

UNIVERZITA PALACKÉHO V OLMOUCI
PEDAGOGICKÁ FAKULTA
Katedra výtvarné výchovy

Diplomová práce

Bc. František Večeřa

**Analýza způsobu prezentace aktivit a činností muzeí
v přírodě v ČR pomocí informačních technologií**

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci vypracoval samostatně a použil jsem jen uvedené zdroje a literaturu.

V Olomouci dne

Podpis:

Poděkování

Chtěl bych poděkovat vedoucí mé práce Mgr. Monice Dokoupilové, za odborné vedení, její cenné rady a trpělivost, kterou mi věnovala při psaní této diplomové práce. Dále bych chtěl poděkovat pracovníkům oslovených muzeí, kteří mi pomohli při sběru dat do praktické části. V neposlední řadě děkuji rodině a přítelkyni, kteří stáli při mně a podporovali mě navzdory neustálé nervozitě a nepříjemnému chování.

Všem Vám děkuji.

Obsah

Úvod.....	6
Teoretická část.....	8
1 Muzea v přírodě a skanzeny	8
1.1 Historie muzeí v přírodě	8
1.2 Muzea v přírodě v České republice	10
1.3 Aktivity a činnosti muzeí v přírodě pro veřejnost	17
2 Způsoby prezentace aktivit muzea	20
2.1 Muzejní marketingový mix.....	20
2.1.1 Produkt.....	21
2.1.2 Cena.....	22
2.1.3 Místo.....	22
2.1.4 Propagace.....	23
2.1.5 Lidé.....	28
2.2 Online marketing.....	29
2.3 Prezentace na sociálních sítích.....	32
2.4 Uživatelská přívětivost webových stránek.....	41
Praktická část.....	49
3 Analýza způsobu prezentace muzeí	49
3.1 Výzkumný problém.....	49
3.2 Cíle výzkumu	50
3.3 Stanovení hypotéz	50
3.4 Výzkumné metody a techniky sběru dat.....	51
3.5 Dotazníkové šetření	51
3.6 Kritéria hodnocení webových stránek vybraných muzeí	51
3.7 Kritéria hodnocení sociálních sítí vybraných muzeí	52
4 Analyzovaná muzea	53
4.1 Soubory historických staveb in situ nebo transferovaných.....	53
4.2 Archeologická muzea	72
4.3 Objekty lidového stavitelství s prvky muzea v přírodě	85
4.4 Technické památky.....	96
4.5 Hornická muzea.....	108
4.6 Zahraniční muzeum v přírodě	120
5. Výsledky dotazníkového šetření	123
5.1 Dotazník pro návštěvníky muzeí.....	123
5.2 Dotazník pro zaměstnance muzea	134
5.3 Vyhodnocení stanovených hypotéz.....	140
Závěr	143

Seznam použité literatury	145
Seznam použitých internetových zdrojů	145
Seznam tabulek	155
Seznam grafů	157
Seznam příloh	158
Seznam obrázků	159
Příloha 1: Dotazník k diplomové práci pro návštěvníky	163
Příloha 2: Dotazník pro pracovníky muzea v přírodě	166
Anotace	170

Úvod

Tématem této diplomové práce je analýza způsobu prezentace aktivit a činností muzeí v přírodě v ČR pomocí informačních technologií. Toto téma práce jsem si zvolil z několika důvodů. Jako první důvod mohu uvést, že jako studentovi učitelství technické a informační výchovy pro střední školy a 2. stupeň základních škol a muzejní a galerijní pedagogiky jsou mi blízké informační technologie a muzejnictví. Dalším důvodem zvolení muzeí v přírodě jako předmětem výzkumu byla moje devítiletá práce v jednom z muzeí, které je dnes součástí Národního muzea v přírodě. Tam jsem měl na starosti mimo jiné i správu webových stránek a účtu na sociální síti Facebook. Zajímalo mne, jakým způsobem se návštěvníkům prezentují jiná muzea stejného zaměření. Byl jsem přesvědčen, že tím mohu zlepšit vlastní činnost na webu i sociální síti. Diplomovou práci jsem začal psát v době, kdy jsem již byl zaměstnán jinde, ale má náplň práce je ještě více zaměřena právě na zkoumanou problematiku, včetně reklamy a marketingu. Dovolím si tedy říct, že vím, co obnáší správa webu a tvorba zajímavého obsahu, který má oslovit co nejvíce lidí na sociálních sítích.

Diplomová práce má v názvu pojem informační technologie. Ten můžeme definovat jako technologie, systémy, aktivity a procesy, díky kterým dochází k zobrazení, zpracování, skladování a přenosům informací. A právě pomocí těchto technologií, které každodenně používáme (jako počítače, notebooky, chytré telefony) se mohou muzea prezentovat návštěvníkům.

Diplomová práce je rozdělena na dvě části. V teoretické části je definován pojem muzeum v přírodě, které bývá nesprávně nazýváno skanzenem a historie těchto institucí ve světě i v České republice. Dále je zde seznam všech muzeí v přírodě a muzeí nesoucí prvky muzeí v přírodě v České republice a aktivity a činnosti, které mohou muzea v přírodě nabízet veřejnosti. Další kapitola teoretické části je věnovaná způsobům prezentace aktivit muzea, jako je marketingový mix (produkt, cena, místo a propagace). Značná část této kapitoly je věnována reklamě a jejím podobám, které v dnešní době hrají důležitou roli. Následuje kapitola o sociálních sítích jako Facebook, Instagram, YouTube nebo TikTok, jejich představení a stručná historie. Součástí této kapitoly jsou statistiky počtu uživatelů používající sociální síť v České republice v roce 2019. Poslední kapitola teoretické části se věnuje uživatelské přívětivosti webových stránek, uživatelskému rozhraní a zásadám kvalitních webových stránek. Tato kapitola obsahuje seznam pravidel, která by měli dodržovat web designéři při návrhu

nových stránek, včetně zákona č. 99/2019 Sb. o technických parametrech a pravidlech webů veřejné správy.

V praktické části diplomové práce je zpracovaná analýza webových stránek a sociálních sítí vybraných muzeí a výsledky dvou dotazníkových šetření. Každé z náhodně vybraných muzeí je stručně představeno včetně historie. Byla zde snaha čerpat tyto informace převážně ze stránek analyzovaných muzeí. Po představení následuje analýza webových stránek, zkoumání profilů na sociálních sítích a celkové zhodnocení. Otázky v dotazníkovém šetření částečně navazují na předchozí analýzy. První dotazník určený pro návštěvníky muzeí obsahuje otázky na vnímání webových stránek a profilů na sociálních sítích jednotlivých památek. Druhý dotazník je určen zaměstnancům analyzovaných muzeí a týká se práce s webovými stránkami a profily na sociálních sítích.

Diplomovou prací bych chtěl shrnout základní pravidla pro tvorbu webů, které by mohly pomoci muzeím při vytváření nových webových stránek. Dalším z cílů je ukázka různých přístupů ke správě sociálních sítí muzeí, které mohou sloužit jako inspirace muzeím, která nevědí, jak je začít používat k oslovení většího počtu návštěvníků.

Teoretická část

1 Muzea v přírodě a skanzeny

International council of museums Česká republika (ICOM) definuje muzeum jako nevýdělečnou instituci ve službách společnosti a jejího rozvoje, otevřenou veřejnosti, která získává, uchovává, zprostředkuje a vystavuje hmotné i nehmotné doklady o člověku a jeho prostředí za účelem studia, výchovy, vzdělání a potěšení¹.

Do této definice spadají i muzea v přírodě, v České republice neprávem nazývané jako skanzeny (tak je tomu i na Slovensku a v Polsku). Muzea v přírodě jsou instituce rekonstruující historické životní prostředí, které je charakteristické pro určitou oblast. Muzea ukazují způsob života a bydlení našich předků, čím se živili, jaké měli obyčeje, ukazuje způsoby obživy, obdělávání polí nebo péči o zvířata. Tato muzea prezentující lidovou architekturu a její vybavení se nacházejí „pod širým nebem“ a návštěvník má často úplnou volnost v pohybu po areálu (bez průvodce). To ale neznamená, že by zde nebyly akce pro odbornou i laickou veřejnost, ukazující např. obdělávání polí, setí, sklizeň, mlácení obilí, a nakonec i pečení chleba v peci. Při této prezentaci je nejlepší, využívá-li se původních způsobů práce.

V případech, že typy sídel, které chceme v muzeu prezentovat již zanikly, je důležité při rekonstrukci vycházet z poznatků a výzkumů archeologů, etnografů a historiků a studovat dochované hmotné i písemné prameny².

1.1 Historie muzeí v přírodě

Vznik prvních institucí podobným dnešním muzeím v přírodě, můžeme dohledat již v 19. století. Snaha poznávat život a bydlení venkovských obyvatel se zpočátku zaměřovala pouze na kuriózní zajímavosti. Jako první doklad o vzniku muzea v přírodě můžeme uvést pokus o soustředění dánské lidové stavby v zámeckém parku Fredensborg, který provedl Charles Victor de Bonstetten v roce 1799.

I v Českých zemích byly akce zaměřené na ukázkou lidových zvyklostí, písní a tanců i architektury. Tyto akce byly ukázkou vlastenectví a regionální hrdosti. Expozici Českého

¹ *Definice muzea* [online]. [cit. 2020-03-03]. Dostupné z: <http://icom-czech.mini.icom.museum/icom/definice-muzea/>

² LANGER, Jiří. *Evropská muzea v přírodě*. Praha: Beset, 2005, str. 9

lidového stavitelství mohli shlédnout návštěvníci světových výstav v Rakousku roku 1873, Maďarsku v letech 1885 a 1896 a i v Praze v letech 1891 a 1895.

Za první muzeum v přírodě bývá označován Švédský Stiftelsen Skansen, založený v roce 1891 ve Stockholmu. Muzeum, nazvané Skansen podle místa, kde dřív stálo vojenské opevnění, v době založení obsahovalo 7 budov a sloužilo k prezentaci skandinávského stavitelství. Každá budova reprezentovala typickou usedlost každého kraje Švédska. Dnes má muzeum přes 150 objektů a je nejnavštěvovanějším muzeem v přírodě na světě. Zakladatel Artur Hazelia je považován za původce myšlenky prezentace venkovského způsobu života rozdílných oblastí na jednom místě³.

Po vzoru Stockholmského Skansenu následuje vznik dalších muzeí v přírodě. Nejprve ve Skandinávii a následně v dalších evropských zemích. Zajímavostí je, že muzea v přírodě nenajdeme v jižní Evropě. Může to být z několika důvodů, Jiří Langer⁴ se domnívá, že to je tím, že tamní prostředí vnímalo kulturu jako celek, který nebyl rozdělen podle společenských vrstev nebo sídel. Dalším důvodem může být volba jiných stavebních materiálů než ve střední a východní Evropě. Zděné stavby se nedají tak snadno přenášet na jiné místo. Nárůst muzeí v přírodě v severních oblastech může být ovlivněn výskytem dřevokazných hub, hmyzu, plísní a snahou zachovat co nejvíce ze staveb jimi postižených. Jižní Evropa je plná zachovalých antických památek a nebyla zde potřeba je zachraňovat.

Jako první muzeum v přírodě na českém území můžeme považovat dnešní Valašské muzeum v přírodě, spíše známe jako skanzen v Rožnově pod Radhoštěm. O vznik muzea se zasloužili zejména Alois a Bohumír Jaroňkovi, kteří roku 1912 předložili plány na přenesení několika roubených staveb do městského parku. Jejich cíle se podařilo uskutečnit až v roce 1925 a vznikl areál Dřevěné městečko, který byl dále rozšiřován o další valašské stavby⁵.

Velký rozmach v zakládání muzeí v přírodě přišel po 2. světové válce. Řada staveb byla zničena a současné stavby již nevyhovovaly stále se zvyšujícím nárokům na bydlení. Mnoho majitelů se rozhodlo své domy necitlivě vylepšit nebo opravit, což dalo podnět ke vzniku a intenzivní činnosti systémů památkové péče s cílem zachránit co nejvíce staveb v jejich původní podobě. Mezinárodní rada muzeí ICOM v roce 1956 doporučovala budovat muzea v přírodě. Někdy bylo cílem zachránit jednotlivé stavby v jejich současné podobě než ochrana

³ LANGER, Jiří. *Evropská muzea v přírodě*. Praha: Beset, 2005, str. 8

⁴ LANGER, Jiří. *Evropská muzea v přírodě*. Praha: Beset, 2005, str. 15

⁵ *Historie a vznik muzea* [online]. [cit. 2020-03-04]. Dostupné z: <https://www.nmvp.cz/roznov/informace-pro-navstevniky/historie-a-vznik-muzea>

lidové architektury a obnova jejich původní podoby. Až od 70. let 20. století se nově zakládaná muzea v přírodě vrací k původní myšlence Stockholmského Skansenu. Začíná odborná péče a restaurace jednotlivých objektů za pomoci co nejpůvodnějších materiálů a postupů.

Dnešní muzea v přírodě by měla kromě komentovaných prohlídek nabízet i historické zážitky. Návštěvník by si měl vyzkoušet způsob života, jakým žili lidé, jejichž osud muzeum v přírodě prezentuje. Práce na hrnčířském kruhu, pletení košíků či pečení chleba, to vše by mělo být pro návštěvníka tím podnětem, díky kterému dlouho na návštěvu muzea v přírodě nezapomene a bude si klást otázky nad způsobem života v minulosti. Dnešní expozice muzeí v přírodě by měly nutit návštěvníka se vracet a při každé návštěvě objevit něco nového, zajímavého a překvapivého⁶.

1.2 Muzea v přírodě v České republice

V knize *Muzea v přírodě: jedinečná cesta muzejnictví* nalezneme seznam institucí a památek, které nesou znaky muzea v přírodě. Tento seznam 203 muzeí v přírodě rozděluje instituce a památky do několika kategorií:

- soubory historických staveb in situ⁷ nebo transferovaných⁸ (16 institucí a památek);
- archeologická muzea (13 institucí a památek);
- objekty lidového stavitelství s prvky muzea v přírodě (103 institucí a památek);
- technické památky (45 institucí a památek);
- hornická muzea (24 institucí a památek)⁹.

Seznam nezahrnuje vojenské památky a Metodické centrum pro muzea v přírodě jej bude dále rozšiřovat.

⁶ LANGER, Jiří. *Evropská muzea v přírodě*. Praha: Beset, 2005, str. 13 - 16

⁷ Stavba se nachází na své původním místě

⁸ Stavba byla přemístěna ze svého původního místa

⁹ ONDRUŠ, Jindřich. *Muzea v přírodě: jedinečná cesta muzejnictví*. Národní muzeum v přírodě, 2019, str. 220 - 223

1.2.1 Seznam památek a institucí nesoucí znaky muzea v přírodě

Soubory historických staveb in situ nebo transferovaných

- | | |
|--|---|
| 1. Centrum Eden, Bystřice nad Pernštejnem | 10. Národopisné muzeum Slánska v Třebízi |
| 2. Expozice lidové architektury v Chanovicích | 11. Podorlický skanzen Krňovice |
| 3. Hanácké muzeum v přírodě, Příkazy | 12. Polabské národopisné muzeum Přerov nad Labem |
| 4. Muzeum lidových staveb v Kouřimi | 13. Skanzen Stará Ves – Centrum krušnohorského lidového umění, Chomutov |
| 5. Muzeum v přírodě Rochus, Uherské Hradiště | 14. Soubor lidových staveb východní Hané v Rymicích |
| 6. Muzeum v přírodě Vysočina, Hlinsko | 15. Soubor staveb lidové architektury Hrad Velhartice, Kolinec |
| 7. Muzeum v přírodě Zubrnice | 16. Valašské muzeum v přírodě, Rožnov pod Radhoštěm ¹⁰ |
| 8. Muzeum vesnice jihovýchodní Moravy, Strážnice | |
| 9. Muzeum vesnických staveb středního Povltaví, Vysoký Chlumec | |

Myšlenka záchrany lidových památek se začala ve větší míře realizovat ve 20. století z důvodů radikálních změn ve společnosti. Areály staveb lidové architektury vznikaly přenesením staveb z okolí (transferované stavby), např. Valašské muzeum v přírodě, Muzeum v přírodě Vysočina nebo Muzeum lidových staveb v Kouřimi.

¹⁰ ONDRUŠ, Jindřich. *Muzea v přírodě: jedinečná cesta muzejnictví*. Národní muzeum v přírodě, 2019, str. 220

Další možností záchrany památek byl vznik muzea v přírodě v místě stavby památky (in situ), např. Hanácké muzeum v přírodě a Soubor lidových staveb východní Hané v Rymicích¹¹.

Archeologická muzea

- | | |
|---|---|
| 1. Archeologický skanzen Březno u Loun,
Louny-Březno | 8. Curia Vitkov, Horní Vítkov |
| 2. Archeologický park Liboc, Praha-Liboc | 9. Keltský archeoskanzen Nasavrky |
| 3. Archeopark Chotěbuz | 10. Keltský skanzen Jivjany, Velký
Malahov – Jivjany |
| 4. Archeopark Na Jánu, Netolice | 11. Pravěká osada Křivolík, Česká Třebová |
| 5. Archeopark Prášily | 12. Středověký skanzen Řepora, Praha |
| 6. Archeopark pravěku Všestary | 13. Villa Nova Uhřínov, Rychnov nad
Kněžnou – Uhřínov-Liberk ¹² |
| 7. Archeoskanzen Modrá, Velehrad-Modrá | |

Archeologická muzea jsou instituce prezentující poznatky získané z archeologických výzkumů. Na rozdíl od institucí prezentující objekty lidového stavitelství nebo soubory historických budov, jsou v archeologických muzeích prezentovány repliky pravěkých nebo středověkých sídel. Repliky byly zhotoveny na základě archeologických a vědeckých výzkumů. Tato muzea si kladou za cíl ukázat veřejnosti co možná nejdříve život v dávných dobách. Podobně jako muzea v přírodě i archeologická muzea musí být vhodně umístěna v krajině, aby návštěvník nevnímal pouze prezentovaný objekt, ale i další souvislosti daného místa.

Objekty lidového stavitelství s prvky muzea v přírodě

- | | |
|---|---|
| 1. Areál Fojtství a Obecná škola
Kozlovice | 8. Domek Prokopa Diviše, Žamberk |
| 2. Beranův hostinec v Trávníčku, Bílá-
Trávníček | 9. Dům čp. 92 – Dřevěnka v Úpici |
| 3. Boučkův statek, Malá Skála | 10. Dům lidových tradic, Boršice u
Blatnice |
| 4. Český svět – skanzen v Dolní Řasnici | 11. Dům pod jasanem – tkalcovské
muzeum, Trutnov |
| 5. Dlaskův statek, Dolánky u Turnova | 12. Dům řemesel v Kryštofově Údolí,
Liberec |
| 6. Domeček čp. 115, Březová | |
| 7. Domek Na Sboru, Kunvald | 13. Dům Strmenských, Kudlovice |

¹¹ LANGER, Jiří. *Evropská muzea v přírodě*. Praha: Beset, 2005, str. 7–8

¹² ONDRUŠ, Jindřich. *Muzea v přírodě: jedinečná cesta muzejnictví*. Národní muzeum v přírodě, 2019, str. 220

14. Führichův dům, Chrastava
15. Hamousův statek ve Zbečně
16. Harcubova chata, Harrachov – Nový Svět
17. Hasoňova chalupa čp. 102, Šumice
18. Historické rychtářství – Draženovský špýchar, Draženov
19. Hostinec Na Rychtě, Hanušovice
20. Hrad Seeberg – hospodářské objekty, Poustka-Ostroh
21. Hřebečský grunt, Studená Loučka
22. Chebský hrázďený statek v Milíkově
23. Jihočeské zemědělské muzeum, o. p. s., Týn nad Vltavou – Netěchovice
24. Kamenářský dům, Turnov
25. Kittelův dům, Pěnčín-Krásná
26. Kopečkově zemědělské muzeum, Jaroměřice nad Rokytnou – Příložany
27. Kopicův statek, Kacanovy
28. Kosárna v Karlovicích ve Slezsku
29. Kotulova dřevěnka, Havířov - Podlesí
30. Kozinův statek v Újezdě
31. Lidový domek Háječek, Ostrožská Lhota
32. Lomňanské muzeum, Dolní Lomná
33. Mikšíkův statek, Trstěnice u Litomyšle
34. Mikuláščíkovo fojtství, Jasenná
35. Muzeum Albrechtický
36. Muzeum Bystřice pod Lopeníkem čp. 77
37. Muzeum dřevěného porcelánu, Držková
38. Muzeum dýmek, Proseč
39. Muzeum Františka Křižíka, Plánice
40. Muzeum Lanžhot
41. Muzeum lidové kultury a tradic Vlachovska, Vlachovice
42. Muzeum Moravských bratří, Suchdol nad Odrou
43. Muzeum perleťářství a tradičního bydlení, Senetářov
44. Muzeum selského statku, Volenice
45. Muzeum Slezský venkov, Holasovice
46. Muzeum Starý kvartýr, Lužice
47. Muzeum Špýchar Prostřední Lhota
48. Muzeum Tupeské keramiky, Tupesy
49. Muzeum Velké Karlovice
50. Muzeum venkovského života, Radkov
51. Muzeum venkovského života LIVA Předslavice, Volyně-Předslavice
52. Muzeum Vincenze Priessnitze, Jeseník
53. Muzeum vypálených usedlostí Vařákovy paseky, Lačnov
54. Nadsklepní dům čp. 157, Břestek
55. Národopisná expozice Běliště čp. 57, Železný Brod
56. Památkové domky na Rajčovně čp. 283 a 284, Hluk
57. Památkový domek čp. 679, Kunovice
58. Památník – rodný domek Adalberta Stiftera v Horní Plané
59. Památník Antonína Strnadla, Nový Hrozenkov
60. Památník bratří Strnadlů a Jana Knebla, Trojanovice
61. Památník Františka Palackého v Hodslavicích

62. Památník Jaroslava Haška, Lipnice nad Sázavou
63. Památník Josefa Jungmanna, Hudlice
64. Památník Karla Hynka Máchy v Doksech
65. Podskalská celnice na Výtoni, Praha – Nové Město
66. Rodný domek Aloise Jiráska, Hronov
67. Rodný domek Františka Vladislava Heka, Dobruška
68. Rodný domek Vítězslava Háška, Odolena Voda – Dolínky
69. Rodný dům bratrů Uprkovaných, Kněždub
70. Rodný dům Jana Kubiše, Dolní Vilémovice
71. Rodný dům Johanna Gregora Mendela, Vražné-Hynčice
72. Rodný dům Karla Havlíčka Borovského, Havlíčkova Borová
73. Rodný dům spisovatele Antala Staška, Zlatá Olešnice
74. Rodný dům Václava Hanky, Hořiněves
75. Rodný dům Václava Veverky, Rybitví
76. Rolnická usedlost čp. 19 v Kaňovicích
77. Rolnický dům a hospodářství čp. 57 ve Vlčnově
78. Rolnický dům čp. 216 – Štrbákovec, Strání
79. Sedlcká chalupa s expozicí Nivnická izba, Nivnice
80. Selské muzeum Michalův statek v Pohledí
81. Selský dvůr U Matoušů v Plzni - Bolevci
82. Skalní obydlí Lhotka, Lhotka u Mělníka
83. Skanzen Doubrava
84. Skanzen Jižní Valašsko, Valašské Klobouky
85. Skanzen lidových tradic a řemesel, Bolatice
86. Skanzen Zichpil, Humpolec
87. Slovácká jizba čp. 739, Vlčnov
88. Staré Bělídlo, Česká Skalice – Ratibořice
89. Statek Ve Vlčí čp. 40, Vyškovec
90. Sucholožská chalupa, Suchá Loz
91. Šerkova usedlost čp. 72, Šumice
92. Šolcův statek Sobotka
93. Šrámkův statek, Hradec Králové – Piletice
94. Tkalcovské muzeum v Rejvízu, Zlaté Hory – Rejvív
95. Trchalíkova usedlost čp. 210, Šumice
96. Usedlost čp. 65, Vlčnov
97. Venkovský skanzen, Bělá pod Pradědem – Domašov
98. Vesnické muzeum Pertoltice, Dolní Pertoltice
99. Vesnické muzeum ve Střelicích
100. Vísecká rychta, Kravaře
101. Volarské muzeum, Volary
102. Zemědělské muzeum – Pachtův špejchar ve Stanovicích, Nová Cerekev – Stanovice

103. Žijící skanzen v Jindřichovicích pod Smrkem¹³

Podle Národního památkového ústavu pod objekty lidového stavitelství/architektury spadají i hamry, mlýny, kovárny, hospody, sušárny ovoce, ale i drobná architektura jako kaple, zvonice, boží muka nebo studánky. Ne všechny zmíněné objekty nesou znaky muzeí v přírodě, ale je dobré si uvědomit, s jakou lidovou architekturou se můžeme setkat. Návštěvník muzeí v přírodě si to mnohdy nemusí uvědomovat. Výše zmíněné objekty představují typické usedlosti daného regionu. Odlišnosti staveb jsou dány nejen estetickým ztvárněním a funkcí zemědělství, ale i závislostmi na klimatu, způsobu obživy, sociálním postavením nebo sepětím lidí s přírodou.¹⁴

Technické památky

- | | |
|--|---|
| 1. Červekův větrný mlýn, Skalička | 13. Mlýn Hoslovice, Čestice-Hoslovice |
| 2. Flájský plavební kanál, Litvínov – Český Jitřín | 14. Muzeum a galerie Bartošovický mlýn, Bartošovice |
| 3. Huť Jakub Tasice, Bělá-Tasice | 15. Muzeum Dašovský mlýn, Předín-Štěměchy |
| 4. Chadimův mlýn, Horní Dubenky | 16. Muzeum koněspřežky, České Budějovice |
| 5. Janatův mlýn, Buřany | 17. Muzeum kovárství – Buškův hamr, Trhové Sviny |
| 6. Jarošův mlýn – muzeum řemesla mlynářského, Veverská Bítýška | 18. Muzeum Mlejn, Ostrava |
| 7. Kolínská řepařská drážka, Kolín | 19. Muzeum mlynářského řemesla Vodňany |
| 8. Kovárna v Těšanech | 20. Muzeum Na Mlýně, Dolní Němčí |
| 9. Loutkové muzeum – kovárna Záluží, Vlastiboř-Záluží | 21. Muzeum těžby borové smoly, Plasy |
| 10. Mačkárna skla Korálek, Jablonec nad Nisou – Kokonín | 22. Porčův mlýn Býkovice, Lysice-Býkovice |
| 11. Maršálkův větrný mlýn, Partutovice | 23. Průžkův mlýn, Strážnice |
| 12. Mladějovská průmyslová dráha, Mladějov na Moravě | |

¹³ ONDRUŠ, Jindřich. *Muzea v přírodě: jedinečná cesta muzejnictví*. Národní muzeum v přírodě, 2019, str. 220 - 222

¹⁴ *Lidová architektura* [online]. [cit. 2020-03-05]. Dostupné z: [https://www.npu.cz/cs/npu-a-](https://www.npu.cz/cs/npu-a-pamatkova-pece/npu-jako-instituce/cinnosti/cinnosti-podle-specializace/lidova-architektura)

[pamatkova-pece/npu-jako-instituce/cinnosti/cinnosti-podle-specializace/lidova-architektura](https://www.npu.cz/cs/npu-jako-instituce/cinnosti/cinnosti-podle-specializace/lidova-architektura)

- | | |
|--|--|
| 24. Raabův větrný mlýn, Hlavnice | 36. Větrný mlýn v Bravinném, Bílovec |
| 25. Rajnochovská lesní železnice,
Rajnochovice | 37. Větrný mlýn v Kuželově, Hrubá Vrbka
– Kuželov |
| 26. Replika sklářské pece, Havlíčkův Brod | 38. Větrný mlýn Velké Těšany |
| 27. Skanzen výroby dřevěného uhlí ve
Lhotě, Kamenné Žehrovice – Lhota | 39. Vodní hamr Dobřív, Dobřív u Rokycan |
| 28. Šlakhamr v Hamrech nad Sázavou | 40. Vodní mlýn v Hukvaldech, Hukvaldy –
Dolní Sklenov |
| 29. Válcový Pipalův mlýn, Šumice | 41. Vodní mlýn ve Slupi |
| 30. Větrný mlýn Jalubí | 42. Vodní mlýn Wesselsky, Odry - Loučky |
| 31. Větrný mlýn Kořenec | 43. Vošárna – zámecká prádelna a sušárna,
Raduň |
| 32. Větrný mlýn na Cholticích, Litultovice | 44. Zemanova kovárna, Holešov |
| 33. Větrný mlýn Přemyslovice | 45. Železniční muzeum Bezručice ¹⁵ |
| 34. Větrný mlýn Rudice, Rudice | |
| 35. Větrný mlýn Světlík, Žofín – Horní
Podluží | |

Technická muzea se začala vyvíjet po roce 1989. Tvoří technické a průmyslové dědictví naší společnosti a mají velký význam pro pochopení vývoje civilizace. Často jde o památky zvláštního druhu, které tvoří dochované pozůstatky výrobních objektů a technologických zařízeních vyžadující speciální přístupy při jejich obnově¹⁶.

Hornická muzea

- | | |
|--|--|
| 1. České muzeum stříbra, Kutná Hora | 8. Hornické muzeum Rudolfov –
Perkmistrovský dům |
| 2. Důl Michal v Ostravě | 9. Hornické muzeum v Příbrami |
| 3. Grafitový důl Český Krumlov | 10. Hornický skanzen Mayrau, Vinařice u
Kladna |
| 4. Historický důl Kovárna v Obřím dole,
Pec pod Sněžkou | 11. Hornický skanzen ve Stříbře |
| 5. Hornické muzeum Harrachov,
Harrachov v Krkonoších | 12. Chrutenická šachta, Loděnice u
Berouna – Chrutenice |
| 6. Hornické muzeum Krásno | 13. Landek Park, Ostrava-Petřkovice |
| 7. Hornické muzeum Planá | |

¹⁵ ONDRUŠ, Jindřich. *Muzea v přírodě: jedinečná cesta muzejnictví*. Národní muzeum v přírodě, 2019, str. 222 – 223

¹⁶ *Technické památky* [online]. [cit. 2020-03-05]. Dostupné z: <https://www.npu.cz/technicke-pamatky>

- | | |
|--|---|
| 14. Muzeum břidlice, Budišov nad Budišovkou | 19. Štola Mikulov, Horní Jiřetín – Dolní Jiřetín |
| 15. Památník Vojna Lešetice, Milín - Lešetice | 20. Štola Starý Martin, Krupka |
| 16. Podkrušnohorské technické muzeum – důl Julius III., Litvínov | 21. Štola sv. Jana Evangelisty, Jiřetín pod Jedlovou |
| 17. Raabova břidlicová štola, Staré Těchanovice | 22. Štoly sv. Josefa, sv. A. Paduánského a Halíře, Jílové u Prahy |
| 18. Skanzen Solvayovy lomy, Beroun – Svatý Jan pod Skalou | 23. Terénní expozice důlních strojů, Malé Svatoňovice |
| | 24. Zlatokopecký skanzen, Zlaté Hory – Ondřejovice ¹⁷ |

Hornická muzea nabízí jedinečné zážitky doplněné o autentické exponáty. Návštěvníci mají možnost podobně jako na hradech a zámcích procházet s průvodcem místy (šachty, štoly, doly a zázemím pro horníky), kde se ještě donedávna těžilo nejen uhlí, ale i drahé kovy. Hornická muzea mají tu výhodu, že návštěvník přímo očekává, že si bude moci osahat a vyzkoušet práci s technikou, se kterou se pracovalo v dolech a že se takřikajíc „ušpiní“.¹⁸

1.3 Aktivity a činnosti muzeí v přírodě pro veřejnost

Současná muzea pokračují v cílech, které byly vytyčeny v 19. století, a to v potřebě vzdělávat a povznášet lid pomocí muzea. Aktivity a činnosti pro veřejnost, které muzea nabízí řadíme pod pojem muzejní edukace (viz dále)¹⁹. Muzea v přírodě mají tu výhodu, že mohou ukazovat aktivity a činnosti v praxi pomocí řady akcí a workshopů v místech, kde byly tyto činnosti dříve uskutečňovány. Tyto aktivity můžeme připodobnit k divadlu, kde kulisy jsou tvořeny areálem muzea v přírodě a divák, v našem případě návštěvník, je přímo aktivně zapojen do hry (aktivity). Téma těchto aktivit se mohou lišit podle zaměření muzea. Můžeme najít akce zaměřené na tradiční zemědělství, rukodělnou výrobu, představení běžného života nebo zvyky a slavnosti podle roční doby (Vánoce, masopust, Velikonoce, žně, zabíjačka, adventní zvyky atd.).

¹⁷ ONDRUŠ, Jindřich. *Muzea v přírodě: jedinečná cesta muzejnictví*. Národní muzeum v přírodě, 2019, str. 223

¹⁸ *Tři hornická a technická muzea, kde na vlastní kůži zažijete fárání i permoníky* [online]. [cit. 2020-

03-06]. Dostupné z: <https://www.kudyznudy.cz/aktuality/tri-hornicka-a-technicka-muzea-kde-na-vlastni-kuz>

¹⁹ ŠOBÁŇOVÁ, Petra. *Edukační potenciál muzea*. Olomouc, 2012, str. 95

Muzejní edukace

Muzejní edukace je záměrné, facilitované a intencionální výchovné působení muzea na veřejnost²⁰. Výchovné působení muzea má na návštěvníka i edukační efekt ve formě nových poznatků, informací, zkušeností atd. Můžeme tedy konstatovat, že muzeum je edukační instituce.

Obsah muzejní edukace bývá odvozen od zaměření muzea. Vzniká didaktickým zpracováním různých oblastí vědy, techniky, umění, hodnot a všeobecných aktivit člověka. Při jeho zpracování je důležité pracovat s cíli, na které je obsah zaměřen, a se subjektem edukace, tedy návštěvníkem. Musíme vzít v potaz jeho věk, vzdělání, sociokulturní původ nebo zájem o danou problematiku²¹.

S ohledem na cíl subjektu muzejní edukace a možnosti konkrétního muzea se vybírá *organizační forma muzejní edukace*. Program muzejní edukace většinou probíhá přímo v muzeu u sbírkového předmětu nebo ve venkovním areálu muzea. K muzejní edukaci mohou být vyčleněny „speciální“ místnosti jako přednáškový sál, laboratoř, dětská herna nebo dílna. V případě, že se pracuje s pracovním listem, mohou si ho návštěvníci dodělat doma²².

Edukační formy spolupráce mezi muzejním edukátorem a návštěvníkem mohou být individuální nebo hromadné. Při individuální práci každý sám bez cíleného zásahu edukátora. Ovšem častější formou je hromadná edukace např. ve formě přednášky nebo komentované prohlídky doplněny praktickými ukázkami²³.

P. Šobáňová vymezuje tyto *formy muzejní edukace*:

- prohlídka expozice s průvodcem – jedná se o klasickou hromadnou prohlídku s výkladem, průvodce vykládá naučený výklad, který není uzpůsoben žádnému okruhu návštěvníků, tato forma muzejní edukace je typická pro památky;
- komentovaná prohlídka – jde o výklad určitých informací o exponátech doplněný o zajímavé komentáře muzejního pedagoga, kurátora, autora díla, autora výstavy atd, komentované prohlídky lze přizpůsobit návštěvníkům a setkáváme se s nimi v tradičních muzeích;
- komentovaná prohlídka doplněna aktivitou – komentovaná prohlídka je doplněna aktivitou, která aktivizuje návštěvníky;

²⁰ ŠOBÁŇOVÁ, Petra. *Edukační potenciál muzea*. Olomouc, 2012, str. 219

²¹ ŠOBÁŇOVÁ, Petra. *Edukační potenciál muzea*. Olomouc, 2012, str. 222

²² ŠOBÁŇOVÁ, Petra. *Muzejní edukace*. Olomouc, 2012, str. 74

²³ ŠOBÁŇOVÁ, Petra. *Muzejní edukace*. Olomouc, 2012, str.77

- prohlídka expozice s učební pomůckou – při této formě muzejní edukace nefiguruje muzejní pedagog nebo edukátor, návštěvník sám prochází expozici nebo výstavu s multimedialním, tištěným nebo audio průvodcem nebo s pracovním listem, výhodou této formy je, že může probíhat kdykoliv během otevírací doby, aby tato forma splnila edukační očekávání je nutné důkladně připravit materiál pro návštěvníka a musíme rozlišit materiál pro dospělého a pro dětského návštěvníka;
- přednáška – přednáška je hromadnou akcí a frontálním postavením přednášejícího, je určena zejména pro návštěvníky, kteří o problematice již něco vědí;
- beseda – beseda je frontální forma edukace s umělcem, kurátorem, sběratelem atd., jde o výklad, který je doplněn diskuzí nebo rozhovorem, při besedě jsou určujícím prvkem dotazy návštěvníků a dobrá organizace prostoru, aby na sebe návštěvník i host dobře viděli;
- kurzy, workshopy – výhodou kurzů a workshopů je delší časový úsek, ve kterém je edukace uskutečňována, možnost provázanosti edukace do delších celků a kontinuální práce se stejnými návštěvníky, je zde velká individualizace výuky a rozvíjí se tvořivost a samostatnost;
- animace – animace primárně usiluje o „oživení“ exponátu díky čemuž dochází k oživení edukace a účastníků, i animace má jistou formu výkladu, ale od ostatních forem muzejní edukace ji odlišuje aktivizující činnost prováděná návštěvníky (např. dramatická etuda, výtvarná realizace díla), která navazuje na exponát, animace je specifická forma edukace, která ukazuje osobní vztah návštěvníka k exponátům;
- zvláštní edukační programy – mezi tyto formy edukace můžeme zahrnout různé mimořádné akce, jako muzejní noc, dny otevřených dveří nebo doprovodné akce k muzejním expozicím, i u těchto akcí je potřeba mít na zřeteli jaký mají mít cíl a pro koho budou primárně určeny²⁴.

²⁴ ŠOBÁŇOVÁ, Petra. *Muzejní edukace*. Olomouc, 2012, str. 77 - 81

2 Způsoby prezentace aktivit muzea

Je třeba si uvědomit, že v dnešní době, kdy téměř každý z nás má přístup k internetu je důležité, jakým způsobem se muzea prezentují veřejnosti. Muzea by měla znát své místo na trhu, celkový potenciál okolí a najít svoji jedinečnost. Dobrá prezentace obnáší dobrou komunikaci s návštěvníky, marketing a public relations.

Termín *komunikace* má mnoho významů, např. silnice nebo železnice. Pro potřeby muzea termín komunikace definujeme jako sdělování myšlenek, informací, názorů a pocitů mezi lidmi. Součástí této komunikace je i zpětná vazba. Jan Dolák definuje muzejní komunikaci jako: „...sdělení muzea směrem ven (k návštěvníkovi), muzejní prezentace je pak ta část komunikace, která se nějak zabývá muzejní sbírkou a prostředím, ze kterého byly sbírkové předměty a další dokumenty vyňaty.“ Aby muzeum mohlo dobře komunikovat s „okolím“, je důležitá vnitřní komunikace mezi zaměstnanci²⁵.

Marketing zahrnuje činnosti, kterými se podniky snaží o zvýšení prodeje. Zahrnuje studium trhu, identifikaci potřeb a přání zákazníka. Výsledky jsou přenášeny do produktů a činností, které pozitivně ovlivňují obchodní činnost a spotřebu (např. reklamou)²⁶.

Public relations (dále jen PR) bychom mohli přeložit jako „vztahy s veřejností“. Jedná se o techniky s jejichž pomocí udržuje společnost (firma, muzeum, ale i jednotlivec) dobré vztahy s ostatními a snaží se ovlivňovat jejich postoje. PR dlouhodobě a cílevědomě zajišťuje poskytování informací veřejnosti a získává jejich zpětnou vazbu. Nelze jej vnímat jako část marketingu, jde o obousměrnou komunikaci, jejichž prostřednictvím dochází k ovlivňování názorů cílové skupiny (či skupin)²⁷.

Dobrou prezentaci muzea směrem k veřejnosti by měl jistě zvládat ředitel instituce, který má zodpovědnost za to, jakým způsobem je instituce vnímána.

2.1 Muzejní marketingový mix

Marketingový mix (dále jen MM) můžeme definovat jako soubor akcí určených pro celý podnik (v našem případě muzeum) jenž svým souhrnným působením na všech úsecích podnikové činnosti mají zajistit splnění cílů podniku²⁸.

²⁵ DOLÁK, Jan. *Základy muzejní pedagogiky: studijní texty*. Brno, 2014, str. 78

²⁶ *Všeobecná encyklopedie o osmi svazcích*. Praha: Diderot, 1999, str. 80

²⁷ DOLÁK, Jan. *Základy muzejní pedagogiky: studijní texty*. Brno, 2014, str. 78

²⁸ *Všeobecná encyklopedie o osmi svazcích*. Praha: Diderot, 1999, str. 80

MM se skládá ze čtyř parametrů:

- *produkt* (product);
- *cena* (price);
- *místo* (place);
- *propagace* (promotion);

k těmto čtyřem P (podle anglického překladu), řadí Jan Dolák ještě parametr *lidé*²⁹.

