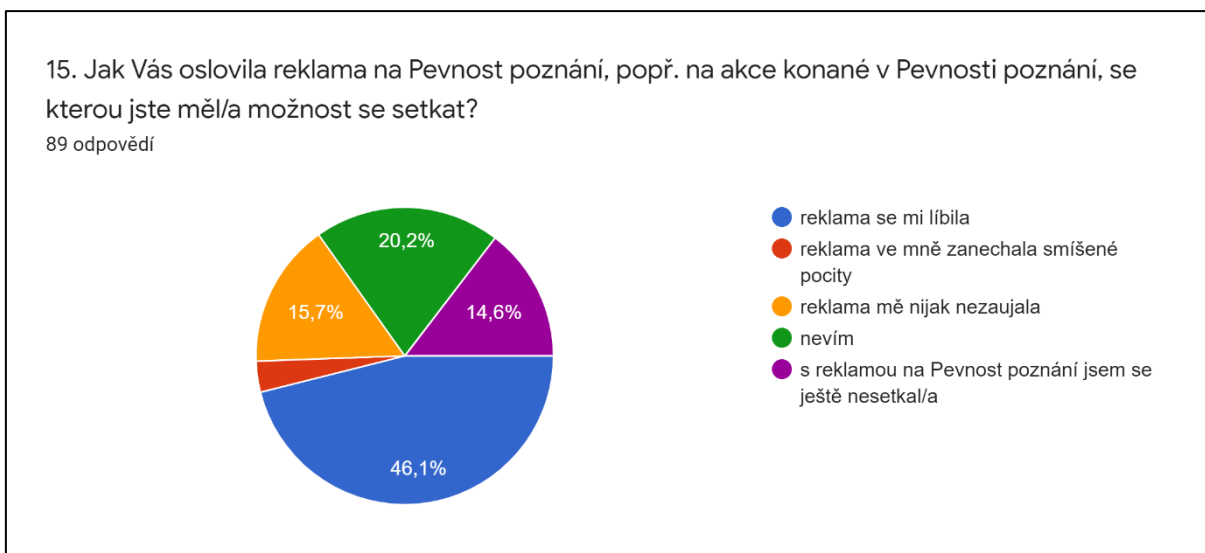


Graf 29: Identifikace využitelnosti UPOL – propagace, doplnění 1  
Zdroj: Vlastní  
Zpracování: Google Forms

Dotazník č. 2, část A, otázka č. 15:

***Jak Vás oslovila reklama na Pevnost poznání, popř. na akce konané v Pevnosti poznání, se kterou jste měl/a možnost se setkat?***

Tato otázka měla za cíl zjistit, zda zaměstnanci, kteří měli možnost setkat se s reklamou na Pevnost poznání, popř. na akce v ní konané, tato reklama oslovila. Téměř polovina respondentů, konkrétně 41, uvedla, že reklama, se kterou měli možnost se setkat, se jim líbila (46,1 %). 18 respondentů uvedlo, že neví, zda se jim reklama líbila (20,2 %), 14 respondentů reklama nijak nezaujala (15,7 %), 13 dotazovaných odpovědělo, že se s reklamou na Pevnost poznání dosud nesešlo (14,4 %) a ve třech dotazovaných reklama zanechala smíšené pocity (3,4 %). Z výsledků lze vyvodit, že pokud se 53,9 % respondentů reklama nijak nedotkla, je tedy potřeba v tomto směru napnout veškeré dostupné prostředky a zlepšit pozitivní dopady tohoto marketingového nástroje.

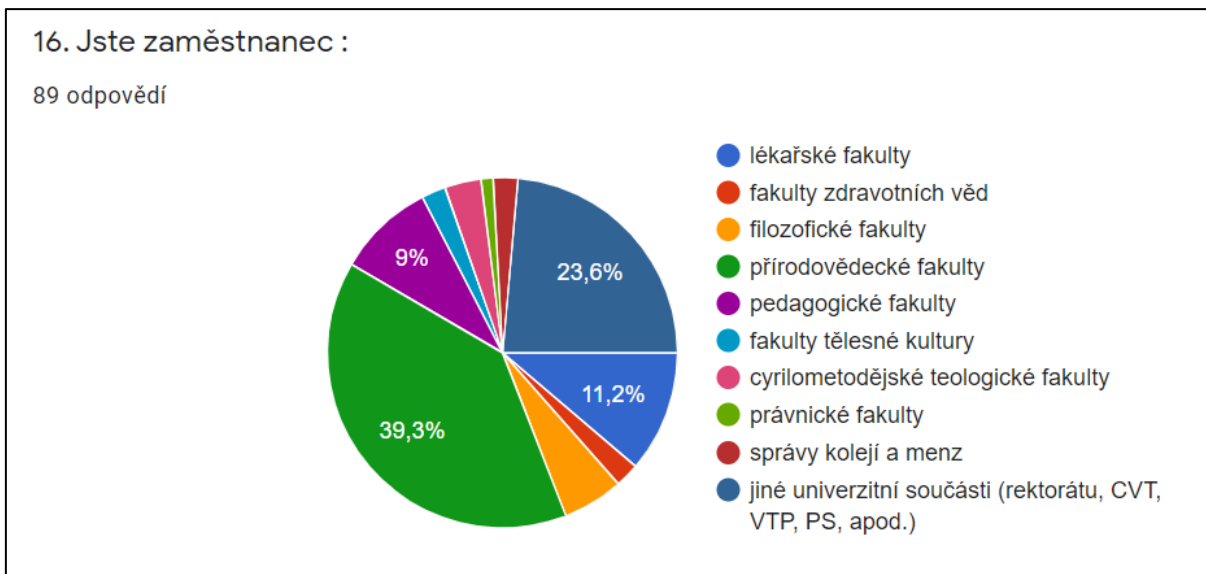


Graf 30: Identifikace využitelnosti UPOL – propagace, specifikace 1  
Zdroj: Vlastní  
Zpracování: Google Forms

Dotazník č. 2, část A, otázka č. 16:

### ***Jste zaměstnanec?***

Cílem této otázky bylo zjistit, v jaké součásti Univerzity Palackého v Olomouci zaměstnanec pracuje. Tato otázka měla zejména doplňující a informativní charakter. Ukázalo se, že nejvíce respondentů se do dotazníkového šetření zapojilo z fakulty přírodovědecké, a to 35 respondentů (39,3 %). Dalším největším počtem respondentů, kteří byli ochotni se tohoto dotazníkového šetření zúčastnit, byli zaměstnanci jiné součásti než je fakulta, konkrétně 21 respondentů (23,6 %), jedná se o univerzitní zařízení typu CVT, VTP, PS, RUP aj. Dalšími respondenty, kteří byli ochotni se zúčastnit tohoto dotazníkového šetření, byli zaměstnanci z fakulty lékařské, konkrétně 10 respondentů (11,2 %), z fakulty pedagogické – 8 respondentů (9 %), z fakulty filozofické – 5 respondentů (5,6 %), dále z fakulty cyrilometodějské teologické – 3 (3,4 %), po dvou respondentech se zapojili zaměstnanci fakulty tělesné kultury (2,2 %), zdravotních věd (2,2 %) a správy kolejí a menz (2,2 %) a jeden respondent byl z fakulty právnické (1,1 %).



Graf 31: Identifikace využitelnosti UPOL – identifikace 1

Zdroj: Vlastní

Zpracování: Google Forms

Dotazník č. 2, část B, otázka č. 2:

***Pevnost poznání jsem nenavštívil/a, protože?***

Pokud respondenti odpověděli na první otázku druhého dotazníkového šetření *ne*, byli nasměrováni k položce dotazníku, která měla za cíl zjistit, z jakého důvodu Pevnost poznání dosud nenavštívili. Otázka byla polouzavřená, nabízené odpovědi byly: *nemám zájem ve svém volném čase navštěvovat tento typ zařízení a nevěděl/a jsem o této instituci* nebo mohli respondenti dopsat svůj vlastní důvod. Nejvíce, tedy 6 respondentů (24 %) uvedlo, že ve svém volném čase nemají o návštěvu podobného zařízení zájem, 3 respondenti uvedli, že o této instituci vůbec nevěděli (12 %) a zbývající respondenti odpověděli individuálním důvodem, nejčastěji se však shodovali, že dosud neměli čas, ale chystají se tuto instituci navštívit. Výsledek této dotazníkové položky považují za velmi pozitivní, protože 64 % dotazovaných, kteří doposud popularizační centrum nenavštívili, nečinili tak z důvodu negativního vnímání tohoto typu zařízení, ale z důvodu nedostatku volného času a v budoucnu jsou návštěvě nakloněni.



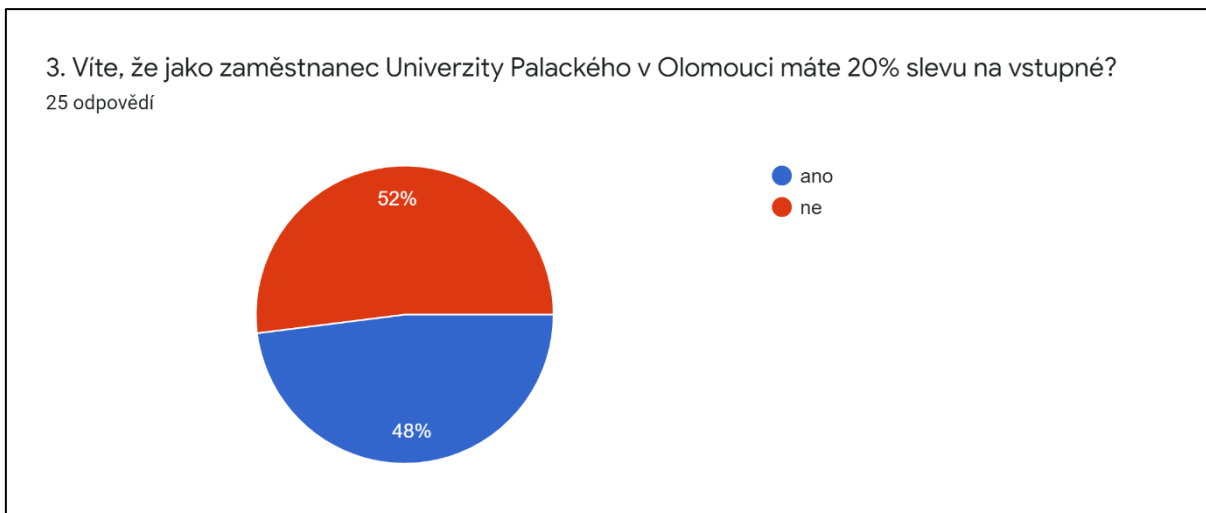


Graf 32: Identifikace využitelnosti UPOL – důvody 2  
 Zdroj: Vlastní  
 Zpracování: Google Forms

Dotazník č. 2, část B, otázka č. 3:

***Víte, že jako zaměstnanec Univerzity Palackého v Olomouci máte 20% slevu na vstupné?***

Cílem této otázky bylo zjistit, zda zaměstnanci, i když dosud popularizační centrum nenavštívili, vědí, že jedním ze zaměstnaneckých benefitů je sleva na vstupné do Pevnosti poznání. Otázka byla dichotomického charakteru a nabízela tedy pouze dvě možné odpovědi. 13 respondentů uvedlo, že o tomto benefitu neví (52 %) a 12 respondentů uvedlo, že o tomto benefitu vědí (48 %). Stejně jako v části A druhého dotazníkového šetření z výsledků šetření vyplývá, že povědomí o tomto benefitu je zhruba poloviční a mělo by být cílem PR oddělení Pevnosti poznání na tomto nedostatku zapracovat třeba vhodně zvolenou informací u pokladny apod.

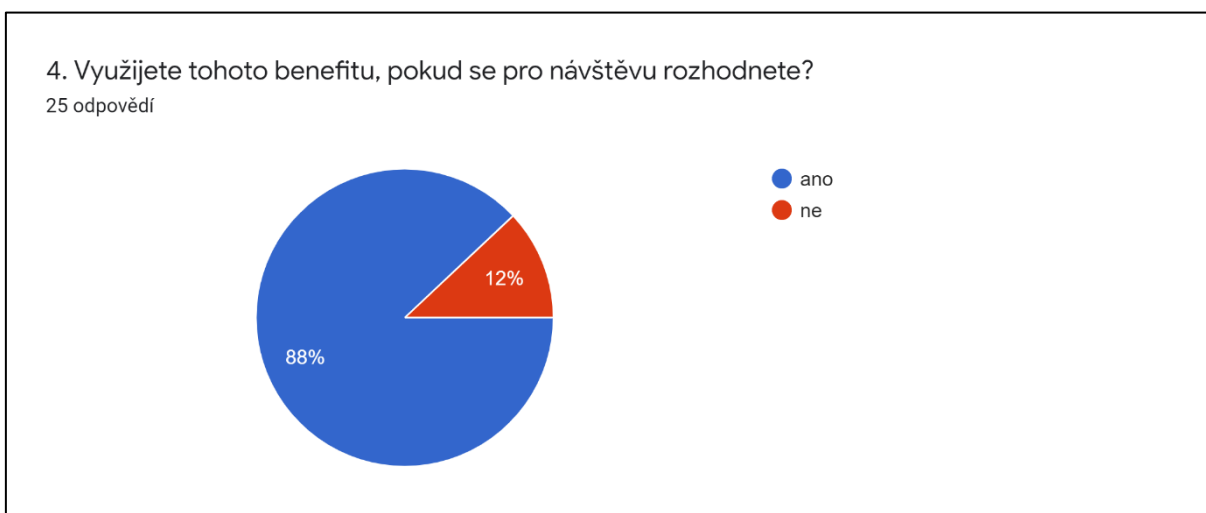


Graf 33: Identifikace využitelnosti UPOL – benefit 2  
Zdroj: Vlastní  
Zpracování: Google Forms

Dotazník č. 2, část B, otázka č. 4:

***Využijete tohoto benefitu, pokud se pro návštěvu rozhodnete?***

Tato otázka zjišťovala postoj respondentů k využití zaměstnaneckého benefitu, pokud by se pro návštěvu Pevnosti poznání rozhodli. Většina, tedy 22 respondentů (88 %) uvedla, že by tohoto benefitu využila a pouze tři respondenti (12 %) by tohoto benefitu nevyužili. Z tohoto zjištění lze vyvodit, že pro tuto skupinu respondentů, je tento druh benefitu zajímavý.

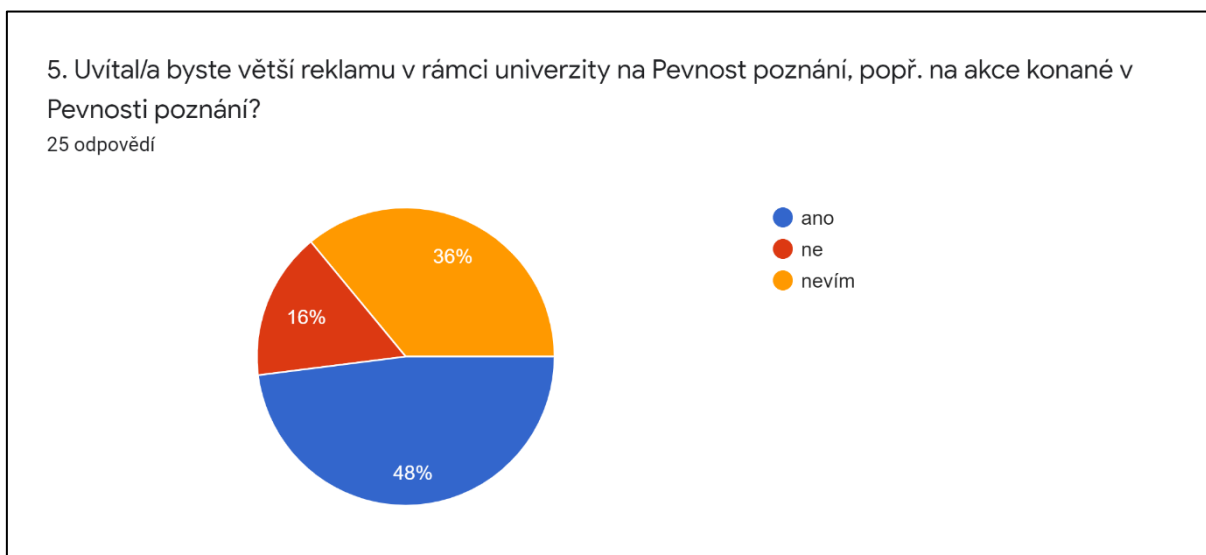


Graf 34: Identifikace využitelnosti UPOL – využitelnost benefitu 2  
Zdroj: Vlastní  
Zpracování: Google Forms

Dotazník č. 2, část B, otázka č. 5:

***Uvítal/a byste větší reklamu v rámci univerzity na Pevnost poznání, popř. na akce konané v Pevnosti poznání?***

Cílem této otázky bylo zjistit, tak jako v části A tohoto druhého dotazníkového šetření, zda by zaměstnanci uvítali větší reklamu v rámci UPOL na Pevnost poznání, popř. na akce v ní konané. Téměř polovina respondentů, tedy 12, uvedla, že by rozhodně větší reklamu v rámci univerzity uvítala (48 %). 9 respondentů nemá na toto téma žádný názor (36 %) a 4 respondenti považují reklamu za dostatečnou (16 %) Z výsledků lze vyvodit, stejně jako v části A druhého dotazníkového šetření, že by bylo vhodné reklamu v rámci univerzity posílit.

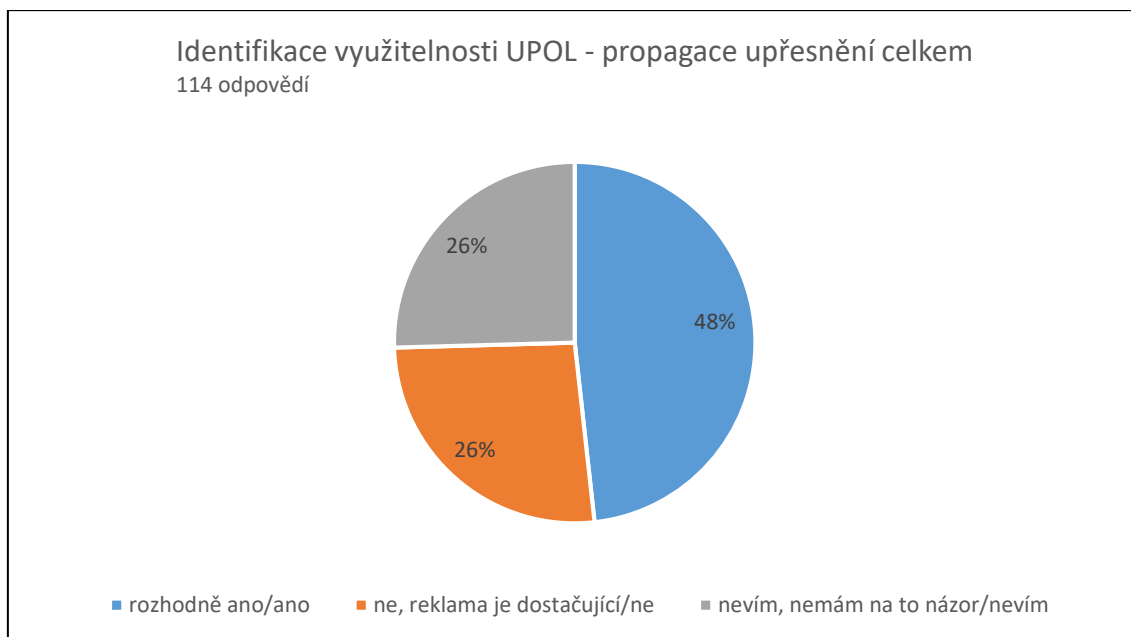


Graf 35: Identifikace využitelnosti UPOL – propagace upřesnění 2

Zdroj: Vlastní

Zpracování: Google Forms

Z druhého dotazníkového šetření, sečteme-li část A a část B vyplývá, že 55 respondentů by rozhodně větší reklamu v rámci Univerzity Palackého v Olomouci na popularizační centrum uvítali (48,2 %), podle 30 respondentů je reklama dostatečná (26,3 %) a 29 respondentů neví, zda by chtěli větší reklamu v rámci univerzity (26,3 %). Vzhledem k téměř polovičnímu kladnému postoji k posílení reklamy, by tedy bylo vhodné v rámci Univerzity Palackého v Olomouci tento marketingový nástroj posílit a v tomto případě by se nemělo jednat o zvýšení nákladů, protože je možné využít vlastní webové stránky či vlastní vnitřní i vnější prostory.



Graf 36: Identifikace využitelnosti UPOL – propagace upřesnění celkem

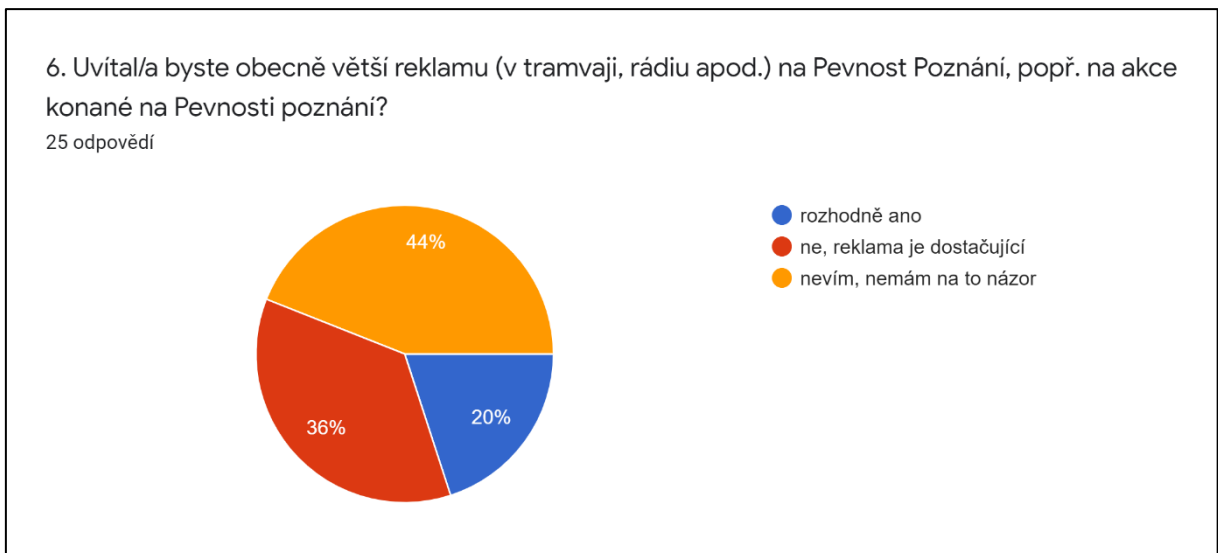
Zdroj: Vlastní

Zpracování: Vlastní

Dotazník č. 2, část B, otázka č. 6:

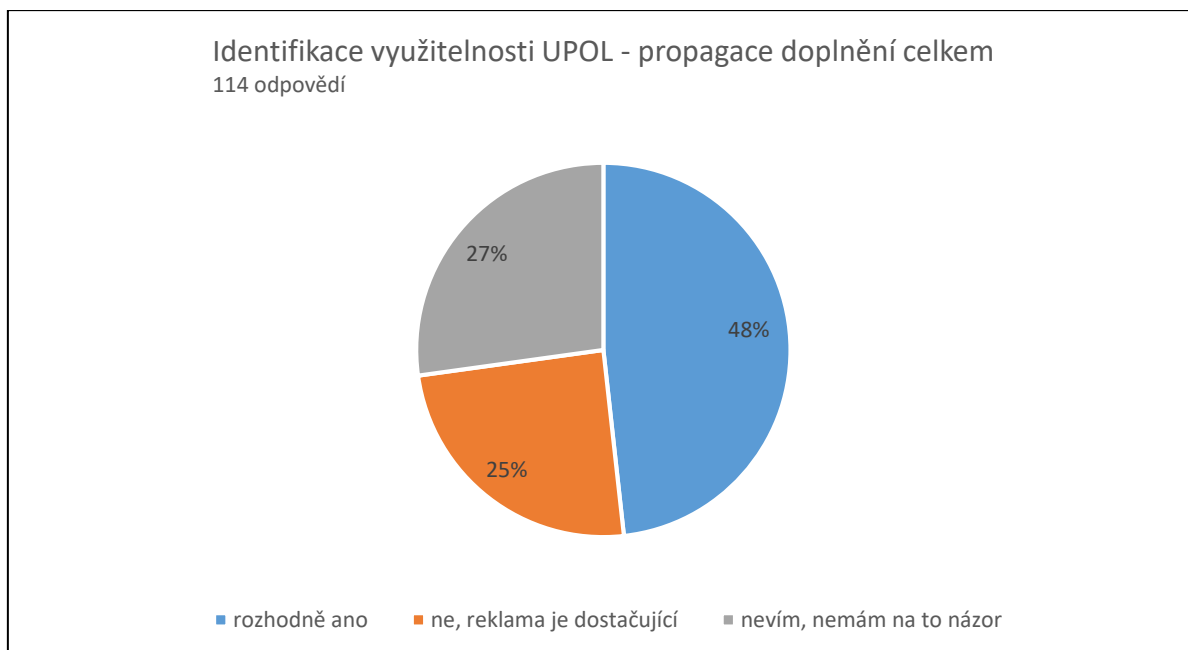
***Uvítal/a byste obecně větší reklamu (v tramvaji, rádiu apod.) na Pevnost Poznání, popř. na akce konané na Pevnosti poznání?***

Cílem této otázky, podobně jako v předchozí položce, bylo zjistit názor zaměstnanců na míru reklamy, tentokrát však v obecnější rovině výskytu. 11 respondentů nemá na danou problematiku názor (44 %), podle 9 respondentů, je reklama dostatečná (36 %), naopak 5 respondentů by v tramvaji, v rádiu a na dalších místech k tomu určených, reklamu na Pevnost poznání, popř. na akce v ní konané, určitě uvítali (20 %).



Graf 37: Identifikace využitelnosti UPOL – propagace doplnění 2  
Zdroj: Vlastní  
Zpracování: Google Forms

Z druhého dotazníkového šetření tedy vyplývá, sečteme-li respondenty z dotazníkového šetření části A a části B, že by téměř polovina respondentů, celkem tedy 55, větší reklamu uvítali (48,2 %), 31 respondentů na danou problematiku nemá názor (27,2 %) a pro 28 respondentů je reklama dostatečná (24,6 %). Z výsledků lze vyvodit, že pokud respondenti nevědí či nemají na reklamu názor, nijak je tedy nezaujalo a přihlédne-li se k počtu respondentů, kteří by větší reklamu přímo uvítali, bylo by tedy vhodné tento marketingový nástroj posílit. Zde však platí, že je nutné zohlednit finanční stránku tohoto druhu marketingu, avšak opět musím vyzdvihnout mnohá místa ve vlastnictví univerzity, která by se, alespoň v rámci olomouckého regionu, dala bezplatně za tímto účelem využít.