2.1.1 Produkt

Prodej produktu je a vždy bude na prvním místě. V muzeu je potřeba si položit otázku co je nabízeným produktem?

Podle zákona o ochraně sbírek muzejní povahy může muzeum v rámci tzv. veřejných služeb nabízet prakticky cokoli (od obyčejných expozic, koncertů, jarmarků, ukázek řemesel až po procházky v okolí muzea). Podstatou muzea je ukázání sbírkových předmětů v co nejreálnějším prostředí. Toho docílíme muzejními expozicemi a výstavami, edukačními programy nebo předváděním původních funkcí daného předmětu³⁰.

Jan Dolák za velký problém považuje nespolečenskou spolupráci mezi kurátory sbírek a vedením muzea s marketingovým pracovištěm, které by mělo znát „názory veřejnosti“³¹. Dochází k tomu, že lidé plánující výstavu často nevědí, o co by měla veřejnost zájem a marketéři tak musí propagovat produkt (výstavu) na jejíž tvorbě se nepodíleli. Je třeba se ptát, co by lidé chtěli v muzeu vidět³⁰. Zároveň by marketéři neměli zapomínat na vzdělávací funkci muzea a propagaci expozic, které nejsou návštěvnicky natolik atraktivní, že o jejich návštěvě prvoplánově neuvažují.

Největší zájem je o stálé expozice, kterým by měl odpovídat charakter muzea a které vychází ze sbírkotvorného fondu. Krátkodobé výstavy reagují na trendy ve společnosti, avšak nemají takovou návštěvnost jako dlouhodobé expozice. Důležité je kombinovat návštěvnicky úspěšnou expozici s výstavou tak, aby návštěvník navštívil obě. Muzeum by však nemělo spadnout do úrovně výstav v obchodních centrech, které vznikly jen za účelem největší návštěvnosti³⁰.

²⁹ DOLÁK, Jan. *Základy muzejní pedagogiky: studijní texty*. Brno, 2014, str. 79

³⁰ DOLÁK, Jan. *Základy muzejní pedagogiky: studijní texty*. Brno, 2014, str. 79

³¹ DOLÁK, Jan. *Základy muzejní pedagogiky: studijní texty*. Brno, 2014, str. 79

2.1.2 Cena

Cena vstupného patří mezi základy marketingového mixu. Pro neziskový sektor muzeí není stěžejní, aby ze vstupného instituce pokryla náklady a provoz, protože to by znamenalo, že výstavní sály budou kvůli vysokému vstupnému prázdné. Při tvorbě cen vstupného je potřeba zvážit, jaké hodnoty návštěvníkovi nabízíme a kolik je ochotný návštěvník za tyto hodnoty zaplatit. Po těchto úvahách se volí „maximum možného“. Můžeme se však setkat i s případy, kdy se vstup neplatí vůbec (Muzeum moderního umění Olomouc mělo bezplatný vstup každou neděli, Letecké muzeum Kbely má vstup zcela zdarma) nebo je pouze dobrovolný (v podobě kasičky u vchodu nebo doporučeného dobrovolného vstupného)³².

Volný vstup vychází ze základní podstaty muzeí – zpřístupnit kulturní dědictví veřejnosti. Zcela volný vstup nebo jen ve vybrané dny podporuje návštěvu muzeí u lidí, kteří by si jinak nemohli dovolit vstup zaplatit (sociálně slabší, důchodci, studenti) avšak snižuje komfort v expozici (příliš mnoho návštěvníků)³².

Vstupné na základě ceníku dělíme na základní a snížené pro vybrané skupiny (děti, studenti, senioři, zástupci tisku, atd). Někde se můžeme setkat se sezónními vstupnými službami k regulaci návštěvnosti.

Výše vstupného ovlivňuje návštěvnost, což můžeme vyzorovat na dnech, kdy se vstup do muzea neplatí³³. Muzea by neměla soupeřit o co nejlevnější vstup, protože výrazně malé ceny jsou dehonestující pro celý obor³².

2.1.3 Místo

Velmi výrazný parametr MM je umístění muzea. Atraktivní muzejní budovy bývají exponátem samy o sobě a v případě dobrého umístění ve městě nemusí tolik investovat do reklamy (krásným příkladem je budova Národního muzea v Praze na Václavském náměstí). Problém historických budov může být paradoxně jejich ochrana při stavebních úpravách interiérů (budování moderních expozic) i exteriérů (zázemí pro návštěvníky i zaměstnance)³⁴.

³² DOLÁK, Jan. *Základy muzejní pedagogiky: studijní texty*. Brno, 2014, str. 80

³³ JOHNOVÁ, Radka. *Marketing kulturního dědictví a umění: [art marketing v praxi]*. Praha: Grada, 2008

³⁴ DOLÁK, Jan. *Základy muzejní pedagogiky: studijní texty*. Brno, 2014, str. 81

2.1.4 Propagace

Propagaci můžeme vnímat jako snahu o celkové pozitivní vnímání instituce, společnosti, výrobku, služby, projektů nebo myšlenky za účelem vylepšení prodeje nebo spotřeby, získání většího počtu zákazníků nebo zvýšení povědomí u zákazníků. Mezi prostředky propagace nepatří jen reklama, ale i podpora prodeje, public relations, osobní prodej a direct marketing. Dohromady řadíme tyto prostředky do komunikačního mixu. Každý prvek komunikačního mixu využívá jiné strategie, jak dosáhnout stanovených propagačních mixů³⁵.

Propagaci můžeme rozdělit do dvou kategorií:

- *nepřímá* – zaměřená plošně na cílovou skupinu zákazníků (propagační akce, letáky, prospekty, webové stránky);
- *přímá* – směřuje přímo na konkrétního zákazníka a navazuje na nepřímou propagaci (zařazení do newsletteru na žádost zákazníka, telefonické oslovení konkrétního atd)³⁶.

Muzea používají jako formy propagace:

- poskytování volných vstupenek;
- věrnostní program;
- množstevní slevy;
- speciální akce – soutěže o ceny, společenské a kulturní akce³⁷.

2.1.4.1 Reklama

Reklama je součástí komunikačního mixu a buduje image společnosti. Muzea a galerie používají jednu nebo i kombinaci více těchto forem reklamy:

- reklama na instituci;
- reklama na produkt (např. sbírky, konkrétní výstava, významný exponát...);
- reklama na událost (např. jednorázová akce, vernisáž...);
- reklama zaměřená na zákazníky (např. množstevní slevy, prodej předplacenek...).

³⁵ *Propagace – poznejte výhody a nevýhody prvků komunikačního mixu* [online]. [cit. 2020-03-08]. Dostupné z: <https://www.ipodnikatel.cz/Propagace/propagace-poznejte-vyhody-a-nevyhody-prvku-komunikacniho-mixu.html>

³⁶ *Propagace (promotion)* [online]. [cit. 2020-03-08]. Dostupné z: <https://managementmania.com/cs/propagace>

³⁷ DOLÁK, Jan. *Základy muzejní pedagogiky: studijní texty*. Brno, 2014, str. 81

Mezi výhody reklamy patří rychlá komunikace se zákazníkem (návštěvníkem). Zadavatel reklamy nad ní má absolutní kontrolu, volí přesnou formulaci obsahu a sdělovanou zprávu i komunikační médium (zobrazení reklamy). Zadavatel reklamy může zacílit přesně na typ zákazníka, kterého chce oslovit v určité době na určitém místě³⁸.

Velkou nevýhodou reklamy je její vysoká cena (koupě vysílacího času, pronájem reklamního prostoru, cena za výlep...), která je pro rozpočty muzeí a galerií značný problém. V dnešní době jsou lidé reklamou přesyceni a přestávají ji vnímat. U tištěných reklam se těžko měří jejich efektivita³⁸.

Účinná reklama je založena na:

- poslání – zvýšení návštěvnosti, zlepšení image;
- zpráva/sdělení – reklama informuje, přesvědčuje, připomíná, utvrzuje;
- peníze – rozpočet reklamy;
- média – umístění a načasování;
- měřítko – měření úspěšnosti, vyhodnocení cílů³⁹.

Druhy reklamy

S reklamou se můžeme setkat v mnoha podobách. Podle průzkumu agentury STEM/MARK lidé považují za přijatelnější reklamu tištěnou např. v novinách, billboardech nebo ve formě plakátů, před reklamou elektronickou jako jsou reklamy v televizi, vyskakovací pop-up okna na webových stránkách nebo reklamní spoty před videi⁴⁰.

Různé podoby reklamy:

- online reklama;
- televizní reklama;
- tištěná reklama (inzeráty, letáky, plakáty);
- světelná reklama;

³⁸ *Propagace – poznejte výhody a nevýhody prvků komunikačního mixu* [online]. [cit. 2020-03-08]. Dostupné z: <https://www.ipodnikatel.cz/Propagace/propagace-poznejte-vyhody-a-nevyhody-prvku-komunikacniho-mixu.html>

³⁹ JOHNOVÁ, Radka. *Marketing kulturního dědictví a umění: [art marketing v praxi]*. Praha: Grada, 2008

⁴⁰ *Formy reklamy* [online]. [cit. 2020-03-10]. Dostupné z: www.stemmark.cz/formy-reklamy/

- rozhlasové spoty;
- mobilní reklama (reklama na autech, dopravních prostředcích);
- venkovní reklama (plakáty, billboardy, megaboardy, štíty domů, ploty);
- alternativní média (chodící reklama, City Light vitríny, reklamy vlečené letadlem, balóny, městský mobiliář – lavičky, zastávky MHD, hodiny, digitální teploměry);
- propagační předměty (trička, propisky, zapalovače s logem propagované firmy atd.)⁴¹.

Merchandising

Jedná se o důležitý doplněk v propagaci muzea. Předměty s motivy muzea jsou skvělý propagační nástroj a zároveň v dlouhodobém hledisku generují alespoň nějaký zisk. Pro optimální fungování merchandisingu v muzeu je důležité zvolit vhodný sortiment výrobků, které budou důstojně reprezentovat instituci. V případě, že muzeum neprovozuje obchod s těmito předměty je vhodné poskytnout práva na použití loga k prodeji propagačních výrobků⁴².

Složení sortimentu:

- odborné publikace vydané muzeem (katalogy, knihy o objektu či o problematice týkající se muzea);
- propagační předměty sbírkového potenciálu s logem muzea, předměty týkající se jednotlivých výstav, ideálně pohledy, plakáty, záložky, diáře, kalendáře, tužky, propisky, sběratelské kartičky, turistické známky a vizitky, trička, čepice, láhve na vodu atd⁴³.

Složení sortimentu by mělo mít optimální nastavení cen, aby si každý návštěvník mohl odnést památku. Při tvorbě cen by se mělo pamatovat na školní zájezdy a děti, které dovezou rodičům pohled i na majetnější návštěvníky, pro které není problém zakoupit zlaté pamětní mince⁴⁴.

⁴¹ *Propagace (promotion)* [online]. [cit. 2020-03-10]. Dostupné z: <https://managementmania.com/cs/propagace>

⁴² DOLÁK, Jan. *Základy muzejní pedagogiky: studijní texty*. Brno, 2014, str. 82

⁴³ DOLÁK, Jan. *Základy muzejní pedagogiky: studijní texty*. Brno, 2014, str. 82

⁴⁴ DOLÁK, Jan. *Základy muzejní pedagogiky: studijní texty*. Brno, 2014, str. 82



Obr. 1: Propagační předměty na zámku Valtice. Zdroj: www.zamek-valtice.cz/cs/Zamecky-obchod-a-vinoteka/Zamecky-obchod

Firemní design a vizuální styl muzea

Firemní design a vizuální styl muzea slouží k celkovému vnímání instituce veřejností. V názvu muzea by se mělo dbát na originalitu a vztah k charakteru produktu (což je důležité pro návštěvníka, aby neměl odlišné očekávání od reality). Mezi další prvky firemního vizuálního stylu můžeme zahrnout logo, barvy, písmo, firemního maskota, slogan nebo znělku.

Jednotný vizuální styl by se měl promítnout do vzhledu webových stránek, do veškerých tiskovin (letáčky, brožurky i katalogy), do poutačů, směrovek a cedulek v muzeu, vstupenek i propagačních tiskovin. Návštěvník by měl poznat o jaké muzeum se jedná, avšak nesmí nabýt dojmu, že materiál již někdy viděl. Vizuální jednotný styl nesmí být jednotvárný a monotónní⁴⁵.

Image

Jedná se to, jakým způsobem společnost působí na okolí a jak ji vidí zákazníci, konkurence nebo zaměstnanci. S image společnosti je spojován i produkt, který společnost

⁴⁵ DOLÁK, Jan. *Základy muzejní pedagogiky: studijní texty*. Brno, 2014, str. 83

nabízi⁴⁶. V případě, že je produkt špatný, postihne to vnímání celé společnosti (např. kauza explodujících telefonů Samsung Galaxy Note 7)⁴⁷.

Image je do značné míry ovlivnitelná marketingovou komunikací se zákazníky, která je důležitá pro překonání krizí. Do muzeí s dobrou image se návštěvníci po krizi vrátí spíše než do muzeí se špatnou pověstí.

Otevírací doba

Jan Dolák do *Propagace* řadí i otevírací dobu⁴⁸. Ta by měla být kompromisem mezi zájmy návštěvníků a šetřením nákladů muzea na provoz. Rozhodnutí o délce otevírací doby je na každém muzeu, velmi záleží na tom, kdo jsou muzejní návštěvníci (jsou to školní třídy, turisté, pracující lidé nebo senioři). Pro správně nastavenou otevírací dobu je potřeba počítat i se zákoníkem práce, povinnými přestávkami po určité odpracované době nebo se dny volna.

Vžitou zvyklostí je pondělí jako zavírací den, i když můžeme nalézt výjimky, které naopak těží ze zavření muzejních institucí v okolí a mají otevřeno⁴⁹.

Direct marketing

Pojmem direct neboli přímý marketing označuje druhy přímého oslovení zákazníka s cílem udělat co nejkonkrétnější nabídku, která bude odpovídat jeho potřebám. Toto přímé oslovení však nemůže fungovat bez důkladné databáze zákazníků, jejich kontaktních údajů nebo oblíbených typů služeb. Direct marketing má mnoho podob:

- zaslání dopisu;
- e-mail marketing;
- telemarketing – oslovení konkrétních lidí přes telefon;
- osobní setkání;

⁴⁶ *Image firmy (corporate Image)* [online]. [cit. 2020-03-15]. Dostupné z: <https://managementmania.com/cs/image-firmy-corporate-image>

⁴⁷ *Samsung Galaxy Note 7 Velkolepý návrat* [online]. [cit. 2020-03-15]. Dostupné z: <https://mobilenet.cz/clanky/recenze-samsung-galaxy-note-7-velkolepy-navrat-31148>

⁴⁸ DOLÁK, Jan. *Základy muzejní pedagogiky: studijní texty*. Brno, 2014, str. 83

⁴⁹ DOLÁK, Jan. *Základy muzejní pedagogiky: studijní texty*. Brno, 2014, str. 83

- cílení na webu⁵⁰.

Výhodou tohoto oslovení zákazníků je snížení nákladů za zprostředkovatele reklamy, na druhou stranu se zvyšují náklady na zaměstnance, který bude přímo komunikovat se zákazníkem.

Mezi nejvíce používané formy direct marketingu patří e-mail marketing. Jeho distribuce je zdarma a lze ho rozesílat v jakémkoliv nákladu. Rozeslat mezi návštěvníky se dají jakékoliv informace o provozu muzea, chystaných výstavách, nových exponátech, nabídce aktivit a jiné. Podoba e-mailu by měla být promyšlená, intuitivní s obrázky a vést na web, kde budou pro návštěvníka dodatečné informace k dispozici. Důležité je, aby muzeum disponovalo databází e-mailových adres rozčleněnou do kategorií podle zájmů nebo věku. Seznam adres by se měl stále rozšiřovat pomocí registrací, soutěží, vyplnění adresy pro newslettery atd⁵¹.

Při sbírání kontaktních údajů je potřeba počítat s nařízením o ochraně osobních údajů, známé jako GDPR (General Data Protection Regulation) a řídit se tímto nařízením⁵².

2.1.5 Lidé

Poslední položka marketingového mixu muzea podle Jana Doláka jsou lidé. Zaměstnanci muzeí jsou klíčoví pro správný chod muzea. Je však důležité, aby pracovali na správné pozici. Ředitelé by měli znát své zaměstnance a podle jejich vlastností, schopností, zkušeností a aprobace jim delegovat práci. Zaměstnanci by měli být ztotožněni se základní myšlenkou a vizí muzea⁵³.

Zaměstnávání odborníků (historik, etnograf, restaurátor atd) může vést ke zviditelnění instituce mezi odbornou veřejností a získání větší prestiže. Slabinou českých muzeí jsou mnohdy zaměstnanci v první linii, prodavači/ky vstupenek, kustodi/ky, lektori/ky, průvodci/kyně, se kterými přijdou do styku návštěvníci. Špatné působení těchto zaměstnanců na návštěvníky, v nich může zanechat negativní pohled na celou instituci. Ze strany vedení muzea nesmí být tato situace nijak podceněna⁵⁴.

⁵⁰ *Přímý marketing (Direct Marketing)* [online]. [cit. 2020-03-15]. Dostupné z: <https://managementmania.com/cs/primy-marketing-direct-marketing>

⁵¹ DOLÁK, Jan. *Základy muzejní pedagogiky: studijní texty*. Brno, 2014, str. 84

⁵² *GDPR* [online]. [cit. 2020-03-15]. Dostupné z: <https://it-slovník.cz/pojem/gdpr>

⁵³ DOLÁK, Jan. *Základy muzejní pedagogiky: studijní texty*. Brno, 2014, str. 84 a 85

⁵⁴ DOLÁK, Jan. *Základy muzejní pedagogiky: studijní texty*. Brno, 2014, str. 86

2.2 Online marketing

S rozvojem a rozšířením služeb internetu se na něj přenesla i část marketingových aktivit mnoha společností. Od roku 1994 můžeme pozorovat první snahy využít internet pro reklamní účely v podobě prezentace katalogů, brožur a letáků na webových stránkách. Kvůli omezenému přístupu a technickým nedostatkům internetu neměl internetový marketing takový vliv jako má dnes. S vývojem a zdokonalováním služeb a zobrazení stránek na internetu se změnila i online reklama až do dnešní podoby, kdy reklamy mohou ovlivňovat názory lidí, a dokonce i měnit výsledky voleb⁵⁵.

Jak již bylo řečeno, marketing není pouze reklama, jedná se o proces zjišťování potřeb zákazníka za účelem poskytnutí těchto služeb. Internetový marketing využívá internet ke zjištění potřeb zákazníků a k získávání zákazníků. Pro mnoho firem hraje významnou roli v prezentaci svých služeb. Oproti klasickému marketingu má řadu výhod:

- lepší monitorování a měření;
- neustálá dostupnost – marketing se provádí nepřetržitě;
- komplexnost – oslovení zákazníků mnoha způsoby;
- individuální přístup – správa zákazníků přes klíčová slova;
- dynamický obsah – obsah lze měnit podle situace⁵⁶.

2.2.1 Nástroje online marketingu

Pro správu a dobré vyhodnocování internetového marketingu a reklamy dnes existuje řada nástrojů.

SEO – zkratka z anglického „Search Engine Optimization“ znamená optimalizace pro vyhledávače. Jde o specifické rady a doporučení k vytváření webů, aby je vyhledávače mohly lépe vyhledávat a ukazovat při vyhledávání zákazníkem. Důležitá je správná tvorba a popis

⁵⁵ JANOUCH, Viktor. *Internetový marketing: prosad'te se na webu a sociálních sítích*. Brno: Computer Press, 2010, str. 15 - 17

⁵⁶ JANOUCH, Viktor. *Internetový marketing: prosad'te se na webu a sociálních sítích*. Brno: Computer Press, 2010, str. 15 - 17

domény, klíčová slova, popisy atd⁵⁷. Užitečnými SEO nástroji jsou např. Google Trends, KeywordTool.io, infografickou podobu hledaných slov zobrazí Seznam – svět hledání⁵⁸.

PPC – zkratka z anglického „Pay per Click“, v překladu platba za proklik. Principem této reklamy je platba za každý proklik z vyhledávače na stránku. Jde o vysoce přesné cílení reklamy, protože se platí pouze za uživatele, kteří skutečně odkaz navštíví (otevřou stránku). Výhodami PPC jsou přesné cílení, platba při prokliku, snadné vyhodnocení a kontrola. S tímto typem reklamy se nejčastěji setkáme ve vyhledávačích jako jsou Google nebo Seznam.cz⁵⁹. Užitečným a zřejmě nejvíce používaným nástrojem pro PPC je Google Ads Editor⁶⁰. PPC reklamu umožňuje i Facebook a Instagram.

Bannerová reklama – jedná se o tradiční způsob zobrazování reklam na webových stránkách. Banner s reklamou je umístěn okolo stránky nebo do textu na stránce. Banner může mít mnoho podob, nejstarším zobrazením je obrázek s textem, a proklikem na web. Díky HTML nebo JavaScriptu mohou vznikat složitější reklamy s animací, videem, zvukem či reagující na pohyb kurzoru po stránce. Tento typ reklamy je vhodný pro budování povědomí o značce či novém produktu⁶¹. Účinnost takovéto reklamy se měří ukazatelem míry zaujetí CTR (z anglického Click Through Rate). Tento ukazatel měří počet zobrazení reklamy při načtení webové stránky a podíl prokliků na reklamu uživateli. V dnešní reklamou přesycené době se snižujícími se prokliky na reklamu hovoříme o tzv. bannerové slepotě. To inzerenti řeší výraznější, křiklavější a větší reklamou na stránkách. Řada uživatelů na tento útok reaguje instalací nástrojů blokujících reklamy⁶².

⁵⁷ *Začínáme s optimalizací pro vyhledávače (SEO)* [online]. [cit. 2020-03-18]. Dostupné z: <https://support.google.com/webmasters/answer/7451184?hl=cs>

⁵⁸ *Nástroje pro online marketing* [online]. [cit. 2020-03-18]. Dostupné z: <https://paveldrabek.com/blog/nastroje-online-marketing/>

⁵⁹ JANOUCHEK, Viktor. *Internetový marketing: prosad'te se na webu a sociálních sítích*. Brno: Computer Press, 2010, str. 165

⁶⁰ *Jednoduché provádění změn v kampaních* [online]. [cit. 2020-03-20]. Dostupné z: https://ads.google.com/intl/cs_cz/home/tools/ads-editor/

⁶¹ *Je bannerová reklama ještě vůbec efektivní?* [online]. [cit. 2020-03-21]. Dostupné z: <https://www.ecommercebridge.cz/je-bannerova-reklama-jeste-vubec-efektivni/>

⁶² *„Banner Blindness“ jako bannerová slepota* [online]. [cit. 2020-03-21]. Dostupné z: <https://www.lupa.cz/clanky/banner-blindness-jako-bannerova-slepota/>

Reklama

MID SEASON SALE do **40%** **eobuv.cz**
ZJISTĚTE VÍCE

Středa 10. června 2020, svátek má Gita Aktivovat Premium za 1 Kč Přihlásit

idNES.cz / ZPRAVODAJSTVÍ Domácí Zahraničí Krimi Kraje Ekonomika **Kultura** Finance ☰

Kultura Film a TV Hudba Divadlo Literatura Filmové recenze Výtvarné umění Vstupenky TV program

KOMENTÁŘ: Othello byl běloch. A zatýkat už budou smět jen Mizerové



Kdykoli politická korektnost přestane rozlišovat realitu od fikce a začne se míchat do umění, hrozí...

HLÍDACÍ KOČKA
pohlídám vám kulturní akce

RECENZE
Mirky Spáčilové 

Krátce

- V rámci Noci kostelů odehraje kytarový virtuos Štěpán Rak 12. června svůj koncert v kostele Nanebevzetí Panny Marie na Hoře Matky Boží - Králiky. Přednese vlastní skladby, ale také Okudžavovu modlitbu a barokní varhanní svitu Parthia di Bohemia od Ivana Jelínka. Začátek je v 19 hodin, po produkci následuje prohlídka kláštera.
- Česká technologická společnost Livesport koupila od producenta a režiséra Petra Vachlera projekt Kinobox.cz. Obsah filmového portálu, jehož redakci nově povede publicista Kamil Fila, plánuje Livesport v

Obr. 2: Ukázka stránky s bannerovou reklamou. Zdroj: www.idnes.cz

Srovnávače cen – jedná se o nástroje, které jak již název napovídá srovnávají stejné zboží z různých e-shopů a toto srovnání ukazují uživateli. Cena však není jediná vlastnost, srovnávače pracují i s recenzemi jednotlivých obchodů nebo s lokalizačními faktory. Pro dobré zobrazení svých produktů používají e-shopy nástroje jako je Mergado nebo XeMel, které upravují exportované soubory přidáním chybějících údajů.

E-mailing – tento nástroj online marketingu byl již zmíněn výše.

Sociální sítě – definice sociální sítě v sociologii je soubor sociálních vztahů mezi jednotlivými prvky sítě, které se navzájem ovlivňují. Prvky sítě jsou tvořené jednotlivci. Jde tedy o propojenou skupinu lidí, kteří se navzájem ovlivňují. V dnešní době se část tohoto propojení a vzájemného ovlivňování přeneslo na internet. Původním účelem byla komunikace uživatelů a dnes se jedná i o silný marketingový nástroj⁶³.

⁶³ *Sociální síť (v sociologii)* [online]. [cit. 2020-03-25]. Dostupné z: <https://managementmania.com/cs/socialni-sit>

2.3 Prezentace na sociálních sítích

Sociální síť (v rámci internetu) je virtuální propojení uživatelů, které jim umožňuje mezi sebou komunikovat, sdílet fotografie, videa, názory a další informace. Jejím základem je sdílení informací mezi uživateli v rámci dané sociální sítě⁶⁴.

Sociální sítě jsou relativně nová a stále se vyvíjející internetová odvětví. Dnes jich jsou desítky, možná stovky různého zaměření. Můžeme je rozdělit do několika kategorií:

- sociální život a sdílení (Facebook, Twitter, MySpace);
- kariéra a firmy (LinkedIn);
- fotografie (Instagram, Pinterest, Flickr, 500px);
- video (YouTube, Vimeo);
- hudba (Spotify, MySpace, Soundcloud);
- geolokační sociální sítě (Yelp, Tripadvisor).⁶⁵

Společnými prvky uvedených sítí je tvorba uživatelského profilu, ve kterém jsou základní informace o uživateli (jméno, fotografie, datum narození, atd), možnosti komunikace s ostatními uživateli (chat), okruh uživatelů, kteří spolu komunikují (přátelé) a přidávání příspěvků (ve formě textu, obrázků, videí, atd).

2.3.1 Stručná historie sociálních sítí a představení sociálních sítí

Ačkoli se první sociální síť objevila již v polovině 90. let (Classmates.com), větší rozvoj nastal až se sítí Friendster. Ta byla vytvořena v roce 2002 s myšlenkou efektivního a bezpečného poznávání nových lidí. V roce 2015 měl přes 90 miliónů uživatelů hlavně v Asii (patrně i kvůli blokaci Facebooku v Číně) avšak dnes (rok 2020) je provoz pozastaven⁶⁶.

V roce 2003 vznikl MySpace, který převzal některé prvky sítě Friendster a díky tomu rychle rostla jeho popularita (kterou zastavil až vznik Facebooku). V roce 2003 vznikla i síť LinkedIn zaměřená na kariérní a firemní správu. Uživatelův profil je profesní životopis, který slouží k vyhledání nového zaměstnání.

⁶⁴ *Sociální sítě* [online]. [cit. 2020-03-26]. Dostupné z: <https://www.aktualne.cz/wiki/veda-a-technika/socialni-site/r~i:wiki:1456/>

⁶⁵ *Sociální sítě* [online]. [cit. 2020-03-28]. Dostupné z: <http://facebook-profilny.cz/this.com/socialni-site/>

⁶⁶ *Friendster.com* [online]. [cit. 2020-03-26]. Dostupné z: <http://www.friendster.com/index.html>

Zřejmě nejznámější sociální síť současnosti, Facebook vznikla v roce 2004. Nejprve to byla síť určená jen studentům převážně amerických vysokých škol. V roce 2006 se zpřístupnila všem uživatelům starším 13 let a velmi rychle se rozrostla do dnes největší sociální sítě na světě⁶⁷.

YouTube není na první pohled klasickou sociální sítí. Vznikl v roce 2005 a jde o největší internetový server pro sledování, sdílení a komentování videoobsahu. V roce 2006 jej koupil Google⁶⁸. První video, procházka v ZOO se velmi liší od obsahu, který na YouTube nalezneme dnes. Dnešní videosoubory jsou často tvořeny profesionály, jsou zde přidávány oficiální hudební klipy, naučné, vědecké i zábavné pořady. S YouTube se pojí pojem youtuber. Youtuber je člověk, který natáčí pravidelně na YouTube videa na různá témata, která sdílí a vydělává z reklam umístěných ve videích. Obsahem těchto videí mohou být parodie různých událostí nebo filmů, hraní počítačových her, různé sociální experimenty, recenze kosmetiky, elektroniky, her, líčení nebo instruktážní videa. Každou minutu je na servery nahráno 500 hodin nových videí a YouTube je druhou nejnavštěvovanější stránkou na internetu, po vyhledávači Google⁶⁹.

Twitter (sociální a mikrobloggerovací sociální síť) byl založen v roce 2006. Od Facebooku se odlišuje zaměřením na krátké příspěvky (každý tweet může mít maximálně 280 znaků) s možností vložit fotografii, video nebo odkaz. Často jej používají politici, novináři, zpěváci, herci a jinak populární osobnosti k vyjádření svých myšlenek a postojů veřejnosti. Příspěvky se označují hashtagy (#) pro lepší vyhledávání a třídění do skupin. V roce 2009 se Twitter stává třetí největší sociální sítí⁷⁰.

Instagram, který přišel na trh v roce 2010 můžeme zařadit mezi sociální sítě, které pracují s fotografiemi. Uživatel po přihlášení vidí fotografie ostatních uživatelů, které sleduje. Tyto fotografie může komentovat a dávat srdíčka (označení „To se mi líbí“). Instagram byl vytvořen primárně pro mobilní telefony. Ze stejnojmenné aplikace může uživatel přidávat fotografie, různě je upravovat aplikováním filtrů, přidávat popisky i hashtagy. V roce 2012 byl odkoupen společností Facebook⁷¹.

⁶⁷ *Vznik a historie Facebooku* [online]. [cit. 2020-03-26]. Dostupné z: <https://www.zdenekblazek.cz/vznik-a-historie-facebooku/>

⁶⁸ *Historie Youtube* [online]. [cit. 2020-03-27]. Dostupné z: <https://www.timixi.com/cz/timeline/detail/1>

⁶⁹ *YouTube slaví 15 let. Návykový portál změnil svět, „lidové celebrity“ chrlí i v Česku* [online]. [cit. 2020-03-27]. Dostupné z: <https://zpravy.aktualne.cz/ekonomika/15-let-od-vzniku-youtube-vse-co-potrebuji-vedet/r~85c4b8d64db011eaac60ac1f6b220ee8/v~sl:c214eeae4983e90b973e3b7cb4899513/>

⁷⁰ *Company* [online]. [cit. 2020-03-26]. Dostupné z: https://about.twitter.com/en_us/company.html

⁷¹ *Sociální sítě* [online]. [cit. 2020-03-27]. Dostupné z: <https://www.aktualne.cz/wiki/veda-a-technika/socialni-site/r~i:wiki:1456/>

Další soc. sítí, která vznikla v roce 2010 je Pinterest. Jedná se o webovou stránku, která umožňuje uživatelům vytvářet a sdílet kolekce nápadů, fotografií a obrázků. Na Pinterestu uživatelé naleznou řadu návodů (tzv. DIY), receptů nebo inspiraci k různým tvořivým činnostem⁷².

Aplikace pro mobilní telefony Snapchat vznikla v roce 2011 a již od svého vzniku byla velmi populární mezi mladými uživateli. Snapchat umožňuje posílat hlavně fotografie a videa jakémukoliv uživateli. Poslaný obsah, podle svého nastavení, se zobrazí jen jednou nebo je k zobrazení po dobu 24 hodin a následně se odstraní. Posílaný obsah lze doplnit o filtry, samolepky nebo jej různě upravovat kreslením⁷³.

Ve stejném roce jako Snapchat byla představena i soc. sít' Google+. Jednalo se o snahu společnosti Googlu konkurovat Facebooku. Google+ umožňoval vše co Facebook (posílání zpráv, videí, obrázků, telefonování, příspěvky na „zed“) a uživatel si mohl své „přátele“ řadit do skupin tzv. kruhů, např. podle toho odkud je znal (rodina, přátelé, kolegové z práce atd). Pro nevalný zájem o tuto sociální sít' byl její provoz ukončen v roce 2019⁷⁴.

Nejznámější seznamovací sociální sít' Tinder byla vydána v roce 2012. Jedná se o mobilní aplikaci, která umožňuje seznamování mezi uživateli. Využívá geografické polohy a uživatelského profilu na Facebooku. Fungování aplikace je velmi jednoduché. Podle uživatelské polohy se zobrazí profily ostatních uživatelů (podle preference opačného nebo stejného pohlaví). Tyto profily lze posunout doprava (líbí) nebo doleva (nelíbí) a tím dát najevo jestli se uživateli profil líbí či nikoli⁷⁵.

TikTok byl na trh uveden v roce 2017 v Číně. Jedná se o aplikaci podobnou Snapchatu. Uživatelé nahrávají na své profily krátká videa (15 vteřin), která lze upravit nálepkami, filtry nebo přidat hudební doprovod. Podobně jako zmíněný Snapchat i TikTok používají mladí uživatelé (často pod 30 let). Specialitou TikToku jsou tzv. výzvy (např. taneční, cvičební, dovednostní, atd) opatřené hashtagy (#ThePushupChallenge, #RosesAreRed, atd)⁷⁶. Problémy

⁷² *Pinterest* [online]. [cit. 2020-03-27]. Dostupné z: <https://www.aktualne.cz/wiki/veda-a-technika/pinterest/r~i:wiki:2978/>

⁷³ *Snapchat: Mladými oblíbený, pro mnohé zábavný, ale zatraceně chaotický* [online]. [cit. 2020-03-27].

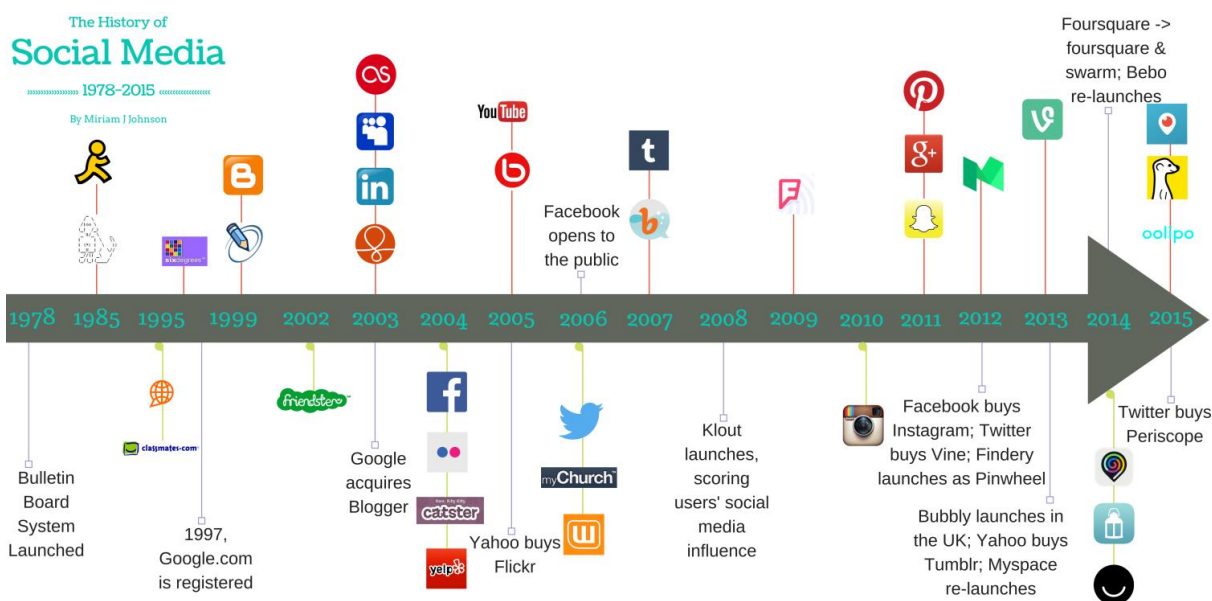
Dostupné z: <https://smartmania.cz/snapchat-mladymi-oblibeny-pro-mnohe-zabavny-ale-zatracene-chaoticky/>

⁷⁴ *Google Plus skončil. Miliardový projekt přišel ve špatnou dobu, lidé ho nepotřebovali* [online]. [cit. 2020-03-27]. Dostupné z: <https://zpravy.aktualne.cz/ekonomika/google-plus-konci-socialni-sit-s-miliardami-profilu-prilis-d/r~357650da552a1e9ae850cc47ab5f122/>

⁷⁵ *Tinder: flirtujte, randěte, seznamujte se* [online]. [cit. 2020-03-27]. Dostupné z: <https://www.svetandroida.cz/tinder-flirt-seznamka/>

⁷⁶ *Sociální sítě 2019: 3 nové socky, které raději nepřehlížejte* [online]. [cit. 2020-03-28]. Dostupné z: <https://www.blueghost.cz/clanek/nove-socialni-site-2019/>

TikToku (i ostatních aplikací s tvorbou videoobsahu) jsou různé formy kyberšikany, sexuálního obtěžování, vydírání, zesměšňování⁷⁷. Na konci roku 2019 se vyskytly informace, že aplikace shromažďuje, posílá a ukládá vytvořená videa na servery v Číně⁷⁸.



Obr. 3: Časový vývoj sociálních sítí. Zdroj: www.booksaresocial.com/history-of-social-media-part-i/

Jak můžeme vidět z přiložené časové osy (Obr. 3), sociální sítě vznikají ve velkém počtu. Musejí se neustále vyvíjet, přicházet s novými funkcemi a přizpůsobovat se době, aby byly pro uživatele atraktivní. Zmíněné jsou pouze důležité body jejich vývoje a drobné charakteristiky sítí, kterým se nebudeme dále věnovat.

2.3.2 Facebook

Facebook je s 2,4 miliardou aktivních uživatelů každý měsíc největší sociální síť na světě v dnešní době (data z konce roku 2019). Alespoň jednu z platform společnosti Facebook (Instagram, Messenger, WhatsApp) využívá denně 2,1 miliardy uživatelů. Díky své velikosti, přístupnosti všude na světě a jednoduchosti ovládání se stal i jedním z největších marketingových nástrojů. Zobrazení a zacílení reklam na konkrétní uživatele je velmi jednoduché a mnohem efektivnější než reklamy např. v televizi⁷⁹. Více než jedna třetina

⁷⁷ *Problém zvaný Tik Tok* [online]. [cit. 2020-03-28]. Dostupné z: <https://www.e-bezpeci.cz/index.php/rizikove-jevy-spojene-s-online-komunikaci/socialni-site/1403-problem-zvany-tik-tok>

⁷⁸ *TikTok posílá údaje o svých uživatelích na čínské servery bez jejich vědomí* [online]. [cit. 2020-03-28]. Dostupné z: <https://www.svetandroida.cz/tiktok-cinske-servery/>

⁷⁹ *Denní počet uživatelů platform Facebooku se zvýšil na 2,7 miliardy* [online]. [cit. 2020-04-02]. Dostupné z: https://newsfeed.cz/denni-pocet-uzivatelu-platform-facebooku-se-zvysil-na-27-miliardy/?fbclid=IwAR2XUzWPU9FZ0w_rwwYKAKaQxSQUpYTMHSISxGW4p4FrUkuKSUGNtWAG-1g

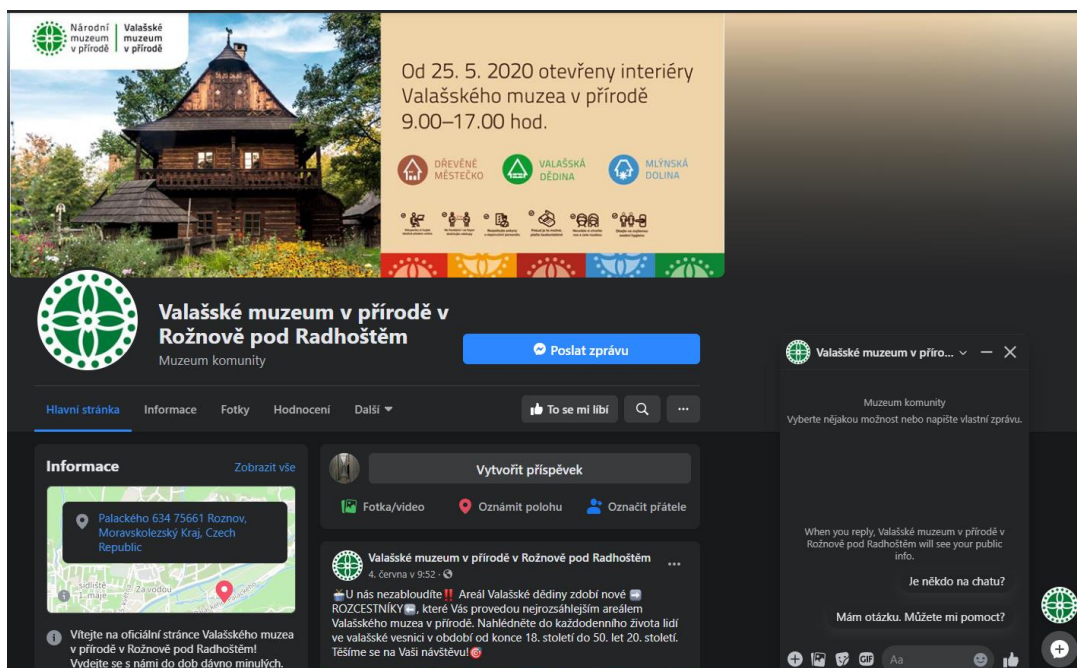
obyvatel Země je na této síti aktivní alespoň jednou měsíčně. Takové množství aktivních uživatelů je i díky tomu, že platformy jsou přístupné z počítače i mobilního telefonu. Podle dat ze začátku roku 2020 se na některou z platforem připojilo 98 % uživatelů právě přes mobilní telefon⁸⁰.