Graf 38: Identifikace využitelnosti UPOL – propagace, doplnění celkem

Zdroj: Vlastní

Zpracování: Vlastní

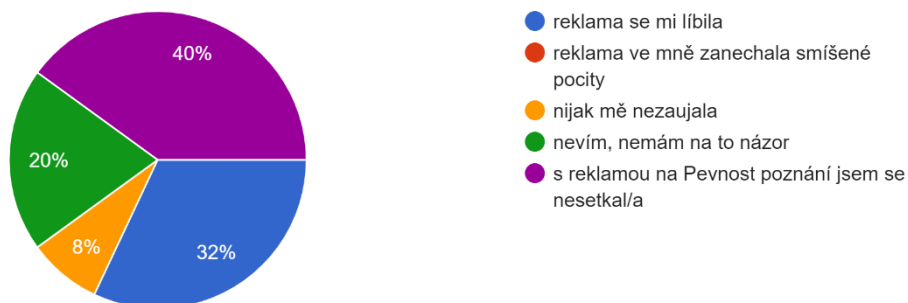
Dotazník č. 2, část B, otázka č. 7:

***Jak Vás oslovila reklama, se kterou jste měl/a možnost se setkat na Pevnost poznání, popř. na akce konané v Pevnosti poznání?***

Tato otázka měla za cíl zjistit, jak zaměstnance, kteří dosud popularizační centrum nenavštívili, oslovila reklama, se kterou se setkali. 10 respondentů uvedlo, že se s reklamou dosud nesetkali (40 %), osmi respondentům se reklama, se kterou měli možnost se setkat, líbila (32 %). 5 respondentů uvedlo, že neví, zda se jim reklama líbila (20 %) a dva respondenty reklama nijak nezaujala (8 %).

7. Jak Vás oslovila reklama, se kterou jste měl/a možnost se setkat na Pevnost poznání, popř. na akce konané v Pevnosti poznání?

25 odpovědí

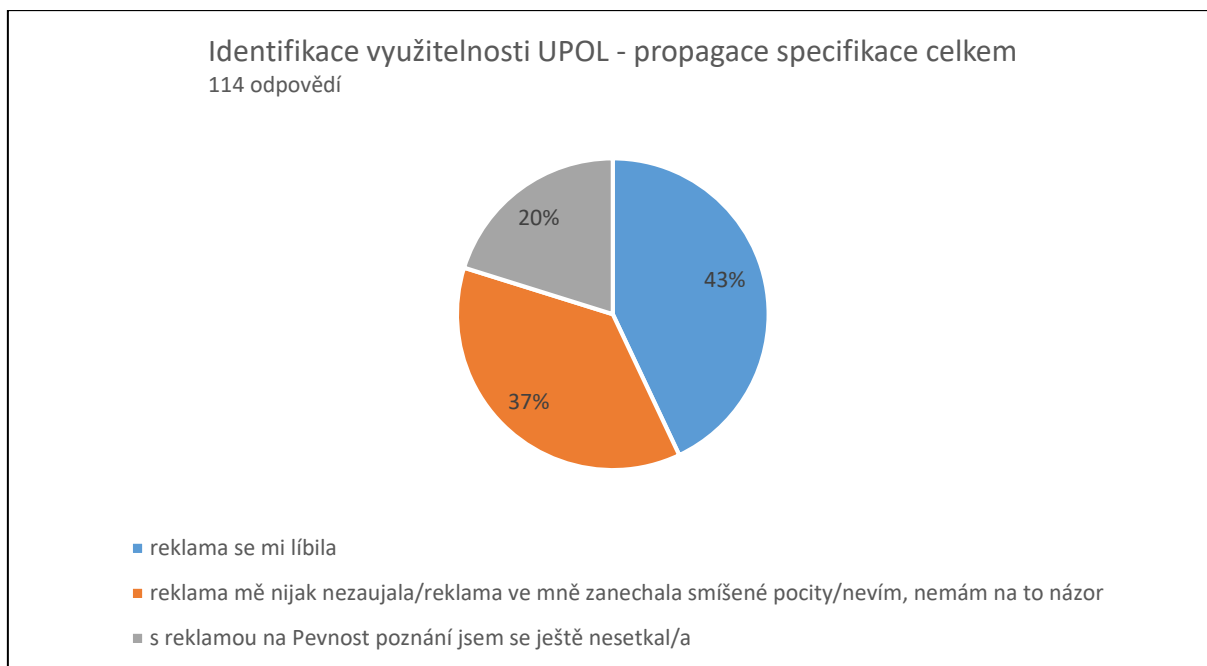


Graf 39: Identifikace využitelnosti UPOL – propagace, specifikace 2

Zdroj: Vlastní

Zpracování: Google Forms

Z výsledků druhého dotazníkového šetření, tedy části A a části B lze vyvodit, že oblast reklamy je nutné posílit. Je sice pravda, že 49 respondentům se reklama, se kterou měli možnost se setkat, líbila (43 %), ale je nepřehlédnutelné, že 42 respondentů reklama nezaujala, či neví, jestli je reklama oslovila anebo z ní mají smíšené pocity (celkem 36,8 %) a zbylých 23 respondentů se s reklamou dokonce nesetkalo vůbec (20,2 %). Z uvedeného vyplývá, že 57 % respondentů reklamu nevnímalo pozitivně. Je tedy potřeba v tomto směru napnout veškeré dostupné prostředky a zlepšit pozitivní dopady tohoto marketingového nástroje.



Graf 40: Identifikace využitelnosti UPOL – propagace, specifikace celkem

Zdroj: Vlastní

Zpracování: Vlastní

Dotazník č. 2, část B, otázka č. 8:

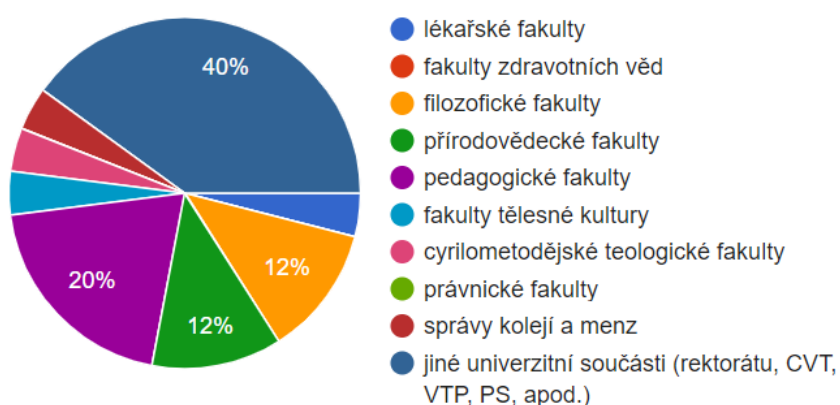
***Jste zaměstnanec?***

Tato otázka měla za cíl zjistit, v jaké součásti Univerzity Palackého v Olomouci zaměstnanec pracuje. Tato otázka měla zejména doplňující a informativní charakter. Ukázalo se, že nejvíce respondentů, a to 10, se do druhého dotazníkového šetření v části B zapojilo z jiného univerzitního zařízení jako je RUP, VTP, PS apod. (40 %). Dále 5 respondentů z fakulty pedagogické (20 %), po třech respondentech z fakulty lékařské (12 %) a přírodovědecké (12 %). 1 respondent se zapojil z fakulty lékařské (4 %), dále z fakulty tělesné kultury (4 %), fakulty cyrilometodějské teologické (4 %) a správy kolejí a menz (4 %).



## 8. Jste zaměstnanec:

25 odpovědí

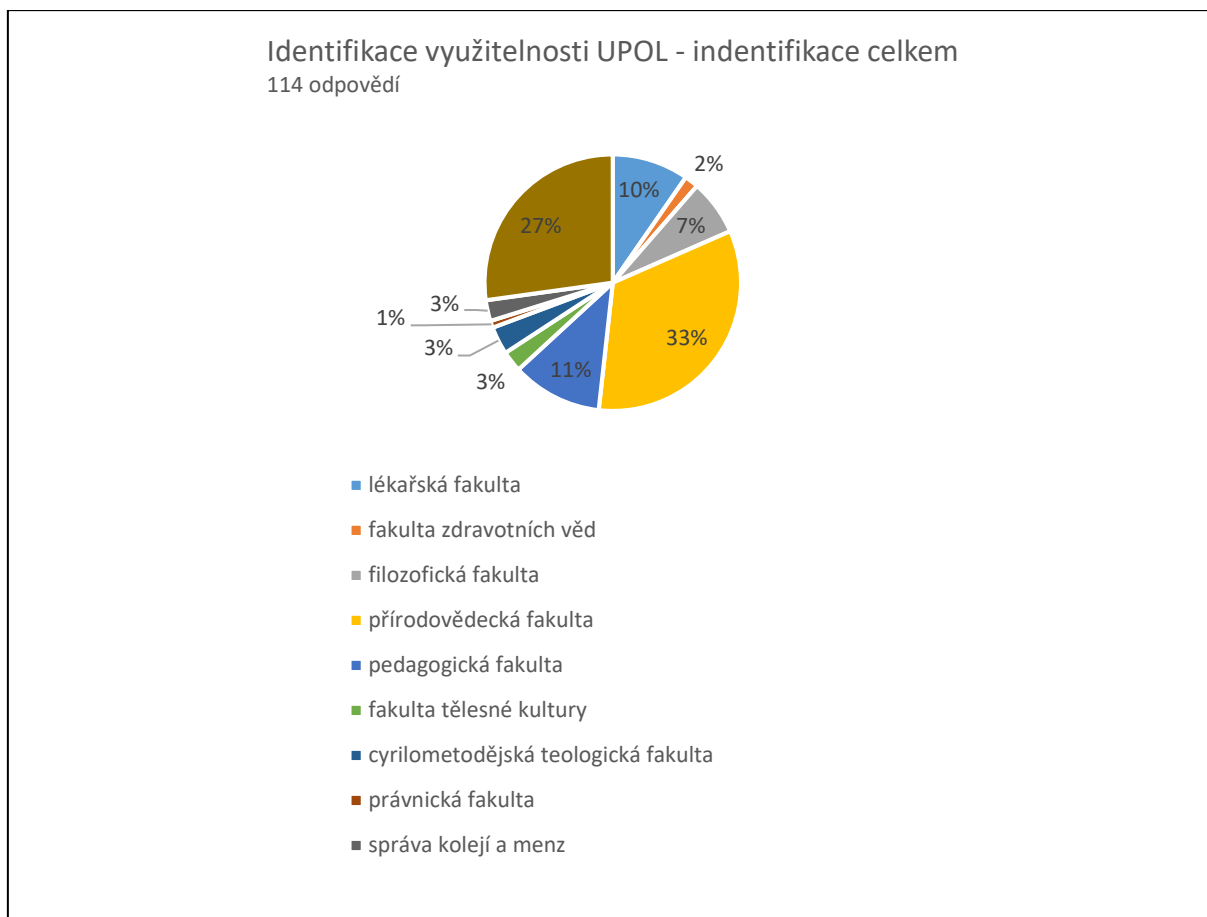


Graf 41: Identifikace využitelnosti UPOL – identifikace 2

Zdroj: Vlastní

Zpracování: Google Forms

Z celkových výsledků druhého dotazníkového šetření, tedy části A a části B vyplývá, že nejvíce respondentů se do tohoto výzkumného šetření bylo ochotno zapojit z fakulty přírodovědecké, a to 38 respondentů (33,3 %), z čehož lze vyvodit, že těmto zaměstnancům není Pevnost poznání, jako jedna z částí Přírodovědecké fakulty Univerzity Palackého v Olomouci, lhostejná. Dalším největším počtem respondentů, kteří byli ochotni se tohoto dotazníkového šetření zúčastnit, byly zaměstnanci jiné součásti, než je fakulta, konkrétně 27 respondentů (27,2 %), jedná se o univerzitní zařízení typu CVT, VTP, PS, RUP aj. Důvod této skutečnosti spatřuji ve faktu, že tito zaměstnanci pracují pro všechny součásti UPOL, tedy zejména fakulty, stejným dílem a mají tak větší povědomí o univerzitním dění, než zaměstnanci jednotlivých fakult, kteří mají spíše povědomí o dění na konkrétní fakultě. Třetím největším počtem respondentů byli zaměstnanci fakulty pedagogické, tedy 13, což lze vysvětlit faktem, že autorem práce je student jejich oboru a mají tak větší pochopení pro vyplnění dotazníku (11,4 %). Dalšími respondenty, kteří byli ochotni se zúčastnit tohoto dotazníkového šetření, byli zaměstnanci z fakulty lékařské, konkrétně 11 respondentů (9,7 %), fakulty filozofické – 8 respondentů (7 %), dále z fakulty cyrilometodějské teologické – 4 (3,5 %), po třech respondentech se zapojili zaměstnanci fakulty tělesné kultury (2,6 %) a správy kolejí a menz (2,6 %), dva respondenti z fakulty zdravotních věd (1,8 %) a jeden respondent byl z fakulty právnícké (0,9 %).



Graf 42: Identifikace využitelnosti UPOL – identifikace celkem

Zdroj: Vlastní

Zpracování: Vlastní

## 4.7 Vyhodnocení výzkumných otázek a diskuze výsledků

V této podkapitole překládané diplomové práce budou vyhodnoceny výzkumné otázky a provedena diskuze výsledků, a to v návaznosti na předchozí podkapitolu, ve které byla provedena analýza a interpretace výsledků výzkumného šetření, které se uskutečnilo dotazníkovou metodou.

Na začátku výzkumu bylo položeno deset výzkumných otázek, na které byly v průběhu dotazníkového šetření hledány odpovědi. První dotazník byl zaměřen na návštěvníky interaktivního muzea vědy Pevnost poznání v Olomouci a zúčastnilo se ho 139 respondentů. Druhý dotazník byl zaměřen na zaměstnance Univerzity Palackého v Olomouci, jejíž je Pevnost poznání součástí a zúčastnilo se ho 114 respondentů.

První výzkumná otázka zněla: ***Jaká cílová skupina nejčastěji navštěvuje popularizační centrum Pevnost poznání Univerzity Palackého v Olomouci?***

Touto výzkumnou otázkou se zabýval dotazník č. 1, prostřednictvím položek 1 a 3. Z výzkumného šetření jednoznačně vyplývá, že nejčastěji navštěvují popularizačním centrum Pevnost poznání Univerzity Palackého v Olomouci návštěvníci z olomouckého regionu (87 %), kteří jsou přímo obyvateli města Olomouc nebo Olomouckého kraje. Jak uvádí ve své diplomové práci z roku 2015 zaměřené na analýzu projektu *Pevnost poznání* řešeného na Přírodovědecké fakultě Univerzity Palackého v Olomouci Bc. Lenka Copková, tak bylo záměrem přípravného realizačního týmu: „*vybudovat centrum popularizace vědy a techniky, které budou využívat zejména žáci základních a středních škol, a rodiny s dětmi a další zájemci bez rozdílu věku ze spádového okolí Olomouce, potažmo celého Olomouckého kraje. Návštěvy žáků a studentů se předpokládaly ve všedních dnech, kdy bylo uvažováno o centru jako o alternativním prostoru pro výuku přírodovědných a technických předmětů, rodiny s dětmi a další zájemci pak měli být hlavní cílovou skupinou víkendového provozu centra.*“<sup>109</sup> Z výsledků tohoto výzkumného šetření lze vyvodit, že tento záměr, který si kladl za cíl zbudovat návštěvnické centrum s regionálním dopadem, byl naplněn. Dále byl tento záměr naplněn také z hlediska cílové skupiny, kdy se předpokládalo, že muzeum vědy budou navštěvovat zejména rodiny s dětmi, což se také v tomto výzkumném šetření potvrdilo, když bylo zjištěno, že Pevnost poznání z 68,3 % navštěvují především rodiny s dětmi. Toto výzkumné šetření bohužel neprokázalo využití pro výuku, což bylo zřejmě způsobeno distribucí tohoto výzkumného nástroje, vzhledem k celosvětové pandemii způsobené rozšířením onemocnění COVID-19, které je zapříčiněné novým koronavirem SARS-CoV-2. Ale že jsou školní programy, které právě mají výuku na školách vhodně doplňovat, hojně využívány, dokládá tabulka č. 1 Vývoj návštěvnosti v letech 2015 - 2019, která je obsažena ve třetí kapitole této diplomové práce, resp. podkapitole 3.3 Charakteristika organizace z hlediska řízení a ekonomiky.

Druhá výzkumná otázka zněla: ***Jaké nástroje propagace nejčastěji návštěvníky popularizačního centra Pevnost poznání Univerzity Palackého v Olomouci oslovují?***

Na tuto výzkumnou otázku byla hledána odpověď pomocí dotazníku č. 1, prostřednictvím položek 2, 12 a 13. Z výzkumného šetření vyplývá, že nejčastěji se lidé dovídají o Pevnosti poznání od známého (38,8 %), z čehož lze vyvodit, že služby v popularizačním centru jsou natolik kvalitní, že jsou mezi sebou lidmi navzájem

---

<sup>109</sup> COPKOVÁ, Lenka, *Analýza vybraného projektu řešeného na Přírodovědecké fakultě Univerzity Palackého v Olomouci*. Olomouc, 2015. Diplomová práce. Univerzita Palackého v Olomouci, Pedagogická fakulta, Ústav pedagogiky a sociálních studií. Vedoucí diplomové práce Alena Opletalová.

doporučovány. Ukázalo se, že nejmocnějším nástrojem propagace popularizačního centra je internet, konkrétně sociální sítě jako Instagram, Twitter nebo FB (20,9 %). Dále se také ukázalo, že podle mínění respondentů je reklama na Pevnost poznání, popř. na akce v ní konané nedostatečná, a naprostá většina respondentů (70,5 %) uvedla, že by uvítali větší reklamu a dokonce 45,3 % respondentů uvedlo, že se s reklamou na Pevnost poznání dosud nesetkalo. Podle autorů Karlíčka a Krále je hlavní funkcí reklamy zvyšování povědomí o značce a její pozitivní budování. Nespornou výhodou je, že díky masmédiím dokáže naráz zasáhnout velké množství populace.<sup>110</sup> Zde spatřuji velkou možnost právě v sociálních sítích, které se v současnosti stávají velmi mocným nástrojem propagace. Autoři Seng a Keat uvádějí, že online sociální média mohou ovlivnit nejen zákaznickovo vnímání kvality místa, ale také jeho kupní rozhodování. Jsou tedy významným marketingovým nástrojem.<sup>111</sup> A právě v online sociálních médiích, tedy sociálních sítích typu Instagram, Twitter nebo FB, spatřuji velký potenciál posílení propagace popularizačního centra Pevnost poznání Univerzity Palackého v Olomouci.

Třetí výzkumná otázka byla ve znění: ***Je pro návštěvníky popularizačního centra Pevnost poznání Univerzity Palackého v Olomouci rozhodujícím faktorem výše vstupného? Nakolik využívají možnost nabídky zvýhodněného vstupného?***

Na tuto výzkumnou otázku byla hledána odpověď prostřednictvím dotazníku č. 1, pomocí otázek č. 10 a 11. Z výzkumného šetření jednoznačně vyplývá, že pro naprostou většinu respondentů je výše vstupného přiměřená (84,9 %), z čehož vyvozují, že nabízené služby odpovídají výši vstupného, tedy jsou kvalitní, jinak by respondenti nebyli spokojeni a uváděli by, že vstupné je drahé. Dále z dotazníkového šetření vyplynulo, že nabízet klientům nějakou formu zvýhodněného vstupného má jistě smysl, protože ji využívá většina, konkrétně 66,9 % dotazovaných. Že jsou lidé ochotni zaplatit za volnočasové aktivity přiměřené částky, dokládá celá řada výzkumných prací jiných studentů, které jsou zaměřeny na volnočasové aktivity v různých směrech. Pro srovnání zde uvádím diplomovou práci Bc. Petry Korytářové, která se zaměřila na analýzu volnočasových aktivit ve městě Mladá Boleslav, kde mj. zjišťovala, zda má na výběr volnočasových aktivit vliv finanční situace dotazovaných. Z jejího

---

<sup>110</sup> KARLÍČEK, Miroslav a Petr KRÁL. *Marketingová komunikace: jak komunikovat na našem trhu*. Praha: Grada, 2011, s. 25. ISBN 978-80-247-3541-2.

<sup>111</sup> SENG, Chew Swee a Leng Ho Keat. *Marketing sports products on facebook: The effect of social influence*. *Physical Culture and Sport*, 2014, 61(1), 65-73. [online]. 2021 [cit. 2021-03-27]. Dostupné z: [Marketing Sports Products on Facebook: The Effect of Social Influence \(sciendo.com\)](https://doi.org/10.1515/pcas-2014-0011)

výzkumného šetření vyplynulo, že pro více jak 75 % respondentů není při volbě zájmové aktivity rozhodující její částka.<sup>112</sup>

Čtvrtá výzkumná otázka zněla: ***Jaké možnosti z nabízených aktivit v popularizačním centru Pevnost poznání Univerzity Palackého v Olomouci nejčastěji návštěvníci využívají a jak dlouho se jim věnují?***

Odpovědi na tuto výzkumnou otázkou se zabýval dotazník č. 1, prostřednictvím položek 8 a 9. Z výzkumného šetření vyplynulo, že největší oblibě se těší stálé expozice, a to: Světlo a tma (44,6 %), Věda v pevnosti (39,6 %), Živá voda (39,6 %) a Rozum v hrsti (30,9 %). Dále digitální planetárium (33,8 %) a různé jednorázové akce, mezi které se řadí např. Láska je věda, Odpudiví nebo kouzelní, Noc vědců apod. (25,9 %). Dále z výzkumného šetření vyplynulo, že na návštěvu popularizačního centra je nutné, rezervovat si nejčastěji více jak dvě hodiny a méně než čtyři hodiny svého volného času, nicméně výše časové dotace je zřejmě závislá na zvolené volnočasové aktivitě. Lze se domnívat, že pokud jdou návštěvníci např. do planetária, mohou v Pevnosti poznání strávit jen více jak jednu hodinu a méně než dvě hodiny (26,6 %) nebo naopak, pokud navštíví např. stálé expozice, planetárium, a nakonec jdou do vědeckých dílen, mohou v popularizačním centru strávit mnoho hodin svého volného času (14,4 %).

Pátá výzkumná otázka byla ve znění: ***Jaký je celkový dojem návštěvníků z návštěvy popularizačního centra Pevnost poznání Univerzity Palackého v Olomouci?***

Tato výzkumná otázka byla vyhodnocována prostřednictvím dotazníku č. 1, otázkami č. 4, 5, 6 a 7. Z výzkumného šetření vyplývá, že 94,4 % respondentů uvedlo, že se jim v popularizačním centru líbilo, což přímo reflektuje způsob, jakým se většina respondentů o Pevnosti poznání dovídá, tedy od známého, protože pokud jsou zákazníci spokojeni, doporučují služby svým známým. Dále je zřejmé, že 93,5 % respondentů doporučí Pevnost poznání svým známým, což opět potvrzuje výsledek z předchozí výzkumné otázky, že se lidé nejčastěji dovídají o Pevnosti poznání prostřednictvím někoho známého, což vypovídá o tom, že se popularizačnímu centru daří vzbudit dobrý dojem. Dále je z výsledků výzkumného šetření patrné, že podle 94,2 % respondentů, Pevnost poznání splnila jejich očekávání, což jen reflektuje výše uvedené. A nakonec 89,2 % respondentů hodnotí jako dostačující možnosti, které popularizační centrum nabízí pro aktivity ve volném čase. Ukazuje se tedy,

---

<sup>112</sup> KORYTÁŘOVÁ, Petra, *Možnosti volnočasových aktivit ve městě Mladá Boleslav a jejich financování*.

Olomouc, 2020. Diplomová práce. Univerzita Palackého v Olomouci, Pedagogická fakulta, Ústav pedagogiky a sociálních studií. Vedoucí diplomové práce Alena Opletalová.

že celkový dojem návštěvníků z návštěvy popularizačního centra Pevnost poznání Univerzity Palackého v Olomouci je velmi dobrý a jsou převážně spokojeni, ale samozřejmě to neznamená, že by se nedalo něco zlepšit.

Z výzkumného šetření lze vyvodit, že nesporně, alespoň v části areálu Korunní pevnůstky v Olomouci, došlo k naplnění volnočasových aktivit plánovaných ve městě Olomouc, čímž se zabývala ve své diplomové práci Bc. Adéla Tomečková v roce 2011, když se zaměřila na plánované využití, obnovu a marketingovou strategii právě tohoto areálu, jehož je Pevnost poznání Univerzity Palackého v Olomouci součástí.

Šestá výzkumná otázka zněla: *Navštěvují zaměstnanci Univerzity Palackého v Olomouci popularizační centrum Pevnost poznání, z jakého důvodu a z jaké součásti univerzity? Kterí činitelé ovlivňují, že zaměstnanci popularizační centrum nenavštěvují?*

Na tuto výzkumnou otázku hledal odpověď dotazník č. 2, část A prostřednictvím položek 1, 2 a 16 a část B, prostřednictvím položek 1, 2 a 8. Z výzkumu vyplynulo, že zaměstnanci Univerzity Palackého v Olomouci navštěvují popularizační centrum v hojném počtu (78,1 %), a to v převážné většině ve svém volném čase (79,8 %), nikoli jen při plnění svých pracovních povinností, což považují za velmi pozitivní zjištění, které naznačuje zájem zaměstnanců o tuto instituci. Z výzkumu dále vyplynulo, že nejčastěji navštěvují Pevnost poznání zaměstnanci Přírodovědecké fakulty Univerzity Palackého v Olomouci (39,3 %), dále zaměstnanci jiné univerzitní součásti, kam patří servisní a podpůrné služby typu: RUP, CVT, VTP, PS aj. (23,6 %). Tento výsledek může být způsobem faktem, že Pevnost poznání je především organizační jednotkou fakulty přírodovědecké, a proto její zaměstnanci mají k návštěvě této instituce nejbližší. Dalším důvodem může být fakt, že zaměstnanci univerzitních zařízení typu CVT, RUP, PS apod. poskytují své servisní služby napříč univerzitou, a proto mají větší přehled o dění na univerzitě, na rozdíl od zaměstnanců jednotlivých fakult, kteří mají spíše povědomí o dění na konkrétní fakultě.

Přesto dosud 21,9 % respondentů popularizační centrum nenavštívilo. Mezi činitele, kteří ovlivňují, že zaměstnanci popularizační centrum dosud nenavštívili, patří z 64 % nedostatek jejich volného času. Tuto část výzkumné otázky nejlépe reflektují tyto odpovědi respondentů:

*„Zatím nebyl čas, ale ráda bych ji někdy navštívila.“*

*„Zatím jsem neměl čas a chuť, ale navštívím.“*

*„Mám to v plánu, až skončí nouzový stav.“*

*„Chystám se s dětmi (když dorostli do věku, kdy už by je zajímal, přišel covid).“*

Výše jsou uvedeny doslovné odpovědi některých respondentů z dotazníkového šetření, z nichž lze vyvodit, že i když dotazovaní zatím popularizační centrum nenavštívili, neučinili tak z důvodu negativního vnímání tohoto typu zařízení, ale z důvodu nedostatku svého volného času a v budoucnu jsou této návštěvě nakloněni.

Sedmá výzkumná otázka byla ve znění: ***Jaké nástroje propagace nejčastěji zaměstnanci Univerzity Palackého v Olomouci oslovují?***

Tato výzkumná otázka byla vyhodnocována prostřednictvím dotazníku č. 2, část A, otázkami 13, 14, 15 a část B otázkami 5, 6 a 7. Z výzkumného šetření vyplývá, že nejvíce dotazovaných se o Pevnosti poznání dovědělo v práci (44,9 %) a nebo prostřednictvím univerzitních webových stránek ((23,6 %), což je prakticky také v zaměstnání, přesto by téměř polovina respondentů (48,2 %) uvítala větší propagaci v rámci univerzity, tedy v práci, na Pevnost poznání, popř. na akce v ní konané a dále by opět téměř polovina respondentů (48,2 %) uvítala i větší propagaci Pevnosti poznání, resp. akcí v ní konaných, i mimo univerzitní půdu, tedy na místech k tomu určených, tzn. v rádiu, tramvaji apod., což reflektuje další zjištění, a sice, že 20,2 % respondentů se doposud s reklamou na Pevnost poznání nesetkalo a dalších 36,8 % respondentů reklama neoslovila nebo z ní mají smíšené pocity. Na druhou stranu je pozitivní, že pokud se respondenti s reklamou setkali, tak se jim líbila (43 %).