Jak již bylo řečeno, společnost Facebook vznikla v roce 2004 na univerzitě Harvard v USA. Jejími zakladateli byli studenti Mark Zuckerberg a jeho přátelé. Na konci roku 2004 měla soc. síť už milion uživatelů. V roce 2006 byly jeho služby zpřístupněny všem a jejich počet se mnohonásobně zvětšoval každý rok. Během tohoto růstu se rozšiřovaly i služby, které Facebook uživatelům nabízel. V roce 2012 přesáhl počet registrovaných uživatelů jednu miliardu.

Facebook, stejně jako jiné sociální sítě funguje na principu komunikace uživatelů. Při registraci si nový uživatel založí profil, na kterém vyplní různé osobní informace a vloží profilovou fotografii. Zobrazení těchto informací ostatním uživatelům záleží na nastavení soukromí profilu. Komunikace mezi uživateli může probíhat pomocí chatu, telefonátů, skupinového chatu nebo skupinových telefonátů. Uživatelé si mohou psát na profil (tzv. zed'), komentovat si své příspěvky jako jsou fotografie, videa, odkazy na články atd. Na příspěvky je možné reagovat tlačítkem „To se mi líbí“ v případě, že chce uživatel vyjádřit souhlas s příspěvkem. Ve skupinách a na stránkách se sdružují uživatelé Facebooku se stejnými názory, koníčky nebo zájmy (např. skupina Valašské muzeum v přírodě v Rožnově pod Radhoštěm sdružuje uživatele, kteří mají rádi toto muzeum)⁸¹. Mezi nejnovější funkce patří sdílení živého vysílání na svůj profil, které mohou sledovat ostatní uživatelé.

⁸⁰ *Device usage of Facebook users worldwide as of April 2020* [online]. [cit. 2020-04-02]. Dostupné z: <https://www.statista.com/statistics/377808/distribution-of-facebook-users-by-device/>

⁸¹ *Facebook pro začátečníky* [online]. [cit. 2020-04-02]. Dostupné z: <https://www.lupa.cz/clanky/facebook-pro-zacatecniky/>



Obr. 4: Facebooková stránka Valašského muzea v přírodě v Rožnově pod Radhoštěm

Zdroj: www.facebook.com

Propagace na Facebooku

Na Facebooku, stejně jako na ostatních sociálních sítích tráví uživatelé mnoho času. Tohoto až návykového chování využívají společnosti k vytvoření firemních stránek, díky kterým mohou komunikovat se stálými a potenciálními zákazníky. Stejně jako obyčejní uživatelé, mají i firmy možnost sdílet příspěvky, události, nabídky atd.

Hlavním marketingovým nástrojem jsou stránky (viz. Obr. 4: Facebooková stránka Valašského muzea v přírodě v Rožnově pod Radhoštěm). Stránky umožňují prezentaci a komunikaci se zákazníky. Nabízí propracované analytické nástroje, tabulky a grafy, díky kterým lze zjistit „složení fanoušků“, vhodnou dobu k přidávání příspěvků a jejich dosah, interakci fanoušků na příspěvky a mnoho dalšího.

Reklamy na Facebooku jsou způsobem, jak rozšířit povědomí o stránce (a značce). Správce stránky může za reklamu zvolit přidání příspěvek nebo vytvořit pouze reklamu. Reklamu lze následně optimalizovat, aby se zobrazila jen určitému uživateli. Výhodou reklam na Facebooku, je to, že se skutečně zobrazí, protože na ni nefungují doplňky prohlížeče, které zamezují zobrazení reklam (AdBlock a jiné).

Pro lepší splnění cíle reklamy je k dispozici stránka www.facebook.com/business/ads, která pomůže zadavateli reklamy reklamu nastavit, spravovat a vyhodnotit.

2.3.3 Instagram

Jedná se o nejznámější a nejúspěšnější aplikaci na sdílení fotografií a videí na mobilní telefony. Zakladatel Instagramu Kevin Systrom ji spustil v roce 2010. Prvních deset milionů registrovaných uživatelů měla aplikace po roce od spuštění. V roce 2011 po vzoru Twitteru zavádí možnost označit fotografie hashtagy. A v roce 2012 aplikaci kupuje Facebook za jednu miliardu dolarů⁸². Tento nákup pomohl Instagramu k rychlému nárůstu uživatelů a umožnil spojit tyto dvě soc. sítě pod jeden účet, respektive jedno uživatelské jméno a heslo.

Podobně jako Facebook i Instagram postupně rozšiřuje svoje funkce. Ze začátku se jednalo pouze o možnosti nahrávat čtvercové fotografie opatřené komentářem. Po uvedení videoserveru Vine Instagram umožnil vkládat videa⁸³. V dnešní době lze příspěvky upravovat pomocí jednoduchého editoru fotografií přímo v aplikaci. Obsah již nemusí mít formát čtverce, ale s rozvojem více čoček v mobilních telefonech může uživatel nahrávat i širokoúhlé snímky. Fotografie i videa lze upravit přidáním filtrů. Jak již bylo zmíněno, příspěvky může uživatel označit hashtagy (např. #muzeum, #praha, #příroda, atd) pro lepší třídění a vyhledávání. Podobně jako u aplikace Snapchat i zde může uživatel přidávat příspěvky, které po 24 hodinách zmizí, tzv. Instastories. Tyto krátkodobé příspěvky lze také upravit, např. přidáním označení místa, přidáním samolepek, gifů nebo filtrů.

Příspěvky od ostatních uživatelů, které uživatel sleduje (tzv. Follow) se uživateli zobrazují na jeho hlavní straně (podobně jako na Facebooku). A podobně jako na Facebooku může uživatel na příspěvky reagovat v podobě srdíček (Líbí se), komentářů nebo příspěvky posílat ostatním (tzv. Direct). Instagram, jako další sociální sítě umožňuje komunikaci mezi uživateli pomocí zpráv (do kterých lze vkládat i videa a fotografie).

Instagram je sociální síť určená primárně pro chytré mobilní telefony. Podle údajů z konce roku 2019 má uživatelský účet na Instagramu jedna miliarda lidí, z nichž je polovina denně aktivní. V České republice má Instagram 44 % osob starších 16 let, přičemž 59 % uživatelů je mladší 30 let⁸⁴.

⁸² *Jak vznikl a následně uspěl Instagram, jehož hodnota se dnes odhaduje na 35 miliard dolarů?* [online]. [cit. 2020-04-04]. Dostupné z: <https://www.czechcrunch.cz/2015/07/jak-vznikl-a-nasledne-uspel-instagram-jehoz-hodnota-se-dnes-odhaduje-na-35-miliard-dolaru/>

⁸³ *První fotka na Instagramu byl portrét psa. A už je tam čtyři roky* [online]. [cit. 2020-04-04]. Dostupné z: <https://www.lupa.cz/clanky/prvni-fotka-na-instagramu-byl-portret-psa-a-uz-je-tam-ctyri-roky/>

⁸⁴ *Důležité statistiky sociálních sítí pro rok 2019* [online]. [cit. 2020-04-04]. Dostupné z: https://www.focus-age.cz/m-journal/aktuality/dulezite-statistiky-socialnich-siti-pro-rok-2019__s288x14670.html

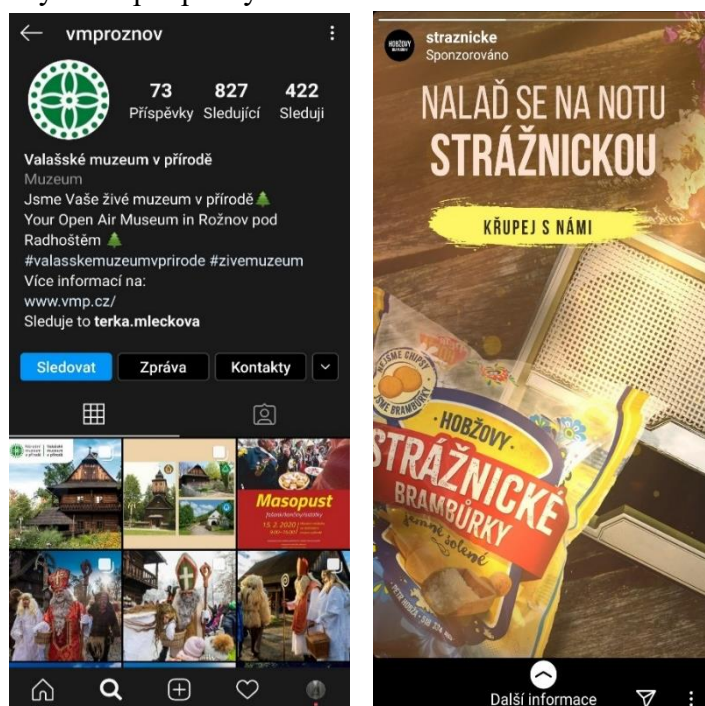
Propagace na Instagramu

Instagram díky své jednoduchosti a oblíbenosti, hlavně u mladších uživatelů, nabízí skvělé podmínky pro reklamní využití. Díky zobrazovacím algoritmům není možné reklamu (sponzorovaný příspěvek) přehlédnout.

Zřízení firemního profilu se nijak neliší od zřízení osobního profilu, v nastavení správce účtu nastaví zobrazení z osobního na firemní. Jelikož je Instagram vlastněn společností Facebook, je podmínkou zřízení firemního profilu provozovat stránku na Facebooku. Z této stránky se nahrají všechny informace na nově vzniklý firemní profil na Instagramu. Správce profilu má k dispozici velmi podrobné statistiky o interakci uživatelů s jeho příspěvky. Statistiky jsou podobné statistikám, které poskytuje Facebook Business. Stejně je i nastavení reklamy, lze zvolit věkovou skupinu, zaměření, čas zobrazení nebo umístění reklamy⁸⁵.

Výhodou provázanosti s účtem na Facebooku je v tom, že když správce firemního účtu zveřejní příspěvek nebo Instastories, může se tento příspěvek automaticky zveřejnit i na Facebookové stránce⁸².

Příspěvky na Instagramu by měly být promyšlené, nápadité, aby uživatele zaujaly, oslovily a nezapadly mezi příspěvky ostatních⁸².



Obr. 5: Ukázka profilu Valašského muzea v přírodě (vlevo) a reklamy v Instastories (vpravo).

Zdroj: snímek obrazovky aplikace Instagram

⁸⁵ Instagram jako firemní marketingový nástroj [online]. [cit. 2020-04-05]. Dostupné z: <https://www.lupa.cz/clanky/instagram-jako-firemni-marketingovy-nastroj/>

2.3.4 Statistiky sociálních sítí v roce 2019 v České republice

Počet uživatelů, kteří používají sociální sítě každý rok roste. V roce 2008 využívalo soc. sítě 2,5 mld uživatelů, což bylo více než třetina všech lidí na Zemi. Za tak velký nárůst vdčíme rychlému vývoji mobilních telefonů a dostupnost mobilního internetu. V roce 2009 mělo účet na nějaké sociální síti pouze 5 % obyvatel České republiky, v roce 2019 byl tento počet desetkrát větší. Podle údajů ČSÚ je na sociální síti přihlášen každý druhý Čech starší 16 let (účet na Facebooku je od 13 let)⁸⁶.

V letech 2009 až 2012 se počet uživatelů soc. sítí starších 16 let v ČR zvýšil z 5 % na 31 %. V roce 2019 to bylo 54 %, což je více než 4,7 milionu uživatelů. Procentuální vývoj počtu uživatelů ukazují tabulky 1 a 2⁸⁷.

Tabulka 1: Jednotlivci v ČR používající sociální sítě v letech 2009 až 2019

%

	2009	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Celkem 16+	5,2	36,9	37,4	41,4	44,3	51,0	54,0
Věková skupina							
16 – 24 let	20,5	90,1	88,7	91,4	93,2	97,0	96,2
25 – 34 let	8,5	71,7	72,3	77,8	78,8	89,8	89,9
35 – 44 let	3,0	43,1	46,9	53,0	59,0	69,3	73,5
45 – 54 let	1,2	23,9	23,9	33,0	38,8	45,5	55,9
55 – 64 let	0,2	10,5	10,1	14,1	19,4	27,2	31,3
65+	0,1	3,5	3,3	4,9	5,1	7,8	9,0

Podíl z celkového počtu jednotlivců v dané socio-demografické skupině

Zdroj: Český statistický úřad, 2019

Tabulka 2: Jednotlivci v ČR používající sociální sítě, 2019

	Celkem	
	v tis.	%
Celkem 16+	4 735,4	54,0
Věková skupina		
16 – 24 let	830,2	96,2
25 – 34 let	1 234,6	89,9
35 – 44 let	1 246,8	73,5
45 – 54 let	832,4	55,9
55 – 64 let	407,4	31,3
65 – 74 let	155,6	12,3
75+	28,4	3,6

Zdroj: Český statistický úřad, 2019

⁸⁶ Na sociálních sítích je už každý druhý [online]. [cit. 2020-03-28]. Dostupné z: <https://www.statistikaamy.cz/2019/03/na-socialnich-sitich-je-uz-kazdy-druhy/>

⁸⁷ Využívání informačních a komunikačních technologií v domácnostech a mezi jednotlivci – 2019 [online]. [cit. 2020-03-31]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/7-vyhledavani-vybranych-informaci-na-internetu-491bf37fh>

V České republice bylo v roce 2019 připojených k internetu 7 milionů obyvatel (80,7 % populace 16+). Z tohoto počtu denně využívalo internet 6,1 milionů obyvatel (70 % populace 16+). Podle agentury Focus, která analyzovala různé statistické zdroje (Internet World Stats, CIA World Digital 2019 aj.) mělo účet na sociálních sítích v roce 2019 5,7 milionů obyvatel ČR (včetně lidí mladších 16 let)⁸⁸.

Tabulka 3: Počet uživatelů sociálních sítí v roce 2019 v ČR

Soc. síť	Počet uživatelů
Facebook	5,3 milionu
Instagram	2,3 milionu
LinkedIn	1,6 milionu
Snapchat	615 tisíc
Twitter	389 tisíc

Zdroj: Focus agency, s.r.o.

Z těchto statistik vyplývá, že zhruba každý druhý obyvatel České republiky má účet alespoň na jedné sociální síti (převážně Facebook). A firmy by měly sociální síť zahrnout do svého portfolia při nabízení služeb. Sociální síť nabízí kvalitní analytická data, která lze využít při cílení reklamy na uživatele⁷⁵.

2.4 Uživatelská přívětivost webových stránek

Uživatelskou přívětivost nebo prožitek (anglicky user experience) můžeme definovat jako soubor vlastností, které usnadňují a zpříjemňují práci uživatele. S takovými objekty jde lehce pracovat, jsou přehledné, a práce s nimi nebo v nich (v případě např. softwaru nebo webových stránek) je efektivní a intuitivní a zvládne ji i nezkušený uživatel⁸⁹. Přívětivost můžeme také chápat jako soubor pravidel, metod a technik, které se využívají při tvorbě uživatelského prostředí. Právě s uživatelským prostředím (anglicky user interface) bývá často uživatelská přívětivost zaměňována⁹⁰.

⁸⁸ *Infografika: Sociální síť v Česku v roce 2019* [online]. [cit. 2020-04-01]. Dostupné z: https://www.focus-age.cz/m-journal/aktuality/infografika--socialni-site-v-cesku-v-roce-2019__s288x14828.html

⁸⁹ KRUG, Steve. *Nenuťte uživatele přemýšlet!: praktický průvodce testováním a opravou chyb použitelnosti webu*. Brno: Computer Press, 2010, str. 19 a 20

⁹⁰ *Co je to User Experience (UX) Design?* [online]. [cit. 2020-04-07]. Dostupné z: <https://www.webnia.cz/deje-se/co-je-to-user-experience-ux-design>

Uživatelská přívětivost je nepostradatelnou součástí všech uživatelských grafických rozhraní, webového marketingu a tvoří optické i logické uspořádání stránky za účelem nejlepší interakce mezi stránkou a koncovým uživatelem.

Atributy uživatelské přívětivosti:

- *vizuální přehlednost a čitelnost* – uživatel by neměl být rozptýlován zbytečnými prvky, které neodpovídají záměru webu, všechny důležité prvky by měly být zřetelné a viditelné;
- *dobrá orientace ve struktuře webu* – struktura by měla být přehledná a jednoduchá;
- *obchodní účinnost a přesvědčivost* – web by měl navigovat uživatele k informacím, které hledá a podnítit jej k činnosti (nákup, registrace, napsání e-mailu...);
- *dodržování konvencí uživatelského rozhraní* – to by mělo vycházet ze zažitých prvků webové struktury, na které je uživatel zvyklý;
- *technické aspekty* – webové stránky se musí umět přizpůsobit různým zařízením, ze kterých může uživatel na stránky přistupovat (mobilní telefon, tablet, notebook, PC)⁹¹.

2.4.1 Uživatelské rozhraní

Uživatelské rozhraní (anglicky user interface) je způsob ovládání web. stránek, programů, strojů atd. Na webových stránkách se koncový uživatel nejčastěji setká s grafickým uživatelským rozhraním (ikony, menu, rámečky, obrázky, okna). Jde o nejdůležitější část webových stránek, protože právě přívětivost uživatelského prostředí rozhodne, zda uživatel dohledá informace, kvůli kterým stránky navštívil⁸⁶.

Atributy uživatelsky přívětivých rozhraní:

- *jednoznačnost* – je zcela jasné k jakému účelu stránky slouží, mají hierarchii, jazyk je srozumitelný;
- *stručnost* – na stránkách by nemělo být příliš mnoho informací;

⁹¹ 5 předpokladů použitelných webových stránek [online]. [cit. 2020-04-07]. Dostupné z: <https://www.webnia.cz/deje-se/5-predpokladu-pouzitelnych-webovych-stranek>

- *podobnost* – stránky s podobným obsahem (např. e-shopy) by měly být podobné, aby nedošlo k zmatení zákazníka;
- *responzivnost* – stránky by měly uživateli poskytovat zpětnou vazbu např. při vyplňování e-mailového formuláře;
- *konzistentnost* – stálost prostředí při používání stránek vede ke snazšímu zapamatování;
- *estetičnost* – dobře vypadající prostředí je pro uživatele příjemnější;
- *efektivita* – kvalitní a estetické rozhraní vede k efektivnější a rychlejší práci na stránce;
- „*ochota odpouštět*“ – jsou lehce dostupné možnosti nápravy chyb způsobené uživatelem.

Navrhnout stránky, které budou splňovat všechny tyto atributy může být složité. Atributy se navzájem doplňují⁹².

Viktor Janouch uvádí, že každá webová stránka (doména) by měla být unikátní a originální a neměla by kopírovat jiné stránky (domény). Toto odlišení se od konkurence je součástí marketingové strategie⁹³.

2.4.2 Přístupnost a použitelnost webových stránek

Přístupnost webových stránek je soubor pravidel, které upravuje zákon č. 99/2019 Sb. o přístupnosti internetových stránek a mobilních aplikací a o změně zákona č. 365/2000 Sb.⁹⁴ Tato pravidla obsahují soubor technických pravidel, zajišťující dostupnost informací a bezproblémové používání webových stránek bez ohledu na zobrazovací zařízení, jejich nastavení a také fyzický stav uživatele⁹⁵. Tato pravidla aplikují na všechny webové stránky veřejné správy.

Pravidla přístupnosti webových stránek:

- obsah webových stránek je dostupný a čitelný:
 1. Každý netextový prvek nesoucí významové sdělení musí mít svou textovou alternativu.

⁹² TOMIŠ, Jakub. *Uživatelská přívětivost webových stránek obcí*. Brno, 2016, str. 4 a 5

⁹³ JANOUC, Viktor. *Internetový marketing: prosadte se na webu a sociálních sítích*. Brno: Computer Press, 2010, str. 69

⁹⁴ *Zákon č. 99/2019 Sb.* [online]. [cit. 2020-04-09]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2019-99>

⁹⁵ *Nová legislativa: přístupnost webových stránek obcí a škol* [online]. [cit. 2020-04-09]. Dostupné z: <https://www.antee.cz/blog/pristupnost-webovych-stranek-obci-a-skol>

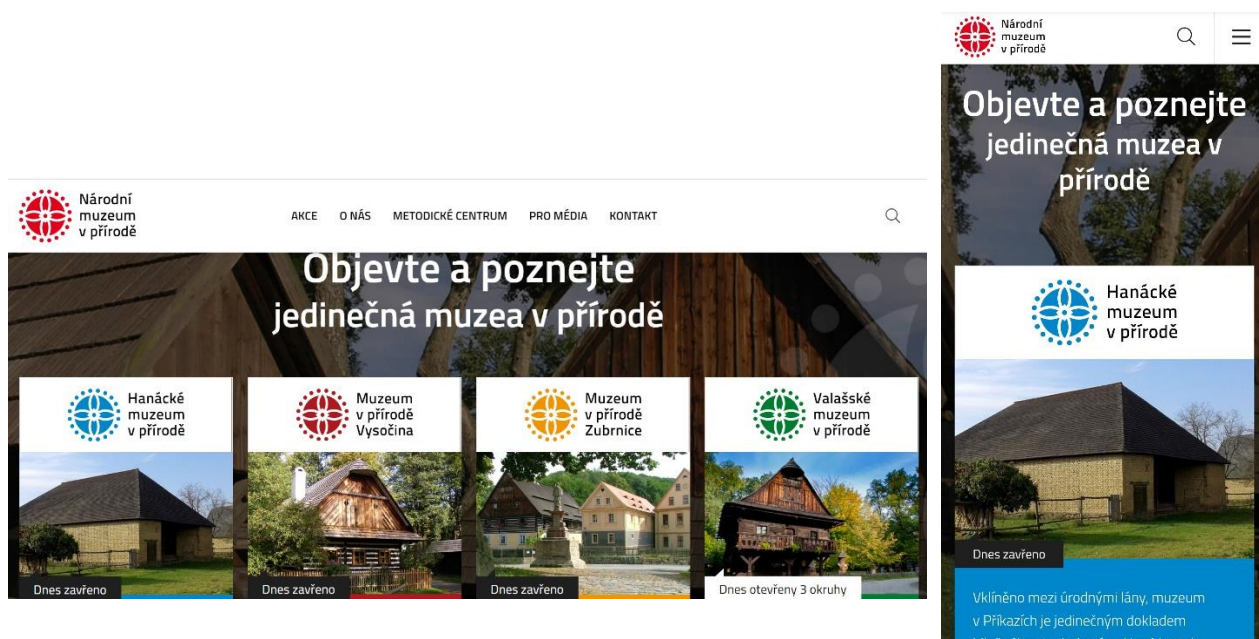
2. Multimediální prvky nesoucí významové sdělení musí být doplněny textovými titulky, jestliže nejsou jen alternativou k existujícímu textovému obsahu.
 3. Pokud to charakter webových stránek nevyklučuje, informace sdělované prostřednictvím skriptů, objektů, appletů, kaskádových stylů, cookies a jiných doplňků na straně uživatele, musí být dostupné i bez kteréhokoli z těchto doplňků a stránky musí být standardně ovladatelné. V opačném případě sdělí orgán veřejné správy tyto informace jiným způsobem.
 4. Informace sdělované vizuální podobou webových stránek, tvary jednotlivých prvků, jejich velikostí, pořadím nebo umístěním musí být dostupné i v případě, že uživatel nemůže tyto aspekty vnímat.
 5. Informace sdělované barvou musí být dostupné i bez barevného rozlišení.
 6. Barvy popředí a pozadí textu (nebo textu v obrázku) musí být vůči sobě dostatečně kontrastní, jestliže text nese významové sdělení.
 7. Velikost písma musí být možné zvětšit alespoň na 200 % a zmenšit alespoň na 50 % původní hodnoty pomocí standardních funkcí prohlížeče. Při takové změně velikosti nesmí docházet ke ztrátě obsahu nebo funkcionality.
- práci s webovou stránkou řídí uživatel:
8. Obsah ani kód webové stránky nesmí předpokládat ani vyžadovat konkrétní výstupní či ovládací zařízení.
 9. Obsah ani kód webové stránky nesmí předpokládat ani vyžadovat konkrétní způsob použití ani konkrétní programové vybavení. Pokud je předpokládáno či vyžadováno konkrétní programové vybavení, může to být pouze z důvodu technické nerealizovatelnosti přizpůsobení obsahu a kódu webové stránky všem programovým vybavením.
 10. Načtení nové webové stránky či přesměrování musí být možné jen po aktivaci odkazu nebo po odeslání formuláře.
 11. Načtení nové webové stránky do nového okna prohlížeče musí být možné jen v odůvodněných případech a uživatel na to musí být předem upozorněn.
 12. Na webové stránce nesmí docházet rychleji než třikrát za sekundu k výrazným změnám barevnosti, jasu, velikosti nebo umístění prvku.

13. Zvuk, který zní na webové stránce déle než tři sekundy, musí být možné na této webové stránce vypnout nebo upravit jeho hlasitost.
14. Časový limit pro práci s webovou stránkou musí být dostatečný. Pokud to nevyklučuje charakter webové stránky, může uživatel časový limit prodloužit nebo vypnout.
 - Informace jsou srozumitelné a přehledné:
15. Webové stránky musí sdělovat informace jednoduchým jazykem a srozumitelnou formou, pokud to charakter webové stránky nevyklučuje.
16. Rozsáhlé obsahové bloky musí být rozděleny do menších výstižně nadepsaných celků.
17. Bloky obsahu, které se opakují na více webových stránkách daného orgánu veřejné správy, je možné přeskocit. Pokud webové stránky nemají velký rozsah, nemusí být zajištěno přeskocení opakujících se bloků obsahu.
 - Ovládání webu je jasné a pochopitelné:
18. Navigace musí být srozumitelná a konzistentní a na všech webových stránkách orgánu veřejné správy obdobná. Od ostatního obsahu webové stránky musí být zřetelně oddělena.
19. Každá webová stránka (kromě úvodní webové stránky) musí obsahovat odkaz na vyšší úroveň v hierarchii webových stránek a odkaz na úvodní webovou stránku.
20. Pokud se jedná o rozsáhlejší webové stránky, musí být kromě navigace k dispozici rovněž vyhledávání nebo odkaz na mapu webových stránek. Odkaz na mapu webových stránek nebo vyhledávací formulář musí být k dispozici na každé webové stránce.
21. Každá webová stránka musí mít výstižný název odpovídající jejímu obsahu.
22. Každý formulářový prvek musí mít popisek vystihující požadovaný obsah.
23. Pokud uživatel učiní chybu při vyplňování webového formuláře, musí být k dispozici informace o tom, ve které položce je chyba. Pokud to charakter webového formuláře nevyklučuje, musí být k dispozici rovněž informace, jak tuto chybu odstranit.
24. Text odkazu nebo jeho přímo související text musí výstižně popisovat cíl odkazu. Jestliže odkaz vede na jiný typ souboru, než je webová stránka, musí být odkaz doplněn sdělením o typu, případně o velikosti tohoto souboru.
25. Každý rám musí mít vhodné jméno či popis vyjadřující jeho smysl a funkčnost.

- Kód je technicky způsobilý a strukturovaný
26. Sémantické značky, které jsou použity pro formátování obsahu, musí být použity ve zdrojovém kódu tak, aby odpovídaly významu obsahu.
 27. Prvky značkovacího jazyka, které jsou párové, musí mít vždy uvedenu počáteční a koncovou značku. Značky musí být správně zanořeny a nesmí docházet k jejich křížení.
 28. Ve zdrojovém kódu musí být určen hlavní jazyk obsahu webové stránky.
 29. Prvky tvořící nadpisy a seznamy musí být korektně vyznačeny ve zdrojovém kódu a musí být výstižné.
 30. Je-li tabulka použita pro zobrazení tabulkových dat, musí obsahovat značky pro záhlaví řádků nebo sloupců.
 31. Obsah všech tabulek musí dávat smysl čtený po řádcích zleva doprava.
- Prohlášení o přístupnosti webových stránek:
32. Každá webová stránka musí vždy obsahovat prohlášení o tom, že forma uveřejnění informací je v souladu s touto vyhláškou (prohlášení o přístupnosti) nebo odkaz na toto prohlášení.
 33. Pokud orgán veřejné správy některá z podmíněně povinných pravidel uvedených pod čísly položek 3, 9, 14, 15, 17, 20 a 23 v souladu s uvedenou podmínkou neuplatní, musí uveřejnit tuto informaci v prohlášení o přístupnosti, a to jejich číselným výčtem, včetně příslušného odůvodnění⁹⁶.

⁹⁶ *Pravidla tvorby přístupného webu* [online]. [cit. 2020-04-09]. Dostupné z: <http://www.pravidla-pristupnosti.cz/>

Na Obr. 6 je ukázka responzivnosti zobrazení webu Národního muzea v přírodě, nmvp.cz v počítači a mobilním telefonu.



Obr. 6: Srovnání zobrazení webových stránek nmvp.cz na notebooku (vlevo) a mobilním telefonu (vpravo).

Zdroj: www.nmvp.cz

Dalším hlediskem přístupnosti je přístupnost pro všechny věkové kategorie. Stránky musí najít kompromis mezi vzhledem, ovládáním, velikostí a typem písma, přehledností atd., aby byly použitelné pro děti i seniory⁹⁷.

Použitelnost webových můžeme chápat jako marketingový termín, který vychází ze zkušeností tvůrců webů a marketérů. Jedná se o přizpůsobení se uživatelům a účelu webu⁹⁸.

Expert na design a použitelnost webových stránek Steve Krug v knize *Nenuťte uživatele přemýšlet*, radí správcům a designerům stránek, aby nenutili uživatele přemýšlet – stránka by měla být intuitivní, pochopitelná a samo vysvětlující. Na první pohled má být jasné, co dělá každý prvek na stránce. Uživatel při prohlížení stránek vybírá první rozumnou volbu, která ho dostane k cíli (kliká na první odkaz, o kterém si myslí, že ho posune dál). Další rady, které Krug dává jsou:

- na každé stránce dodržovat jasnou vizuální hierarchii;
- využívat zvyklosti;

⁹⁷ JANOUGH, Viktor. *Internetový marketing: prosad'te se na webu a sociálních sítích*. Brno: Computer Press, 2010, str. 66

⁹⁸ JANOUGH, Viktor. *Internetový marketing: prosad'te se na webu a sociálních sítích*. Brno: Computer Press, 2010, str. 69 a 70

- rozdělit stránky na jasně definované oblasti;
- snaha navést uživatele na ovládací prvky stránky;
- minimalizovat šum⁹⁹.

Použitelnost se musí týkat také grafiky na stránkách. Barevnost stránek by měla vycházet z barev loga, text by měl být snadno čitelný¹⁰⁰.

2.4.3 MDA

Jedná se o zkratku Most Desired Action, což můžeme přeložit jako nejvíce očekávaná akce. Při tvorbě webu je nutné přemýšlet nad tím, jakou akci má návštěvník na webu udělat. V případě muzeí se naskýtají akce jako najít otevírací dobu a cenu vstupného, mapu areálu, informace o akcích, atd¹⁰¹.

2.4.4 Zásady kvalitních webových stránek

Na internetu můžeme nalézt řadu návodů, jak vytvořit kvalitní stránky, čemu se vyvarovat, na co se zaměřit, popřípadě kontakty na tvůrce webů, kteří webové stránky tvoří. Viktor Janouch shrnul 8 pravidel, kterých by se tvůrci stránek měli držet:

- ze stránek musí být jasné pro koho jsou a co nabízí;
- nesmí být příliš umělecké;
- příliš mnoho grafiky má dopad na optimalizaci pro vyhledávače;
- minimalizovat používání flash technologie;
- pravidelná aktualizace obsahu;
- kvalitní navigace a prolinkování;
- používání klíčových seo prvků;
- bezproblémová funkce v hlavních prohlížečích¹⁰².

⁹⁹ KRUG, Steve. *Nenuťte uživatele přemýšlet!: praktický průvodce testováním a opravou chyb použitelnost webu*. Brno: Computer Press, 2010, str. 33

¹⁰⁰ JANOUC, Viktor. *Internetový marketing: prosadte se na webu a sociálních sítích*. Brno: Computer Press, 2010, str. 70

¹⁰¹ JANOUC, Viktor. *Internetový marketing: prosadte se na webu a sociálních sítích*. Brno: Computer Press, 2010, str. 64

¹⁰² JANOUC, Viktor. *Internetový marketing: prosadte se na webu a sociálních sítích*. Brno: Computer Press, 2010, str. 80 a 81

Praktická část

3 Analýza způsobu prezentace muzeí

Praktická část této diplomové práce je zaměřena na analýzu způsobu prezentace aktivit a činností vybraných muzeí v přírodě. Analyzovaná muzea byla vybrána podle rozdělení do kategorií z kapitoly 1.2 na:

- soubory historických staveb in-situ nebo transferovaných (16 institucí a památek);
- archeologická muzea (13 institucí a památek);
- objekty lidového stavitelství s prvky muzea v přírodě (103 institucí a památek);
- technické památky (45 institucí a památek);
- hornická muzea (24 institucí a památek).

Z každé této kategorie byly vybrány 4 instituce. Analýza bude zaměřena na webové stránky muzeí a profily na sociálních sítích Facebook a Instagram a způsob, jakým prezentují návštěvníkům informace, zda jsou stránky přehledné a jaká je komunikace na soc. sítích. Analýza proběhne podle předem daných parametrů.

Domnívám se, že výsledky analýzy by mohly být cenným zdrojem informací pro ty instituce, které nevědí, zda se vyplatí mít aktivní účet na některé ze sociálních sítích. Popřípadě mohou být tyto výsledky zdrojem inspirace pro správce těchto účtů.

3.1 Výzkumný problém

Internet je v dnešní době nedílnou součástí komunikace. Pro firmy, ale i instituce (v tomto případě muzea v přírodě) slouží nejen k prezentaci služeb, ale i nalákání nových zákazníků, návštěvníků a klientů. Webové stránky by měly důstojně reprezentovat instituci, poskytovat dostatek informací a být i dostatečně přehledné a uživatelsky přívětivé. Avšak stále můžeme na internetu najít webové stránky, se kterými nelze dobře pracovat, jsou nepřehledné nebo se špatně zobrazují na mobilním telefonu. Tato špatná prezentace na internetu může následně odradit nové zákazníky, návštěvníky nebo klienty.

K prezentaci na internetu kromě webových stránek mohou sloužit i sociální sítě. Sociální sítě poskytují skvělý způsob na neformální prezentaci instituce. Lépe a často i rychleji se na nich komunikuje přímo se zákazníky, návštěvníky a klienty. Podobně jako webové

stránky, i profily na sociálních sítích mohou být v některých případech spravovány hůř než jiné profily.

Sociální sítě muzeí byly analyzovány v době nouzového stavu v České republice na jaře roku 2020. V této době byly uzavřeny všechny instituce (školy, úřady, muzea, ale i hotely, restaurace, posilovny a jiné) z důvodu šíření nemoci COVID-19. Uzavřené instituce reagovaly různě podle svých možností. Některé přenesly své aktivity do online prostředí a začaly více komunikovat se svými klienty, návštěvníky a zákazníky přes internet. V tomto období byly analyzovány i sociální sítě muzeí, protože ty nabízí zůstat se svými návštěvníky v bližším kontaktu.

3.2 Cíle výzkumu

Cílem výzkumu je analýza způsobu prezentace aktivit a činností muzeí v přírodě na webových stránkách a sociálních sítích vybraných institucí. Dále bude zkoumána přívětivost webových stránek z pohledu návštěvníka a aktivita na sociálních sítích vybraných muzeí.

3.3 Stanovení hypotéz

Pracovní hypotéza H1: Analyzovaná muzea s návštěvností nad 5 000 návštěvníků za rok 2019 budou mít lepší a přehlednější webové stránky, než tomu bude u analyzovaných muzeí s menší návštěvností.

Pracovní hypotéza H2: Všechna analyzovaná muzea mají profil alespoň na jedné ze sociálních sítích.

Pracovní hypotéza H3: Webové stránky všech muzeí jsou uzpůsobeny na prohlížení v mobilním telefonu.

Pracovní hypotéza H4: Alespoň polovina dotázaných sleduje muzeum na alespoň jedné sociální síti.

Pracovní hypotéza H5: Alespoň polovina analyzovaných muzeí využívá nějakou formu placené propagace na sociálních sítích.

3.4 Výzkumné metody a techniky sběru dat

Analýza bude probíhat dvěma způsoby. Nejdříve budou stránky a sociální sítě analyzovány podle předem daných kritérií a následně bude probíhat dotazníkové šetření.

Dotazníky budou dvojího typu, pro veřejnosti a pro pracovníky muzeí. Dotazník pro veřejnost si klade za cíl prozkoumat vnímání webových stránek a sociálních sítí muzeí různými věkovými skupinami návštěvníků. Dotazník zaslaný pracovníkům muzeí zkoumá, jakým způsobem pracují s webovými stránkami a sociálními sítěmi, jestli mají strategii při prezentaci nových služeb nebo zda si platí reklamu na internetu.

Dotazníky byly vytvořeny v online formě dotazníků webové platformy www.surveymonkey.com. Tato služba umožňuje přehlednou tvorbu, sdílení a následné vyhodnocení dotazníkového šetření. Online vyplňování umožňuje oslovit větší počet respondentů a je pro ně komfortnější.

3.5 Dotazníkové šetření

Cílem dotazníkového šetření je ověřit nebo vyvrátit stanovené hypotézy. Dotazník naleznete v příloze diplomové práce.

3.6 Kritéria hodnocení webových stránek vybraných muzeí

Webové stránky a jejich uživatelská přívětivost budou hodnoceny podle daných kritérií, které vychází z teoretické části diplomové práce. Konkrétně se jedná o kritéria z kapitol 2.4 Uživatelská přívětivost webových stránek a 2.4.1 Uživatelské rozhraní.

Kritérium jednoznačnost – Je zcela zřejmé, k jakému účelu webové stránky slouží. Úvodní webová stránka (stránka, která se zobrazí jako první) musí obsahovat např. název muzea nebo logo, aby bylo ihned zřejmé, jaké instituci webová stránka slouží.

Kritérium stručnost – Informace a texty na webových stránkách jsou jasné a stručné. Návštěvník se bez zbytečného hledání a čtení dlouhých textů dozví základní informace (otevírací doba, cena vstupného, adresa atd).

Kritérium přehlednost – Webové stránky jsou přehledné a jde se na nich lehce orientovat. Práce se stránkami nevybočuje ze zažitých norem. Na webových stránkách jsou pro lepší přehlednost ikony.

Kritérium konzistentnost – Všechny stránky webu mají stálé prostředí.

Aktuálnost informací – Informace zveřejněné na webu jsou aktuální (ceník, vstup, plánované události, atd).

Kritérium responzivnost – Webové stránky jsou uzpůsobeny pro prohlížení v mobilním telefonu

Každé z těchto kritérií bude ohodnoceno 1 až 5 body (1 bod nejméně, 5 bodů nejvíce) a opatřeno komentářem.

3.7 Kritéria hodnocení sociálních sítí vybraných muzeí

Nejdříve je potřeba zjistit, zda vybraná muzea mají účet (profil, stránku) na sociální síti Facebook nebo Instagram. Dále se bude hodnotit míra aktivity (počet příspěvků) na sociální síti Facebook i Instagram.

Dále bude přihlíženo k typům příspěvků, zda jsou spíše informačního charakteru (např. změna otevírací doby nebo ceny vstupného), zábavného či poučného charakteru (hádanky, rébusy, ukázky exponátů nebo příspěvky ze života instituce). A jestli se na stránce častěji vyskytují fotografie a videa, textové statusy, pozvánky na události či sdílení cizích příspěvků a odkazů. Typy příspěvků budou hodnoceny pouze na sociální síti Facebook, protože ta, na rozdíl od Instagramu umožňuje sdílet i textové příspěvky.