Stejně jako výsledky z prvního dotazníkového šetření druhé výzkumné otázky, která se zabývala také tématem propagace, ale z pohledu návštěvníků, tak i výsledky z druhého dotazníkového šetření, které bylo zaměřeno jen na zaměstnance Univerzity Palackého v Olomouci, mohou potvrdit, že nástroje propagace popularizačního centra je nutné posílit. Jsem si vědoma finanční stránky této disciplíny, avšak v rámci univerzity je možnost jít cestou univerzitních webových stránek, a také mnohých nemovitých vnitřních i vnějších ploch, které jsou ve vlastnictví univerzity, což by vedlo ke zviditelnění, alespoň v rámci olomouckého regionu a dále, jak už bylo řečeno výše, je možné jít cestou posílení nástrojů propagace zejména na sociálních sítích, což by nemuselo být tak nákladné.

Osmá výzkumná otázka zněla: ***Mají zaměstnanci Univerzity Palackého v Olomouci povědomí o zaměstnaneckém benefitu ve formě slevy na vstupném a využívají ho? Je pro zaměstnance rozhodujícím faktorem výše vstupného?***

Tato výzkumná otázka byla vyhodnocována pomocí druhého dotazníku, části A, prostřednictvím položek 10, 11, 12 a části B prostřednictvím položek 3 a 4. Z výsledků výzkumného šetření vyplývá, že respondenti, kteří navštívili popularizační centrum, o zaměstnaneckém benefitu věděli z 53,9 % a tohoto benefitu využili v 74,2 % případů. Respondenti, kteří popularizační centrum nenavštívili, také vědí o tomto benefitu v mírné

nadpoloviční většině případů (52 %) a jsou přesvědčeni, že by tohoto zaměstnaneckého benefitu využili (88 %). Výsledky tohoto výzkumného šetření opět reflektují nutnost posílit nástroje propagace, protože jak se ukázalo, téměř polovina respondentů o zaměstnaneckém benefitu ve formě slevy na vstupném nevěděla. Dále se ukázalo, že zřejmě není pro zaměstnance Univerzity Palackého v Olomouci rozhodujícím faktorem výše vstupného, protože pro 79,8 % respondentů je vstupné vnímáno jako přiměřené.

Pro srovnání lze uvést výsledky z prvního dotazníkového šetření třetí výzkumné otázky, které bylo zaměřeno na návštěvníky Pevnosti poznání a jejich vnímání faktoru, kterým je výše vstupného a lze zde srovnat míru využití zvýhodněného vstupného, které lze přirovnat k zaměstnaneckému benefitu. Při této komparaci je vidět, že ani pro respondenty z prvního výzkumného šetření není rozhodujícím faktorem výše vstupného, protože pro 84,9 % respondentů bylo vstupné vnímáno také jako přiměřené a 66,9 % dotazovaných využilo některou z forem zlevněného vstupného. Výsledky z obou výzkumných šetření se tedy shodují a bylo prokázáno, že rozhodujícím faktorem není výše vstupného, protože je ze 2/3 respondenty vnímáno jako přiměřené a dotazovaní z obou výzkumných šetření, opět v nadpoloviční většině uvedli, že využívají některou z forem zvýhodněného vstupného, a proto má smysl tuto možnost svým potenciálním návštěvníkům nabízet.

Devátá výzkumná otázka byla ve znění: ***Jaké možnosti z nabízených aktivit v popularizačním centru Pevnost poznání Univerzity Palackého v Olomouci nejčastěji zaměstnanci využívají a jak dlouho se jim věnují?***

Tato výzkumná otázka byla vyhodnocována pomocí druhého dotazníku, části A, prostřednictvím položek 8 a 9. Z výsledků výzkumného šetření vyplývá, že respondenti mají v největší oblibě digitální planetárium (48,3 %). Druhou nejoblíbenější volnočasovou aktivitou se staly různé jednorázové akce jako např. Lásky je věda, Odpudiví nebo kouzelní, Noc vědců, Přírodovědný jarmark apod. (39,3 %). Na třetím místě se umístily stálé expozice, jejichž obliba se pohybuje v rozmezí od 32,6 % do 40,4 %. Z výzkumu dále vyplynulo, že na návštěvu popularizačního centra je nezbytné vyhradit si více jak 2 hodiny a méně než 4 hodiny svého volného času (39,3 %), zde je však potřeba zmínit, že časová náročnost se může lišit, zřejmě v závislosti na typu zvolené volnočasové aktivity.

Pro srovnání lze uvést výsledky z prvního dotazníkového šetření čtvrté výzkumné otázky, které bylo zaměřeno na návštěvníky Pevnosti poznání a jejich preference nabízených volnočasových aktivit v popularizačním centru a jejich vnímání časové dotace. Při této komparaci je vidět, že z možností, které jsou v popularizačním centru k dispozici, se na prvních třech pozicích umístily ty samé aktivity jako v druhém dotazníkovém šetření, které bylo



zaměřeno na zaměstnance Univerzity Palackého v Olomouci a jejich preference, jen v jiném pořadí. Dotazovaní z prvního výzkumného šetření preferovali nejvíce stálé expozice, a to: Věda v Pevnosti (39,6 %), Živá voda (39,6 %), Rozum v hrsti (30,9 %), přičemž nejvíce oblíbenou expozicí je Světlo a tma (44,6 %). Na druhém místě byla návštěva digitálního planetária (33,8 %) a dále různé jednorázové akce (25,9 %). Respondenti také nejčastěji, stejně jako v případě druhého dotazníkového šetření, uváděli, že nejčastěji strávili v popularizačním centru více jak dvě hodiny a méně než čtyři hodiny svého volného času (41,7 %).

Z nejrůznějších možných aktivit, které Pevnost poznání Univerzity Palackého svým návštěvníkům nabízí, jsou nejvíce využívány stálé expozice, digitální planetárium a různé jednorázové akce typu Láska je věda, Odpudiví nebo kouzelní, Noc vědců apod. V popularizačním centru lze strávit různě dlouhou dobu, a to zřejmě v závislosti na zvoleném typu aktivity, nejčastěji však více jak dvě hodiny a méně než čtyři hodiny volného času.

Desátá výzkumná otázka zněla: ***Jaký je celkový dojem zaměstnanců z návštěvy popularizačního centra Pevnost poznání Univerzity Palackého v Olomouci?***

Tato výzkumná otázka byla vyhodnocována pomocí druhého dotazníku, části A, prostřednictvím položek 4, 5, 6 a 7. Z výsledků výzkumného šetření vyplývá, že 97,8 % respondentů uvedlo, že se jim v popularizačním centru líbilo a 95,5 % respondentů doporučí, resp. spíše doporučí, Pevnost poznání svým známým. Dále je z výsledků výzkumného šetření patrné, že podle 94,3 % respondentů Pevnost poznání splnila jejich očekávání, což jen reflektuje předchozí uvedená zjištění. A nakonec 84,3 % respondentů hodnotí jako dostačující možnosti, které popularizační centrum nabízí pro aktivity ve volném čase.

Z výsledků výzkumného šetření je zřejmé, že celkový dojem zaměstnanců z návštěvy popularizačního centra Pevnost poznání Univerzity Palackého v Olomouci je pozitivní a jsou převážně spokojeni, ale samozřejmě to neznamená, že by se nedalo něco zlepšit. Není možné opomenout zaměstnance, kteří se s kladným hodnocením popularizačního centra neztotožňují, popř. nemají na něj názor a bylo by vhodné se na ně zaměřit, což může být impulzem pro tvorbu nových a zajímavých aktivit.

Pro srovnání lze uvést výsledky z prvního dotazníkového šetření páté výzkumné otázky, které bylo zaměřeno na návštěvníky Pevnosti poznání a jejich vnímání celkového dojmu z návštěvy popularizačního centra. Při této komparaci je vidět, že respondenti z prvního dotazníkového šetření vnímají celkový dojem z návštěvy Pevnosti poznání Univerzity Palackého v Olomouci podobně jako respondenti z druhého výzkumného šetření. Dotazovaní z prvního výzkumného šetření odpověděli v 94,4 %, že se jim v popularizačním centru líbilo, v 93,5 %, že Pevnost poznání doporučí svým známým k jejich návštěvě, podle 94,2 %

respondentů popularizační centrum splnilo jejich očekávání a podle 89,2 % respondentů jsou dostačující aktivity, které je možné v Pevnosti poznání využít.

Obě výzkumná šetření tedy prokázala, že celkový dojem návštěvníků, a to jak „cizích“ (jedná se o návštěvníky mimo prostředí Univerzity Palackého v Olomouci) tak „vlastních“ (jedná se o návštěvníky – zaměstnance Univerzity Palackého v Olomouci), je pozitivní a ukázalo se, naprosté většině respondentů se v Pevnosti poznání líbilo a jsou převážně spokojeni, ale neznamená to, že by se nedalo něco zlepšit. Je potřebné se zaměřit na ty respondenty, kteří celkový dojem z návštěvy popularizačního centra nevnímali až tak pozitivně a samozřejmě je také nutné, být neustále kreativní a přicházet s novými nápady, aby Pevnost poznání mohla obstát v dnešním světě a zejména v konkurenci ostatních science center a jím podobných institucí.

## Závěr

Volný čas a s ním související volnočasové aktivity jsou v současnosti pro vyspělou část světa vysoce aktuálním a žádaným fenoménem, který se stává samozřejmou součástí každodenního života mnoha lidí. Lidé si ve svém volném čase vybírají takové aktivity, které je naplňují a uspokojují v rámci jejich možností nebo schopností.

Tato diplomová práce byla zaměřena na jednu z mnoha institucí, která má v oblasti volného času své nezastupitelné místo. Jedná se o interaktivní muzeum vědy Pevnost poznání Univerzity Palackého v Olomouci, které bylo vybudováno za účelem návštěvnického centra s dopadem na volnočasové aktivity občanů bez rozdílu věku ze spádového okolí Olomouce, potažmo celého Olomouckého kraje a předmětem této diplomové práce bylo posoudit, zda se podařilo implementovat tuto poměrně mladou instituci do volnočasových aktivit nejen dětí a mládeže.

**Cílem této diplomové práce bylo: *zjistit a analyzovat, zda vznik nového interaktivního muzea vědy Pevnost poznání Univerzity Palackého v Olomouci obohatil nabídku volnočasových aktivit a stal se tak vyhledávaným volnočasovým areálem nejen pro obyvatele olomouckého regionu.***

Tento hlavní cíl byl operacionalizován na cíle dílčí, a to:

- *analyzovat nabídku volnočasových aktivit realizovaných v Pevnosti poznání,*
- *zjistit spokojenost s nabídkou volnočasových aktivit poskytovaných v Pevnosti poznání,*
- *zjistit využití nabízených volnočasových aktivit v Pevnosti poznání a analyzovat strukturu návštěvníků,*
- *zhodnotit, zda i pro zaměstnance Univerzity Palackého v Olomouci se stalo toto muzeum vědy vyhledávaným volnočasovým areálem.*

Tato diplomová práce byla rozdělena do dvou částí, a to na teoretickou část práce a empirickou část práce.

Teoretická část práce byla rozdělena do tří kapitol. V první kapitole byly vymezeny základní pojmy řešené problematiky v oblasti volného času, včetně možných volnočasových aktivit. V druhé kapitole byla provedena charakteristika základních pojmů zkoumané problematiky v oblasti muzejní kultury, protože právě sem svým charakterem Pevnost poznání Univerzity Palackého v Olomouci patří. Třetí kapitola byla věnována charakteristice Pevnosti poznání Univerzity Palackého v Olomouci, protože právě tato instituce je předmětem předkládané diplomové práce. Byla zde popsána historie jejího vzniku, její poslání, její charakteristika z hlediska řízení a financí a provedena analýza volnočasových aktivit

realizovaných v tomto muzeu vědy, čímž se podařilo naplnit první dílčí cíl této diplomové práce.

V empirické části práce bylo provedeno výzkumné šetření, jehož cílem bylo odpovědět na výzkumné otázky, které reflektovaly výzkumný problém, jenž reagoval na stanovený hlavní cíl této diplomové práce a z něj vycházející cíle dílčí. Na začátku empirické části práce bylo provedeno zhodnocení aktuálního stavu řešené problematiky. Byly stanoveny cíle výzkumného šetření, výzkumného problému a výzkumných otázek. Byla stanovena metodologie výzkumného šetření, výzkumný soubor a provedena samotná realizace výzkumného šetření. Dále byla provedena analýza a interpretace výzkumného šetření pomocí grafů a slovního popisu a na závěr bylo provedeno vyhodnocení výzkumných otázek a diskuze výsledků. Závěrem lze tedy konstatovat, že:

- byla provedena analýza nabídky volnočasových aktivit realizovaných v Pevnosti poznání, která je podrobně popsána ve třetí kapitole této diplomové práce, resp. v podkapitole 3.3 Analýza volnočasových aktivit v Pevnosti poznání Univerzity Palackého v Olomouci a bylo zjištěno, že nabídka je bohatá a rozmanitá a je zaměřená na podporu výuky pro žáky a studenty formou tzv. školních programů, jejichž návštěva se předpokládá zejména ve všední dny a dále pro rodiny s dětmi a pro další zájemce bez rozdílu věku, jejichž návštěva se předpokládá zejména o víkendech, ale není vyloučena ani v běžné pracovní dny;
- byla zjištěna spokojenost s nabídkou volnočasových aktivit poskytovaných v Pevnosti poznání a byla provedena její analýza, přičemž bylo zjištěno, že celkový dojem návštěvníků z návštěvy popularizačního centra Pevnost poznání Univerzity Palackého v Olomouci je pozitivní a jsou převážně spokojeni, což vyplývá z výzkumného šetření, v němž 94,4 % respondentů uvedlo, že se jim v popularizačním centru líbilo, 93,5 % respondentů doporučí Pevnost poznání svým známým, podle 94,2 % respondentů, Pevnost poznání splnila jejich očekávání a nakonec 89,2 % respondentů hodnotí jako dostačující možnosti nabízené popularizačním centrem k využití volného času;
- bylo zjištěno využití nabízených volnočasových aktivit v Pevnosti poznání a analyzována struktura návštěvníků, přičemž bylo zjištěno, že největší oblibě se těší stálé expozice, a to: Světlo a tma (44,6 %), Věda v pevnosti (39,6 %), Živá voda (39,6 %) a Rozum v hrsti (30,9 %). Dále digitální planetárium (33,8 %) a různé jednorázové akce, mezi které se řadí např. Láska je věda, Odpudiví nebo kouzelní, Noc vědců apod. (25,9 %). Dále bylo zjištěno, že na návštěvu popularizačního centra je potřeba si vyhradit nejčastěji více jak dvě hodiny a méně než čtyři hodiny volného

času, nicméně výše časové dotace zřejmě závisí na zvolené volnočasové aktivitě. Analýzou struktury návštěvníků bylo zjištěno, že nejčastěji navštěvují popularizačním centrum návštěvníci z olomouckého regionu (87 %), kteří jsou přímo obyvateli města Olomouc nebo Olomouckého kraje, a jedná se zejména o rodiny s dětmi (68,3 %), čímž byl naplněn původní projektový záměr přípravného projektového týmu, který byl zaměřen na volnočasové aktivity občanů ze spádového okolí Olomouce, potažmo celého Olomouckého kraje. Podrobnější analýzou struktury návštěvníku bylo zjištěno, že pro návštěvníky Pevnosti poznání není rozhodujícím faktorem výše vstupného, protože ho považují za přiměřené (84,9 %), přičemž nějakou formu nabídky zvýhodněného vstupného využila většina dotazovaných (66,9 %), takže tato forma služby má jistě své opodstatnění a není zbytečná. Z výzkumného šetření vyplynulo, že způsob, jakým se návštěvníci nejčastěji dovídají o Pevnosti poznání, je od známého (38,8 %), což lze vnímat jako pozitivní zjištění, protože služby jsou natolik kvalitní, že jsou mezi sebou lidmi doporučovány. Respondenti vnímají jako nejmocnějším nástroj propagace popularizačního centra internet, konkrétně sociální sítě jako Instagram, Twitter nebo FB (20,9 %). Bohužel se ukázalo, že podle mínění respondentů je reklama na Pevnost poznání, popř. na akce v ní konané nedostatečná, a naprostá většina respondentů (70,5 %) uvedla, že by uvítali větší reklamu a dokonce 45,3 % respondentů uvedlo, že se s reklamou na Pevnost poznání dosud nesetkalo. Je tedy na místě nástroje propagace na popularizační centrum posílit, zejména na sociálních sítích a dále je možné využít také mnohých nemovitostí ve vlastnictví Univerzity Palackého v Olomouci, což by nemělo být finančně náročné a v rámci olomouckého regionu by se tak mohlo zvýšit povědomí o tomto muzeu vědy;

- bylo vyhodnoceno, že i pro zaměstnance Univerzity Palackého v Olomouci se stalo toto muzeu vědy vyhledávaným volnočasovým areálem, protože z výsledků výzkumného šetření vyplynulo, že ho zaměstnanci Univerzity Palackého v Olomouci navštěvují v 78,1 %, a to ve svém volném čase (79,8 %) a nejen tedy při plnění svých pracovních povinností, což může být považováno za pozitivní zjištění značící zájem zaměstnanců o tuto instituci. Přesto dosud 21,9 % respondentů popularizační centrum nenavštívilo, a to převážně z důvodu nedostatku svého volného času 64 % a jsou v budoucnu jeho návštěvě nakloněni. Bylo zjištěno, že nejvíce (44,9 %) dotazovaných se o univerzitním muzeu vědy dovědělo v práci anebo skrze univerzitní webové stránky (23,6 %), tedy v zaměstnání, ale přesto by téměř polovina dotazovaných (48,2 %) v rámci univerzity, uvítala větší propagaci Pevnosti poznání popř. akcí v ní konaných,

a také by opět téměř polovina dotazovaných (48,2 %) uvítala i větší propagaci Pevnosti poznání, resp. akcí v ní konaných, také mimo univerzitní půdu, což reflektuje zjištění, že 20,2 % respondentů se doposud s reklamou na Pevnost poznání nesetkalo nebo je reklama neoslovila či z ní mají smíšené pocity (36,8 %). Je však pozitivní, že pokud se respondenti s reklamou setkali, tak se jim líbila (43 %). Dále bylo zjištěno, že respondenti z řad zaměstnanců, kteří navštívili popularizační centrum, vědí o zaměstnaneckém benefitu ve formě 20 % slevy na vstupném z 53,9 % a tohoto benefitu využili v 74,2 % případech. Respondenti z řad zaměstnanců, kteří popularizační centrum dosud nenavštívili, vědí o tomto benefitu v 52 % a jsou v 88 % přesvědčeni, že by tohoto zaměstnaneckého benefitu využili. Výsledky tohoto výzkumného šetření reflektují nutnost posílit nástroje propagace v rámci univerzity, protože téměř polovina respondentů o zaměstnaneckém benefitu ve formě slevy na vstupném nevěděla, a i když respondenti vnímali výši vstupného jako přiměřenou (79,8 %), je vhodné tento benefit zachovat, protože je o něj zájem. Bylo zjištěno, že mezi respondenty z řad zaměstnanců se těší největší oblibě digitální planetárium (48,3 %). Druhou nejpopulárnější volnočasovou aktivitou se staly různé jednorázové akce jako např. Láska je věda, Odpudiví nebo kouzelní, Noc vědců, Přírodovědný jarmark apod. (39,3 %). Jako třetí se umístily stálé expozice, jejichž využití se pohybuje v rozmezí od 32,6 % do 40,4 %. Podle respondentů z řad zaměstnanců je potřeba si na návštěvu univerzitního muzea vědy vyhradit více jak 2 hodiny a méně než 4 hodiny svého volného času (39,3 %), avšak časová dotace se může lišit, zřejmě v závislosti na typu zvolené volnočasové aktivity. Z výsledků výzkumného šetření dále vyplývá, že 97,8 % respondentů z řad zaměstnanců uvedlo, že se jim v popularizačním centru líbilo a 95,5 % respondentů z řad zaměstnanců doporučí, resp. spíše doporučí, toto muzeu vědy svým známým. Z výsledků výzkumného šetření je patrné, že pro 94,3 % respondentů z řad zaměstnanců Pevnost poznání splnila očekávání, která měli a 84,3 % respondentů z řad zaměstnanců hodnotí jako dostačující možnosti nabízené volnočasové aktivity. Z výsledků výzkumného šetření je patrné, že celkový dojem respondentů z řad zaměstnanců je z návštěvy Pevnosti poznání Univerzity Palackého v Olomouci pozitivní a jsou převážně spokojeni, ale samozřejmě vždy je co zlepšovat, a také není možné opomenout respondenty z řad zaměstnanců, kteří se s pozitivním hodnocením tohoto centra popularizace neztotožňují, popř. nemají na něj názor a bylo by vhodné se na ně zaměřit, což by mohlo být impulzem pro tvorbu dalších nových a zajímavých aktivit.

Bylo zjištěno, že vznik nového interaktivního muzea vědy Pevnost poznání Univerzity Palackého v Olomouci obohatil nabídku volnočasových aktivit a stal se vyhledávaným volnočasovým areálem zejména pro obyvatele olomouckého regionu. Lze konstatovat, že jej navštěvují také obyvatelé jiných krajů, ale ne ve velkém počtu, což ale nebyl původní záměr přípravného realizačního týmu, který projekt na vybudování tohoto návštěvnického centra připravoval. Pokud by v budoucnu bylo záměrem realizačního týmu Pevnosti poznání Univerzity Palackého v Olomouci, resp. vedení Přírodovědecké fakulty Univerzity Palackého v Olomouci, pod kterou interaktivní muzeum vědy organizačně patří, popř. vedení samotné univerzity, aby se Pevnost poznání stala vyhledávaným návštěvnickým centrem nejen pro obyvatele olomouckého regionu, bylo by vhodné, jak ukázaly výsledky tohoto výzkumného šetření, zaměřit propagaci na přílehlé kraje, zejména Moravskoslezský kraj, Pardubický kraj a Zlínský kraj.

Výzkumné cíle, které byly v této diplomové práci stanoveny, byly splněny a všechny výzkumné otázky byly zodpovězeny.

Hlavní přínos této diplomové práce spočívá v detailní analýze nabídky aktivit, které jsou realizovány v Pevnosti poznání Univerzity Palackého v Olomouci, v detailní analýze spokojenosti a využitelnosti nabídky aktivit poskytovaných touto institucí, a to jak z řad běžných návštěvníků, tak z řad zaměstnanců Univerzity Palackého v Olomouci. Při svém výzkumném šetření jsem nenarazila na žádnou jinou podobnou práci, která by se zabývala detailní implementací tohoto poměrně mladého návštěvnického centra do volnočasových aktivit obyvatelů města Olomouc, potažmo Olomouckého kraje. Věřím, že tato diplomová práce může posloužit realizačnímu týmu Pevnosti poznání Univerzity Palackého v Olomouci v plánování a organizování či zkvalitnění aktivit realizovaných v tomto popularizačním centru, popř. ke zkvalitnění služeb, včetně propagace. Tato diplomová práce může být užitečná také Přírodovědecké fakultě Univerzity Palackého v Olomouci, popř. samotné Univerzitě Palackého v Olomouci, při plánování podpory a rozvoje tohoto jedinečného interaktivního muzea vědy na střední Moravě v dlouhodobém horizontu. Tato diplomová práce může také posloužit jako podklad pro další výzkum v oblasti aktivit spojených s novodobým fenoménem v oblasti muzejní edukace, tzv. science centry.

## Seznam použitých zkratek

AV	akademie věd
CVT	centrum výpočetní techniky
ČASC	Česká asociace science center
ČOV	čistička odpadních vod
ČR	Česká republika
FB	Facebook
DOV	Dolní oblast Vítkovice
ICOM	International Council of Museums
MŠ	mateřská škola
PS	Projektový servis Univerzity Palackého v Olomouci
PR	public relations
RUP	Rektorát Univerzity Palackého v Olomouci
RVP	rámcové vzdělávací programy
SŠ	střední škola
UPOL	Univerzita Palackého v Olomouci
VaV	výzkum a vývoj
VŠ	vysoká škola
VTP	Vědeckotechnický park Univerzity Palackého v Olomouci
ZŠ	základní škola



## Seznam použité literatury a elektronických zdrojů

1. BENEŠ, Josef. *Muzeologický slovník*. Praha: Národní muzeum – Ústřední muzeologický kabinet, 1978. ISBN neuvedeno.
2. COPKOVÁ, Lenka, *Analýza vybraného projektu řešeného na Přírodovědecké fakultě Univerzity Palackého v Olomouci*. Olomouc, 2015. Diplomová práce. Univerzita Palackého v Olomouci, Pedagogická fakulta, Ústav pedagogiky a sociálních studií. Vedoucí diplomové práce Alena Opletalová.
3. ČECH, Tomáš. (ed.). *Výchova a volný čas*. Brno: MSD, 2007. ISBN 978-80-86633-97-8.
4. Česká asociace science center [online]. 2020 [cit. 2020-10-28]. Dostupné z: <https://www.sciencecenter.cz/>
5. DOLÁK, Jan, Pavel HOLMAN, Lucie JAGOŠOVÁ, Vladimír JŮVA, Lenka MRÁZOVÁ, Michal ŠERÁK a Petra ŠOBÁŇOVÁ. *Základy muzejní pedagogiky: studijní texty*. Brno: Moravské zemské muzeum, Metodické centrum muzejní pedagogiky, 2014. ISBN 978-80-7028-441-4.
6. DOV [online]. 2020 [cit. 2020-10-28]. Dostupné z: <https://www.dolnivitkovice.cz/>
7. GAVORA, Peter. *Úvod do pedagogického výzkumu*. 2., rozš. české vyd. Přeložil Vladimír JŮVA, přeložil Vendula HLAVATÁ. Brno: Paido, 2010. ISBN 978-80-7315-185-0.
8. HÁJEK, Bedřich, Břetislav HOFBAUER a Jiřina PÁVKOVÁ. *Pedagogické ovlivňování volného času: současné trendy*. Praha: Portál, 2008. ISBN 978-80-7367-473-1.
9. HOFBAUER, Břetislav. *Děti, mládež a volný čas*. Praha: Portál, 2004. ISBN 8071789275.
10. Hvězdárna a planetárium Brno [online]. 2020 [cit. 2020-10-28]. Dostupné z: <https://www.hvezdarna.cz/>
11. Hvězdárna a planetárium v Hradci Králové [online]. 2020 [cit. 2020-10-28]. Dostupné z: <http://www.astrohk.cz/>
12. CHRÁSKA, Miroslav. *Metody pedagogického výzkumu: základy kvantitativního výzkumu*. Praha: Grada, 2007. ISBN 978-80-247-1369-4.
13. ICOM – International Council of Museums, [online]. 2020 [cit. 2020-10-28]. Dostupné z: <http://icom-czech.mini.icom.museum/icom/definice-muzea/>
14. iQ LANDIA [online]. 2020 [cit. 2020-10-28]. Dostupné z: <https://iqlandia.cz/>