4 Analyzovaná muzea

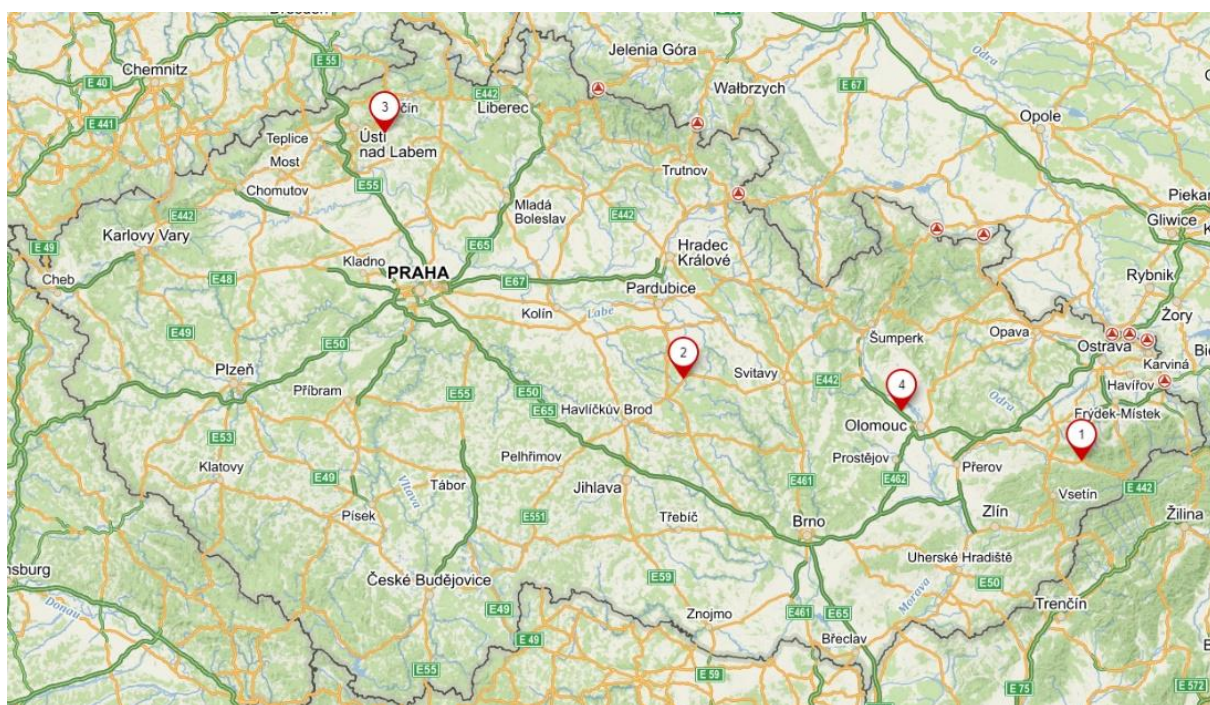
4.1 Soubory historických staveb in situ nebo transferovaných

Národní muzeum v přírodě

Národní muzeum v přírodě (NMVP), vzniklo spojením čtyř institucí – Valašské muzeum v přírodě, Muzeum v přírodě Vysočina, Hanácké muzeum v přírodě a Muzeum v přírodě Zubrnice. Jedná se o příspěvkovou organizaci Ministerstva kultury České republiky, která vznikla na konci roku 2018¹⁰³.

Organizace spravuje sbírku nemovitých i movitých dokladů lidové kultury, řemesel, zemědělství a sbírkové předměty a objekty lidové architektury českých, moravských a slezských oblastí umístěné přirozeně v krajině.

Národní muzeum v přírodě mělo v roce 2019 návštěvnost 480 038 návštěvníků. Díky takto vysoké návštěvnosti se řadí mezi nejnavštěvovanější turistické cíle v České republice¹⁰⁴.



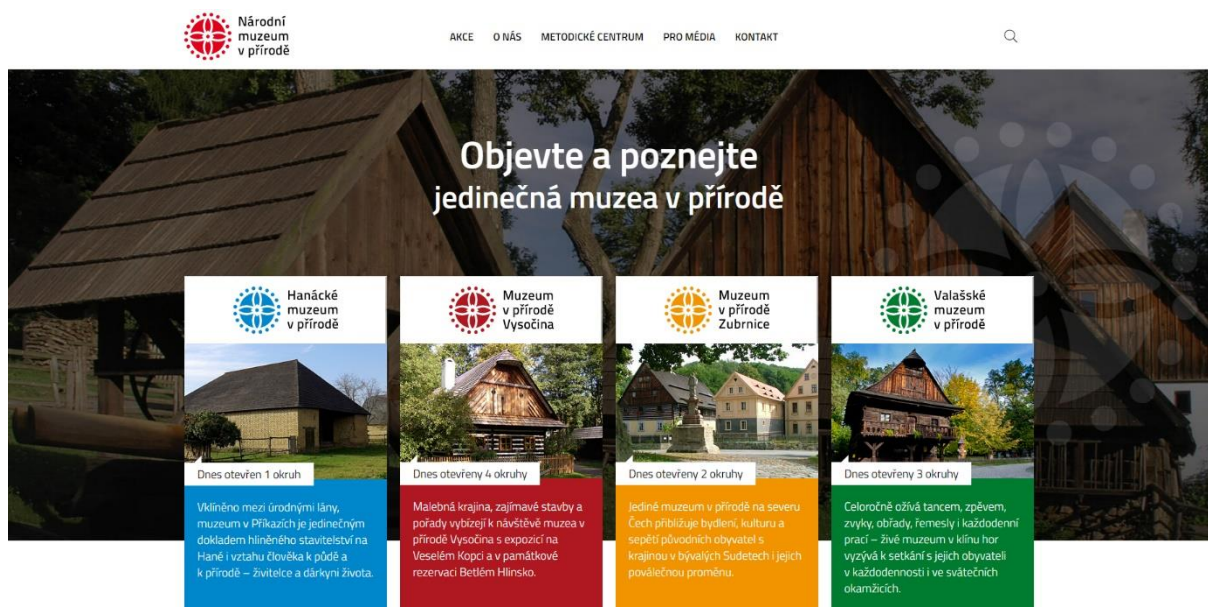
Obr. 7: Mapa rozmištnění muzeí NMVP. Zdroj: mapy.cz a vlastní zpracování

¹⁰³ *Národní muzeum v přírodě* [online]. [cit. 2020-04-13]. Dostupné z: <https://web.archive.org/web/20190123223638/http://www.vmp.cz/cs/navstevnici-prohlidka-muzea/narodni-muzeum-v-prirode/narodni-muzeum-v-prirode.html>

¹⁰⁴ *Národní muzeum v přírodě hlásí za rok 2019 rekordní návštěvnost* [online]. [cit. 2020-04-13]. Dostupné z: <https://www.nmvp.cz/pro-media/tiskove-zpravy/narodni-muzeum-v-prirode-hlasi-za-rok-2019-rekordni-navstevnost>

Obr. 7 zobrazuje rozmístění muzeí v přírodě pod správou NMVP, jsou to Valašské muzeum v přírodě (na mapě č. 1), Muzeum v přírodě Vysočina (na mapě č. 2) Muzeum v přírodě Zubrnice (na mapě č. 3) a Hanácké muzeum v přírodě (na mapě č. 4).

Analýza webových stránek Národního muzea v přírodě



Obr. 8: Webové stránky nmvp.cz. Zdroj: www.nmvp.cz

Hodnocení webových stránek

Webové stránky Národního muzea v přírodě, **nmvp.cz** jsou příkladem moderních webových stránek. Již po otevření je jasné, že jde o stránky instituce, která sdružuje čtyři muzea v přírodě. Stránka zobrazuje název včetně loga. Menu a podmenu jsou jednoduše rozdělena. Jednotlivé stránky webu si drží stejný vzhled, který vychází ze vzhledu úvodní strany. Při kliknutí na zmíněné logo se návštěvník stránek dostane pokaždé na domovskou obrazovku. Informace, které stránka zobrazuje jsou aktuální a ukazují nejnovější akce, které pořádají jednotlivá muzea, stejně tak zde návštěvník najde aktuální vstupné nebo např. volná pracovní místa. Výtkou může být zobrazení stránek v mobilním telefonu. Grafické zobrazení až příliš kopíruje zobrazení stránek pro počítače a úvodní zobrazení čtyř muzeí by mohlo být menší, aby načítání grafických prvků netrvalo tak dlouho. Při prokliku na jinou, než úvodní stránku muzea se v hlavičce webu zobrazí lišta s adresou, telefonním číslem a ikonou „f“, která odkazuje na Facebookovou stránku organizace. Je škoda, že se tato lišta nezobrazuje i na hlavní straně webu.

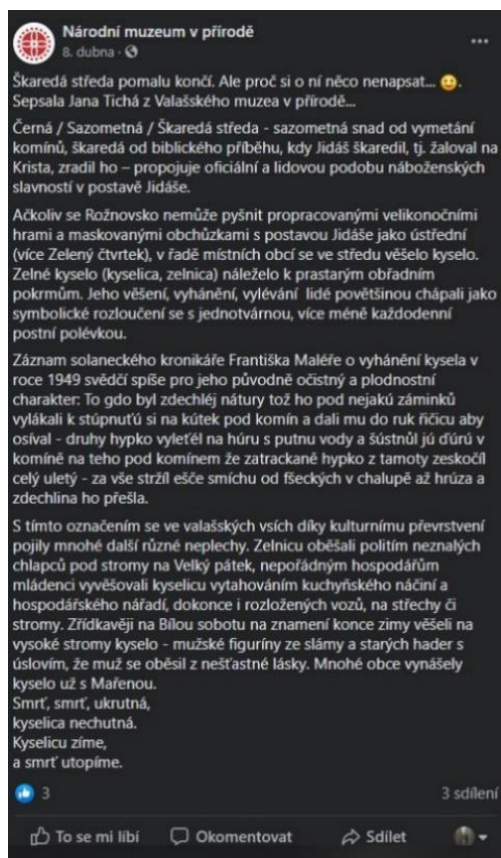
Tabulka 4: Bodové hodnocení nmvp.cz

Kritérium	Počet bodů
Jednoznačnost	5
Stručnost	5
Přehlednost	5
Konzistentnost	5
Aktuálnost informací	5
Responzivnost	3
Celkový počet bodů	28 bodů

Zdroj: Vlastní zpracování

Národní muzeum v přírodě na sociálních sítích

Z webových stránek se návštěvník dostane na stránku Národní muzeum v přírodě na Facebooku. Tato stránka byla zřízena v prosinci 2018 a má 430 fanoušků. Na této stránce jsou sdíleny příspěvky z ostatních muzeí, která spadají pod Národní muzeum v přírodě. Stránku můžeme označit jako aktivní, co se týče počtu příspěvků (2 až 3 týdně). Sdílené příspěvky jsou hlavně ve formě fotografií z přidružených muzeí, avšak lze najít i příspěvky poučného charakteru jako např. proč se škaredé středě říká škaredá (viz. Obr 9). Příspěvky nemají velký počet „To se mi líbí“ ani sdílení, což je dáno nízkým počtem fanoušků stránky. Účet na sociální síti Instagram muzeum nemá.



Obr. 9: Velikonoční příspěvek na Facebooku. Zdroj: www.facebook.com

Valašské muzeum v přírodě

Valašské muzeum v přírodě v Rožnově pod Radhoštěm je, co o počtu návštěvníků nejnavštěvovanější muzeum v přírodě z organizace Národní muzeum v přírodě¹⁰⁵. Bylo otevřeno v městském parku v roce 1925 u příležitosti konání I. Valašského roku¹⁰⁶.

V době otevření se skládalo pouze z roubených měšťanských budov z 16. – 18. století. Jednalo se o stavby přenesené z náměstí v Rožnově pod Radhoštěm – rožnovská radnice z roku 1770, Vaškova hospoda ze 16. století a Billův dům z roku 1750, které daly základ vzniku tzv. *Dřevěného městečka*. Tato část Valašského muzea v přírodě prezentuje městský způsob života na Valašsku na přelomu 19. a 20. století¹⁰⁷. V současné době jej tvoří 16 objektů¹⁰⁸.

¹⁰⁵ *Národní muzeum v přírodě hlásí za rok 2019 rekordní návštěvnost* [online]. [cit. 2020-04-13]. Dostupné z: <https://www.nmvp.cz/pro-media/tiskove-zpravy/narodni-muzeum-v-prirode-hlasi-za-rok-2019-rekordni-navstevnost>

¹⁰⁶ LANGER, Jiří. *Evropská muzea v přírodě*. Praha: Beset, 2005, str. 58

¹⁰⁷ LANGER, Jiří. *Evropská muzea v přírodě*. Praha: Beset, 2005, str. 58

¹⁰⁸ *Dřevěné městečko* [online]. [cit. 2020-04-13]. Dostupné z: <https://www.nmvp.cz/roznov/informace-pro-navstevniky/prohlidkove-okruhy/drevene-mestecko>

Areál *Mlýnské doliny* se nachází v přilehlém údolí historického vodního náhonu. V areálu stojí deset funkčních technických objektů převážně na vodní pohon, např. hamr z Ostravice z druhé pol. 19. stol, vodní mlýn z Velkých Karlovic z 2. třetiny 18. stol, kopie pily z Velkých Karlovic z roku 1782 (originál je stále ve Velkých Karlovicích), valcha z Velkých Karlovic z roku 1828, lisovna oleje z Brumova ze 17. století nebo vozovna z Ostravice¹⁰⁹.

Nejrozsáhlejší část Valašského muzea v přírodě tvoří tzv. *Valašská dědina*. Svým vzhledem a vsazením do okolní přírody připomíná mnoho vesnic v Beskydech. Soubor staveb včetně autentického vybavení představuje každodenní život lidí od konce 18. století do 50. let 20. století. Většina z více než 30 staveb jsou originály přivezené z původních míst, kopie objektů jsou postaveny podle historicky doložených faktů. Interiér staveb je vytvořen podle historických událostí a skutečných příběhů rodin, které stavby obývaly¹¹⁰. Návštěvník v areálu uvidí např. šestibokou fojtskou stodolu z Hodslavic z přelomu 18. a 19. stol., kolibu z Černé hory pod Radhoštěm, kapli z Valašské Bystřice z roku 1755, sušírnu ovoce a komoru ze Seninky z 19. stol., zvonici z Lužné a zvonici z Vrbětic a evangelický toleranční kostelík z Huslenek z 19. stol., větrný mlýn z Kladníku u Přerova s interiérem z 20. let 20. stol., kamennou kovárnu z Lutonina z roku 1889, fojstství z Lidečka s pavlačí z roku 1812, hostinec a kupecký krámk ze Zděchova, který je vědeckou rekonstrukcí stavby, která fungovala do první poloviny 20. stol., obecnou školu z Velkých Karlovic postavenou podle plánů z roku 1888 a řadu větších či menších zemědělských usedlostí, pasteveckých chalup a obydlí chalupníka¹¹¹.

Do správy Valašského muzeum v přírodě spadají i *Pustevny*. Jedná se o areál staveb postavených architektem Dušanem Jurkovičem ve slohu tzv. lidové secese. V dnešní době objekty Libušín a Maměnka jsou pouze zbytky turisticky atraktivní lokality 19. století. V té době zde stála řada staveb, poskytující ubytovací a pohostinské služby turistům prozkoumávajících odlehlá místa beskydských hor. Na výzdobě interiéru Libušína se podílel malíř Mikuláš Aleš. Bohužel na konci 2. světové války byli v areálu Pusteven ubytování příslušníci Hitlerjugend a maďarský asistenční oddíl, kteří areál uvedli do havarijního stavu. S rekonstrukcí zpusťšených staveb začalo Valašské muzeum v přírodě v 80. letech minulého

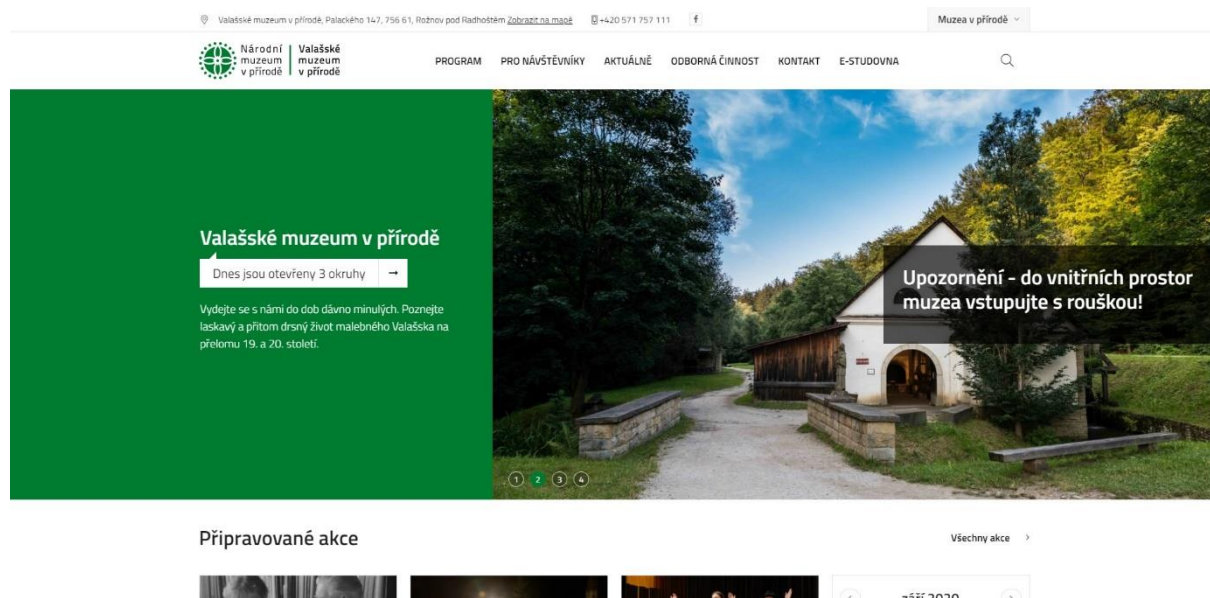
¹⁰⁹ LANGER, Jiří. *Evropská muzea v přírodě*. Praha: Beset. 2005, str. 63 a 64

¹¹⁰ *Valašská dědina* [online]. [cit. 2020-04-13]. Dostupné z: <https://www.nmvp.cz/roznov/informace-pro-navstevniky/prohlidkove-okruhy/valasska-dedina>

¹¹¹ LANGER, Jiří. *Evropská muzea v přírodě*. Praha: Beset, 2005, str. 64 - 67

století. Během rekonstrukce byly útulna Libušín a hotel Maměnka prohlášeny za Národní kulturní památku¹¹².

Analýza webových stránek Valašského muzea v přírodě



Obr. 10: Webové stránky nmvp.cz/roznov. Zdroj: www.nmvp.cz/roznov

Webové stránky **nmvp.cz/roznov** Valašského muzea v přírodě vychází z podobné šablony jako stránky nmvp.cz. První věcí, která zaujme je zelená barva, která je přítomná na všech stránkách webu i v logu. Úplně nahoře úvodní strany je lišta s adresou, kontaktními údaji a odkazem na Facebook muzea. Název instituce je na úvodní straně zmíněn několikrát, což vede k jednoznačnému určení stránek. Menu s pěti možnostmi výběru je dobře rozděleno. Návštěvníky bude zřejmě nejvíce zajímat menu „Pro návštěvníky“, kde nalezne veškeré potřebné informace. Zelená barva zvýrazňuje důležité informace, které by mohly být přehlednuty jako např. otevírací doba prohlídkových okruhů. Texty umístěné na stránkách jako „Historie a vznik muzea“ jsou jednoduché a přehledné. Jak již bylo řečeno, webové stránky provází zelená barva, která společně s podkladovou fotografií sjednocuje celý web. Informace uvedené na stránkách jsou aktuální a reagují na aktuální situaci, např. upozornění na nutnost vstupu do vnitřních prostor muzea s rouškou.

¹¹² *Pustevny* [online]. [cit. 2020-04-13]. Dostupné z: <https://www.nmvp.cz/roznov/informace-pro-navstevniky/prohlidkove-okruhy/pustevny>

Jediná výtka zase směřuje k zobrazení webu na mobilním telefonu. Stránky se z důvodů příliš velkého počtu obrázků na webu pomalu načítají.

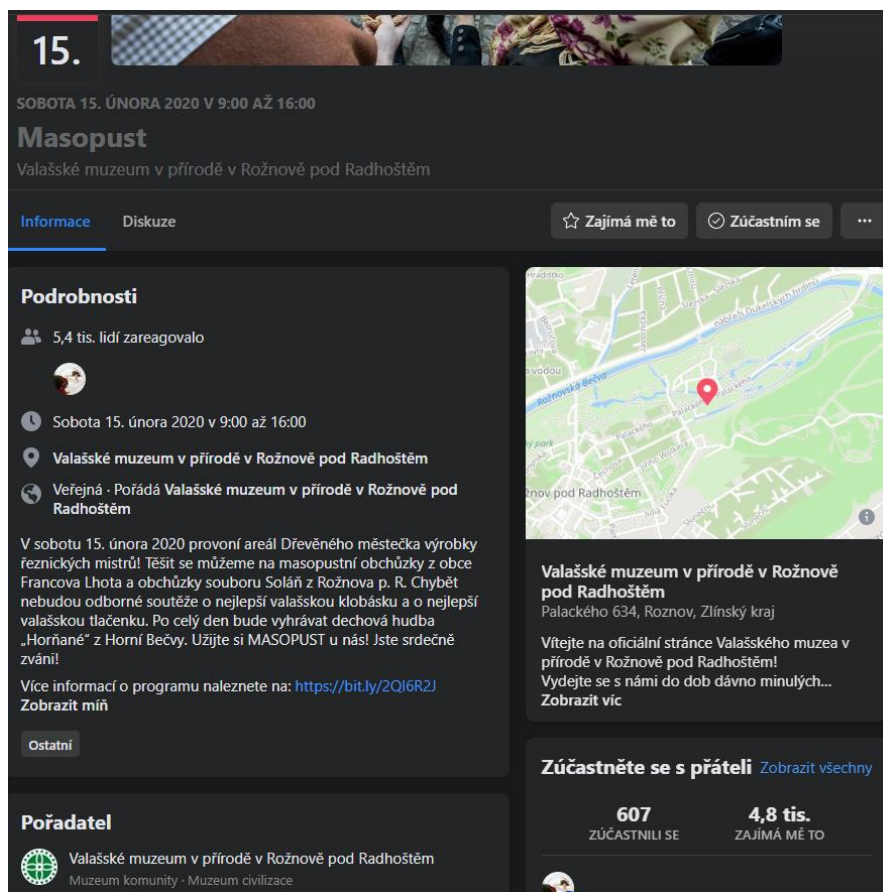
Tabulka 5: Bodové hodnocení stránek nmvp.cz/roznov

Kritérium	Počet bodů
Jednoznačnost	5
Stručnost	5
Přehlednost	5
Konzistentnost	5
Aktuálnost informací	5
Responzivnost	4
Celkový počet bodů	29 bodů

Zdroj: Vlastní zpracování

Valašské muzeum v přírodě na sociálních sítích

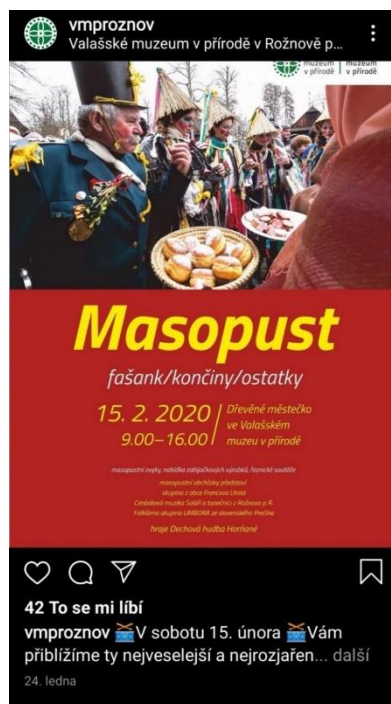
V horní liště webových stránek Valašského muzea v přírodě je přímo odkaz na Facebookovou stránku muzea **Valašské muzeum v přírodě v Rožnově pod Radhoštěm**. Stránka byla vytvořena 30. května 2013 a sleduje ji 12 459 uživatelů. Příspěvky jsou přidávány zhruba jednou týdně (1 až 2 příspěvky). Výjimkou v četnosti přidávání obsahu stránky bylo uzavření všech muzeí během nouzového stavu. Obsahy příspěvků jsou tvořeny novinkami z muzea (např. příprava vzorkovny pro prezentaci regionálních plodin) ve formě fotografií s krátkým textem nebo pozvánkami na akce, které mají v muzeu proběhnout. Informativní příspěvky s plakátky nebo bannery jsou ve stejném grafickém stylu jako webové stránky muzea. Na druhu příspěvku závisí reakce uživatelů. Příspěvky s fotografiemi jsou mnohem více označovány jako „To se mi líbí“, komentovány a sdíleny než příspěvky, které mají pouze informativní charakter nebo na něco odkazují. Facebook slouží i jako pozvánka na události, které v muzeu proběhnou. Poslední akce, která v muzeu proběhla (v době psaní DP) byl Masopust 15. února (následoval nouzový stav a ostatní akce byly zrušeny). Na Facebooku byla vytvořena událost Masopust (Obr. 11: Událost Masopust na Facebooku), která obsahovala základní údaje k akci a odkaz na webové stránky muzea, kde návštěvník našel další informace. Díky této události může správce stránky sledovat zájem mezi návštěvníky o akci a např. je informovat o přípravách na ni.



Obr. 11: Událost Masopust na Facebooku. Zdroj: www.facebook.com

Valašské muzeum v přírodě na Instagramu nalezneme pod účtem **@vmproznov**. První z více než 70 příspěvků je z října roku 2018. Od té doby jsou na účet přidávány příspěvky převážně z akcí konaných v muzeu. Účet sleduje 830 uživatelů.

Při porovnání obou účtů muzea lze vypozařovat, že příspěvky na Instagramu jsou spíše zábavnějšího charakteru než na Facebooku. Avšak i na Instagramu muzeum informuje o aktivitách, která pořádá (viz. Obr. 12: Příspěvek Masopust na Instagramu). Aktivita muzea na Facebooku je víc profesionálního a informativního charakteru.



Obr. 12: Příspěvek Masopust na Instagramu.

Zdroj: snímek obrazovky aplikace Instagram

Muzeum v přírodě Vysočina

Muzeum v přírodě Vysočina bylo co do počtu návštěvníků druhé nejnavštěvovanější (po Valašském muzeu v přírodě) muzeum v přírodě z organizace Národní muzeum v přírodě¹¹³.

Muzeum má na starosti památkovou rezervaci Betlém Hlinsko a expoziční areál Veselý Kopec, které jsou od sebe vzdálené vzdušnou čarou 5 km a nachází se v Pardubickém kraji ve městě Hlinsko a u obce Dřevíkov¹¹⁴.

Areál staveb *Veselý kopec* je soubor 22 roubených staveb s ukázkami bydlení drobných zemědělců. Stavby jsou rozptýlené v původním krajinném prostředí. Areál byl zpřístupněn veřejnosti v roce 1972 díky iniciativě Lud'ka Štěpána a dobrovolných ochránců památek. Stavby jsou ukázkami lidové architektury (převážně roubené) severní části Českomoravské vrchoviny¹¹⁵. Nejstarší interiér z roku 1830 nalezneme v usedlosti z Lezníků, naopak nejmladší vybavení interiéru ve statku z Mokrý Lhoty u Nových Hradů je z 50. let 20. století¹¹⁶. Z dalších

¹¹³ *Národní muzeum v přírodě hlásí za rok 2019 rekordní návštěvnost* [online]. [cit. 2020-04-15]. Dostupné z: <https://www.nmvp.cz/pro-media/tiskove-zpravy/narodni-muzeum-v-prirode-hlasi-za-rok-2019-rekordni-navstevnost>

¹¹⁴ LANGER, Jiří. *Evropská muzea v přírodě*. Praha: Beset, 2005, str. 80

¹¹⁵ LANGER, Jiří. *Evropská muzea v přírodě*. Praha: Beset, 2005, str. 82

¹¹⁶ *Veselý Kopec* [online]. [cit. 2020-04-15]. Dostupné z: <https://www.nmvp.cz/vysocina/pro-navstevniky/prohlidka-expozicnich-arealu/vesely-kopec>

zajímavých staveb můžeme zmínit polygonální stodolu (čtrnácti bokou), která je v České republice unikátem z roku 1680, vodní pilu z Dolní Sloupnice, vodní olejnu z Damašku u Pusté Rybné, která do roku 1936 sloužila k lisování oleje ze lněného semene, vodní mlýn s varnou povidel, kolářskou, truhlářskou nebo sekernickou dílnu nebo sušky lnu a ovoce¹¹⁰.

Památková rezervace lidové architektury *Betlém* se nachází ve městě Hlinsko. Jedná se o soubor převážně roubených domků drobných řemeslníků stavěných od poloviny 18. stol. Expozice Betlém Hlinsko ukazuje život řemeslníků typických pro Českomoravskou vrchovinu od druhé pol. 19. stol. až do počátku 20. stol¹¹⁷. Ve 24 stavbách nalezneme dílny a domácnosti továrního tkalce, hračkaře, ševce, pilníkáře, řezníka nebo krejčího¹¹⁸. Některé z objektů využívá Muzeum v přírodě vysočina pro potřeby muzea (konzervátorská dílna, prodej upomínkových předmětů nebo hospoda)¹¹¹.

Hlinecko je zapsáno ve Světovém dědictví UNESCO svými masopustními občůzkami a maskami, které mají v jednom domku celoroční expozici¹¹⁹.

Lidová architektura se nachází v řadě okolních obcí okolo Hlinska. Na Poličsku bychom našli typické uzavřené čtyřboké usedlosti s patrovými obytnými komorami (obec Borová, Široký Důl, Telecí nebo Korouhev). Západní okolí Hlinska je typické trojdílnými sruby, které byly někdy omazávány a bíleny (obce Vítanov, Všeradov, Rváčov nebo Horní Bradlo)¹²⁰.

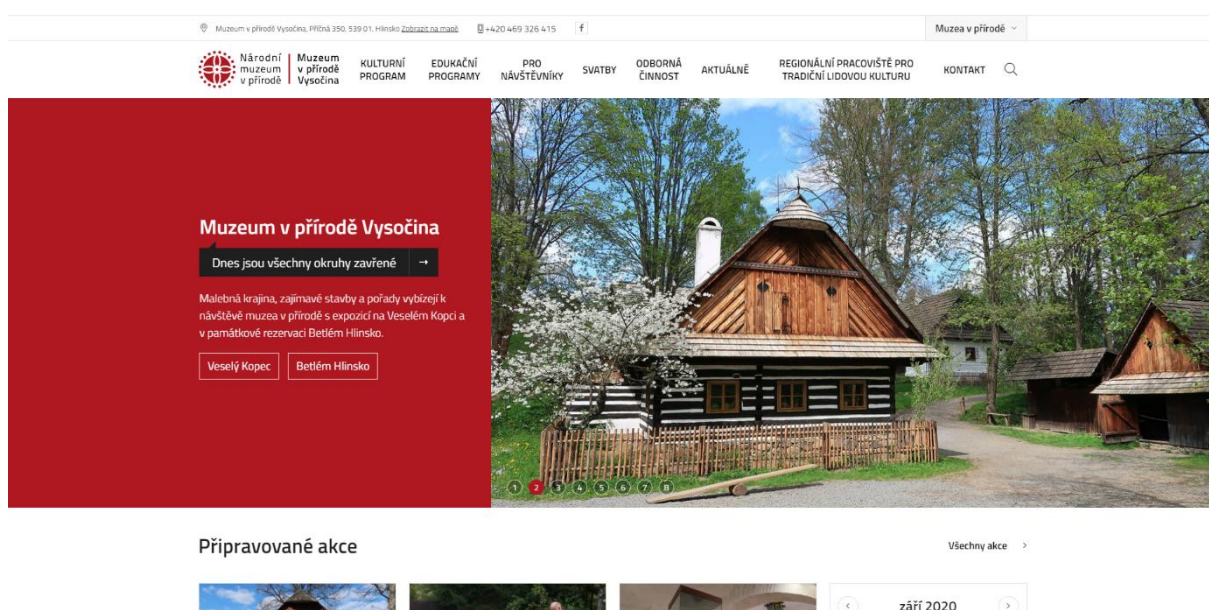
¹¹⁷ *Betlém Hlinsko: Řemeslnická obydlí* [online]. [cit. 2020-04-15]. Dostupné z: <https://www.nmvp.cz/vysocina/pro-navstevniky/prohlidka-expozicnich-arealu/betlem-hlinsko-remeslnicka-obydli>

¹¹⁸ LANGER, Jiří. *Evropejská muzea v přírodě*. Praha: Beset, 2005, str. 86 a 87

¹¹⁹ *Historie a vznik muzea* [online]. [cit. 2020-04-15]. Dostupné z: <https://www.nmvp.cz/vysocina/pro-navstevniky/historie-a-vznik-muzea>

¹²⁰ LANGER, Jiří. *Evropejská muzea v přírodě*. Praha: Beset, 2005, str. 87

Analýza webových stránek Muzea v přírodě Vysočina



Obr. 13: Webové stránky nmvp.cz/vysocina. Zdroj: www.nmvp.cz/vysocina

Webové stránky **nmvp.cz/vysocina** jsou vytvořeny ze stejné šablony jako stránky Valašského muzea v přírodě. Liší se pouze zvolenou podkladovou barvou, fotografiemi z Muzea v přírodě Vysočina a větší nabídkou v horní menu liště. Muzeum v přírodě Vysočina má na rozdíl od Valašského muzea v přírodě zvlášť „Edukační programy“ a „Svatby“ (VMVP je má v menu „Pro návštěvníky“). Jinak jsou weby vzhledem a použitými prvky totožné. Stejně jsou i výtky k zobrazení webu na mobilním telefonu.

Tabulka 6: Bodové hodnocení nmvp.cz/vysocina

Kritérium	Počet bodů
Jednoznačnost	5
Stručnost	5
Přehlednost	5
Konzistentnost	5
Aktuálnost informací	5
Responzivnost	4
Celkový počet bodů	29 bodů

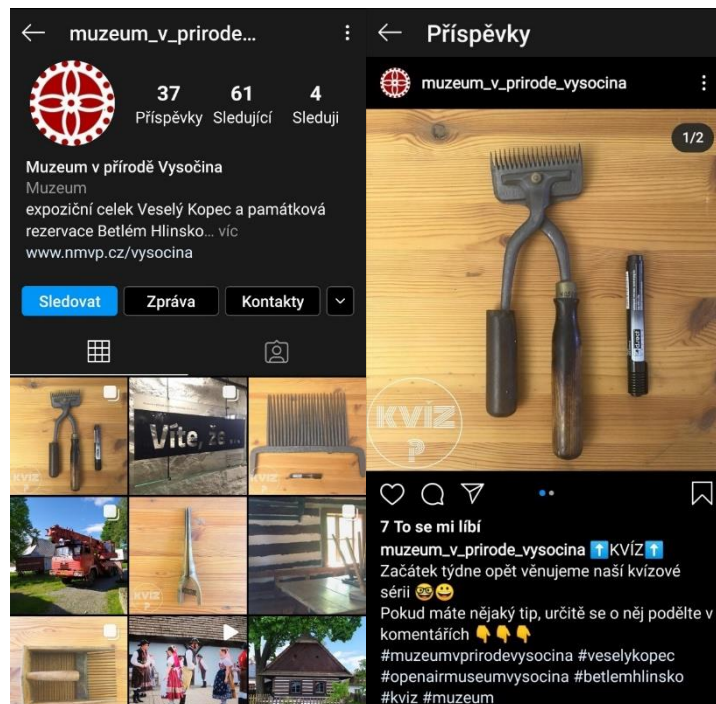
Zdroj: Vlastní zpracování

Muzeum v přírodě Vysočina na sociálních sítích

Facebooková stránka **Veselý Kopec** byla založena v listopadu roku 2016 a sleduje ji 3 471 uživatelů Facebooku. Při porovnání se stránkou Valašského muzea v přírodě je spravovaná velmi amatérsky. Příspěvky jsou sdíleny zhruba 2krát týdně, v podobě fotografií jsou často převzaté z Instagramového účtu muzea. Ostatní příspěvky ve formě sdílení informací o otevírací době či odkazů na videa nebo články jsou v podobném amatérském duchu. Dlouhé texty bez emotikonů slouží spíše jako neosobní pozvánka na akce než příjemná komunikace s návštěvníkem. Podobně jako v muzeu v Rožnově i zde se používá Facebook jako pozvánka návštěvníků na události muzea.

Účet **@muzeum_v_prirode_vysocina** na Instagramu byl založen teprve v roce 2020. Příspěvky označené hashtagy **#muzeumvprirodevysocina** nebo **#veselykopec** mají málo „To se mi líbí“ označení, což je jistě dáno malým počtem sledujících. Pouhých 61 uživatelů. Příspěvky jsou jiné než příspěvky z Valašského muzea. Správce účtu se snaží o zapojení sledujících a každé pondělí je představován nějaký zajímavý předmět z depozitáře muzea jako hádanka (viz. Obr. 14). Bohužel na příspěvek nejsou žádné reakce, a tak si správce odpovídá často sám. Stejně příspěvky z Instagramu jsou i na Facebookové stránce. Na Instagramu nenalezneme žádné pozvánky na události, které v muzeu proběhnou. Důvodem tomu je zřejmě to, že účet byl založen v době nouzového stavu a zatím neproběhla žádná událost (poslední událostí byl Masopust 1. února v době, kdy tento účet ještě nebyl založen).

Jde vidět, že správce obou sociálních sítí Muzea v přírodě Vysočina se snaží o co nejlepší prezentaci muzea. Příspěvky však nevyvolávají dostatečnou reakci ve formě komentářů či sdílení a působí jednostranně.



Obr. 14: Profil Muzea v přírodě Vysočina na Instagramu (vlevo) a hádanka v příspěvku (vpravo)

Zdroj: snímek obrazovky aplikace Instagram

Muzeum v přírodě Zubrnice

Muzeum lidové architektury Českého středohoří, dnes Muzeum v přírodě Zubrnice je další z institucí patřící pod Národní muzeum v přírodě. Jako jediné muzeum v severních Čechách ukazuje návštěvníkům kulturu, bydlení a způsob života v bývalých Sudetech. Muzeum, které je přirozenou součástí obce Zubrnice se nachází kousek od Ústí nad Labem¹²¹.

Obec Zubrnice vznikla zřejmě v průběhu kolonizace v 11. stol. a v posledních dvou staletích se díky zemědělství a pěstování chmele velmi rozrostla. Po 2. světové válce a odsunu německých obyvatel se počet obyvatel v obci zmenšil o polovinu, a to znamenalo porušení po staletí budovaných vztahů k půdě a okolní krajině. Ovocné sady, chmelnice a stavby ve vesnici chátraly, v 60. letech minulého století došlo k řadě demolicí. Změna tohoto stavu přišla v roce 1974, kdy se před demolicí podařil zachránit původně gotický kostel sv. Máří Magdalény¹²² a roubený dům čp. 61¹²³. Od roku 1977 byly systematicky zachraňovány a restaurovány zdejší roubené i zděné stavby. Autorem etnografické koncepce a zakladatel je František Ledvinka.

¹²¹ LANGER, Jiří. *Evropská muzea v přírodě*. Praha: Beset, 2005, str. 87 a 88

¹²² LANGER, Jiří. *Evropská muzea v přírodě*. Praha: Beset, 2005, str. 88

¹²³ *Historie a vznik muzea* [online]. [cit. 2020-04-17]. Dostupné z: nmvp.cz/zubrnice/informace-pro-navstevniky/historie-a-vznik-muzea

Celkem muzeum tvoří 24 objektů, z nichž některé byly dovezeny z jiných lokalit (hlavně drobné církevní památky). V roce 1988 bylo muzeum otevřeno veřejnosti. Muzeum v přírodě Zubrnice dnes nabízí návštěvníkům dva prohlídkové okruhy – Historická vesnice a Mlýnské údolí¹¹⁷.

Historická vesnice nabízí prohlídku jedinečné zástavby vesnických staveb stojících na původních místech. Zděná usedlost s roubeným patrem čp. 61 z roku 1808 patřila k nejbohatším ve vesnici, dnes se zde nachází expozice ukazující sušení a zpracování chmelu a ovoce. Stavba přenesená do Zubrnice je barokní studna se zvoničkou ze Střížovic z roku 1695. Dominantou obce je již zmíněný kostel sv. Máří Magdalény. V budově čp. 26 z roku 1863 se nachází škola, která se pyšní největší sbírkou závěsných školních obrazů, tematicky vybavené místnosti doplňuje expozice hraček¹²⁴. V kupeckém krámku čp. 74 je interiér z 30. let minulého století s krámským zařízením typickým pro vesnické obchody¹²⁵. Rychta z Loubí na Českolipsku je přenesená v roce 2006 a slouží pro práci s dětmi v rámci tematických edukačních programů¹²⁶.