15. JAGOŠOVÁ, Lucie, Vladimír JŮVA a Lenka MRÁZOVÁ. *Muzejní pedagogika: metodologické a didaktické aspekty muzejní edukace*. Brno: Paido, 2010. Kultura a edukace. ISBN 978-80-7315-207-9.
16. KARLÍČEK, Miroslav a Petr KRÁL. *Marketingová komunikace: jak komunikovat na našem trhu*. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-3541-2.
17. KNOTOVÁ, Dana. *Pedagogické dimenze volného času*. Brno: Paido, 2011. ISBN 978-80-7315-223-9.
18. KORYTÁŘOVÁ, Petra, *Možnosti volnočasových aktivit ve městě Mladá Boleslav a jejich financování*. Olomouc, 2020. Diplomová práce. Univerzita Palackého v Olomouci, Pedagogická fakulta, Ústav pedagogiky a sociálních studií. Vedoucí diplomové práce Alena Opletalová.
19. KRATOCHVÍLOVÁ, Emília. *Pedagogika volného času: výchova v čase mimo vyučovania v pedagogickej teórii a v praxi*. Bratislava: Vydavateľstvo UK, 2004. ISBN 8022319309.
20. Muzeum Olomoucké pevnosti [online]. 2020 [cit. 2020-10-30]. Dostupné z: <http://www.pevnostolomouc.cz/bastionova-pevnost-olomouc.htm#>
21. Muzeum Olomoucké pevnosti [online]. 2020 [cit. 2020-10-30]. Dostupné z: <http://www.pevnostolomouc.cz/korunni-pevnustka.htm>
22. OPASCHOWSKI, Horst Werner. *Einführung in die Freizeitwissenschaft*. 5., Auflage. Wiesbaden: Verlag für Sozialwiss, 2008. ISBN 978-3-531-91175-5.
23. PÁVKOVÁ, Jiřina. *Pedagogika volného času*. V Praze: Univerzita Karlova, Pedagogická fakulta, 2014. ISBN 978-80-7290-666-6.
24. Planetárium Ostrava [online]. 2020 [cit. 2020-10-28]. Dostupné z: <https://planetariumostrava.cz/>
25. Pevnost poznání [online]. 2020 [cit. 2020-10-30]. Dostupné z: Pevnost poznání | Dotkněte se vědy (pevnostpoznani.cz)
26. POSPÍŠILOVÁ, Helena, ed. *Mládež, hodnoty a volný čas*. Olomouc: Hanex, 2010. ISBN 978-80-7409-036-3.
27. PRŮCHA, Jan, Eliška WALTEROVÁ a Jiří MAREŠ. *Pedagogický slovník*. 4., aktualiz. vyd. Praha: Portál, 2003. ISBN 80-7178-772-8.
28. PRŮCHA, Jan, ed. *Pedagogická encyklopedie*. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-546-2.
29. SENG, Chew Swee a Leng Ho Keat. *Marketing sports products on facebook: The effect of social influence*. Physical Culture and Sport, 2014. [online]. 2021 [cit. 2021-03-27].

- Dostupné z: Marketing Sports Products on Facebook: The Effect of Social Influence (sciendo.com)
30. STRÁNSKÝ, Zbyněk. *Archeologie a muzeologie*. Brno: Masarykova univerzita v Brně, 2005. ISBN 80-210-3861-6.
  31. SVÁKOVÁ, Petra, *Science centra v České republice*. Olomouc, 2016. Diplomová práce. Univerzita Palackého v Olomouci, Pedagogická fakulta, Katedra výtvarné výchovy. Vedoucí diplomové práce Petra Šobáňová.
  32. ŠERÁK, Michal. *Zájmové vzdělávání dospělých*. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-551-6.
  33. ŠOBÁŇOVÁ, Petra. *Edukační potenciál muzea*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2012. ISBN 978-80-244-3034-8.
  34. ŠOBÁŇOVÁ, Petra. *Muzejní edukace*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2012. ISBN 978-80-244-3003-4.
  35. ŠOBÁŇOVÁ, Petra. *Muzejní expozice jako edukační médium*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2014. ISBN 978-80-244-4302-7.
  36. ŠOBÁŇOVÁ, Petra. *Expozice jako místo pro vzdělávání: metodika k tvorbě expozic zohledňujících vzdělávací potřeby návštěvníků*. Brno: Moravské zemské muzeum, Metodické centrum muzejní pedagogiky, 2017. ISBN 978-80-7028-494-0.
  37. Techmania Science Center [online]. 2020 [cit. 2020-10-28]. Dostupné z: <https://techmania.cz/cs/>
  38. TOMEČKOVÁ, Adéla, *Marketingová strategie, obnova a využití Korunní pevnůstky v Olomouci*. Brno, 2011. Diplomová práce. Masarykova univerzita, Filozofická fakulta, Ústav hudební vědy. Vedoucí diplomové práce František Svoboda.
  39. TRIPPS, Manfred. Museumspädagogik – Definition und Sinn. In VIEREGG, Hildegard, et al. *Museumspädagogik in neuer Sicht: Erwachsenenbildung im Museum*. Baltmannsweiler: Schneider Verlag Hohengehren, 1994. Band I: Grundlagen – Museumstypen – Museologie. ISBN 3-87116-938-2.
  40. TŮMA, Jiří. *Pedagogika volného času*. Praha: Vysoká škola tělesné výchovy a sportu Palestra, spol. s r.o., 2018. ISBN 978-80-87723-43-2.
  41. Univerzita Palackého v Olomouci [online]. 2020 [cit. 2020-10-30]. Dostupné z: <https://www.upol.cz/>
  42. VIDA! [online]. 2020 [cit. 2020-10-28]. Dostupné z: <https://vida.cz/>

## Seznam tabulek

Tabulka 1: Vývoj návštěvnosti v letech 2015 – 2019 Zdroj: Monitorovací zprávy Pevnost poznání Zpracování: Vlastní.....	43
Tabulka 2: Školní programy určené pro děti mateřských škol Zdroj: Pevnost poznání Zpracování: Vlastní .....	49
Tabulka 3: Školní programy určené pro žáky základních škol, část A Zdroj: Pevnost poznání Zpracování: Vlastní .....	50
Tabulka 4: Školní programy určené pro žáky základních škol, část B Zdroj: Pevnost poznání Zpracování: Vlastní .....	52
Tabulka 5: Školní programy určené pro studenty středních škol Zdroj: Pevnost poznání Zpracování: Vlastní .....	52
Tabulka 6: Rozšiřující programy Zdroj: Pevnost poznání Zpracování: Vlastní.....	54
Tabulka 7: Vědecké kroužky Zdroj: Pevnost poznání Zpracování: Vlastní.....	56
Tabulka 8: Vybrané jednorázové tematické akce pro všechny věkové kategorie Zdroj: Pevnost poznání Zpracování: Vlastní.....	58

## Seznam grafů

Graf 1: Identifikace cílové skupiny Zdroj: Vlastní Zpracování: Google Forms .....	70
Graf 2: Identifikace cílové skupiny – doplnění Zdroj: Vlastní Zpracování: Google Forms ....	70
Graf 3: Identifikace nástrojů propagace Zdroj: Vlastní Zpracování: Google Forms .....	71
Graf 4: Identifikace cílové skupiny – specifikace Zdroj: Vlastní Zpracování: Google Forms	72
Graf 5: Identifikace cílové skupiny – specifikace, doplnění Zdroj: vlastní Zpracování: Google Forms .....	73
Graf 6: Spokojenost návštěvníků Zdroj: Vlastní Zpracování: Google Forms.....	74
Graf 7: Spokojenost návštěvníků – doporučení Zdroj: Vlastní Zpracování: Google Forms....	75
Graf 8: Spokojenost návštěvníků – očekávání Zdroj: Vlastní Zpracování: Google Forms .....	76
Graf 9: Spokojenost návštěvníků – možnosti Zdroj: Vlastní Zpracování: Google Forms .....	77
Graf 10: Výčet nabízených aktivit – obliba Zdroj: Vlastní Zpracování: Vlastní .....	78
Graf 11: Výčet nabízených aktivit – Strávený čas Zdroj: Vlastní Zpracování: Google Forms	79
Graf 12: Vnímání výše vstupného Zdroj: Vlastní Zpracování: Google Forms .....	79
Graf 13: Využití zvýhodněného vstupného Zdroj: Vlastní Zpracování: Google Forms .....	80
Graf 14: Identifikace nástrojů propagace – doplnění Zdroj: Vlastní Zpracování: Google Forms .....	81
Graf 15: Identifikace nástrojů propagace – specifikace Zdroj: Vlastní Zpracování: Google Forms .....	82
Graf 16: Identifikace využitelnosti UPOL Zdroj: Vlastní Zpracování: Google Forms.....	83
Graf 17: Identifikace využitelnosti UPOL – důvody 1 Zdroj: Vlastní Zpracování: Google Forms .....	83
Graf 18: Identifikace využitelnosti UPOL – propagace Zdroj: Vlastní Zpracování: Google Forms .....	84
Graf 19: Identifikace využitelnosti UPOL – spokojenost Zdroj: Vlastní Zpracování: Google Forms .....	85
Graf 20: Identifikace využitelnosti UPOL – doporučení Zdroj: Vlastní Zpracování: Google Forms .....	86
Graf 21: Identifikace využitelnosti UPOL – očekávání Zdroj: Vlastní Zpracování: Google Forms .....	87
Graf 22: Identifikace využití UPOL – hodnocení nabídky Zdroj: Vlastní Zpracování: Google Forms .....	88

Graf 23: Identifikace využitelnosti UPOL – možnosti Zdroj: Vlastní Zpracování: Vlastní ....	89
Graf 24: Identifikace využitelnosti UPOL – strávený čas Zdroj: Vlastní Zpracování: Google Forms .....	90
Graf 25: Identifikace využitelnosti UPOL – vstupné Zdroj: Vlastní Zpracování: Google Forms .....	90
Graf 26: Identifikace využitelnosti UPOL – benefit 1 Zdroj: Vlastní Zpracování: Google Forms .....	91
Graf 27: Identifikace využitelnosti UPOL – využitelnost benefitu 1 Zdroj: Vlastní Zpracování: Google Forms .....	92
Graf 28: Identifikace využitelnosti UPOL – propagace, upřesnění 1 Zdroj: Vlastní Zpracování: Google Forms .....	93
Graf 29: Identifikace využitelnosti UPOL – propagace, doplnění 1 Zdroj: Vlastní Zpracování: Google Forms .....	94
Graf 30: Identifikace využitelnosti UPOL – propagace, specifikace 1 Zdroj: Vlastní Zpracování: Google Forms .....	95
Graf 31: Identifikace využitelnosti UPOL – identifikace 1 Zdroj: Vlastní Zpracování: Google Forms .....	96
Graf 32: Identifikace využitelnosti UPOL – důvody 2 Zdroj: Vlastní Zpracování: Google Forms .....	97
Graf 33: Identifikace využitelnosti UPOL – benefit 2 Zdroj: Vlastní Zpracování: Google Forms .....	98
Graf 34: Identifikace využitelnosti UPOL – využitelnost benefitu 2 Zdroj: Vlastní Zpracování: Google Forms .....	98
Graf 35: Identifikace využitelnosti UPOL – propagace upřesnění 2 Zdroj: Vlastní Zpracování: Google Forms .....	99
Graf 36: Identifikace využitelnosti UPOL – propagace upřesnění celkem Zdroj: Vlastní Zpracování: Vlastní .....	100
Graf 37: Identifikace využitelnosti UPOL – propagace doplnění 2 Zdroj: Vlastní Zpracování: Google Forms .....	101
Graf 38: Identifikace využitelnosti UPOL – propagace, doplnění celkem Zdroj: Vlastní Zpracování: Vlastní .....	102
Graf 39: Identifikace využitelnosti UPOL – propagace, specifikace 2 Zdroj: Vlastní Zpracování: Google Forms .....	103

Graf 40: Identifikace využitelnosti UPOL – propagace, specifikace celkem Zdroj: Vlastní Zpracování: Vlastní .....	104
Graf 41: Identifikace využitelnosti UPOL – identifikace 2 Zdroj: Vlastní Zpracování: Google Forms .....	105
Graf 42: Identifikace využitelnosti UPOL – identifikace celkem Zdroj: Vlastní Zpracování: Vlastní.....	106

## **Seznam příloh**

Příloha č. 1 – Dotazník č. 1 – Volnočasový areál Pevnost poznání Univerzity Palackého v Olomouci

Příloha č. 2 – Dotazník č. 2 – Volnočasový areál Pevnost poznání Univerzity Palackého v Olomouci – dotazník pro zaměstnance



# **Příloha č. 1 – Dotazník č. 1 – Volnočasový areál Pevnost poznání Univerzity Palackého v Olomouci**

Vážení návštěvníci Pevnosti poznání Univerzity Palackého v Olomouci, jmenuji se Lucie Zdařilová a studuji navazující magisterský obor Řízení volnočasových aktivit na Pedagogické fakultě Univerzity Palackého v Olomouci a v rámci výzkumu ke své diplomové práci s názvem *Pevnost poznání Univerzity Palackého v Olomouci - implementace do volnočasových aktivit nejen dětí a mládeže* si Vás dovoluji oslovit s žádostí o vyplnění tohoto dotazníku.

Dotazník se skládá ze 13 otázek, jeho vyplnění by tedy nemělo být časově náročné.

Dotazník je zcela anonymní.

Velice si vážím Vašeho času a předem děkuji za ochotu tento dotazník vyplnit.

S pozdravem

Lucie Zdařilová

## **1. Jste obyvatel/ka/é (přijel/a/i jste z):**

- města Olomouc
- Olomouckého kraje
- jiného než Olomouckého kraje

### **Vyberte, prosím, z jakého:**

- Hlavní město Praha
- Středočeský kraj
- Jihočeský kraj
- Plzeňský kraj
- Karlovarský kraj
- Ústecký kraj
- Liberecký kraj
- Královéhradecký kraj
- Pardubický kraj
- Moravskoslezský kraj
- Jihomoravský kraj
- Zlínský kraj
- Kraj Vysočina

## **2. Jak jste se o Pevnosti poznání dověděl/a/i:**

- z televize
- z rádia
- z internetu – sociální sítě (Instagram, FB, Twitter)
- z internetu – jiné www stránky apod.
- z novin nebo časopisu
- od známého
- z letáku
- ze školy
- v práci

**3. Jste návštěvník/skupina návštěvníků (vyberte z následujících možností):**

- dítě/mládež (0 - 17 let)
- dospělý (18 - 60 let)
- senior (61 a více let)
- rodina
- skupina (kolektiv)

**Pokud jste rodina/skupina vyberte prosím z následujících možností:**

- rodina základní (zde je myšleno rodiče, děti apod.)
- rodina rozšířená (zde je myšleno prarodiče - babička, dědeček, strýc, teta)
- třídní kolektiv z prvního stupně ZŠ
- třídní kolektiv z druhého stupně ZŠ
- třídní kolektiv SŠ
- třídní kolektiv MŠ
- jiný kolektiv - např. skaut, sokol, pracovní kolektiv, kroužek apod.

**4. Líbilo se Vám v Pevnosti poznání (popř. celému kolektivu)?**

- ano
- spíše ano
- ne
- spíše ne
- nevím

**5. Doporučíte návštěvu Pevnosti poznání svým známým?**

- ano
- spíše ano
- ne
- spíše ne
- nevím

**6. Splnila Pevnost poznání Vaše očekávání (popř. celého kolektivu)?**

- ano
- spíše ano
- se
- spíše ne
- nevím

**7. Jak hodnotíte nabízené možnosti k využití volného času, které jsou v Pevnosti poznání k dispozici (expozice, planetárium, 3D tisk, vědecké dílny, školní programy, různé jednorázové akce, apod.)?**

- rozhodně dostačující
- spíše dostačující
- nemám vyhraněný názor, nedokáži určit
- spíše nedostačující
- rozhodně nedostačující

**8. Která z nabízených volnočasových aktivit Vás/ váš kolektiv nejvíce zaujala?**

**(lze vybrat více možností)**

- stálá expozice
  - Věda v pevnosti
  - Živá voda
  - Rozum v hrsti
  - Světlo a tma
- vědecké dílny
- digitální planetárium
- 3D tisk
- školní programy
- Blízká setkání třetího věku
- Dětská univerzita
- vědecké kroužky
- příměstské tábory
- komiksová hra – Strážci poznání
- Party poznání – narozeninová oslava
- jiné jednorázové akce (Láska je věda, Odpudiví nebo kouzelní, Noc vědců, Přírodovědný jarmark, Muzejní noc, Pevnost duchů, Houby v Pevnosti apod.)

**9. Kolik času jste v Pevnosti poznání strávil/a/i během své návštěvy?**

- méně než 1 h
- více než 1 h a méně než 2 h
- více než 2 h a méně než 4 h
- více než 4 h
- celý den
- vracím/e se na Pevnost poznání opakovaně, strávil/a/i jsem/jsme zde již mnoho hodin svého volného času

**10. Domníváte se z pohledu Vaší finanční situace, že vstupné je:**

- levné
- drahé
- přiměřené
- je mi to jedno

**11. Využil/a/i jste některou z nabízených možností zlevněného vstupného?**

- dospělí/4 expozice
- snížené vstupné
- rodinné vstupné
- skupinové vstupné
- permanentka
- jedna expozice
- gyroskop
- planetárium
- víkendový výtvarný a chemický workshop
- jiné (sleva s ČSOB platební kartou, Olomouc region card apod.)
- žádnou z uvedených možností jsem/jsme nevyužil/a/i

**12. Uvítal/a/i byste větší reklamu na Pevnost poznání, popř. na akce konané v Pevnosti poznání?**

- rozhodně ano
- ne, reklama je dostačující
- nevím, nemám na to názor

**13. Jak Vás oslovila reklama na Pevnost poznání, popř. na akce konané v Pevnosti poznání, se kterou jste měl/a možnost se setkat?**

- reklama se mi/nám líbila
- reklama ve mně/v nás zanechala smíšené pocity
- reklama mě/nás nijak nezaujala
- nevím, nemám na to názor
- s reklamou na Pevnost poznání jsem/jsme se ještě nesetkal/a/i

**Děkuji Vám za vyplnění dotazníku, velice si vážím Vašeho času.**

## **Příloha č. 2 – Dotazník č. 2 – Volnočasový areál Pevnost poznání Univerzity Palackého v Olomouci – dotazník pro zaměstnance**

Vážení zaměstnanci Univerzity Palackého v Olomouci, jmenuji se Lucie Zdařilová a studuji navazující magisterský obor Řízení volnočasových aktivit na Pedagogické fakultě Univerzity Palackého v Olomouci a v rámci výzkumu ke své diplomové práci s názvem *Pevnost poznání Univerzity Palackého v Olomouci - implementace do volnočasových aktivit nejen dětí a mládeže* si Vás dovoluji oslovit s žádostí o vyplnění tohoto krátkého dotazníku.

Dotazník je zcela anonymní.

Velice si vážím Vašeho času a předem děkuji za ochotu tento dotazník vyplnit.

S pozdravem

Zdařilová

### **ČÁST A – zaměstnanci, kteří Pevnost poznání navštívili**

#### **1. Navštívil/a jste Pevnost poznání Univerzity Palackého v Olomouci?**

- ano
- ne

#### **2. Navštívil/a jste ji z důvodu:**

- při plnění pracovních povinností
- ve svém volném čase

#### **3. Jak jste se o Pevnosti poznání dověděl/a:**

- z univerzitních webových stránek
- z televize
- z rádia
- z internetu – sociální sítě (Instagram, FB, Twitter)
- z internetu – jiné www stránky apod.
- z novin nebo časopisu
- od známého
- z letáku (v tramvaji apod.)
- v práci

#### **4. Líbilo se Vám v Pevnosti poznání?**

- ano
- spíše ano
- ne
- spíše ne
- nevím

#### **5. Doporučíte návštěvu Pevnosti poznání svým známým?**

- ano
- spíše ano

- ne
- spíše ne
- nevím

**6. Splnila Pevnost poznání Vaše očekávání?**

- ano
- spíše ano
- ne
- spíše ne
- nevím

**7. Jak hodnotíte nabízené možnosti k využití volného času, které jsou v Pevnosti poznání k dispozici (expoze, planetárium, 3D tisk, vědecké dílny, školní programy, různé jednorázové akce apod.)?**

- rozhodně dostačující
- spíše dostačující
- nemám na to názor, nedokáži určit
- spíše nedostačující
- rozhodně nedostačující

**8. Která z nabízených volnočasových aktivit Vás nejvíce zaujala?**

(lze vybrat více možností)

- stálá expozice
  - Věda v pevnosti
  - Živá voda
  - Rozum v hrsti
  - Světlo a tma
- vědecké dílny
- digitální planetárium
- 3D tisk
- školní programy
- Blízká setkání třetího věku
- Dětská univerzita
- vědecké kroužky
- příměstské tábory
- komiksová hra - Strážci poznání
- Party poznání – narozeninová oslava
- jiné jednorázové akce (Láska je věda, Odpudiví nebo kouzelní, Noc vědců, Přírodovědný jarmark, Muzejní noc, Pevnost duchů, Houby v Pevnosti apod.)

**9. Kolik času jste v Pevnosti poznání strávili během své návštěvy?**

- méně než 1 h
- více než 1 h a méně než 2 h
- více než 2 h a méně než 4 h
- více než 4 h
- celý den

- vracím se na Pevnost poznání opakovaně, strávil/a jsem zde již mnoho hodin svého volného času

**10. Domníváte se z pohledu Vaší finanční situace, že vstupné je:**

- levné
- drahé
- přiměřené
- je mi to jedno

**11. Věděl/a jste, že jako zaměstnanec Univerzity Palackého v Olomouci máte 20% slevu na vstupné?**

- ano
- ne

**12. Využil/a jste tohoto benefitu?**

- ano
- ne

**13. Uvítal/a byste větší reklamu v rámci univerzity na Pevnost poznání, popř. na akce konané v Pevnosti poznání?**

- rozhodně ano
- ne, reklama je dostačující
- nevím, nemám na to názor

**14. Uvítal/a byste obecně větší reklamu (v tramvaji, rádiu apod.) na Pevnost Poznání, popř. na akce konané v Pevnosti poznání?**

- rozhodně ano
- ne, reklama je dostačující
- nevím, nemám na to názor

**15. Jak Vás oslovila reklama na Pevnost poznání, popř. na akce konané v Pevnosti poznání, se kterou jste měl/a možnost se setkat?**

- reklama se mi líbila
- reklama ve mně zanechala smíšené pocity
- reklama mě nijak mě nezaujala
- nevím
- s reklamou na Pevnost poznání jsem se ještě nesetkal/a

**16. Jste zaměstnanec:**

- lékařské fakulty
- fakulty zdravotních věd
- filozofické fakulty
- přírodovědecké fakulty
- pedagogické fakulty
- fakulty tělesné kultury
- cyrilometodějské teologické fakulty

- právnické fakulty
- správy kolejí a menz
- jiné univerzitní součásti (rektorátu, CVT, VTP, PS apod.)

**Děkuji Vám za vyplnění dotazníku, velice si vážím Vašeho času.**

**ČÁST B – pro zaměstnance, kteří Pevnost poznání nenavštívili:**

**2. Pevnost poznání jsem nenavštívil/a, protože:**

- nemám zájem ve svém volném čase navštěvovat tento typ zařízení
- nevěděl/a jsem o této instituci
- jiný důvod, uveďte prosím jaký .....

**3. Víte, že jako zaměstnanec Univerzity Palackého v Olomouci máte 20% slevu na vstupné?**

- ano
- ne

**4. Využijete tohoto benefitu, pokud se pro návštěvu rozhodnete?**

- ano
- ne

**5. Uvítal/a byste větší reklamu v rámci univerzity na Pevnost poznání, popř. na akce konané v Pevnosti poznání?**

- ano
- ne
- nevím

**6. Uvítal/a byste obecně větší reklamu (v tramvaji, rádiu apod.) na Pevnost Poznání, popř. na akce konané na Pevnosti poznání?**

- rozhodně ano
- ne, reklama je dostačující
- nevím, nemám na to názor

**7. Jak Vás oslovila reklama, se kterou jste měl/a možnost se setkat na Pevnost poznání, popř. na akce konané v Pevnosti poznání?**

- reklama se mi líbila
- reklama ve mně zanechala smíšené pocity
- nijak mě nezaujala
- nevím, nemám na to názor
- s reklamou na Pevnost poznání jsem se ještě nesetkal/a

**8. Jste zaměstnanec:**

- lékařské fakulty
- fakulty zdravotních věd



- filozofické fakulty
- přírodovědecké fakulty
- pedagogické fakulty
- fakulty tělesné kultury
- cyrilometodějské teologické fakulty
- právnické fakulty
- správy kolejí a menz
- jiné univerzitní součásti (rektorátu, CVT, VTP, PS apod.)

**Děkuji Vám za vyplnění dotazníku, velice si vážím Vašeho času.**

## ANOTACE

<b>Jméno a příjmení:</b>	Bc. Lucie Zdařilová
<b>Katedra:</b>	Ústav pedagogiky a sociálních studií
<b>Vedoucí práce:</b>	Ing. Alena Opletalová, Ph.D.
<b>Rok obhajoby:</b>	2021

<b>Název práce:</b>	Pevnost poznání Univerzity Palackého v Olomouci – implementace do volnočasových aktivit nejen dětí a mládeže
<b>Název v angličtině:</b>	The Fortress of knowledge of Palacký University in Olomouc – implementation into leisure activities not only of children and youth
<b>Anotace práce:</b>	Tato diplomová práce se zabývá zjištěním, zda vznik nového interaktivního muzea vědy Pevnost poznání Univerzity Palackého v Olomouci obohatil nabídku volnočasových aktivit a stal se vyhledávaným volnočasovým areálem nejen pro obyvatele olomouckého regionu. V teoretické části práce jsou vymezeny klíčové pojmy z oblasti volného času a muzejní kultury, které korespondují se zkoumanou problematikou, a dále je provedena charakteristika analyzované instituce. V empirické části práce je provedeno výzkumné šetření za pomoci dotazníkové metody, jenž je jedním z nástrojů kvantitativně orientovaného pedagogického výzkumu a jenž odpovídá na výzkumné otázky.
<b>Klíčová slova:</b>	volný čas, výchova ve volném čase, volnočasové aktivity, muzeum, muzejní pedagogika, science centrum, Pevnost poznání Univerzity Palackého v Olomouci, nabídka volnočasových aktivit
<b>Anotace v angličtině:</b>	This diploma thesis pursues formation of interactive museum Fortress of knowledge of Palacký university in Olomouc. The main aim is to discover whether the establishment of this institution has enriched offering of free time activities and became popular location in Olomouc region to spend time in. In theoretical part of the diploma thesis are defined key terms from researched area and the characteristic of analyse institution are performed. In practical part of the diploma thesis are shown results of the research questions.

<b>Klíčová slova v angličtině:</b>	leisure, leisure education, free time activities, museum, museum pedagogy, science center, Fortress of knowledge of Palacký University in Olomouc, free time activities offer
<b>Přílohy vázané v práci:</b>	Příloha č. 1 – Dotazník č. 1 – Volnočasový areál Pevnost poznání Univerzity Palackého v Olomouci Příloha č. 2 – Dotazník č. 2 – Volnočasový areál Pevnost poznání Univerzity Palackého v Olomouci – dotazník pro zaměstnance
<b>Rozsah práce:</b>	128
<b>Jazyk práce:</b>	Český jazyk