Mlýnské údolí je území s pěti vodními mlýny, z nichž jsou pouze dva přístupné veřejnosti. V 19. stol. na 12 km Lučního potoka stálo 27 mlýnů. Návštěvníci prochází obnovenou krajinou, které nechybí krajinné prvky jako boží muka nebo kříže. Prohlídkový okruh se skládá ze dvou objektů¹²⁷. Mlýn Týniště čp. 27 (Walschmühle) byl do dnešní podoby upraven v roce 1803. Jde o stavbu malého mlýna a obytného domu, pracující pouze pro blízké okolí¹²⁸. Druhá stavba, mlýn Týniště čp. 28 (Schelmühle) býval největší mlýn v okolí, do dnešní doby se dochovaly pouze základy mlýnu, pily a lisovny oleje. Na tyto základy se transferem podařilo postavit mlýn z Homole u Panny. Nyní je mlýn v rekonstrukci a čeká se na další transfer, tentokrát tzv. umělecké mlýnské složení z Hamrů u Hlinska¹²⁹.

¹²⁴ *Národní škola* [online]. [cit. 2020-04-17]. Dostupné z: <https://www.nmvp.cz/zubrnice/informace-pro-navstevniky/prohlidka-arealu/narodni-skola>

¹²⁵ *Kupecký krám – Franz Seidl, čp. 74* [online]. [cit. 2020-04-17]. Dostupné z: <https://www.nmvp.cz/zubrnice/informace-pro-navstevniky/prohlidka-arealu/kupecky-kram-franz-seidl-cp-74>

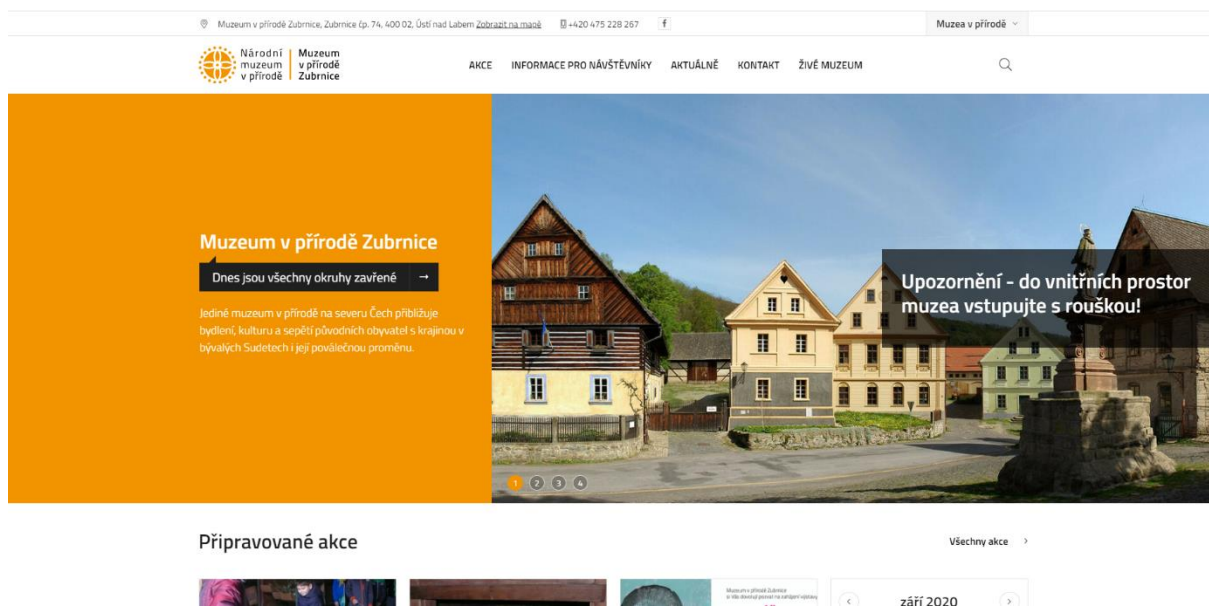
¹²⁶ *Rychta z Loubí* [online]. [cit. 2020-04-17]. Dostupné z: <https://www.nmvp.cz/zubrnice/informace-pro-navstevniky/prohlidka-arealu/rychta-z-loubi>

¹²⁷ *Mlýnské údolí* [online]. [cit. 2020-04-17]. Dostupné z: <https://www.nmvp.cz/zubrnice/informace-pro-navstevniky/prohlidka-arealu/mlynske-udoli>

¹²⁸ *Mlýn Týniště čp. 27 (Walschmühle)* [online]. [cit. 2020-04-17]. Dostupné z: <https://www.nmvp.cz/zubrnice/informace-pro-navstevniky/prohlidka-arealu/mlyn-tyniste-cp-27-walschmuehle>

¹²⁹ *Mlýn Týniště čp. 28 (Schelmühle)* [online]. [cit. 2020-04-17]. Dostupné z: <https://www.nmvp.cz/zubrnice/informace-pro-navstevniky/prohlidka-arealu/mlyn-tyniste-cp-28-schelmuehle>

Analýza webových stránek Muzea v přírodě Zubrnice



Obr. 15: Webové stránky nmvp.cz/zubrnice. Zdroj: www.nmvp.cz/zubrnice

Webové stránky **nmvp.cz/zubrnice** vychází ze stejné šablony jako ostatní stránky institucí Národního muzea v přírodě. I zde je instituce odlišena barvou a fotografiemi z muzea. A opakují se i stejné neduhy, a to špatné zobrazení v mobilním telefonu. Avšak i zde se liší menu v horní liště, např. „Edukační programy“ nalezne návštěvník v menu „Akce“. Odlišností od předešlých muzeí je více, tam kde VMVP má „Otevírací dobu a vstupné“, tak MVPZ má „Vstupné, slevy“. Až po rozkliknutí této stránky se návštěvník dozví i otevírací dobu, o které však v názvu není zmínka, což působí poněkud zmatečným dojmem. Za zmínku stojí nabídka v menu „Živé muzeum“. Tato stránka reaguje na uzavření institucí a hravou formou připomíná některé lidové zvyky. Je škoda, že tyto zajímavosti pro návštěvníky jsou zveřejněny pouze na webu muzea, a ne na sociálních sítích, kde by jistě sklídily pochvalu.

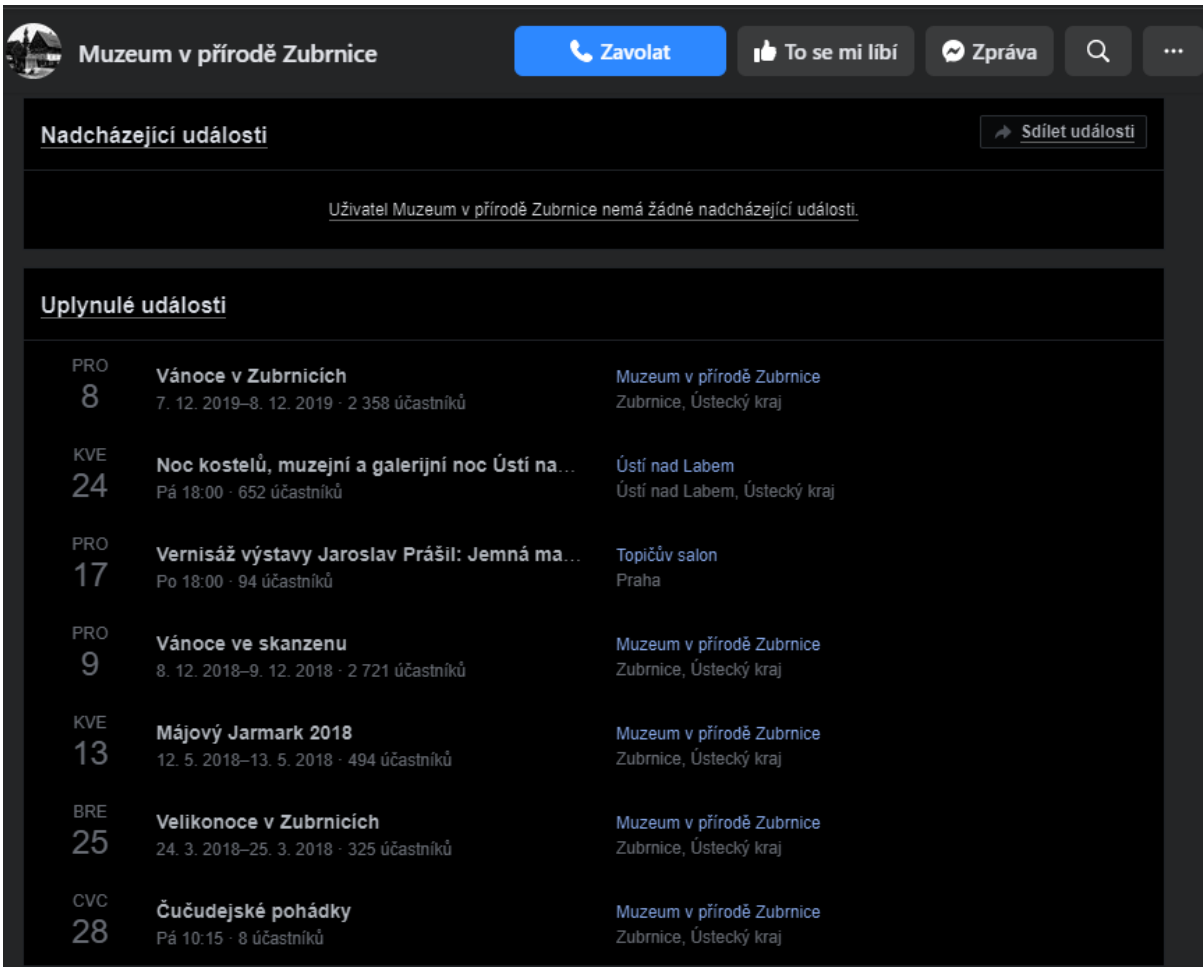
Tabulka 7: Bodové hodnocení nmvp.cz/zubrnice

Kritérium	Počet bodů
Jednoznačnost	5
Stručnost	5
Přehlednost	4
Konzistentnost	5
Aktuálnost informací	5
Responzivnost	4
Celkový počet bodů	28 bodů

Zdroj: Vlastní zpracování

Muzeum v přírodě Zubrnice na sociálních sítích

Na Facebooku nalezneme **Muzeum v přírodě Zubrnice** pod stejnojmenným názvem od roku 2011. Stránka, která má 2 933 „To se mi líbí“ není moc aktivní v příspěvcích. Příspěvky, většinou ve formě fotografií nejsou sdíleny pravidelně. Někdy je zde frekvence 5 příspěvků týdně a následuje měsíc bez příspěvků. Podobně jako u předchozího muzea jde o delší texty bez emotikonů, které nedosahují velkého počtu „To se mi líbí“ nebo dalšího sdílení od uživatelů. Poslední událost, která byla přidána na stránku byly Vánoce v Zubrnících 8. prosince. Ačkoli od té doby proběhla v muzeu další akce, Masopustní průvod v Zubrnících, nebyli o této akci informováni uživatelé formou události, ale pouze několika příspěvků na hlavní stránce.



The screenshot shows the Facebook profile of 'Muzeum v přírodě Zubrnice'. At the top, there are navigation buttons for 'Zavolat', 'To se mi líbí', 'Zpráva', and a search icon. Below this is a section for 'Nadcházející události' (Upcoming events), which is currently empty, with a message stating 'Uživatel Muzeum v přírodě Zubrnice nemá žádné nadcházející události.' Below that is a section for 'Uplynulé události' (Past events), which lists several events with their dates, participant counts, and locations.

Category	Event Name	Date	Participants	Location
PRO	Vánoce v Zubrnících	7. 12. 2019–8. 12. 2019	2 358 účastníků	Muzeum v přírodě Zubrnice Zubrnice, Ústecký kraj
KVE	Noc kostelů, muzejní a galerijní noc Ústí na...	Pá 18:00	652 účastníků	Ústí nad Labem Ústí nad Labem, Ústecký kraj
PRO	Vernisáž výstavy Jaroslav Prášil: Jemná ma...	Po 18:00	94 účastníků	Topičův salon Praha
PRO	Vánoce ve skanzenu	8. 12. 2018–9. 12. 2018	2 721 účastníků	Muzeum v přírodě Zubrnice Zubrnice, Ústecký kraj
KVE	Májový Jarmark 2018	12. 5. 2018–13. 5. 2018	494 účastníků	Muzeum v přírodě Zubrnice Zubrnice, Ústecký kraj
BRE	Velikonoce v Zubrnících	24. 3. 2018–25. 3. 2018	325 účastníků	Muzeum v přírodě Zubrnice Zubrnice, Ústecký kraj
CVC	Čučejské pohádky	Pá 10:15	8 účastníků	Muzeum v přírodě Zubrnice Zubrnice, Ústecký kraj

Obr. 16: Seznam uplynulých událostí Muzea v přírodě Zubrnice na Facebooku.

Zdroj: www.facebook.com

Instagramový účet Muzeum v přírodě Zubrnice nemá, avšak pod hashtagy #zubrnice, #skanzenzubrnice a označením místa Zubrnice skanzen lze najít řadu příspěvků od ostatních uživatelů a návštěvníků muzea.

Hanácké muzeum v přírodě

Nejmenší muzeum v přírodě z institucí pod správou Národního muzea v přírodě se nachází v obci Příkazy u Olomouce. V obci, která je památkovou rezervací bylo v 80. letech minulého století zřízeno muzeum lidového stavitelství na Hané. Koncept expozice měl na starosti etnograf Pavel Pospěch¹³⁰.

Soubor staveb lidové architektury Příkazy, jak se Hanáckému muzeu v přírodě dřív říkalo, se skládá z hanáckého statku s obytnou a hospodářskou částí z roku 1875, na který navazuje zahrada s ovocnými stromy, která je ukončena stodolou. Toto klasické uspořádání Hanáckého statku je doplněno ještě dalšími dvěma stodolami z první pol. 19. stol. a třetí stodolou z roku 1987, která byla na místo přenesena. Muzeum je jedinečným dokladem hliněného stavitelství na Hané¹³¹.

Návštěvník si prohlédne obytnou část statku, kuchyni, světnice, dílničku nebo školní třídu, která je umístěna v 1. patře, hospodářskou část se stájemi pro koně, následně se přechází do zahrad, ve kterých jsou špaletové stodoly¹³². Interiér muzea je vybaven venkovským mobiliářem z let 1799–1950. Tři velké průjezdné špaletové (zasunutý vjezd) stodoly obsahují různé zemědělské stroje a techniku¹³³.

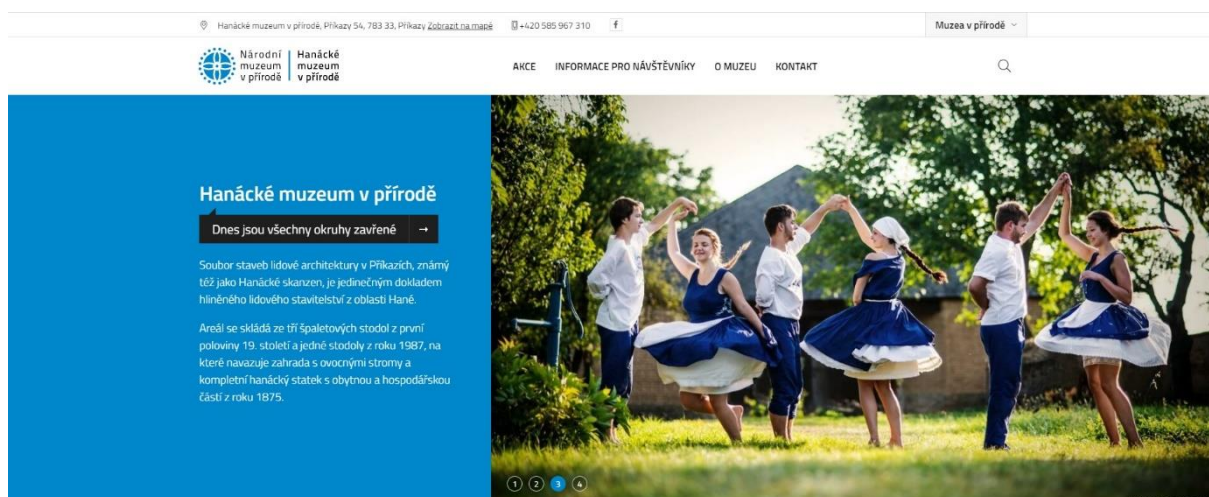
¹³⁰ LANGER, Jiří. *Evropská muzea v přírodě*. Praha: Beset, 2005, str. 56 a 57

¹³¹ LANGER, Jiří. *Evropská muzea v přírodě*. Praha: Beset, 2005, str. 57

¹³² *Historie a vznik muzea* [online]. [cit. 2020-04-25]. Dostupné z: <https://www.nmvp.cz/prikazy/informace-pro-navstevniky/historie-a-vznik-muzea>

¹³³ *Kameničkův grunt* [online]. [cit. 2020-04-25]. Dostupné z: <https://www.nmvp.cz/prikazy/informace-pro-navstevniky/prohlidka-arealu/kamenickuv-grunt>

Analýza webových stránek Hanáckého muzea v přírodě



Obr. 17: Webové stránky nmvp.cz/prikazy. Zdroj: www.nmvp.cz/prikazy

Vzhled stránek **nmvp.cz/prikazy** vychází z webové šablony muzeí NMVP. Stejně jako v předchozích případech i zde je na první pohled jasné, o jaké webové stránky se jedná. Textu na stránkách je velmi málo, což může být způsobeno tím, že muzeum je ze všech institucí Národního muzea v přírodě nejmenší. Stručnost textů (nebo jejich krátkost) vypadá až jako chyba a stránky díky tomu působí, jako by se nenačetly veškeré informace. V horní menu nabídce jsou jen čtyři sekce. Co na první pohled chybí je otevírací doba muzea, kterou návštěvník nalezne až po kliknutí na nabídku „Vstupné“. Webové stránky nijak neupozorňují na nutnost vstupu do uzavřených prostor muzea s rouškou jako tomu bylo u předchozích muzeí. Nabídku edukačních programů muzeum vůbec nenabízí, za což zřejmě může velikost muzea a omezený počet personálu.

Tabulka 8: Bodové hodnocení nmvp.cz/prikazy

Kritérium	Počet bodů
Jednoznačnost	5
Stručnost	3
Přehlednost	4
Konzistentnost	5
Aktuálnost informací	4
Responzivnost	4
Celkový počet bodů	25 bodů

Zdroj: Vlastní zpracování

Hanácké muzeum v přírodě na sociálních sítích

Stejně jako ostatní instituce Národního muzea v přírodě i v případě Hanáckého muzea v přírodě je na webových stránkách odkaz na Facebookovou stránku muzea. Stránka **Hanácké muzeum v přírodě** byla založena v roce 2016 a má 671 sledujících uživatelů. Aktivita na stránce je zaměřena jen na sdílení pozvánek na události pořádané muzeem a následné sdílení fotografií a videí z těchto událostí. Podobně jako v případě Muzea v přírodě Zubrnice i zde je aktivita sledujících uživatelů minimální.

Muzeum nemá účet na Instagramu, čemuž se vzhledem k aktivitě na Facebookové stránce nelze ani divit. Pouze u hashtagů #hanackeskanzen nebo #prikazy lze najít pár příspěvků od návštěvníků muzea.

Celkové hodnocení

Všechny webové stránky vychází z jedné šablony, kterou si každé muzeum uzpůsobilo podle sebe. Nejpřehledněji působí stránky Valašského muzea v přírodě a Muzea v přírodě Vysočina, které nabídku služeb dokázaly přehledně prezentovat. Naopak nejhůře působí Hanácké muzeum v přírodě a jeho přílišná stručnost webových stránek.

Při porovnání všech institucí Národního muzea v přírodě lze vidět, že každé z těchto muzeí přistupuje k sociálním sítím s jiným přístupem. Valašské muzeum v přírodě komunikuje s uživateli na Facebooku i Instagramu podobně jako velké společnosti, Muzeum v přírodě Vysočina možná trochu zaspalo dobu a nyní se snaží nahradit co zameškalo a Muzeum v přírodě Zubrnice a Hanácké muzeum v přírodě využívají pouze Facebook, a to jen jako drobný doplněk k propagaci svých akcí. Poslední dvě zmiňovaná muzea, respektive správci účtů na sociálních sítích zřejmě ještě plně neobjevili, jaký potenciál jim sociální sítě nabízí.

4.2 Archeologická muzea

Archeoskanzen Modrá, Velehrad-Modrá

Archeoskanzen Modrá se nachází v obci Modrá, poblíž Velehradu a Uherského Hradiště. Jedná se o instituci, která návštěvníkům názorně ukazuje všední život za doby Velké Moravy. Areál archeoskanzeny je postaven v oblasti, která je osídlena od 9. stol. Uvnitř areálu, který byl otevřen v roce 2004 jsou archeologicky a historicky doložené repliky staveb, které se na tomto území nacházely. Tyto mobiliárem vybavené repliky jsou přístupné návštěvníkům. V celém areálu se volně pohybují zvířata, která byla v každé slovanské osadě. K vyzkoušení řemesel, slovanské kuchyně nebo bojové zbroje vybízí přítomní zaměstnanci často oblečení v dobových oděvech¹³⁴.

Jak již bylo řečeno, areál se skládá z replik staveb Velké Moravy. Archeoskanzen je obehnan Christinovým valem, který je zbudován podle nálezů u Starého Města. Dřevěno-hliněný val o délce 420 m představuje jeden z typů opevnění, které chránily velkomoravský Veligrad¹³⁵. Sruby a zemnice u vstupu do areálu jsou ukázkou obydlí prostého lidu a jsou postavené podle nálezů v Uherském Hradišti¹³⁶. Dále návštěvník uvidí tzv. klet', což je stavba s podlahou nad úrovní terénu, která plnila nějakou hospodářskou funkci, např. seník nebo spižirnu¹³⁷. V nadzemních domech se srubovou konstrukcí si návštěvník může prohlédnout, jak bydlely rodiny velmožů¹³⁸. Stavba rotundy-baptisteria odkazuje na objev z Uherského Hradiště v tamním křesťanském areálu, který byl zřejmě centrem byzantské misie na Velké Moravě¹³⁹. Budova školy byla součástí křesťanského areálu a návštěvníci si mohou vyzkoušet psaní do voskových tabulek¹⁴⁰. Stavba věže u knížecího paláce, stejně jako ostatní budovy, má konstrukci založenou na archeologických nálezech. Knížecí palác se střechou z pálené krytiny antického charakteru představuje sídlo knížete Velké Moravy¹⁴¹. Na nejvyšším místě areálu stojí kostel sv. Jana. Jde o repliku zřejmě nejstarší smaltované stavby na našem území z přelomu

¹³⁴ *Archeologický skanzen Modrá* [online]. [cit. 2020-04-26]. Dostupné z:

<https://www.kudyznudy.cz/aktivita/arheologicky-skanzen-modra>

¹³⁵ *OPEVNĚNÍ* [online]. 2013 [cit. 2020-04-26]. Dostupné z:

http://www.archeoskanzen.cz/mobil/schema_pic_1.html

¹³⁶ *ZEMNICE* [online]. 2013 [cit. 2020-04-26]. Dostupné z:

http://www.archeoskanzen.cz/mobil/schema_pic_4.html

¹³⁷ *KLET'* [online]. 2013 [cit. 2020-04-27]. Dostupné z: http://www.archeoskanzen.cz/mobil/schema_pic_7.html

¹³⁸ *NADZEMNÍ DŮM* [online]. 2013 [cit. 2020-04-27]. Dostupné z:

http://www.archeoskanzen.cz/mobil/schema_pic_10.html

¹³⁹ *ROTUNDA* [online]. 2013 [cit. 2020-04-27]. Dostupné z:

http://www.archeoskanzen.cz/mobil/schema_pic_14.html

¹⁴⁰ *STAVBA* [online]. 2013 [cit. 2020-04-27]. Dostupné z:

http://www.archeoskanzen.cz/mobil/schema_pic_13.html

¹⁴¹ *KNÍŽECÍ PALÁC* [online]. 2013 [cit. 2020-04-27]. Dostupné z:

http://www.archeoskanzen.cz/mobil/schema_pic_17.html

8. a 9. století. Základy, které posloužily jako předloha jsou v těsné blízkosti kostela. Tyto základy kostela jsou Národní kulturní památkou ČR¹⁴². Součástí areálu jsou i stavby řemeslníků jako pekárny, dílny kováře, hrnčíře, kovolitce a klenotníka nebo stavby na ustájení koní a oslů¹⁴³.

Všechny zmíněné budovy jsou až na výjimky přístupné návštěvníkům a ukazují život Slovanů. Před vstupem do areálu se nachází prosklený tunel pod vodou – Živá voda. Jedná se o největší sladkovodní tunel v Evropě v přírodě, který představuje typické ryby českých vod a vodní život¹⁴⁴.

Analýza webových stránek Archeoskanzenu Modrá



Obr. 18: Webové stránky archeoskanzen.cz. Zdroj: www.archeoskanzen.cz

Webové stránky **archeoskanzen.cz** vznikly v roce 2003, jak dokládají záznamy z WHOIS. Stránky vzhledově vypadají na rok vzniku, avšak i tak z nich lze vyčíst k jakému účelu slouží. Na stránkách jsou pouze základní informace jako např. otevírací doba, cena vstupného nebo akce. Informace o historii areálu nebo jednotlivých stavbách lze najít v levém

¹⁴² KOSTEL [online]. 2013 [cit. 2020-04-27]. Dostupné z: http://www.archeoskanzen.cz/mobil/schema_pic_24.html

¹⁴³ Archeoskanzen.cz [online]. 2013 [cit. 2020-04-27]. Dostupné z: <http://www.archeoskanzen.cz/mobil/schema.html>

¹⁴⁴ Živá voda - prosklený tunel pod vodou v Modré u Velehradu [online]. [cit. 2020-04-27]. Dostupné z: <https://www.kudyznudy.cz/aktivity/proskleny-tunel-pod-vodou-v-modre-u-velehradu>

horním rohu „Mobilní on-line průvodce“. Stránky svým vzhledem působí velmi zastarale, písmo není příliš čitelné. Na první pohled se jedná o fanouškovské stránky instituce, a ne o oficiální webovou prezentaci muzea. Nástěnka aktuálně (vpravo) je zcela prázdná, anketa nenabízí žádné možnosti a při kliknutí na nabídku „Akce“ v levé části se návštěvníkovi otevře velmi amatérsky zpracované pdf. Pravá lišta s logy a odkazy na webové stránky partnerů muzea je zbytečně dlouhá a nutí návštěvníka sjet až dolů. Prostředí stránek je stálé, protože se jednotlivé nabídky v menu vždy zobrazí uprostřed stránky. Zveřejněné informace jsou aktuální, ačkoli je může návštěvník chvíli hledat (např. zmíněné akce). Zobrazení a orientace na stránkách v mobilním telefonu je tragická. Stránky nejsou uzpůsobeny mobilním zařízením a zobrazují se jako zmenšená verze stránek pro PC. Již tak dost nečitelné písmo je na mobilním telefonu zcela nečitelné.

Tabulka 9: Bodové hodnocení archeoskanzen.cz

Kritérium	Počet bodů
Jednoznačnost	5
Stručnost	4
Přehlednost	1
Konzistentnost	4
Aktuálnost informací	3
Responzivnost	1
Celkový počet bodů	18 bodů

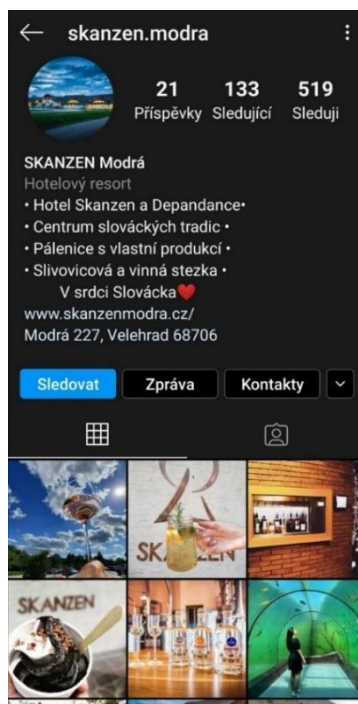
Zdroj: Vlastní zpracování.

Archeoskanzen Modrá na sociálních sítích

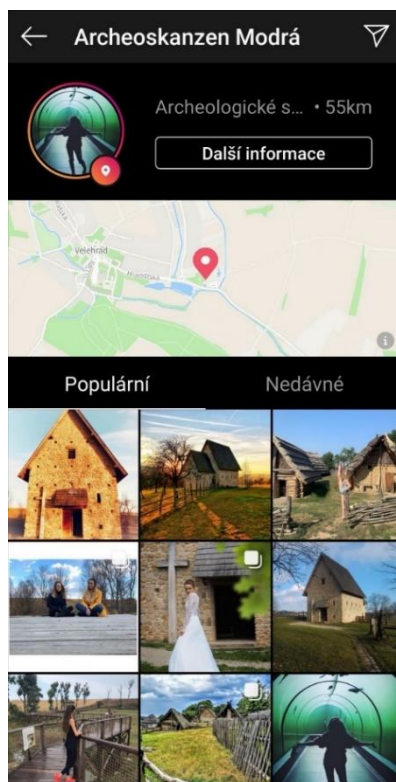
Facebooková stránka **Archeoskanzen Modrá** byla vytvořena v březnu roku 2011. Stránka má přes 5 000 fanoušků, kteří v některých případech sdílí vlastní příspěvky (fotografie a recenze), ve kterých archeoskanzen „označují“. Sdílené příspěvky správcem stránky jsou často zaměřené na odkazy, které se o archeoskanzenu zmiňují (např. odkaz na regionální televizi a tip na výlet do archeoskanzenu) nebo jde o pozvánky na události a plakátky k událostem. Příspěvky jsou sdíleny zhruba jednou týdně a vždy mají několik desítek „To se mi líbí“.

Podobně jako Hanácké muzeum v přírodě, ani Archeoskanzen Modrá nemá oficiální účet na sociální síti Instagram. Avšak zmínku můžeme najít na účtu **@skanzen.modra**. Jedná se o hotelový resort, který odkazuje i na okolní muzea a akce. Návštěvníci archeoskanzenu

označují své příspěvky hashtagy #skanzenmodra a jako místo příspěvku volí buď Skanzen Modrá (Obr. 19, označení místa hotelového resortu) nebo Archeoskanzen Modrá (Obr. 20, označení přímo instituce a areálu Archeoskanzenu).



Obr. 19: Účet @skanzen.modra na Instagramu. Zdroj: snímek obrazovky aplikace Instagram



Obr. 20: Označení místa Archeoskanzenu Modrá. Zdroj: snímky obrazovky aplikace Instagram

Archeoskanzen Březno u Loun

Archeoskanzen vznikl na místě dlouholetých archeologických vykopávek v severozápadních Čechách u města Louny. Instituce je součástí Oblastního muzea v Lounech. V areálu mohou návštěvníci vidět repliky staveb z období neolitu, doby železné, stěhování národů. Repliky staveb z ranně slovanského období jsou doplněné o zahrádky a další vybavení. V areálu současně probíhají archeologické experimenty z pravěku, které si mohou návštěvníci vyzkoušet¹⁴⁵.

Původně záchranný archeologický výzkum doc. Ivany Pleinerové, který začal v roce 1954 se postupně rozrostl na velký výzkum zaměřený na dobu stěhování národů a slovanské období. Díky tomuto výzkumu víme, že lokalita dnešního Archeoskanzenu Březno byla osídlena v rozmezí od doby 5 000 př.n.l. do 10. stol. n.l.¹³⁸.

Na archeologický výzkum navázaly archeologické experimenty. Tyto experimenty se týkaly např. stavby slovanské polozemnice, tavby železa v různých typech pecí, vytápění objektů nebo dvou týdenní pokus o obývání slovanského domu pětičlennou rodinou. Další pokusy se týkaly výroby monoxylu (pravěké plavidlo), tříletý pokus uskladnění obilí v zásobní jámě, vypalování keramiky nebo různé pokusy s orbou, výsevem a pěstováním obilí¹³⁸.

Návštěvník se setká se slovanskými polozemnicemi s vyplétanými stěnami, dlouhým domem z eneolitu, zahlobenou chatou z doby stěhování národů s nepravidelným půdorysem, středověkým srubem a keramickou pecí. Charakter objektů dotváří jejich vybavení i to, že byly postaveny ručně za použití původních materiálů a metod¹⁴⁶.

¹⁴⁵ O ARCHEOSKANZENU [online]. [cit. 2020-05-01]. Dostupné z: <https://www.archeoskanzenbrezno.cz/historie-vyzkumu-v-brezne/>

¹⁴⁶ LANGER Jiří, *Evropská muzea v přírodě*. Praha: Beset, 2005, str. 39 - 41

Analýza webových stránek



Obr. 21: Webové stránky archeoskanzen.cz. Zdroj: www.archeoskanzen.cz

Vzhled webu **archeoskanzenbrezno.cz**, který byl vytvořen v roce 2017 působí velmi moderně. Již z webové adresy je zřejmé, o jakou instituci se jedná. Úvodní strana ukazuje aktuality, novinky a připravované akce muzea. Menu na levé straně je přehledné a stručně směřuje návštěvníky k další akci. Výtka směřuje k pozadí celých webových stránek. Bílé písmo a oranžové ikony se ztrácí na fotografii, která tvoří pozadí stránek. V sekci „Pro školy“ je šedý text na pozadí v některých případech téměř nečitelný. Stejná situace se opakuje u nabídce „Otevírací doba a vstupné“, kde je otevírací doba psaná šedými písmeny, vstupné bílými a doplňující informace ke vstupnému zase šedými. Nečitelnost některých textů se po zobrazení webových stránek na mobilním telefonu ještě znásobí. Informace zobrazené na stránkách jsou aktuální.

Tabulka 10: Bodové hodnocení archeoskanzenbrezno.cz

Kritériem	Počet bodů
Jednoznačnost	5
Stručnost	5
Přehlednost	3
Konzistentnost	5
Aktuálnost informací	5
Responzivnost	4
Celkový počet bodů	27 bodů

Zdroj: Vlastní zpracování

Archeoskanzen Březno u Loun na sociálních sítích

Na webových stránkách je umístěný odkaz na stránku **Archeoskanzen Březno** na Facebooku. Tato stránka byla vytvořena v červnu 2010. Obsah stránky je tvořen převážně fotografiemi z akcí a areálu a pozvánkami na události, příspěvky jsou přidávány nepravidelně. Reakce na tyto příspěvky jsou kolem pár desítek „To se mi líbí“, protože počet uživatelů, kterým se líbí stránka je pouze 1 112.

Instagramový účet **@archeoskanzen_brezno** má první příspěvek ze 17. května roku 2020. Účet má 67 sledujících a příspěvky lze najít i na Facebookové stránce. Některé příspěvky na Instagramu jsou označené #archeoskanzenbrezno. Pod tímto hashtagem lze najít i příspěvky návštěvníků skanzenu.

Pravěká osada Křivolík

Tento nepřetržitě otevřený areál u České Třebové přibližuje návštěvníkům život v pravěku. Pravěká osada prezentuje vývojové období lidských dějin na našem území od doby 36 000 př. n. l. až do roku 900 n. l.. Osada je budovaná nadšenci, dobrovolníky a odborníky od roku 2007. Na akcích pro veřejnost ukazují v dobovém oblečení, jak se žilo v pravěku. Návštěvníci zkouší např. pravěké zemědělství, zpracování dřeva a kůží, halštatskou kuchyni, výrobu bot, dřevěných nástrojů atd¹⁴⁷.

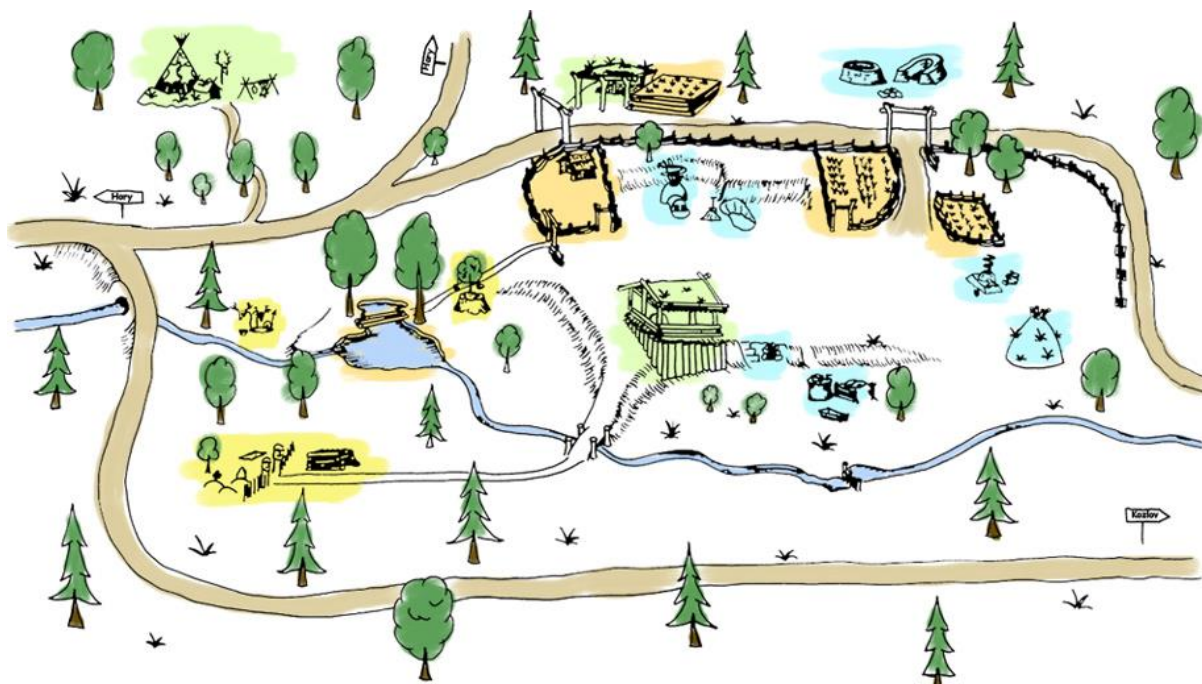
Areál se skládá z řady staveb jako jsou pravěká svatyně, pohřebiště a svatabor (posvátný les), stavby obyčejných lidí s vybavením (pec na chleba, kotlíky atd), tábořiště lovců a sběračů, které svými kruhovými stavbami připomíná tee-pee. Dále zde návštěvník nalezne dílnu brusiče kamenných seker z mladší doby kamenné. Z technologických staveb tu jsou hrnčičská pec, kovolitecké dílny, kovárna z doby železné, milíř na výrobu dřevěného uhlí a vápenná a svahová pec. V areálu jsou také ohrady pro zemědělská zvířata, pole s evropskými i neevropskými plodinami a kotviště monoxylů. Všechny tyto stavby byly postaveny podle archeologických nálezů původními technologickými postupy¹⁴⁸.

Experimentálně archeologické centrum Křivolík slouží jako filmová kulisa pro různé dokumenty a televizní pořady¹⁴⁹.

¹⁴⁷ *Krivolik.cz* [online]. [cit. 2020-05-03]. Dostupné z: <http://www.krivolik.cz/>

¹⁴⁸ *Mapa Pravěké Osady Křivolík* [online]. [cit. 2020-05-03]. Dostupné z: <http://www.krivolik.cz/mapa>


¹⁴⁹ *Tábořiště Lovců A Sběračů* [online]. [cit. 2020-05-03]. Dostupné z: <http://www.krivolik.cz/mapa/taboriste-lovcu-sberacu>



Obr. 22: Mapa areálu Pravěké osady Krivolík.


Zdroj: www.krivolik.cz/data/page/85/soubor/krivolik-mapa-2.jpg

Analýza webových stránek Pravěké osady Krivolík




Pravěká Osada Krivolík
experimentální archeologické centrum, muzeum v živé přírodě


[Pravěká Osada Krivolík](#) -
 [Areál](#) -
 [Akce](#) -
 [Školní exkurze](#) -
 [Otevírací doba](#)



Tábořiště lovců



Repliky archaických nástrojů



Školní exkurze

Pravěká Osada Krivolík


„Člověk pozoruje jeskynní malby svých předků a chce znát jejich smysl. Když stojí před obrazy, vidíme je stejnými očima jako dávný umělec, a přesto nás dělí tisíce let. Něco z toho dávného člověka v nás zůstalo a my to nacházíme“.

Open Air Museum - "Muzeum Pod Širým Nebem"

Bacrie o.s. V rámci lidských dějin se snažíme ukázat 37 000 let boulivého vývoje. Začínáme příchodem moderního člověka (Homo sapiens sapiens) do Evropy a končíme počátkem raného středověku. Přibližné datování je (na našem území) 36 000 př. n. l. - 900 n. l. Jedná se o zlomové úseky dějin - kultura lovců mamutů, přechod k zemědělství (neolitická revoluce), počátek zpracování kovů i první etnika, která dokážeme již pojmenovat - Kelty, Germáni a Slované. V závěru pravěku máme i první písemné zprávy o našem území, známe první názvy kmenů, vládců i některé události. Nejvíce poznatků o tomto období přináší archeologie, díky ní víme, jak asi naši předci žili, jaké nástroje používali, co na svých polích pěstovali a mnoho dalšího.

To všechno jsou věci, které by měly být v Krivolíku nejen k vidění, ale i k osahání a praktickému vyzkoušení. Dlouhodobým záměrem je i postupný návrat původního lesního porostu do okolí osady, tedy druhotně pestřejšího prostředí s převahou listnatých stromů. Přírodní prostředí i vzhled krajiny se v průběhu tisíciletí měnil. Na její proměně se podílelo více faktorů, ale jedním z určujících byl právě člověk.

Facebook Page



Obr. 23: Webové stránky krivolik.cz. Zdroj: www.krivolik.cz

Vzhled webových stránek **krivolik.cz** byl naposledy změněn v roce 2013. A od té doby jsou aktualizované jen akce. Úvodní stránka seznámí návštěvníka s historií experimentálně archeologického centra Křivolík, a je tedy na první pohled zřejmé, k jaké instituci stránky náleží. Položky v horním menu webových stránek se otvírají do posuvné galerie obrázků, které se nachází pod menu a blokují tak menu nabídky. První položka v menu „Osada Křivolík“ je částečně schovaná za logem instituce a není na první pohled viditelná. Tato chyba brání zobrazení velké části obsahu webu a návštěvník je odkázán pouze na ty pododrážky menu, které se zobrazí nad obrázky. S touto chybou se setká návštěvník pouze při zobrazení stránek v počítači, v mobilním telefonu se chyba nezobrazuje. Zobrazení stránek není uzpůsobeno zobrazování v mobilním telefonu, stránky vypadají stejně jako při otevření v počítači s tím rozdílem, že veškerý obsah je zmenšen. Obsah, který lze zobrazit je přehledný, rozdělen do odstavců a dobře čitelný. Všechny stránky webu jsou zobrazovány se stejným vzhledem, avšak nejsou uzpůsobeny pro větší monitory a zobrazují se s šedými pruhy po stranách. Aktuální dění instituce je vhodnější sledovat na jejich Facebookových stránkách než na webu. Informace nejsou aktuální, např. kalendář akcí na rok 2020 je zcela prázdný, ačkoliv podle informací uvedených na Facebookových stránkách muzeum pořádá zajímavé akce.

Tabulka 11: Bodové hodnocení **krivolik.cz**

Kritérium	Počet bodů
Jednoznačnost	5
Stručnost	4
Přehlednost	3
Konzistentnost	4
Aktuálnost informací	2
Responzivnost	3
Celkový počet bodů	21 bodů

Zdroj: Vlastní zpracování

Pravěká osada Křivolík na sociálních sítích

Na webových stránkách lze najít odkaz na Facebookovou stránku **Barcie a Osada Křivolík**. Tuto stránku založenou v roce 2009 sleduje 2 221 uživatelů Facebooku. Aktivita není velká, příspěvky jsou sdíleny v průměru jednou měsíčně. Mezi příspěvky převládají fotografie z událostí a pozvánky na události. Popisky u příspěvků často začínají nebo končí citoslovci

„Chro chro..“(Obr. 24), protože osadu Křivolík provozuje sdružení Bacrie, které v překladu z keltštiny znamená divoké prase¹⁵⁰.

Na Instagramu nemá Pravěká osada Křivolík vlastní účet, ale obrázky z ní lze najít pod označením místa Křivolík-Pravěká Osada nebo #krivolik, #pravekaosadakrivolik.



Obr. 24: Ukázka příspěvku začínající s „Chro chro“. Zdroj: www.facebook.com

Archeologické muzeum v přírodě Villa Nova Uhřínov

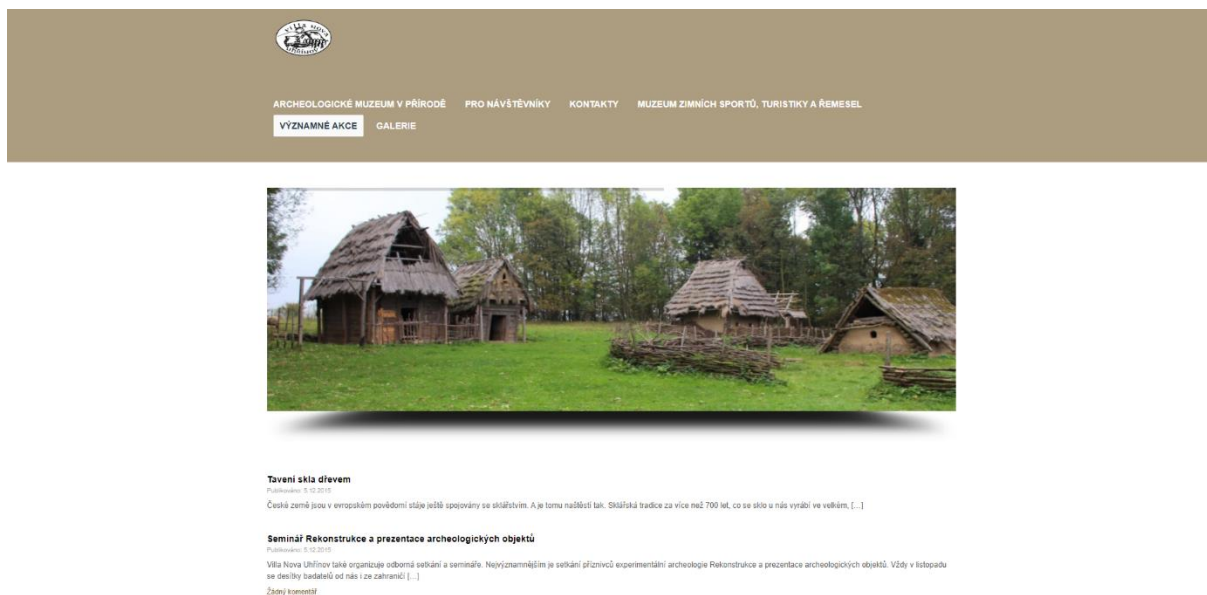
Toto muzeum se nachází mezi Rychnovem nad Kněžnou a Deštným. Snahou muzea je přiblížit návštěvníkům středověkou vesnici z období 13. a 14. stol. Výstavba areálu začala v roce 1992 a budované stavby byly stavěny dobovými nástroji a technologiemi. Tyto stavby mají své archeologické předlohy, se kterými byly následně porovnány¹⁵¹.

¹⁵⁰ *Proč To Prase A Bacrie?* [online]. Česká Třebová, 2013 [cit. 2020-05-03]. Dostupné z: <http://www.krivolik.cz/proc-prase-bacrie>

¹⁵¹ *Villanova.cz* [online]. [cit. 2020-05-05]. Dostupné z: <https://www.villanova.cz/archeologicke-muzeum-v-prirode-villa-nova-uhrinov/>

Polozemnice, které návštěvník uvidí mají předlohu v nálezech z Mariánské louky v Děčíně. Z dalších replik jsou k vidění např. chlebové pece, stodoly nebo kovárna¹⁵².

Analýza webových stránek Archeologického muzea v přírodě Villa Nova Uhřínov



Obr. 25: Webové stránky villanova.cz. Zdroj: www.villanova.cz

Stránky **villanova.cz** byly vytvořeny v roce 2013 a podle údajů uvedených na stránce, poslední přidání obsahu proběhlo v prosince roku 2015. Od té doby nebyly stránky Villa Nova Uhřínov – středisko experimentální archeologie a regionálních dějin aktualizované. Z jména domény, loga v hlavičce a záložek v menu je zřejmé, k jaké instituci stránky patří. Na stránkách se nachází minimum textu, ze kterého se návštěvník dozví pouze základní informace. Vzhled stránek není moc přehledný, je zde spousta volného místa a písmo není příliš velké a výrazné. Texty se lépe zobrazují na mobilním telefonu, kde však ještě více vyniká množství volného prostoru.

¹⁵² Villa Nova Uhřínov - archeologické muzeum v přírodě [online]. [cit. 2020-05-05]. Dostupné z: <https://www.kudyznudy.cz/aktivity/villa-nova-uhrinov-archeologicke-muzeum-v-prirod>

Tabulka 12: Bodové hodnocení villanova.cz

Kritérium	Počet bodů
Jednoznačnost	5
Stručnost	4
Přehlednost	4
Konzistentnost	4
Aktuálnost informací	1
Responzivnost	3
Celkový počet bodů	21 bodů

Zdroj: Vlastní zpracování

Archeologické muzeum v přírodě Villa Nova Uhřínov na sociálních sítích

Obsah na Facebookové stránce **Villa Nova Uhřínov** je tvořen hlavně obrázky nebo fotografiemi plakátů bez jakéhokoliv dodatkového textu. Tyto příspěvky mají minimum „To se mi líbí“. Stránka, která byla vytvořena v roce 2013 má jen 1 120 sledujících, kteří příspěvky moc nekomentují, nelajkují ani nesdílí.

Na Instagramu lze instituci najít na profilu **@villa_nova_uhrinov**. Profil, který sleduje 111 uživatelů má první příspěvek z roku 2019. Některé z příspěvků jsou opatřené popisky a hashtagy jako #skanzenvillanova nebo #villanovauhrinov, jiné naopak nemají popisky nebo hashtagy žádné. Fotografie, které jsou sdílené na Instagramu nelze nalézt na Facebookové stránce muzea, což je škoda, rozhodně by ji to oživilo.

Celkové hodnocení

Z archeologických muzeí má webovou prezentaci nejlepší Archeoskanzen Březno u Loun. Až na barvu písma a pozadí se jedná o výborný web. Weby krivolik.cz a villanova.cz si získaly stejný počet bodů. Na těchto webech návštěvník nenalezne aktuální informace, které musí bohužel vyhledat jinde, nejčastěji na sociálních sítích institucí. Nejhorší web má Archeoskanzen Modrá. Nepřehledný web, který v dnešní době dostupných webových editorů a šablon nemá místo.

Vybraná archeologická muzea s prvky muzeí v přírodě mají velmi podobný přístup k využívání sociálních sítí k prezentaci svých aktivit. Facebook často berou pouze jako platformu na sdílení události a i když je vidět snaha o komunikaci s návštěvníky, není moc opětována. Dobrý příklad komunikace lze vidět na Facebookové stránce Pravěké osady Křivolík, kde příspěvky začínají „chro chro“ což můžeme považovat za jistý symbol

komunikace této instituce s návštěvníky. Tato vybraná muzea by se měla zaměřit na zlepšení své prezentace na soc. sítích. Instagram v dnešní době hraje důležitou roli při výběru výletu nebo dovolené hlavně u generace mezi 18 a 35 lety¹⁵³. A právě aktivita a prezentace činností muzea na této soc. síti může nalákat nové návštěvníky, kteří by jinak o instituci neprojevili zájem.

¹⁵³ *Mileniálové při výběru dovolené důvěřují více Instagramu než svým přátelům a rodině* [online]. [cit. 2020-05-07]. Dostupné z: <https://wave.rozhlas.cz/milenialove-pri-vyberu-dovolene-duveruji-vice-instagramu-nez-svym-pratelum-a-7890898>

4.3 Objekty lidového stavitelství s prvky muzea v přírodě

Hrad Seeberg – hospodářské objekty, Poustka-Ostroh

Původně románský hrad založený přibližně ve 13. stol. stojí poblíž Františkových Lázní u Chebu¹⁵⁴. Vznik hradu souvisí s rozvojem Svaté říše římské a dokládá dějinná specifika Chebska, které bylo štaufskou rodovou državou. V roce 1322 získává okolí Chebu i s hradem Seeberg král Jan Lucemburský. V té době hrad spravuje město Cheb. Během švédských válek byl hrad dobyt, vyrabován a vypálen a od té doby chátrá. Na začátku 20. století byl dán impuls k záchraně hradu a od roku 1907 byl postupně renovován. V roce 1915 zde byla otevřena restaurace, která lákala řadu lázeňských hostů a výletníků z okolí. Hrad po druhé světové válce znovu chátral, a přemýšlelo se o jeho demolici. Tomu se podařilo zabránit díky úsilí ředitele Městského muzea Františkovy Lázně, který se skupinou nadšenců začal prostřednictvím veřejných financí hrad opravovat¹⁵⁵.

Při opravách bylo využito předhradí k záchrannému přenesení památek lidové architektury. Návštěvníci uvidí hrázděný dům, kůlnovitou barokní stodolu s holubníkem a čtyřpodlažní roubenou sýpku z roku 1714. Tyto stavby reprezentují pro Chebsko typické čtyřboké uzavřené statky hodně ovlivněné životem zdejších Němců. Expozice v těchto objektech je věnovaná lidové architektuře, zemědělství, řemeslům a životě na chebském venkově v 19. stol¹⁵⁶.

Hrad, který spravuje Městské muzeum Františkovy Lázně pořádá ročně řadu akcí. O letních prázdninách to jsou komentované noční prohlídky s kastelánkou¹⁵⁷ nebo tradiční historické jarmarky, Festival vína nebo koncerty a tematická odpoledne pro děti a dospělé¹⁵⁸.

¹⁵⁴ *Hrad Ostroh, Seeberg* [online]. [cit. 2020-05-09]. Dostupné z: <https://www.pamatkovykatolog.cz/hrad-ostroh-seeberg-16202016>

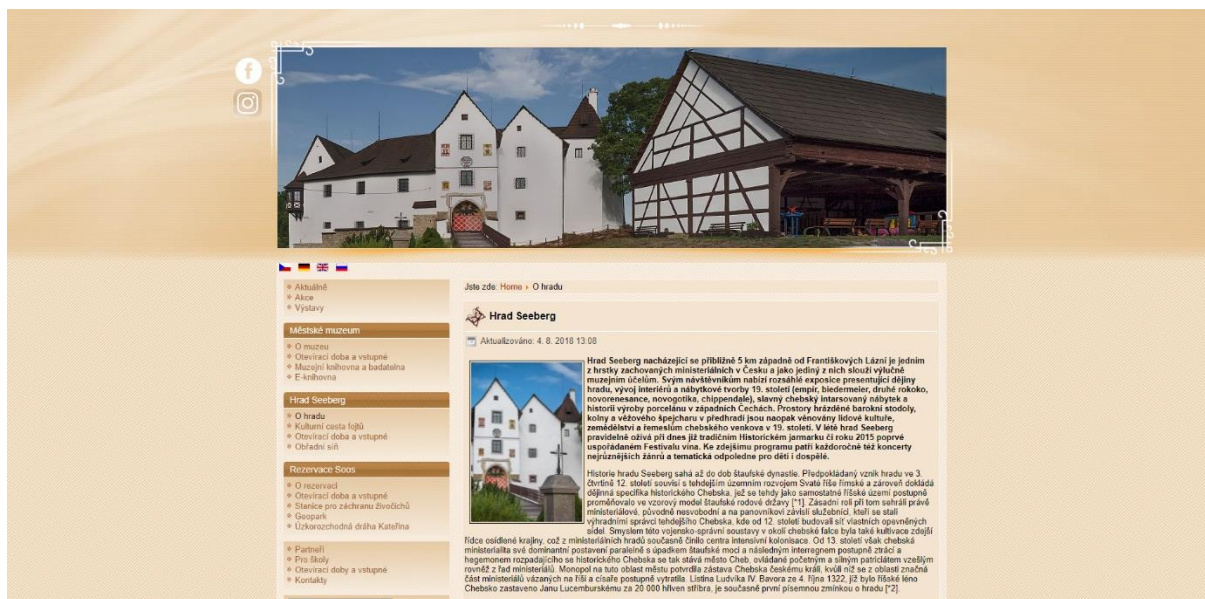
¹⁵⁵ *Hrad Ostroh* [online]. [cit. 2020-05-09]. Dostupné z: <https://www.hrady.cz/index.php?OID=237&PARAM=11&tid=50170&pos=300>

¹⁵⁶ LANGER, Jiří. *Evropská muzea v přírodě*. Praha: Beset, 2005, str. 47

¹⁵⁷ *HRAD SEEBERG: Prázdninové noční komentované prohlídky s kastelánkou* [online]. [cit. 2020-05-09]. Dostupné z: <http://www.muzeum-frantiskovylazne.cz/cz/977-hrad-seeberg-prazdninove-nocni-komentovane-prohlidky-s-kastelankou>

¹⁵⁸ *Hrad Seeberg* [online]. 2018 [cit. 2020-05-09]. Dostupné z: <http://www.muzeum-frantiskovylazne.cz/cz/o-hradu>

Analýza webových stránek Hradu Seeberg



Obr. 26: Webové stránky muzeum-frantiskovylazne.cz. Zdroj: www.muzeum-frantiskovylazne.cz

Webová prezentace hradu Seeberg je umístěna na stránkách **muzeum-frantiskovylazne.cz**. Tyto webové stránky jsou věnované všem památkám, které spravuje Městské muzeum Františkovy Lázně. V levém menu sloupci jsou záložky, které odkazují na jednotlivé památky. Čtyři záložky, které se věnují hradu Seeberg obsahují historické informace o hradu včetně odkazů na literaturu, fotografie nebo 3D model, otevírací dobu a vstupné, informace o možnostech využití obřadní síně nebo projekt Kulturní cesta fojtů. Tyto záložky stačí k tomu, aby si návštěvník udělal názor na památku, kterou chce navštívit. Bohužel chybí zmínka o akcích na hradě. Akce musí návštěvník vyhledat v jiné části levého menu. V této nabídce jsou zahrnuty všechny akce, které pořádá Městské muzeum Františkovy Lázně. Informací je přiměřené množství. Stránky jsou přehledné a lehce se v nich orientuje, avšak text by mohl být napsán větším písmem, aby se to lépe četlo i starším osobám. Zobrazení stránek v mobilním telefonu je špatné. Vše se zobrazí v jednom sloupci, ve kterém se musí návštěvník posouvat dolů, aby našel informace, které hledá. Nejdříve se zobrazí menu, z čehož není zřejmé k jaké instituci stránky patří, následně logo spolupracovníků a až poté informace o hradu.

Tabulka 13: Bodové hodnocení muzeum-frantiskovylazne.cz

Kritérium	Počet bodů
Jednoznačnost	5
Stručnost	4
Přehlednost	4
Konzistentnost	5
Aktuálnost informací	4
Responzivnost	1
Celkový počet bodů	23 bodů

Zdroj: Vlastní zpracování

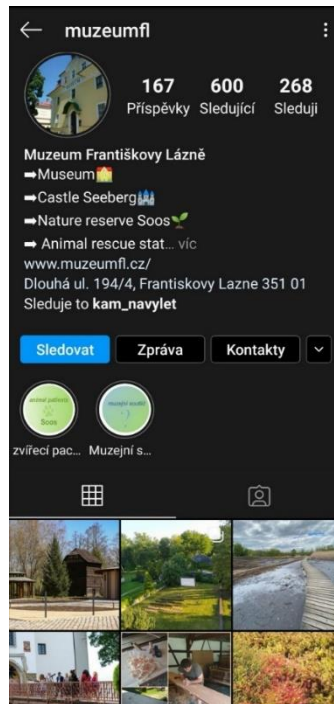
Hrad Seeberg na sociálních sítích

Na Facebooku nalezneme dvě stránky, které se věnují hradu Seeberg. První stránka **Hrad Seeberg** je pouze o hradu a nalezneme na ní primárně příspěvky týkající se hradu. Druhá stránka se jmenuje **Muzeum Františkovy Lázně, Hrad Seeberg, Rezervace Soos**. Jde o stránku všech objektů, které spravuje Muzeum Františkovy Lázně. Na této stránce jsou příspěvky i z dalších objektů nejen z hradu.

Stránka Hrad Seeberg byla vytvořena v roce 2012 a má 617 sledujících. Příspěvky jsou sdíleny několikrát do měsíce. Ve většině případů se jedná o sdílení příspěvků publikovaných na stránce Muzeum Františkovy Lázně, Hrad Seeberg, Rezervace Soos a pozvánek na akce konané na hradě. Na tyto příspěvky, hlavně na fotografie nejsou téměř žádné reakce ze strany uživatelů.

Na Instagramu nemá hrad samostatný profil, ale je součástí profilu **@muzeumfl**. Což je profil Muzea Františkových Lázní, na kterém jsou sdíleny příspěvky ze všech objektů, které muzeum spravuje má 600 sledujících a 167 příspěvků. První příspěvek byl sdílen v červenci 2017. Fotografie z hradu jsou označeny hashtagy **#burgseeberg** nebo **#hradseeberg**. Pod těmito hashtagy lze najít i příspěvky ostatních uživatelů, návštěvníků hradu.

Bohužel jsou příspěvky na sociálních sítích zaměřeny pouze na hrad, a ne na stavby lidové architektury, které jsou v předhradí.



Obr. 27: Profil Muzea Františkovy Lázně na Instagramu.

Zdroj: snímek obrazovky aplikace Instagram

Kamenářský dům, Turnov

Stavba leží ve městě Turnov poblíž CHKO Český ráj v Libereckém kraji. Jedná se o kopii roubeného městského domu z počátku 19. stol., který stál v Turnově na náměstí. Stavba byla realizována v letech 2009 až 2010 na zahradě Muzea Českého ráje v Turnově. Kamenářský dům ukazuje expozici historických řemesel typických pro tento region. Jedná se o zpracování drahých kamenů, kovů a skla. Návštěvník se dozví základní informace o řemeslu, jeho historii, technologii práce, způsobu zpracování a centra výroby¹⁵⁹.

¹⁵⁹ *KAMENÁŘSKÝ DŮM* [online]. [cit. 2020-05-11]. Dostupné z: <https://www.muzeum-turnov.cz/kamenarsky-dum/>

Analýza webových stránek Kamenářského domu



Obr. 28: Webové stránky muzeum-turnov.cz. Zdroj: www.muzeum-turnov.cz

Podobně jako předchozí hrad Seeberg i Kamenářský dům není samostatné muzeum, ale spadá pod budovy Muzea Českého ráje v Turnově. Na stránkách **muzeum-turnov.cz** v sekci expozice se návštěvník dozví veškeré potřebné informace (až na cenu vstupného). Úvodní stránka muzea je velmi dobře zpracovaná, animace upoutají pozornost a navedou návštěvníka. Na stránce jsou zobrazeny nadcházející akce i aktuality z muzea (např. změna úředních hodin nebo prosby o zapůjčení dřevěných hraček na výstavu). Bohužel stránky na první pohled neukazují všechny expozice, které muzeum nabízí a ceník lze najít pouze na spod stránky napsaný velmi drobným písmem. Celkový vzhled stránek je velmi dobrý, avšak kazí ho zmíněné menu, umístěné ve spod. Toto menu je paradoxně první věc, kterou si návštěvník zobrazí při načtení stránek v mobilním telefonu. Prohlížení stránek v mobilním telefonu je velmi podobné jakýmkoliv stránkám Národního muzea v přírodě. Animace s obrázky se zobrazují přes celý displej a interakce je mnohem příjemnější.

Tabulka 14: Bodové hodnocení muzeum-turnov.cz

Kritérium	Počet bodů
Jednoznačnost	4
Stručnost	3
Přehlednost	4
Konzistentnost	5
Aktuálnost informací	5

Responzivnost	5
Celkový počet bodů	26 bodů

Zdroj: Vlastní zpracování

Kamenářský dům na sociálních sítích

Kamenářský dům bychom na sociálních sítích hledali marně. O objektu, který spravuje Muzeum Českého ráje v Turnově je na sociálních sítích minimum zmínek. Facebooková stránka muzea **Muzeum Českého ráje v Turnově** se spíše zaměřuje na propagaci jiných objektů a aktivit. Tato Facebooková stránka byla založena v roce 2012 a má přes 1400 fanoušků. Příspěvky jsou hlavně zaměřeny na sdílení pořádaných událostí. Jeden z mála příspěvků přímo o Kamenářském domě je z dubna roku 2020 (Obr. 29), který nemá žádné „To se mi líbí“ ani sdílení.



Obr. 29: Příspěvek o Kamenářském domě na Facebooku Muzea Českého ráje v Turnově.

Zdroj: www.facebook.com

Příspěvky z Kamenářského domu na Instagramu lze najít pod hashtagy #kamenarskydum a #muzeumceskehoraje. Těchto příspěvků je velmi málo. Označení místa na Instagramu není vůbec. Muzeum Českého ráje má na Instagramu účet @muzeumturnov. Z 27 příspěvků není Kamenářskému domu věnován ani jeden.

Vesnické muzeum ve Střelicích

Mezi objekty lidového stavitelství s prvky muzea v přírodě řadíme i malé Vesnické muzeum ve Střelicích na Uničovsku u Olomouce. Jedná se o malé muzeum, které vzniklo v roce 1968 u příležitosti oslav vzniku Československa. Vystavenými předměty jsou staré nářadí a věci denní potřeby, které se na vesnici v minulosti používaly. Expozice se neustále rozšiřuje o dary občanů¹⁶⁰.

Analýza webových stránek Vesnického muzea ve Střelicích



Obr. 30: Webové stránky muzeumunicov.cz/vesnicke-muzeum-ve-strelcich.

Zdroj: www.muzeumunicov.cz/vesnicke-muzeum-ve-strelcich

Webovou prezentaci Vesnického muzea ve Střelicích nalezneme na stránkách muzeumunicov.cz/vesnicke-muzeum-ve-strelcich. Jedná se o webové stránky uničovských muzeí a na první pohled je jasné, že muzeum nebude nijak velké a významné. Na stránce se návštěvník dozví pouze minimum základních informací o muzeu, o expozici nebo aktuálním dění. O stálosti prostředí nemůže být řeč, protože muzeum nemá více stránek na webu. Není jasné, jestli informace zde zveřejněné jsou aktuální či nikoli. Zobrazení v mobilním telefonu je dobré. Základní popis muzea, otevírací doba i kontaktní údaje se zobrazí čitelně a v optimální velikosti. Zobrazí se pouze text, ale ne položky v menu webu nebo jakékoliv další prvky.

¹⁶⁰ VESNICKÉ MUZEUM VE STŘELICÍCH [online]. [cit. 2020-05-12]. Dostupné z: <https://mkzunicov.cz/unicovska-muzea/vesnicke-muzeum-ve-strelcich/>

Tabulka 15: Bodové hodnocení muzeumunicov.cz/vesnicke-muzeum-ve-strelicich

Kritérium	Počet bodů
Jednoznačnost	3
Stručnost	1
Přehlednost	2
Konzistentnost	1
Aktuálnost informací	3
Responzivnost	3
Celkový počet bodů	13 bodů

Zdroj: Vlastní zpracování

Vesnické muzeum ve Střelicích na sociálních sítích

Vesnické muzeum ve Střelicích nemá účet ani na Facebooku ani Instagramu. Na druhé zmíněné soc. síti lze dohledat dva příspěvky pod hashtagy #vesnickemuzeumstrelice z roku 2016.

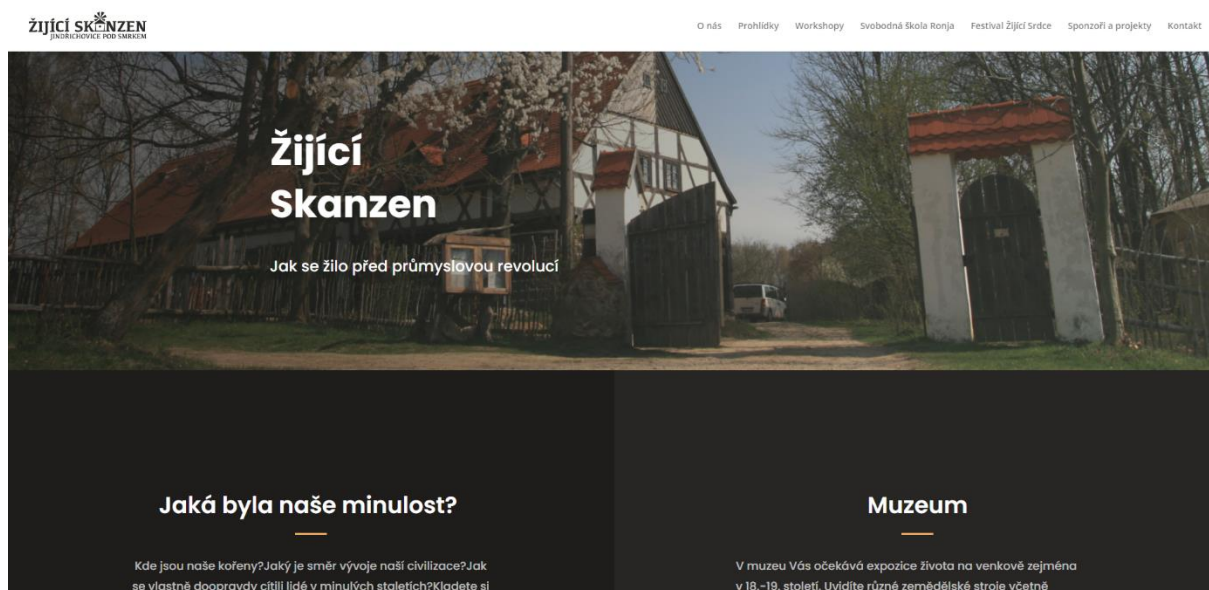
Žijící skanzen v Jindřichovicích pod Smrkem

Muzeum přibližuje návštěvníkům život na vesnici v 18. a 19. století. Obec Jindřichovice pod Smrkem se nachází v Libereckém kraji na hranicích s Polskem. Muzeum je umístěno v hospodářské části podstávkového domu. Součástí prohlídkového ukruhu jsou kovárna, truhlárna, žentour, větrný mlýn, zemědělské stroje, nádobí a vybavení venkovské domácnosti v 18. a 19. století. V areálu je i malý větrný mlýn. Řada exponátů je používána během kurzů pro veřejnost, které se zde pořádají od roku 1998¹⁶¹. Spolek Lunaria z.s., který skanzen spravuje se zabývá tradicemi, architekturou, ekologií a zážitkovou ekovýchovou a pedagogikou zaměřenou na sebeřízené vzdělávání dětí¹⁶².

¹⁶¹ *Zijiciskanze.cz* [online]. [cit. 2020-05-13]. Dostupné z: <https://www.zijiciskanzen.cz/>

¹⁶² *O nás - spolek Lunaria z.s.* [online]. [cit. 2020-05-13]. Dostupné z: <https://www.zijiciskanzen.cz/o-nas/>

Analýza webových stránek Žijícího skanzenu v Jindřichovicích pod Smrkem



Obr. 31: Webové stránky zijiciskanzen.cz. Zdroj: www.zijiciskanzen.cz

Webové stránky Jindřichovického žijícího muzea **zijiciskanzen.cz** jsou velmi dobře zpracovány. Na první pohled je zřejmé o jakou instituci jde. Titulní fotografie a dlaždicová úvodní strana hezky provádí návštěvníka nabídkou muzea. Informace na webu jsou stručné a texty jsou doplněny o fotografie. Grafická úprava stránek nabádá k neustálému klikání myši pro více informací, což může být na škodu. Bohužel není možné odhadnout, jak aktuální jsou informace, protože poslední akce pořádaná ve skanzenu proběhla podle webu v roce 2017. Z facebookových stránek se lze dozvědět, že muzeum pořádá festival Žijící srdce. O této akci není na stránkách zmínka. Zobrazení webu v mobilním telefonu je dobré a je velmi podobné zobrazení muzeí Národního muzea v přírodě nebo muzea v Turnově.

Tabulka 16: Bodové hodnocení zijiciskanzen.cz

Kritérium	Počet bodů
Jednoznačnost	5
Stručnost	5
Přehlednost	4
Konzistentnost	5
Aktuálnost informací	3
Responzivnost	3
Celkový počet bodů	25 bodů

Zdroj: Vlastní zpracování

Žijící skanzen na sociálních sítích

Stránka **Žijící skanzen** na Facebooku byla založena v roce 2013 a v roce 2020 má přes 770 fanoušků. Během měsíce jsou na stránce sdíleny dva až tři příspěvky, převážně fotografie ze života v areálu (v areálu bydlí zaměstnanci skanzenu). Mezi příspěvky nechybí ani pozvánky na události nebo prodej vypěstované zeleniny. Příspěvky mají malý počet „To se mi líbí“, nejsou ani výjimkou příspěvky bez jakékoliv reakce.

Žijící skanzen na Instagramu téměř není k nalezení. Při filtraci příspěvků uživatelů podle hashtagu #jindrichovicepodsmrkem, označení míst Jindřichovice pod Smrkem nebo Žijící skanzen, lze nalézt fotografie převážně místního větrného mlýna (Obr. 32).



Obr. 32: Výsledky vyhledávání místa Žijící skanzen na Instagramu.

Zdroj: snímek obrazovky aplikace Instagram

Celkové hodnocení

Příklady webových stránek vybraných objektů lidového stavitelství s prvky muzeí v přírodě můžeme rozdělit do tří kategorií. První kategorie má velmi dobře zpracované webové stránky a jejich prezentace na internetu je skvělá. Do této první kategorie spadá Žijící skanzen v Jindřichovicích pod Smrkem a Kamenářský dům v Turnově. Je vidět, že lidé spravující webové stránky těchto muzeí vědí, jakým směrem se ubírá moderní webová prezentace. Do druhé kategorie spadají webové stránky hradu Seeberg, které neurazí ani nenadchnou. A na

posledním místě je webová prezentace Vesnického muzea ve Střelcích. Tyto webové stránky působí velmi amatérsky a nedodělaně.

Vybraná muzea z lidového stavitelství s prvky muzea v přírodě ukazují, že ne každá instituce v dnešní době je aktivní na sociálních sítích. Tyto objekty se liší svojí velikostí a v tomto případě platí pravidlo, že čím menší muzeum, tím menší je aktivita na soc. sítích. Největším objektem jsou stavby u hradu Seeberg, které těží ze svého umístění v turisticky atraktivní lokalitě Chebska. Žijící skanzen v Jindřichovicích pod Smrkem, který leží u hranic (podobně jako stavby u Seebergu) pořádá řadu akcí, které zřejmě navštěvují lidé, kteří na soc. sítích nejsou nijak aktivní (k tomuto předpokladu mě vede absence příspěvků na Instagramu). Je smutné, že Kamenářský dům, který má jistě své kvality, které by se daly prezentovat, není téměř zmiňován na soc. sítích Muzea Českého ráje v Turnově.

4.4 Technické památky

Muzeum mlynářského řemesla Vodňany

Muzeum se nachází v budově Mosteckého mlýna ve Vodňanech, poblíž města Písek. Nejstarší zmínka o mlýně pochází z roku 1491. Název Mostecký vznikl díky tomu, že mlýn stojí u mostu přes řeku Blatnici a leží na původní cestě z Vodňan do Písku¹⁶³.

Muzeum mlynářského řemesla, otevřené v roce 2009 je vybaveno původním zachovalým vybavením. Návštěvníci uvidí v přízemí strojovnu a šalandu pro krajánky, první poschodí ukazuje stroje na mletí obilí, druhé představuje čistící zařízení. Stroje jsou z let 1904 až 1911¹⁶⁴. V bývalé sýpce je národopisná expozice o práci a životě ve mlýně, návštěvník také může vidět původní dokumenty, výkresy mlýna a strojů, ceníky za práci ve mlýně nebo ceny materiálů. Součástí prohlídky je i vstup do malé vodní elektrárny¹⁶⁵.

Prohlídky ve mlýně pořádá mlynář Jan Mostecký, jehož rodina vlastní mlýn nejdelší dobu jeho historie. V mlýně se pořádají i akce pro děti¹⁶⁶.

Analýza webových stránek Muzea mlynářských řemesel



Obr. 33: Webové stránky mlynarskemuzeum.jex.cz. Zdroj: www.mlynarskemuzeum.jex.cz

¹⁶³ *Historie* [online]. [cit. 2020-05-14]. Dostupné z: <https://mlynarskemuzeum.jex.cz/menu/historie>

¹⁶⁴ *Mostecký Mlýn ukazuje život mlynářů před staletími* [online]. [cit. 2020-05-14]. Dostupné z: https://strakonicky.denik.cz/zpravy_region/mostecky-mlyn-ukazuje-zivot-pred-staletimi20090530.html

¹⁶⁵ *Mestovodnany.cz: Historie mlýna* [online]. [cit. 2020-05-14]. Dostupné z: <http://www.mestovodnany.cz/mostecky-mlyn.html>

¹⁶⁶ *Mostecký mlýn Vodňany* [online]. [cit. 2020-05-14]. Dostupné z: <https://www.kudyznudy.cz/aktivity/mostecky-mlyn-vodnany>

Oficiální webové stránky **mlynarskemuzeum.jex.cz** byly naposledy změněny v roce 2019. Již na první pohled, návštěvníka zaujme množství zobrazených reklam. V této změti reklam se ztrácí uvítací text. Textu na webových stránkách je naprosté minimum, např. stránka „Lokace – umístění mlýnu“ obsahuje jen jednu větu, ve které však není adresa. Kvůli zmíněným reklamám nejsou webové stránky přehledné. Texty, které se zobrazí po rozkliknutí záložek v levém menu nemají jednotný vzhled (některé texty jsou tučné, jiné psané kurzívou nebo obyčejně). Všechny stránky mají společný vzhled, záhlaví i zápatí. Aktuálnost informací není možné ověřit. Podle webu by muzeum mělo být otevřeno od úterý do neděle, avšak není zřejmé kolik se platí za vstup (nikde není k dispozici ceník). Stránky otevřené na mobilním telefonu jsou stejně nepřehledné a plné reklam jako při prohlížení na počítači.

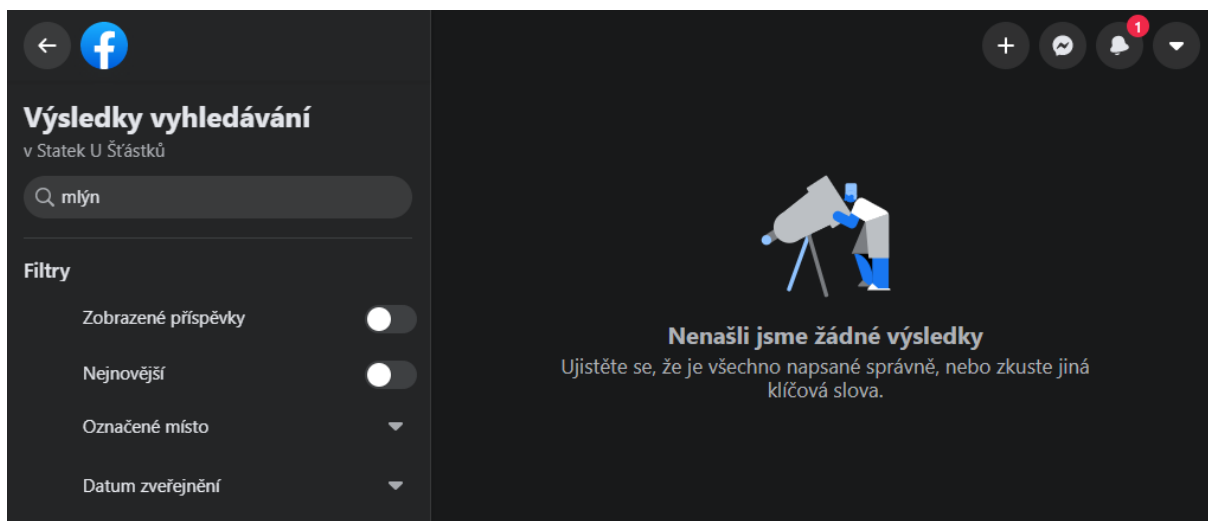
Tabulka 17: Bodové hodnocení mlynarskemuzeum.jex.cz

Kritérium	Počet bodů
Jednoznačnost	4
Stručnost	2
Přehlednost	2
Konzistentnost	5
Aktuálnost informací	3
Responzivnost	1
Celkový počet bodů	17 bodů

Zdroj: Vlastní zpracování

Muzeum mlynářského řemesla na sociálních sítích

O muzeu ani Mosteckém mlýně nejsou na sociálních sítích žádné zmínky. Muzeum, které provozuje rodina Šťastných vlastní také Statek u Šťastných. Na webových stránkách statku je i zmínka o mlýně, avšak přiložený odkaz na Facebook vede na stránku Statek u Šťastných, kde není o mlýně zmínka.



Obr. 34: Výsledky hledání příspěvků o Mosteckém mlýně na Facebooku. Zdroj: www.facebook.com

Rajnohovičká lesní železnice, Rajnohovice

Areál lesní železnice se nachází v obci Rajnohovice, která leží u Valašského Meziříčí. Lesní železnice, která zde byla vystavěna na začátku 19. století sloužila ke svážení dřeva z arcibiskupských lesů kolem Kelčského Javorníku na parní pilu v Rajnohovicích. Úzkokolejná lesní dráha s délkou 9,6 km svážela dřevo z kopce samospádem, lokomotiva sloužila pouze k brždění a dopravě prázdných vagonů nahoru na kopec. Lesní železnice měla k dispozici i dva vozy pro přepravu osob, které se využívaly k nedělním výletům panstva¹⁶⁷.

Provoz probíhal i během první světové války. Z důvodu zanedbání údržby, které vedlo k častějšímu vykolejování lokomotivy byl provoz na železnici postupně utlumen. K úplnému zastavení provozu došlo v roce 1921. Lokomotivy, vagony i koleje byly prodány¹⁶¹.

V současné době se o obnovu lesní železnice v původní délce snaží Společnost pro obnovu Rajnohovičké lesní železnice, o.s., která pořádá několikrát v roce předváděcí jízdy. První jízda proběhla v roce 2008 po získání uložené lokomotivy, vagonů a kolejového materiálu v areálu bývalé parní pily, kde ústila původní lesní železnice¹⁶⁸.

¹⁶⁷ *Rajnohovičká lesní železnice - historie* [online]. [cit. 2020-05-16]. Dostupné z:

<http://www.rlz.bilysklep.cz/?stranka=historie>

¹⁶⁸ *Plán areálu* [online]. [cit. 2020-05-16]. Dostupné z: <http://www.rlz.bilysklep.cz/index.php#plan>

Analýza webových stránek Rajnochovické lesní železnice



Obr. 35: Webové stránky rlz.bilysklep.cz. Zdroj: www.rlz.bilysklep.cz

Poněkud krkolomný název webových stránek **rlz.bilysklep.cz** je adresa stránek Rajnochovické lesní železnice. Ačkoliv z názvu stránek není jasné, o jakou jde instituci, úvodní strana obsahuje nadpis i logo instituce. Stránky působí velmi jednoduše, ale dá se nimi dobře pracovat. Nabídky v levém menu se neotevírají na nové stránce webu a přesměrují návštěvníka dolů na webu na jednotlivé kapitoly. Veškeré informace zveřejněné na webu jsou podané dostatečně stručně. Díky menu, které je vždy na levé straně webu, není možné na stránkách něco nedohledat. Přehlednost stránek i zveřejněných textů je na velmi dobré úrovni. Jak již bylo řečeno, vzhled stránek se nemění, prostředí při prohlížení zůstává stále stejné. Aktuální informace jsou zveřejňovány na Facebookové stránce Rajnochovická lesní železnice, na kterou je na webových stránkách odkaz. Je škoda, že informace zveřejněné na Facebooku nejsou zveřejněné i na webových stránkách instituce. Poslední událost, na kterou web láká je podzimní poježdění 13. a 14. října 2018. Tato dva roky stará akce je poslední zveřejněnou aktualitou. Prohlížení webových stránek na mobilním telefonu je podobné stránkám hradu Seeberg. I zde je obsah stránek zobrazen dostatečně, avšak prvky menu jsou zobrazeny velmi malým písmem.

Tabulka 18: Bodové hodnocení rlz.bilysklep.cz

Kritérium	Počet bodů
Jednoznačnost	4
Stručnost	5
Přehlednost	5

Konzistentnost	5
Aktuálnost informací	1
Responzivnost	1
Celkový počet bodů	21 bodů

Zdroj: Vlastní zpracování

Rajnochovická lesní železnice na sociálních sítích

Z webových stránek se lze proklikem dostat na stránku **Rajnochovická lesní železnice** na Facebooku. Stránka byla založena v roce 2011 a dnes má téměř dva a půl tisíce fanoušků. Na stránce jsou několikrát do měsíce sdíleny fotografie z dění v areálu, např. servis lokomotiv, prodlužování tratí, ale i fotografie z plesů a výletů, kterých se spolek provozující železnici účastní. Dále jsou zde pozvánky na události a nadcházející akce. Příspěvky mají velkou odezvu mezi fanoušky. Fotografie mají často i přes 100 „To se mi líbí“, několik komentářů a sdílení.

Příspěvky na Instagramovém účtu **@rajnochovicka_lesni_zeleznice** jsou stejné jako na Facebookové stránce. Příspěvků je na stránce 19 a všechny jsou označeny hashtagy **#rajnochovickalesnizeleznice**. Pod tímto hashtagem nalezneme i příspěvky návštěvníků.



Obr. 36: Profil Rajnochovické lesní železnice na Instagramu. Zdroj: snímek obrazovky aplikace Instagram

Šlakhamr v Hamrech nad Sázavou

Hamry nad Sázavou leží u Havlíčkova Brodu. Osídlení této oblasti je spojeno s cisterciáckým řádem, který zde zakládal hospodářství. V okolí žďárského regionu najdeme řadu hamrů na zpracování železa¹⁶⁹. Šlakhamr v Hamrech nad Sázavou je ve správě Technického muzea v Brně. Název Šlakhamr je spojován s německým nájemníkem budovy, další název Brdčíkův mlýn nese po posledních majitelích. Hamr, jehož první písemnou zmínku lze dohledat v pramenech z 15. stol. zpracovával železo až do poloviny 17. stol. Následně byl mlýnský náhon využit pro mletí obilí, které se zde mlelo až do druhé světové války. Po válce pozemky mlýna přešly do JZD a objekt od původních majitelů zakoupilo Technické muzeum v Brně¹⁷⁰.

Návštěvníci hamru uvidí funkční buchar a další zařízení, které pohání vodní kolo. Dováží se základní informace o zpracování železa ve středověku, např. kde se získávaly základní suroviny jako dřevo, dřevěné uhlí a železo. Při speciálních akcích zde kováři předvádí zpracování železa pomocí hamru. Část expozice je věnována i bývalým majitelům hamru¹⁶⁴.

Analýza webových stránek Šlakhamru v Hamrech nad Sázavou

Památky

Šlakhamr v Hamrech nad Sázavou
Starší hrůt u Adamova
Vodní mlýn ve Štápi
Kovářna v Těšanech
Areál čs. opevnění a železné opory v Šatově
Větrný mlýn v Kaželově
S Matičkou a se šroubkem za poznáním putujem

Vstupné

základní: 50 Kč
zlevněné: 25 Kč
Rodinný pas: 40 Kč
[Podrobnější informace o slevách](#)

Otevírací doba

květen - září:
Búřety - neděle, svátky B
9.00 - 12.00 / 13.00 - 17.00
Začátek prohlídek jsou vždy v celou hodinu, poslední vstup je v 16.00.
*Případně-li svátek na pondělí, zavíracím dnem bude úterý následující po tomto svátku.

Říjen:
Břoboty, neděle a svátky
9.00 - 12.00 / 13.00 - 17.00

Kontakt

telefon: 602 225 243
e-mail: slakhmr@tmbmo.cz
Hamry nad Sázavou
591 01 Žďár nad Sázavou
GPS: 49.5661408N, 15.8785378E
[zobrazit na mapě](#)

Obr. 37: Webové stránky technicalmuseum.cz/pamatky/slakhmr-v-hamrech-nad-sazavou.

Zdroj: www.technicalmuseum.cz/pamatky/slakhmr-v-hamrech-nad-sazavou

¹⁶⁹ Šlakhamr v Hamrech nad Sázavou [online]. [cit. 2020-05-17]. Dostupné z: <https://www.kudyznudy.cz/aktivity/slakhmr-v-hamrech-nad-sazavou>

¹⁷⁰ Šlakhamr v Hamrech nad Sázavou [online]. [cit. 2020-05-18]. Dostupné z: <http://www.technicalmuseum.cz/pamatky/slakhmr-v-hamrech-nad-sazavou/>

Památka Šlakhamr v Hamrech nad Sázavou je spravována Technickým muzeem v Brně, z toho důvodu nemá vlastní webové stránky. Webovou prezentaci Šlakhamru návštěvník nalezne na adrese **technicalmuseum.cz/pamatky/slakhamr-v-hamrech-nad-sazavou**. Na této stránce lze nalézt vše, co návštěvník potřebuje k návštěvě památky. Vstupné, otevírací doba, kontaktní údaje, stručná historie, plánované i proběhlé akce a aktuální informace jsou seřazeny na zmíněné stránce bez nutnosti přecházet na jiné záložky webu. Informace zveřejněné na stránce jsou aktuální, vzhledem ke zveřejněným pokynům ohledně návštěv památek s nasazenou rouškou. Zobrazení stránek na mobilním telefonu je velmi podobné předchozí instituci, Rajnochovické lesní železnici. Nejprve se zobrazí název, následně seznam památek spravovaných Technickým muzeem v Brně a poté informace o Šlakhamru. Toto zobrazení je velmi nešťastné, protože nutí návštěvníka hledat více na stránce.

Tabulka 19: Bodové hodnocení technicalmuseum.cz/pamatky/slakhamr-v-hamrech-nad-sazavou

Kritérium	Počet bodů
Jednoznačnost	5
Stručnost	4
Přehlednost	4
Konzistentnost	5
Aktuálnost informací	5
Responzivnost	1
Celkový počet bodů	24 bodů

Zdroj: Vlastní zpracování

Šlakhamr v Hamrech nad Sázavou na sociálních sítích

Šlakhamr je spravován Technickým muzeem v Brně (dále jen TMB), a proto nemá vlastní Facebookové stránky, ale je zmíněn na stránkách **Technické muzeum v Brně**. Stránky byly zřízeny v roce 2009 a nyní mají přes 9 000 fanoušků. Na těchto stránkách najdeme mimo jiné i pozvánky na události pořádané na Šlakhamru nebo fotografie z těchto událostí.



Obr. 38: Příspěvek na Facebookové stránce TMB. Zdroj: facebook.com

Šlakhamr na Instagramu lze najít pod označením místa jako Šlakhamr – Bedíčkův mlýn, #slakhamr a dalším označením. Podobně jako u Facebooku, i na Instagramu bychom našli příspěvky o hamru na účtu **@technickemuzeum_brno**. Tento účet s více než 800 sledujícími přidal první příspěvek v listopadu 2018, nyní je zde 86 příspěvků. Přímo ze Šlakhamru není ani jeden příspěvek.

Zemanova kovárna, Holešov

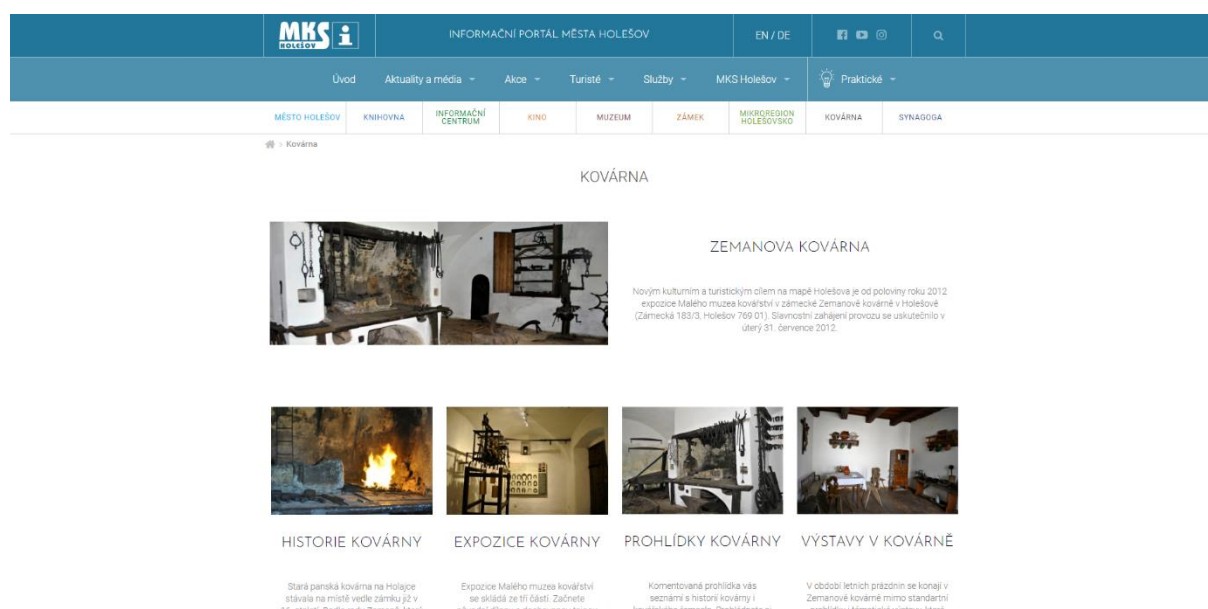
Expozice Malého muzea kovářství se nachází v zámecké kovárně z 16. stol. u zámku. Kovárna sloužila vrchnosti, která držela holešovské panství do roku 1762, následně byla prodána do soukromých rukou. Rodina kováře Zemana, podle kterého se dnes kovárna jmenuje, získala budovu v dražbě. Poslední kovář z rodiny Zemanů zde působil do roku 1953. Následně kovárna chátrala a uvažovalo se o její demolici. Díky historičce PhDr. Vlastě Fialové a Vlastivědnému kroužku se podařilo kovárnu zachránit a v roce 1958 se stala kulturní památkou. V roce 1968 se díky rekonstrukci začala kovárna užívat ke svému původnímu účelu. Působil zde kovář Pavel Ševeček, který získal různá ocenění za nože z damašské oceli¹⁷¹.

Prohlídka Malého kovářského muzea má tři části. Jedná se o prostor samotné kovárny a kovářské výhně, bočního přístavku a obytné části kovárny. V první části s výhní se

¹⁷¹ HISTORIE KOVÁRNY [online]. [cit. 2020-05-19]. Dostupné z: <https://www.holesov.info/historie-kovarny>

návštěvníci doví základní informace o provozech kováren (panské a vesnické), uvidí vybavení kovárny, které je nainstalované tak, jako by kovář před chvílí odešel. Návštěvníky zaujme z části zasypaná tajná chodba vedoucí k místnímu hostinci. V bočním přístavku, kde dříve bývalo skladiště jsou umístěné informační panely o kovářství v Holešově, které představují různé způsoby kovářské práce, vybavení a ukázky uměleckého kovářství. Dále je zde ke shlédnutí zrestaurovaný hodinový stroj, který dokládá zručnost místních kovářů. Poslední obytná část ukazuje interiér lidové jizby a komory kováře a jeho rodiny. Jsou zde vystaveny předměty lidové architektury regionů Valašska a Hané, které se na Holešovsku střetávají¹⁷².

Analýza webových stránek Zemanovy kovárny



Obr. 39: Webové stránky holesov.info/kovarna. Zdroj: www.holesov.info/kovarna

Webové stránky **holesov.info/kovarna** odkazují na expozici Malého muzea kovářství v Zámecké kovárně v Holešově. Ze vzhledu stránek i samotné adresy je jasné o jaké jde muzeum. Webová prezentace je doplněna o fotografie. Informace pro návštěvníky jsou rozděleny do čtyř záložek, a to „Historie kovárny“, „Expozice kovárny“, „Prohlídky kovárny“ a „Výstavy v kovárně“. Texty, které jsou na záložkách jsou přehledně členěny a velmi stručně napsány. Orientace na webových stránkách je velmi jednoduchá, důležité informace pro návštěvníka jsou doplněny ikonami. Vzhled všech stránek webu je stejný. Záložka „Výstavy v kovárně“ zmiňuje výstavu o pečení chleba, která byla v kovárně umístěna do 25. září 2016.

¹⁷² EXPOZICE KOVÁRNY [online]. [cit. 2020-05-19]. Dostupné z: <https://www.holesov.info/expozice-kovarny>

Toto je jediný kalendářní údaj a zároveň i zmínka o akci v kovárně. Kalendářní údaje nejsou zobrazeny ani u ceny vstupného. Zobrazení webových stránek v mobilním telefonu je velmi dobré. Stránky se rychle načítají a není zde moc grafických prvků.

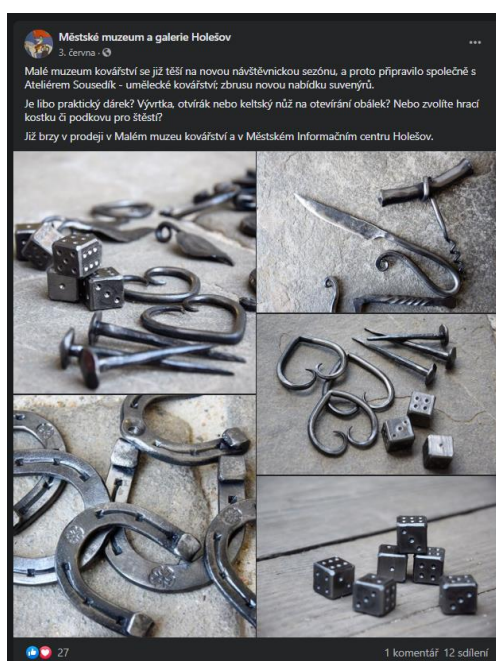
Tabulka 20: Bodové hodnocení holesov.info/kovarna

Kritérium	Počet bodů
Jednoznačnost	5
Stručnost	5
Přehlednost	5
Konzistentnost	5
Aktuálnost informací	1
Responzivnost	5
Celkový počet bodů	26 bodů

Zdroj: Vlastní zpracování

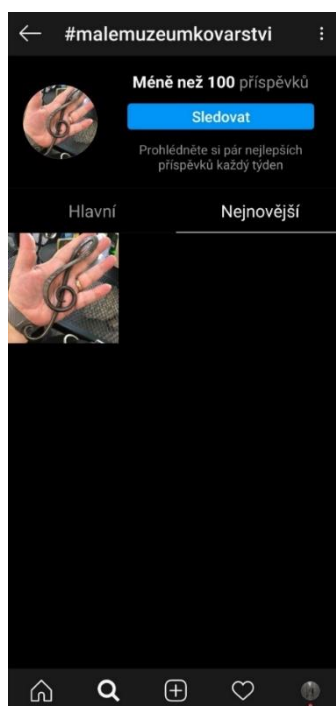
Zemanova kovárna na sociálních sítích

Malé muzeum kovářství je na Facebooku pouze jako označení místa, nikoli jako samostatná stránka. Poslední příspěvky (označením místa v příspěvku) jsou z roku 2019. Další příspěvky o Zemanově kovárně a Malém muzeu kovářství lze nalézt na několika Facebookových stránkách, např. na stránkách Městského muzea a galerie Holešov nebo Městského kulturní střediska Holešov.



Obr. 40 Ukázka příspěvku o Malém muzeu kovářství. Zdroj: www.facebook.com

Webové stránky o kovárně odkazují na Instagramový profil **@visitholesov**. Na tomto profilu jsou příspěvky z holešovských památek, avšak žádný z příspěvků není z kovárny, ani na ni nijak neodkazuje. Při vyhledání místa Malé muzeum kovářství se ještě zobrazí příspěvky z účtů **@zamekholesovofficial**. Hashtag **#malemuzeumkovarstvi** obsahuje jediný příspěvek (viz. Obr. 41).



Obr. 41: Jediný příspěvek s #malemuzeumkovarstvi na Instagramu.

Zdroj: snímek obrazovky aplikace Instagram

Celkové hodnocení

Nejlépe působí webová prezentace Zemanovy kovárny v Holešově a stránky Šlakhamru v Hamrech nad Sázavou. Webové stránky obou institucí jsou svým vzhledem moderní, avšak každá má své „mouchy“. V případě Holešovické kovárny jde o aktuálnost informací a u Šlakhamru jde o přizpůsobivost webových stránek mobilním zařízením. Webové stránky Rajnochovické lesní železnice předají návštěvníkovi nejnnutnější informace, ale nezanechají žádný dojem. Nejhůře působí stránky Muzea mlynářských řemesel Vodňany. U této webové prezentace může návštěvník nabýt dojmu, že zobrazené stránky jsou pouhým amatérským pokusem o webovou prezentaci, kde jejich autor zapomněl doplnit jakékoliv informace o památce.

Z vybraných technických památek nalezneme na sociálních sítích samostatně pouze Rajnochovickou lesní železnici. Toto muzeum velmi aktivně spravuje své účty a komunikuje

s uživateli hlavně pomocí fotografií. Šlakhamr a Zemanova kovárna jsou spravovány „větší“ institucí a jsou prezentovány na profilech těchto mateřských organizací. Bohužel zmínek o těchto dvou památkách není mnoho. Muzeum ve Vodňanech na sociálních sítích vůbec nefiguruje.

4.5 Hornická muzea

České muzeum stříbra, Kutná Hora

České muzeum stříbra v Kutné Hoře je jedno z nejstarších muzeí v ČR. Cílem muzea je pečovat o kulturní památky kutnohorského regionu. Sbírkový fond zahrnuje více než 170 000 předmětů a je jeden z největších v ČR. Báňské exponáty jsou jedny z nejstarších v Evropě¹⁷³.

Předchůdce dnešního muzea byl Archeologický sbor Vocel, který vznikl v roce 1877. Sbor měl za cíl sbírat a pečovat o historické a umělecké dokumenty a památky minulosti z Kutnohorska. Na začátku se snažili zachránit nejvýznamnější památky Kutné Hory, např. z restaurování dřevěných lavic v Chrámu svaté panny Barbory. Při této práci odkryli fresky v bočních kaplích a díky tomuto objevu začalo restaurování celého chrámu. Současně s rekonstrukcí sbor Vocel systematicky sbíral předměty svých sbírkových fondů. Veřejnosti byly sbírky představeny v roce 1903. Po obsazení Československa byly snahy německých úřadů odvést nejcennější exponáty do Německa jako doklad „vysoké úrovně němectví“. Tehdejší správce se pokusil exponáty schovat, byl ale odhalen, zatčen a převezen do koncentračního tábora, kde zemřel. K uzavření muzea došlo v roce 1944 a slavnostní znovuootevření proběhlo v květnu 1946. Po zákazu soukromých spolků přešly sbírky do nově vzniklého městského muzea. Sbor Vocel fungoval jako zájmové sdružení při městském muzeu do 60. let 20. stol., kdy zanikl.¹⁷⁴

V roce 1946 začíná rekonstrukce Hrádku, který následně slouží jako hlavní muzejní budova. Při rekonstrukci byl objeven i renesanční strop – jeden z prvních v Čechách. V sálech Hrádku po rekonstrukci probíhaly krátkodobé i dlouhodobé výstavy. V roce 1969 byla zpřístupněna část středověkého dolu a expozice o hutnictví a mincovnictví v Kutné Hoře. Kvůli špatné statické stavbě byly některé místnosti v Hrádku zavřeny v roce 1978 a znovu otevřeny až v roce 1994. Muzeum mělo v té době k dispozici i další budovy, takže se část sbírek a výstav přestěhovala tam. Nová expozice Českého muzea stříbra, která vznikala od roku 1995 byla realizována scénickou metodou. Následovalo otevření dalších expozic, které nabízí návštěvníkovi ucelený pohled na středověkou těžbu stříbra, výrobu mincí a historii kutnohorska. Díky tvorbě nových expozic dochází i k restaurování předmětů a většímu badatelskému úsilí muzejních pracovníků. V roce 2003 došlo ke změně zřizovatele a názvu muzea na České muzeum stříbra¹⁶⁸.

¹⁷³ *Profil muzea* [online]. [cit. 2020-05-20]. Dostupné z: <https://www.cms-kh.cz/profil-muzea>

¹⁷⁴ *Historie Českého muzea stříbra* [online]. [cit. 2020-05-21]. Dostupné z: <https://www.cms-kh.cz/historie-ceskeho-muzea-stibra>

Návštěvníci v dnešní době mohou navštívit několik prohlídkových okruhů v různých budovách muzea. V Hrádku to jsou okruhy „Město stříbra“ a „Cesta stříbra“, Kamenný dům nabízí vstupy do expozic „Královské horní město – měšťanská kultura a život v 17. – 19. století“ a „Lapidárium“, v Tylově domě jsou expozice „Josef Kajetán Tyl“ a „Podzemí Kutné Hory“¹⁷⁵.

Analýza webových stránek Českého muzea stříbra



Obr. 42: Webové stránky cms-kh.cz. Zdroj: www.cms-kh.cz

Stránky **cms-kh.cz** vytvořené v roce 2004 působí na první pohled přeplácane a zmatečně. Modrá barva s názvem a logem instituce v hlavičce, černé a tmavě šedé prvky jsou jistým protikladem k hlavní nabídce muzea na bílém pozadí. I další prvky stránky mohou leckterého návštěvníka zmást, jedná se např. o kontaktní údaje v levém šedém sloupci nebo tři místa, kde může návštěvník najít Aktuality a zprávy (v levém sloupci, nahoře v menu a na bílé části webu mezi hlavní expozicí). Nabídka menu v horní části webu je mírně nepřehledná, což může být způsobeno širokou nabídkou služeb muzea. V nabídce O muzeu můžeme najít i restaurované předměty nebo zmínky o příznivcích a spolupracovnících muzea, jako je hotel dodávající catering na akce. Informace, které budou návštěvníky zajímat nejvíce jsou přehledně shrnuty v nabídce Pro návštěvníky. Design webu je stejný napříč celými stránkami. Aktuální informace jsou příkladně zobrazeny v nabídce Aktuality nebo v levé šedé liště. Zobrazení stránek v mobilním telefonu je ořesné. Horní logo, název muzea i menu se zobrazují dobře, ale

¹⁷⁵ Otevirací doba a vstupné [online]. [cit. 2020-05-21]. Dostupné z: <https://www.cms-kh.cz/oteviraci-doba-a-vstupne>

veškerý text zobrazený na bílém pozadí je několikanásobně zvětšen, na řádek se vejdu maximálně dvě slova, takže pro přečtení věty musí návštěvník vynaložit velké úsilí a soustředění.

Tabulka 21: Bodové hodnocení cms-kh.cz

Kritérium	Počet bodů
Jednoznačnost	4
Stručnost	4
Přehlednost	2
Konzistentnost	5
Aktuálnost informací	5
Responzivnost	1
Celkový počet bodů	21 bodů

Zdroj: Vlastní zpracování

České muzeum stříbra na sociálních sítích

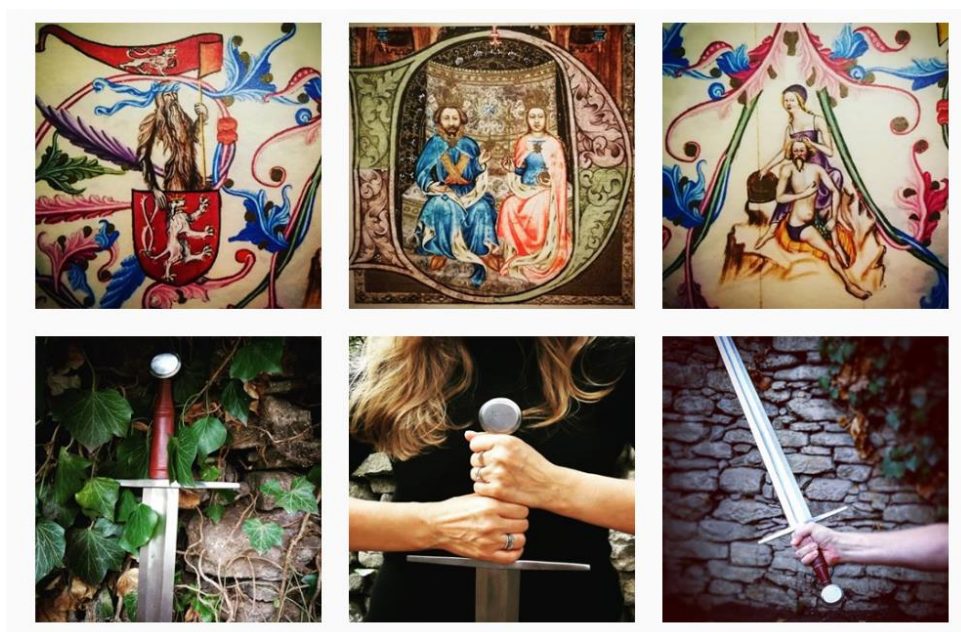
Na všechny sociální sítě, na kterých má muzeum účet, odkazují ikony na webových stránkách. Facebooková stránka **České muzeum stříbra Kutná Hora** byla vytvořena v roce 2011 a nyní má přes 1400 fanoušků. Příspěvky jsou vkládané několikrát týdně. Mimo příspěvků, které návštěvníky informují o dění v muzeu, nových událostech nebo odkazech na zajímavé články, jsou k vidění i „hádanky“ (viz. Obr. 43). Na starých historických fotografiích jsou zobrazena zákoutí města. Tyto hádanky uživatele baví a snaží se uhádnout, kde místo je. Následující týden se v komentářích objeví i odpověď na hádanku.



Obr. 43: Hádanka místa na Facebooku muzea.

Zdroj: www.facebook.com

Instagramový účet **@ceskemuzeumstibra** sleduje 571 uživatelů. První příspěvek byl přidán v roce 2017, od té doby má účet více než 140 příspěvků. Příspěvky zveřejněné od září roku 2019 jsou vždy zveřejněny v tematické trojici (Obr. 44).



Obr. 44: Trojice příspěvků (obrázky z Bible Václava IV. a meče k edukačnímu program Václav IV.).

Zdroj: snímek obrazovky aplikace Instagram

Většina příspěvků je opatřena hashtagy #kutnahora, #visitkutnahora a #ceskemuzeumstibra.

Rozdílnost příspěvků na Instagramu a Facebooku ukazuje, že Facebook je v tomto případě profesionálnější komunikacím kanálem s mnohem širší cílovou skupinou a zveřejněnými příspěvky doplňuje webové stránky muzea.

Důl Michal v Ostravě

Černouhelný hlubinný důl Michal v Ostravě je komplex budov z let 1912 až 1915. Jáma Michal se začala hloubit v roce 1843. V té době se jednalo o důl Rakouského státu, který v roce 1856 koupila společnost Severní dráhy Ferdinandovy, která důl vlastnila až do znárodnění v roce 1945. Důl během své existence prošel řadou úprav. Zřejmě nejvýraznější úprava proběhla mezi lety 1913 až 1915, kdy byl důl elektrifikován. Architektonický a provozní vzhled navržený Františkem Fialou měl zdůraznit ekonomické a technické postavení společnosti vlastníci důl. V provozu byl důl až do roku 1993 a o dva roky později došlo k zasypání těžní jámy. Rok po ukončení těžby převzalo areál Ministerstvo kultury České republiky a vzniklo zde Průmyslové muzeum v Ostravě. Areál byl následně předán Národnímu památkovému ústavu, Územní památkové správy v Kroměříži¹⁷⁶.

Areál dolu představuje jedinečný celek technických a provozních budov, který si díky zásahu Ministerstva kultury ČR zachoval vzhled, jako by horníci právě odešli z práce domů.

Důl Michal nabízí tři prohlídkové okruhy a jeden mimořádný pouze v letních měsících. Základní okruh „Cesta havíře do práce“ provede návštěvníka místy, kterými havíři běžně procházeli. Součástí okruhu jsou šatny, administrativní budovy, spojovací most do těžební budovy, místnost první pomoci, dispečink, ředitelna nebo kanceláře geologů a měřičů¹⁷⁷. Okruh „Cesta havíře do práce a zázemí“ navazuje na předchozí základní okruh a doplňuje jej o prohlídku strojovny s původními stroji a kotelny s parními stroji. Na závěr prohlídky je spuštěn parní stroj¹⁷⁸. Třetí okruh „Venkovní prohlídka a Merkur“ zahrnuje prohlídku venkovních budov v areálu a informace o jejich využití, návštěvu štoly a rozvodny se stavebníci

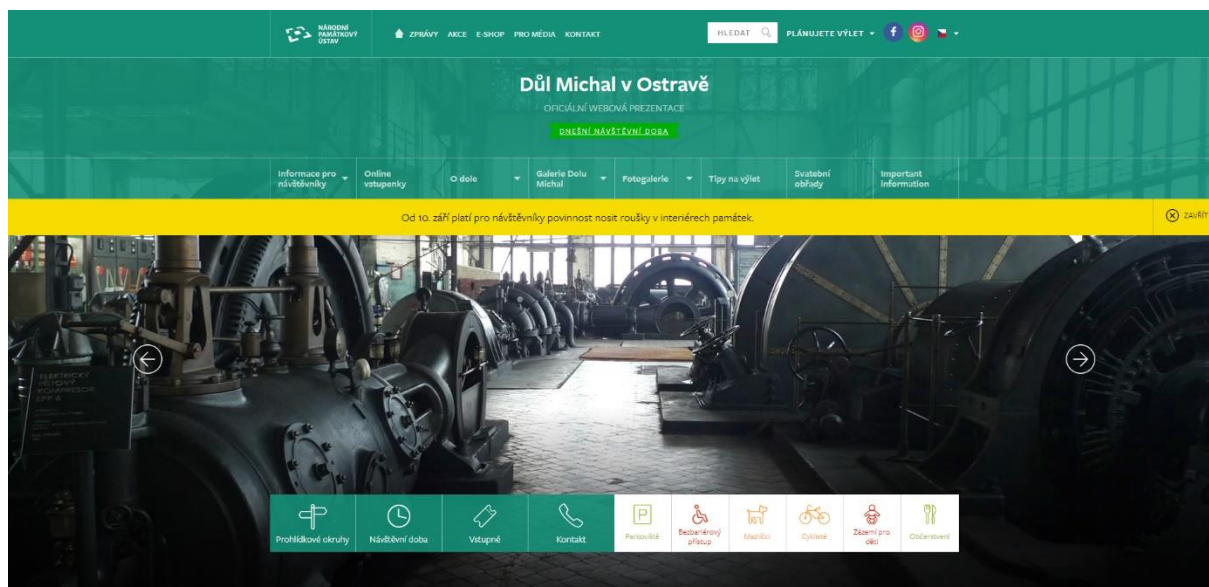
¹⁷⁶ *Historie* [online]. [cit. 2020-05-23]. Dostupné z: <https://www.dul-michal.cz/cs/o-dole/historie>

¹⁷⁷ *Cesta havíře do práce (základní okruh)* [online]. [cit. 2020-05-23]. Dostupné z: <https://www.dul-michal.cz/cs/informace-pro-navstevniky/prohlidkove-okruhy/5121-cesta-havire-do-prace-zakladni-okruh>

¹⁷⁸ *Cesta havíře do práce a zázemí (základní okruh)* [online]. [cit. 2020-05-23]. Dostupné z: <https://www.dul-michal.cz/cs/informace-pro-navstevniky/prohlidkove-okruhy/771-cesta-havire-do-prace-a-zazemi-zakladni-okruh>

Merkur¹⁷⁹. Mimořádný prohlídkový okruh se provádí pouze za tmy v letních měsících. Každý návštěvník dostane přilbu, lampu a sebezáchranný přístroj a společně s průvodcem prochází cestu, kterou museli havíři procházet¹⁸⁰.

Analýza webových stránek Dolu Michal



Obr. 45: Webové stránky dul.michal.cz. Zdroj: www.dul-michal.cz

Webové stránky Dolu Michal, **dul-michal.cz** vychází ze šablony, která je shodná pro všechny památky Národního památkového ústavu. I přes minimalistický vzhled stránek je jasné, o kterou památku se jedná. K určení pomohou i fotografie, které se na úvodní stránce zobrazují. Informace pro návštěvníky dolu jsou rozděleny do dvou menu, což může někoho zmást. První menu je na úplném vrcholu stránky (nad názvem památky) a druhé, výraznější je pod názvem. Nabídku z vrchního menu lze najít i na úvodní straně webu při pohybu dolů myší (jedná se o Zprávy a Akce). Druhé menu v osmi nabídkách podává návštěvníkovi veškeré potřebné informace. Informace jsou podávány přehledně a veškeré stránky si drží stejný vzhled. Aktuality týkající se provozu památky, jsou zobrazovány ve žluté liště, která nejde přehlédnout (v době psaní práce to byla informace o povinnosti nosit roušky v interiéru památek). Další aktuální informace se zobrazují pod ikonami na úvodní straně. Web je příkladně optimalizován pro prohlížení v mobilním telefonu. Obě horní menu lze nalézt v pravém horním rohu a na úvodní stránce se zobrazí žlutá informační lišta a čtyři nejdůležitější nabídky („Prohlídkové

¹⁷⁹ *Dul-michal.cz: Venkovní prohlídka a Merkur* [online]. [cit. 2020-05-23]. Dostupné z: <https://www.dul-michal.cz/cs/informace-pro-navstevniky/prohlidkove-okruhy/5652-venkovni-prohlidka-a-merkur>

¹⁸⁰ *Noční prohlídka* [online]. [cit. 2020-05-23]. Dostupné z: <https://www.dul-michal.cz/cs/informace-pro-navstevniky/prohlidkove-okruhy/5673-nocni-prohlidka>

okruhy“, „Návštěvní doba“, „Vstupné“ a „Kontakt“). Další informace lze dohledat při sjetí dolů na obrazovce zařízení.

Tabulka 22: Bodové hodnocení dul-michal.cz

Kritérium	Počet bodů
Jednoznačnost	5
Stručnost	5
Přehlednost	3
Konzistentnost	5
Aktuálnost informací	5
Responzivnost	5
Celkový počet bodů	28 bodů

Zdroj: Vlastní zpracování

Důl Michal na sociálních sítích

Z webových stránek lze přejít na Facebookovou stránku **Důl Michal, The coal Mine Michal**. Tato stránka, která vznikla v roce 2011 má příspěvky pouze v českém jazyce, ač by se podle názvu stránky mohlo zdát, že budou dvoujazyčné. Příspěvky vkládané zhruba dvakrát za měsíc zvou k událostem, které v dole mají proběhnout, nebo ukazují fotografie z akcí. Ačkoli má stránka téměř 1 800 fanoušků, příspěvky nemají moc „To se mi líbí“, sdílení ani komentářů.

@**nkp_dul_michal** je název profilu na Instagramu, který má téměř 300 sledujících. Příspěvky jsou podobné těm, které lze najít na Facebookové stránce. První příspěvek je z roku 2019. Všechny příspěvky jsou zároveň označené místem Důl Michal, The coal Mine Michal a hashtagy jako #dulmichal, #ostrava nebo #sachta a #narodnipamatka. Pod těmito hashtagy lze nalézt i příspěvky ostatních uživatelů a návštěvníků dolu.

Muzeum břidlice, Budišov nad Budišovkou

Muzeum břidlice se nachází v barokní budově bývalého mlýna a vzniklo v roce 1996. V okolí města Budišov nad Budišovkou byla provozována těžba v povrchových lomech¹⁸¹. Expozice ukazuje návštěvníkovi historii těžby břidlice, nářadí na těžbu, výrobky z břidlice, různé druhy nerostů a historické fotografie a dokumentaci. Po reinstalaci expozice v roce 2015

¹⁸¹ Muzeum břidlice Budišov nad Budišovkou [online]. [cit. 2020-05-25]. Dostupné z: <https://www.kudyznudy.cz/aktivity/muzeum-bridlice-budisov-nad-budisovkou>

mohou návštěvníci vidět i jedinečné dřevěné důlní vozíky¹⁸². Děti si mohou vyzkoušet hudební nástroj břídlfon nebo navštívit netopýří štolu¹⁸³. Na expozici muzea navazuje naučná stezka Krajiny břídllice mapující změny v krajině způsobené těžbou břídllice¹⁸⁴.

Analýza webových stránek Muzea břídllice



Obr. 46: Webové stránky krajina.bridlice.cz. Zdroj: www.krajina.bridlice.cz

Oficiální webové stránky Muzea břídllice **krajina.bridlice.cz** nejsou příliš přehledné. Na první pohled nelze najít informace o muzeu. Zmínku o muzeu návštěvník nalezne až v levém menu v záložce „Muzea“. Tato záložka obsahuje pouze minimum informací o instituci. Zveřejněné informace jako otvírací doba, vstupné a kontaktní údaje jsou nepřehledně napsány ve třech odstavcích bez rozlišení tučnosti písma nebo nadpisů. Webové stránky si drží stále stejný vzhled s bílým pozadím a obrázky v pravé části. Pod horní lištou s logem krajina příběhů jsou zobrazeny novinky, které proběhnou 11. července roku 2020. Webové stránky nejsou připraveny pro mobilní telefony a jejich vzhled je stejný jako na počítači. Texty jsou příliš malé, takže je potřeba si je zvětšovat.

¹⁸² MUZEUM BŘIDLICE [online]. [cit. 2020-05-25]. Dostupné z:

<http://www.krajina.bridlice.cz/?q=cs/content/muzeum-b%99idlice>

¹⁸³ Víte, jak a čím se hraje na břídlfon? Na návštěvě v Muzeu břídllice [online]. [cit. 2020-05-25]. Dostupné z:

<https://ostrava.rozhlas.cz/vite-jak-a-cim-se-hraje-na-bridlfon-na-navsteve-v-muzeu-bridlice-7034237>

¹⁸⁴ Muzeum břídllice Budišov nad Budišovkou [online]. [cit. 2020-05-25]. Dostupné z:

<https://www.kudyznudy.cz/aktivity/muzeum-bridlice-budisov-nad-budisovkou>

Tabulka 23: Bodové hodnocení krajinabridlice.cz

Kritérium	Počet bodů
Jednoznačnost	3
Stručnost	3
Přehlednost	2
Konzistentnost	5
Aktuálnost informací	4
Responzivnost	1
Celkový počet bodů	18 bodů

Zdroj: Vlastní zpracování

Muzeum břidlice na sociálních sítích

Muzeum břidlice nemá na Facebooku svoji stránku, pouze označení místa s jediným příspěvkem z 1. června 2020. Na Instagramu je Muzeum břidlice také pouze jako označení místa a hashtag se třemi příspěvky od uživatelů.

Zlatokopecký skanzen, Zlaté Hory – Ondřejovice

Ve Zlatých Horách na řece Olešnici v tzv. Údolí ztracených štol leží replika středověkého zlatorudného mlýnu, hornické osady a tavicí pece. Stavby byly zhotoveny podle dobových nákresů. V okolí jsou pozůstatky po těžební činnosti Keltů, kteří jako první v této oblasti dolovali zlato. Geologické průzkumy oblasti zde potvrdily vysoký obsah zlata s opětovným nabohacováním. Mlýn Zlatokopeckého skanzenu návštěvníkům ukazuje drcení zlaté rudy v mlýnici. Stroje na drcení jsou poháněny vodními koly z náhonu, ve kterém „voda teče do kopce“. To je způsobeno optickým klamem¹⁸⁵. Kolem náhonu vede naučná stezka informující o okolní přírodě a geologii krajiny¹⁸⁶.

V hornickém srubu je expozice běžného života horníků s venkovní a vnitřní částí. U objektu je zvonička a u cesty ke srubu stojí replika strážní věže. Osada byla dříve uzavřeným opevněným komplexem, kde se shromažďovalo zlato. Ve 14. stol. funkci shromáždění zlata převzal hrad Edelštejn¹⁸⁰.

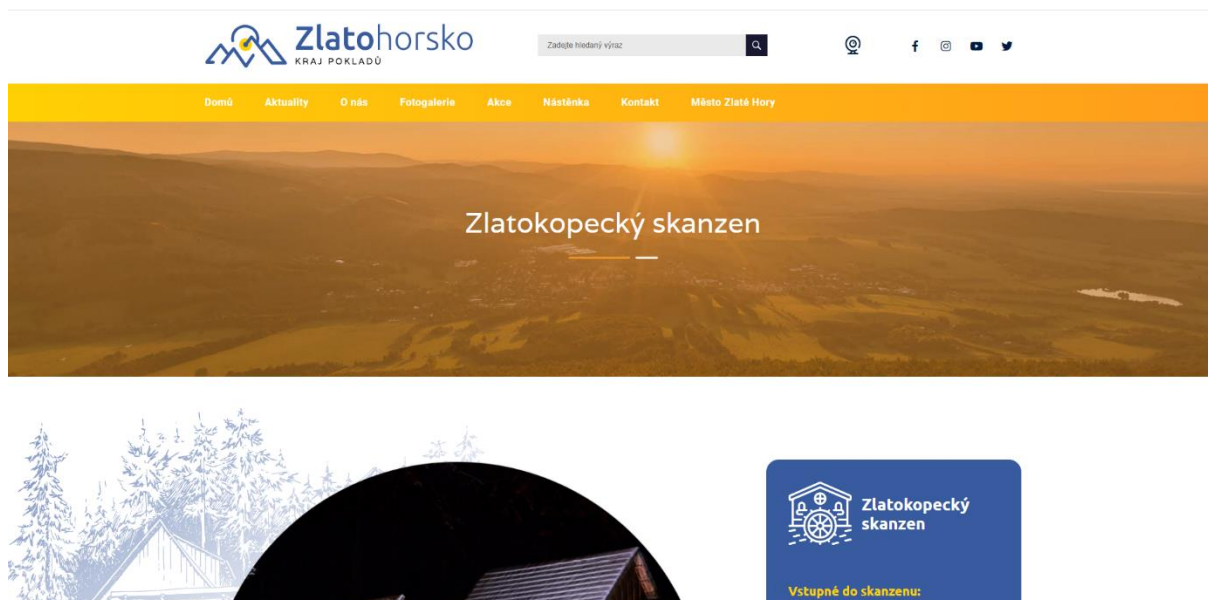
Tavicí pec je funkční replikou budovy, kde se pomocí tepelné úpravy a chemických procesů oddělovaly anorganické látky od zlata. Budova je rozdělena na dvě části. Ve venkovní

¹⁸⁵ Kudyznudy.cz: Zlatorudné mlýny - za zlatou horečkou do Zlatých Hor [online]. [cit. 2020-05-27]. Dostupné z: <https://www.kudyznudy.cz/aktivity/za-zlatou-horeckou-do-zlatych-hor>

¹⁸⁶ ZLATOKOPECKÝ SKANZEN (ZLATORUDNÉ MLÝNY, HORNICKÁ OSADA) [online]. [cit. 2020-05-27]. Dostupné z: <https://zlatehory.cz/zlatokopecy-skanzen-zlatorudne-mlyny-hornicka-osada/d-305555>

části je tavírna a ve vnitřní pracovní síň s koženými měchy a sklad na uhlí, kterým se topilo v peci¹⁸⁷.

Analýza webových stránek Zlatokopeckého skanzenu



Obr. 47: Webové stránky krajpokladu.cz/zlatokopecky-skanzen.

Zdroj: www.krajpokladu.cz/zlatokopecky-skanzen

Webové stránky Zlatokopeckého skanzenu **krajpokladu.cz/zlatokopecky-skanzen** nejsou první, které vyhledávač nabídne návštěvníkovi při vyhledávání skanzenu ve Zlatých Horách. Jako první zmínka se objeví oficiální web města Zlaté Hory. Na těchto stránkách jsou základní informace o památce, ale chybí odkaz na provozovatele, kterým je Zlatohorsko kraj pokladů, příspěvková organizace. Organizace také spravuje web krajpokladu.cz. Tato nejasnost není chybou webu, ze kterého je naopak velmi jasné, kterou památku prezentuje. Všechny potřebné informace návštěvník nalezne na jedné webové stránce bez nutnosti otevírat další záložky. Pohybem dolů po stránce jsou prezentovány ceny vstupného, kontaktní údaje, otevírací doba, fotografie, GPS souřadnice nebo krátká historie místa. Bohužel se návštěvník nedozví aktuální informace nebo akce. Toto musí hledat v horním menu webu, nad nadpisem Zlatokopecký skanzen. Tyto záložky Aktuality a Akce obsahují informace ze všech objektů, které organizace Zlatohorsko spravuje. Vzhledem k tomu, že veškeré informace jsou na jedné

¹⁸⁷ ZLATOKOPECKÝ SKANZEN (ZLATORUDNÉ MLÝNY, HORNICKÁ OSADA) [online]. [cit. 2020-05-27]. Dostupné z: <https://zlatehory.cz/zlatokopecky-skanzen-zlatorudne-mlyny-hornicka-osada/d-305555>

stránce, tak prohlížení webu na mobilním telefonu je velmi jednoduché a přehledné. Modré písmo a ostatní prvky webu dobře korespondují s bílým pozadím.

Tabulka 24: Bodové hodnocení krajpokladu.cz/zlatokopecky-skanzen

Kritérium	Počet bodů
Jednoznačnost	5
Stručnost	5
Přehlednost	4
Konzistentnost	5
Aktuálnost informací	3
Responzivnost	5
Celkový počet bodů	27 bodů

Zdroj: Vlastní zpracování

Zlatokopecký skanzen na sociálních sítích

Skanzen je ve správě příspěvkové organizace **Zlatohorsko kraj pokladů**. Facebookové stránky organizace jsou Zlatohorsko kraj pokladů. Stránky byly vytvořeny v roce 2019 a nyní mají přes 700 fanoušků. Organizace na stránkách sdílí příspěvky několikrát týdně. Příspěvky jsou nejen ze skanzenu, ale i z dalších institucí, které má organizace ve své správě. Mezi příspěvky jsou v hojném počtu zastoupeny fotografie, např. z loučení se svobodou, výrobou laviček, ale i odkazy na nejrůznější články a události.

Instagramový profil má stejný název jako Facebooková stránka, **@zlatohorskokrajpokladu**. I tento profil byl založen v roce 2019 a má 17 sledujících. Příspěvky, které zde sdílí nejsou ve většině případů označeny hashtagy, a proto je nízký počet „To se mi líbí“.

Celkové zhodnocení

Webové stránky Hornických muzeí můžeme rozdělit do dvou kategorií. V první skupina jsou webové stránky Dolu Michal a Zlatokopeckého skanzenu a druhé jsou stránky Muzea břidlice a Českého muzea stříbra v Kutné Hoře. Webové stránky první skupiny si jsou počtem bodů velmi podobné, avšak oba ztrácí body u Přehlednosti u takřka stejných chyb. I druhá dvě muzea ztrácí body u kritéria Přehlednost. V těchto případech jsou stránky spíše nepřehledné než přehledné. Dále stojí za zmínku, že i tak velké muzeum jako je Muzeum stříbra v Kutné Hoře může mít webovou prezentaci, která není uzpůsobena dnešní době, tj. prohlížení webu na mobilním telefonu.

Jednoznačně nejlepší správu sociálních sítí má České muzeum stříbra v Kutné Hoře. Pomocí příspěvků se snaží komunikovat s návštěvníky, bavit je, vzdělávat a nenásilnou formou je nutit k aktivitě na profilech muzea. Nad fotografiemi, které jsou sdílené po trojicích někdo přemýšlel a stojí za nimi velká námaha. Zlatohorský skanzen nemá vlastní profily na sociálních sítích a je to trochu škoda. Příspěvky ze Zlatokopeckého skanzenu bychom našli na jeho stranách organizace, která ho spravuje. Avšak jsou zde příspěvky i z dalších památek a tak je pozornost správce stránek mezi tyto tři památky. Počet příspěvků přímo ze skanzenu je nárazový, podle toho zda se událo něco zajímavého. Na profily Dolu Michal nemá zřejmě jeho správce příliš času, alespoň se to tak může zdát podle aktivity a počtu příspěvků na profilech.

Celkové hodnocení všech institucí

Každá z analyzovaných institucí má určitý způsob prezentace na internetu. Mezi těmito webovými stránkami jsou však velké rozdíly. Zřejmě nejlepší webové stránky mají památky, které spadají pod známé a zavedené organizace jako je Národní muzeum v přírodě (Valašské muzeum v přírodě, Muzeum v přírodě Vysočina, Muzeum v přírodě Zubrnice a Hanácké muzeum v přírodě) a Národní památkový ústav (Důl Michal). Stránky těchto institucí vychází z webových šablon, které jsou pro památky společné. Moderní vzhled těchto šablon nabízí vše, co návštěvník může požadovat. Naopak nejhorší webové stránky mají Vesnické muzeum ve Střelicích a Muzeum mlynářského řemesla Vodňany. V dnešní době je velmi jednoduché si zhotovit vlastní web pouze poskládáním několik šablon (např. wix.com) a je s podivem, že této možnosti tyto instituce nevyužily.

Z tohoto náhodně vybraného vzorku muzeí vidíme, že každá instituce má jiný přístup ke způsobu prezentace svých aktivit na sociálních sítích. Aktivita na soc. sítích je dána velikostí instituce a počtem zaměstnanců. Nejlépe své aktivity prezentuje Valašské muzeum v přírodě a na opačné straně jsou Vesnické muzeum ve Střelicích nebo Muzeum mlynářského řemesla. Jiné instituce „žijí“ na sociálních sítích díky aktivitě svých návštěvníků, kteří se chlubí návštěvami. Nebýt těchto uživatelů, o muzea by zřejmě nebyl takový zájem, protože někteří lidé si dnes vybírají dovolené a výlety i podle příspěvků na soc. sítích. Velmi osobitý přístup mají České muzeum stříbra v Kutné Hoře a Pravěká osada Křivolík. Muzeum v Kutné Hoře aktivuje své fanoušky každotýdenními hádankami a Pravěké osada Křivolík své příspěvky začíná nebo končí „Chro chro“. Oba tyto přístupy ukazují, že správci soc. sítí těchto muzeí sází na originalitu. V případě Křivolíku příspěvky tak snadno nezapadnou a „Chro chro“ upoutá uživatele a muzeum Kutné Hory pomocí hádanek komunikuje s věrnými fanoušky.

4.6 Zahraniční muzeum v přírodě

Skansen, Stockholm

Skansen je nejstarší muzeum v přírodě na světě. Byl otevřen v roce 1891 ve Stockholmu. A v dnešní době je velmi navštěvovaný nejen turisty, ale i místními. Muzeum švédské kultury a historie obsahuje přes 150 objektů zasazených do prostředí jednoho z nejhezčích parků ve Stockholmu, ve kterém je k vidění řada hlavně severských druhů zvířat¹⁸⁸.

Nejstarší část muzea je vybudována z budov postavených mezi lety 1720 a 1820. Mezi těmito objekty je lékárna, kostel, obydlí farmářů a rolníků, rezidence bohaté kupecké rodiny nebo stavba s pecí sloužící k výrobě piva¹⁸⁹.

Druhá část muzea s budovami z let 1830–1860 ukazuje návštěvníkům knihařskou a tiskařskou dílnu, obydlí pěstitele lnu a budovu, kde se len zpracovával, obchod, domov vojáka, starou banku, zlatnickou dílnu nebo vilu zakladatele Skansenu Artura Hazelia, včetně veškerého vybavení a osobních věcí¹⁹⁰.

Ve stavbách z let 1870-1913 návštěvník nahlédne do domácnosti dělníka pracujícího v továrně, do pekárny, ve které se peče chléb a švédské pečivo, na letní farmu s pastvinami, kde se pasou ovce, krávy nebo kozy, do hrnčířské dílny, kde hrnčíř ručně vyrábí nádobí, které je možné i zakoupit, k ševci, k čalouníkovi nebo kováři. Veškerá řemesla, která návštěvník má možnost vidět, provádí zaměstnanci muzea přímo v budovách stejnými postupy jako v době, kterou představují¹⁹¹.

Část věnovaná letům 1914 až 1945 ukazuje vesnickou radnici, prostory železářství s interiérem z 30. let, klempířství, továrnu vyrábějící vznětové motory, továrnu nábytku nebo první švédskou lóži Mezinárodního řádu dobrých templářů založenou v roce 1879¹⁹².

V poslední části muzea věnované letům 1946 až 1965 jsou bylinková a růžová zahrada nebo expozice věnovaná domorodým obyvatelům Semi, kteří jsou původně z oblasti kolem poloostrova Kola a švédské oblasti Dalarna¹⁹³.

¹⁸⁸ *Summer at skansen* [online]. [cit. 2020-06-01]. Dostupné z: www.skansen.se/en/spring-at-skansen-1

¹⁸⁹ *1720–1820* [online]. [cit. 2020-06-01]. Dostupné z: www.skansen.se/en/1720-1820-bildning-upplysning

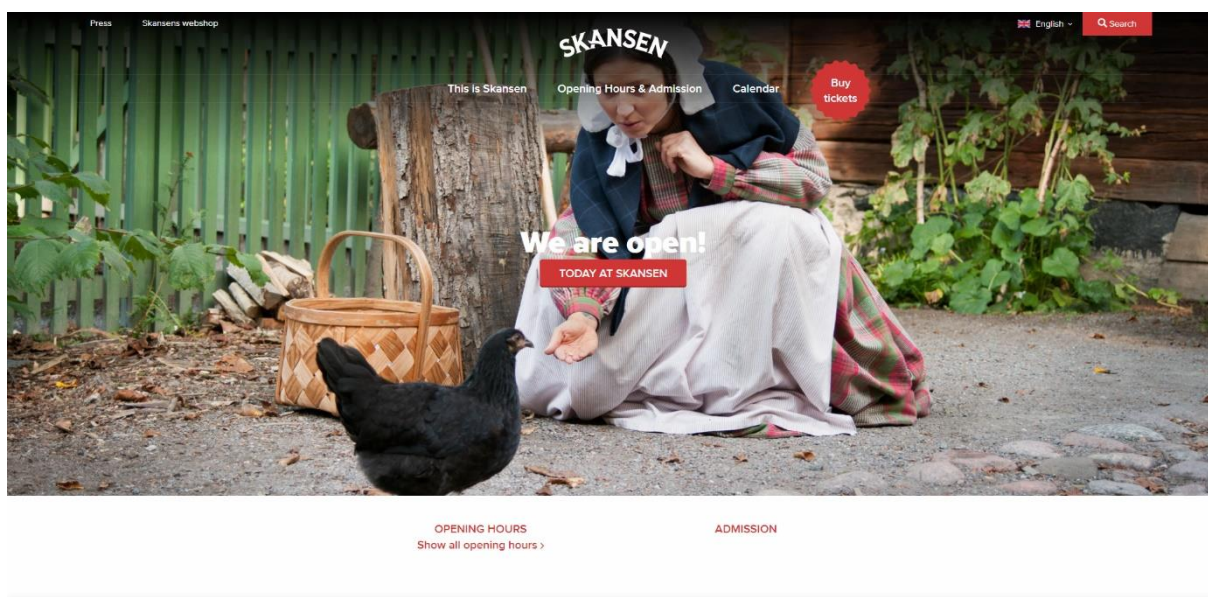
¹⁹⁰ *1830–1860* [online]. [cit. 2020-06-01]. Dostupné z: www.skansen.se/en/liberalism-1830-1860

¹⁹¹ *1870–1913* [online]. [cit. 2020-06-01]. Dostupné z: www.skansen.se/en/omstrukturering-industrialisering-1870-1913

¹⁹² *1914–1945* [online]. [cit. 2020-06-01]. Dostupné z: www.skansen.se/en/genombrottstid-1914-1945

¹⁹³ *1946–1965* [online]. [cit. 2020-06-01]. Dostupné z: www.skansen.se/en/rekord%C3%A5ren-1946-1965

Analýza webových stránek Skansenu



Obr. 48: Webové stránky skansen.se/en. Zdroj: www.skansen.se/en

Stránky **skansen.se** lze ze švédštiny přepnout i do anglického jazyka, avšak nejsou přeloženy veškeré texty (např. följ oss znamená sleduj nás a u toho jsou odkazy na sociální sítě). Vzhled stránek je velmi jednoduchý a veškeré informace jsou rozděleny do tří záložek. Záložka „This is Skansen“ zobrazí rozcestník, kde jsou k dispozici veškeré informace o historii, objektech, zoo nebo mapa areálu. „Opening Hours & Admission“ obsahují informace o vstupném a otevírací době a jako jediná ze záložek nemá velkoformátovou úvodní fotografii. Poslední ze záložek „Calendar“ ukáže návštěvníkovi veškeré naplánované akce. Je zde možnost si zvolit i kategorie akcí, např. Fun for kids, The Zoo, Swedish traditions a jiné. Zobrazení kontaktních údajů na úvodní stránce není dole na stránce, nýbrž zhruba uprostřed, což může být trochu matoucí. Podobně matoucí mohou být odkazy na sociální sítě, které jsou také uprostřed úvodní stránky. Stránky otevřené na mobilním telefonu jsou stejně přehledné jako při otevření na počítači. Tři položky v menu jsou umístěny nad obrázkem a nenutí návštěvníka zbytečně dlouho hledat. Ani zde není část textů přeložena do angličtiny.

Tabulka 25: Bodové hodnocení skansen.se/en

Kritérium	Počet bodů
Jednoznačnost	5
Stručnost	4
Přehlednost	5
Konzistentnost	5
Aktuálnost informací	5

Responzivnost	5
Celkový počet bodů	29 bodů

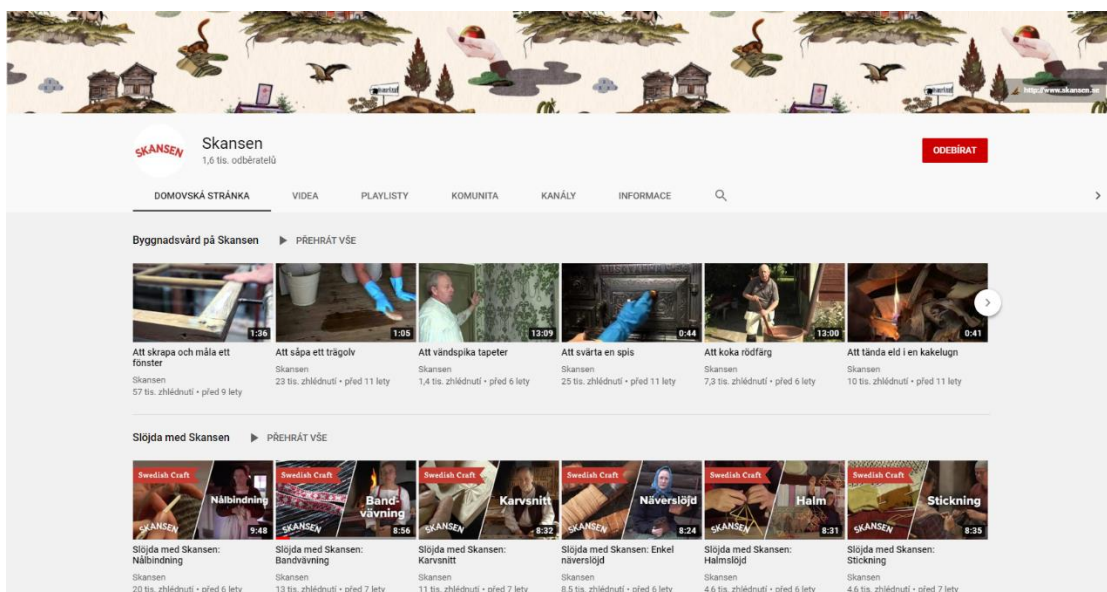
Zdroj: Vlastní zpracování

Skansen na sociálních sítích

Na webových stránkách jsou ikony s prokliky na jednotlivé sociální sítě instituce. Facebooková stránka **Skansen** má 69 158 fanoušků a byla založena v roce 2008. Na stránce jsou sdíleny obrázky a videa několikrát týdně. Popisky jsou ve švédštině, kterou Facebook automaticky překládá do českého jazyka. Ačkoliv má Facebooková stránka téměř 70 tisíc fanoušků, tak mají jednotlivé příspěvky pouze několik stovek „To se mi líbí“ a jednotky (někdy desítky) komentářů.

Na instagramovém účtu **@skansen** s více než 25 tisíci fanoušky jsou sdíleny podobné příspěvky jako na Facebookové stránce, avšak v jiných intervalech. Tyto příspěvky mají větší počet srdíček („To se mi líbí“) i komentářů, než na Facebooku, aniž by byly opatřeny nějakými hashtagy.

Skansen nalezneme i na YouTube, kam vkládá tematická videa z dění v areálu. Videá jsou ve švédském jazyce a ukazují např. rozličná řemesla, která návštěvníci mohou v muzeu spatřit.



Obr. 49: Profil Skansenu na YouTube. Zdroj: www.youtube.com

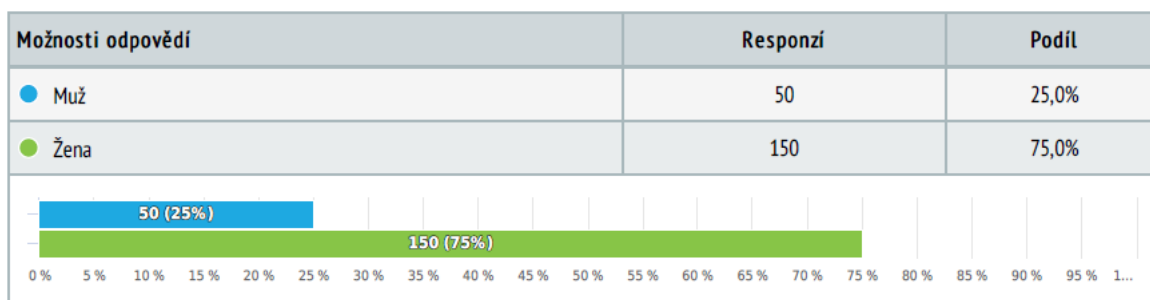
5. Výsledky dotazníkového šetření

5.1 Dotazník pro návštěvníky muzeí

Dotazník byl vytvořen na webových stránkách survio.com, které umožňují tvorbu, sdílení a následné grafické vyhodnocení. Odkaz na dotazník byl rozeslán na e-mailové adresy institucí z kapitoly 1.2, tzn. do všech muzeí v přírodě a institucí nesoucí znaky muzeí v přírodě v České republice, s žádostí o zveřejnění na jejich webových stránkách nebo Facebookovém profilu. Šlo o veřejně dostupné adresy zveřejněné na webových stránkách. Z těchto 201 e-mailů se 18 e-mailů vrátilo zpět. Sběr dat trval od 15. září do 14. října 2020, dotazník si zobrazilo 445 respondentů a vyplnilo jej 200 z nich.

Úplné znění dotazníku naleznete v příloze diplomové práce.

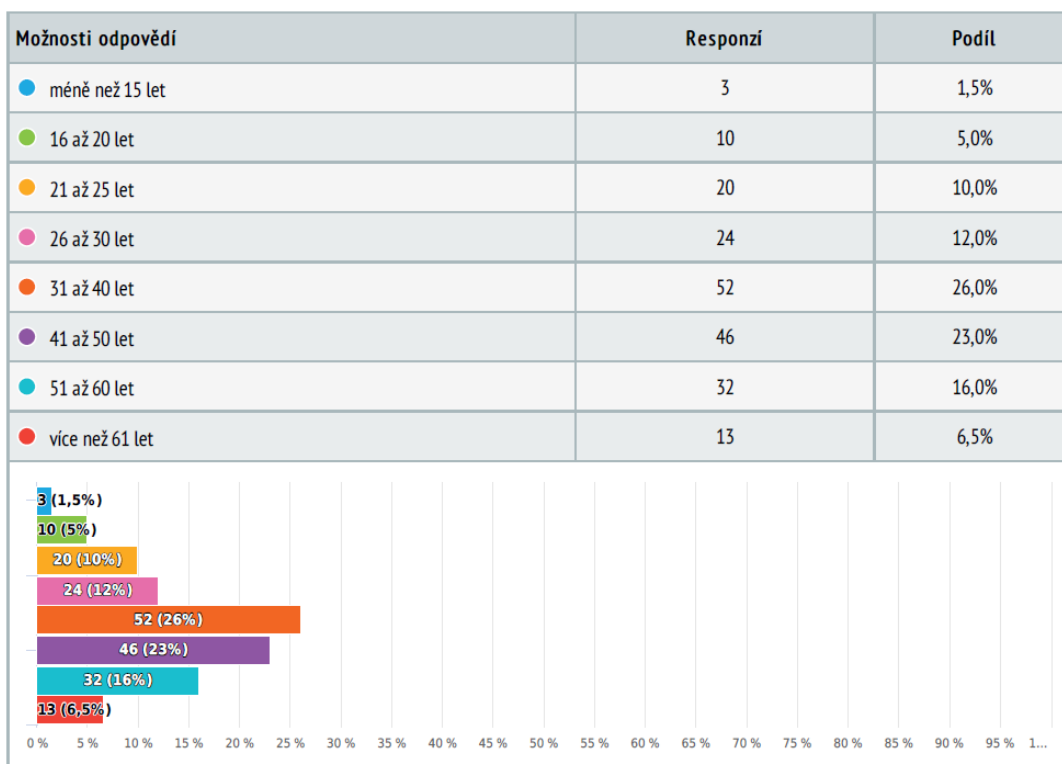
1. otázka: Uved'te Vaše pohlaví



Obr. 48: Graf otázky č. 1. Zdroj: Vlastní zpracování

Z výsledků lze vyčíst, že dotazník vyplnilo 150 žen a pouze 50 mužů.

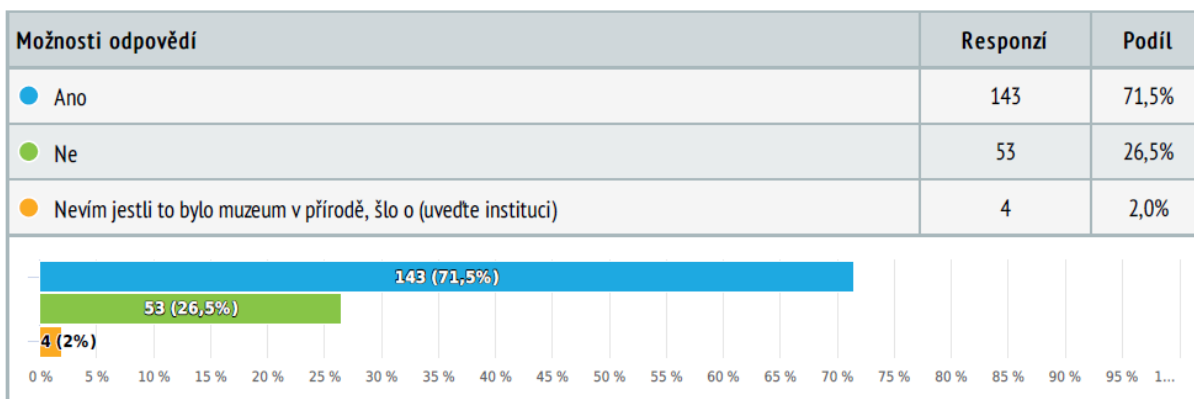
2. otázka: Váš věk je



Obr. 49: Graf otázky č. 2. Zdroj: Vlastní zpracování

Nejpočetnější věková skupina, která se zúčastnila šetření byla ve věku 31 až 40 let. Druhou nejčastější skupinou jsou lidé od 41 do 50 let. Jestliže sečteme věkové skupiny 21 až 25 let a 26 až 30, tak dostaneme třetí nejčastěji zastoupenou skupinu, která odpovídala na otázku.

3. otázka: Navštívili jste v roce 2020 nějaké muzeum v přírodě (skanzen) nebo jim podobnou instituci?



Obr. 50: Graf otázky č. 3. Zdroj: Vlastní zpracování

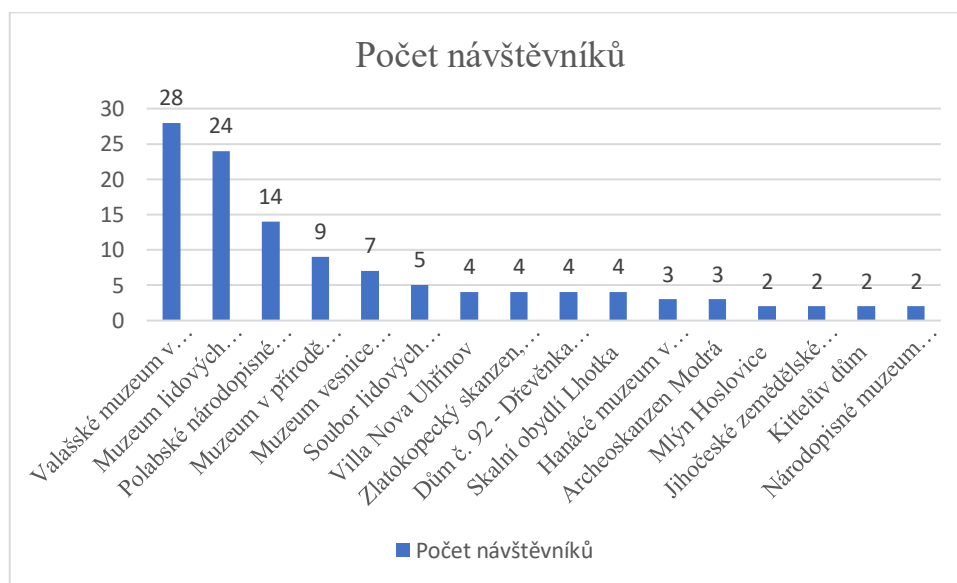
71,5% lidí uvedlo, že v roce 2020 navštívili muzeum v přírodě nebo jemu podobnou instituci.

Pouze 4 lidé nevěděli, zda instituce, kterou navštívili by se dala zařadit jako muzeum v přírodě. Šlo o tyto památky: Pustevny, které bychom mohli zařadit mezi instituce podobné muzeím v přírodě, dále to byla Hornická krajina Kupka. Jelikož se jedná o krajinu a ne instituci, tak ji nebudeme zařazovat. Další návštěvník uvedl obecně „historická vesnice – lidová řemesla, bylinné zahrady, arboreta“, a poslední uvedl Skanzen Kouřim, který počítáme mezi muzea v přírodě.

Můžeme tedy říct, že z 200 lidí, kteří vyplnili dotazník, tak 145 z nich uvedlo, že navštívili muzeum v přírodě nebo jemu podobnou instituci.

4. otázka: Pokud jste v předchozí otázce uvedli ANO, o jaké šlo muzeum?

Tato otázka je podotázkou k otázce č. 3. Z celkového počtu 176 odpovědí byly vybrány pouze instituce ze seznamu v kapitole 1.2 Muzea v přírodě v České republice. Vyřazeno bylo 29 odpovědí. Nejčastější odpovědí, tedy nejčastěji navštěvované muzeum v přírodě bylo Valašské muzeum v přírodě v Rožnově pod Radhoštěm (28 odpovědí), druhé nejnavštěvovanější muzeum bylo Polabské národopisné muzeum (24 odpovědí) a třetí Muzeum vesnice jihovýchodní Moravy (14 odpovědí). Další muzea lze najít v Grafu č. 1.

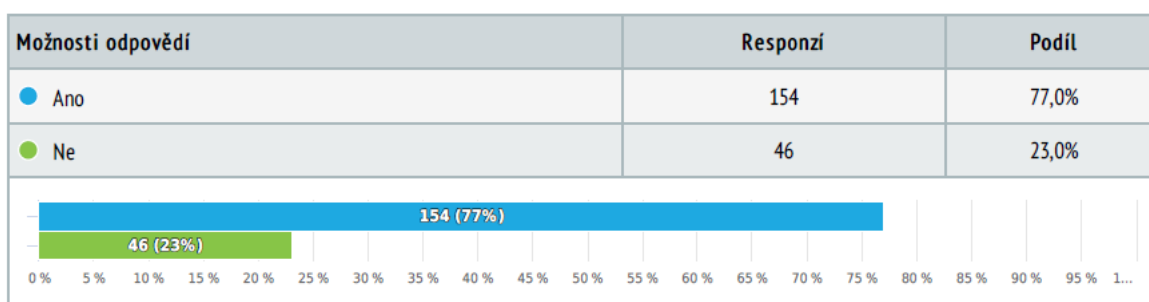


Graf č. 1: Odpovědi na otázku č. 4

Zdroj: Vlastní zpracování

V Grafu č. 1 nejsou uvedena muzea s pouze jednou opovědí. Muzea s jednou odpovědí jsou: Hamousův statek ve Zbečně; Muzem vesnických staveb středního Povltaví, Vysoký Chlumeč; Skanzen lidových tradic a řemesel, Bolatice; Chrutenická šachta, Loděnice u Berouna – Chrutenice; Skanzen Solvayovy lomy, Beroun; Hrad Seeberg – hospodářské objekty; Dlaskův statek; Vodní hamr Dobřív; Keltský arechoskanzen Nasavrky; Pravěká osada Křivolík; Hornické muzeum Krásno; Selské muzeum Michalův statek; Muzeum v přírodě Zubrnice; Podorlický skanzen Krňovice; Štola Svatý Martin; Kolínská řepařská dráha a Muzeum v přírodě Rochus.

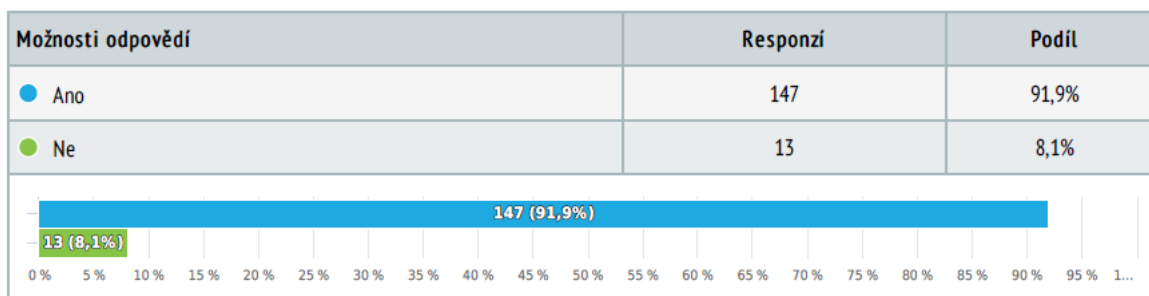
5. otázka: Hledali jste na webových stránkách muzea informace důležité pro návštěvu (např. otevírací doba, cena vstupného, parkování)?



Obr. 51: Graf otázky č. 5. Zdroj: Vlastní zpracování

Z odpovědí na tuto otázku lze vyčíst, že většina návštěvníků muzeí (77 %) si před příjezdem hledá nějaké informace potřebné k návštěvě.

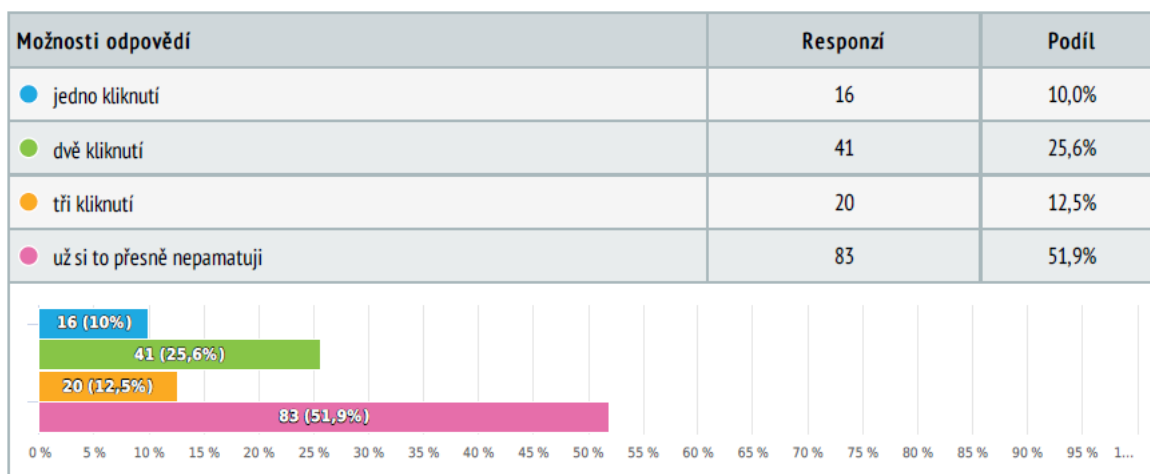
6. otázka: Pokud jste na předchozí otázku odpověděli ANO, bylo lehké tyto informace najít?



Obr. 52: Graf otázky č. 6. Zdroj: Vlastní zpracování

Téměř 92 % návštěvníků nemělo problém najít hledané informace. Z analýzy jednotlivých odpovědí vyplývá, že největší problém s webovými stránkami měli návštěvníci Muzea lidových staveb Kouřim a Valašského muzea v přírodě.

7. otázka: Hledané informace jste našli na

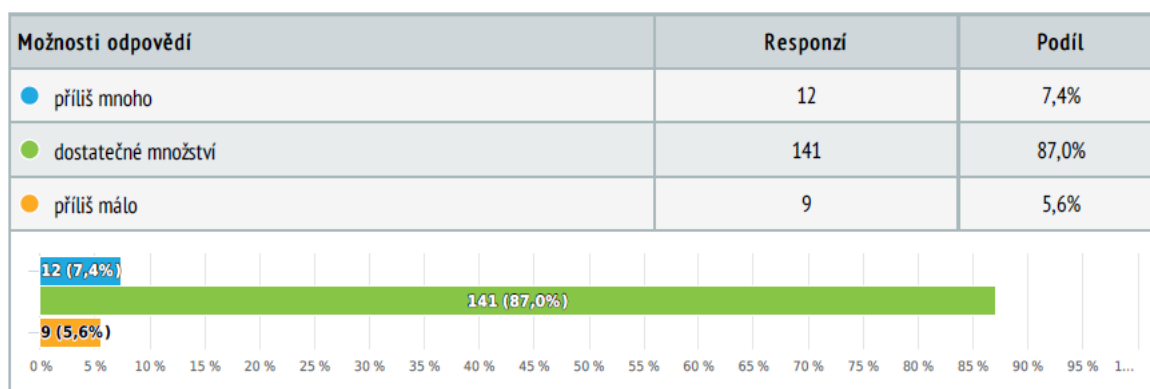


Obr. 53: Graf otázky č. 7. Zdroj: Vlastní zpracování

Přes 50 % návštěvníků muzeí si již nepamatují kolikrát museli „kliknout myší“, než našli požadované informace.

Na dvě kliknutí našlo informace 41 návštěvníků. Návštěvníci památek ve správě Národního muzea v přírodě (např. Valašské muzeum v přírodě) v 11 případech (z 41) našli informace právě na dvě kliknutí myši. Tato dvě kliknutí odpovídají přechodu z úvodní stránky muzea na stránku s Otevírací dobou a vstupným, nebo na přechod na Akce. Pět návštěvníků (z 41) našlo své informace na dva kliky na webových stránkách Muzea lidových staveb v Kouřimi. Tři návštěvníci (z 41) takto našli hledané informace na stránkách Villa Nova Uhřetínov.

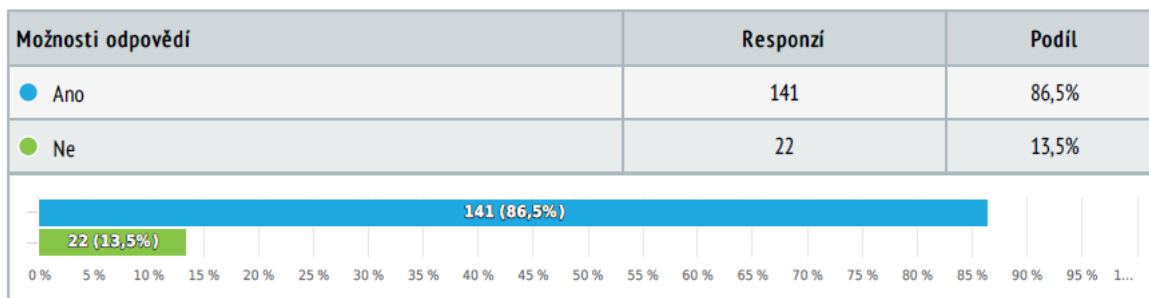
8. otázka: Informací a textu bylo na stránce



Obr. 54: Graf otázky č. 8. Zdroj: Vlastní zpracování

Z grafu na Obr. 54 lze vyčíst, že 141 návštěvníků shledává množství informací na stránkách za dostatečné. Z podrobnější analýzy lze vyčíst, že příliš mnoho informací se zobrazovalo návštěvníkům Muzea lidových staveb v Kouřimi (4 odpovědi z 12). Mezi odpověďmi z příliš málo informací není žádné muzeum zmíněno více než jednou.

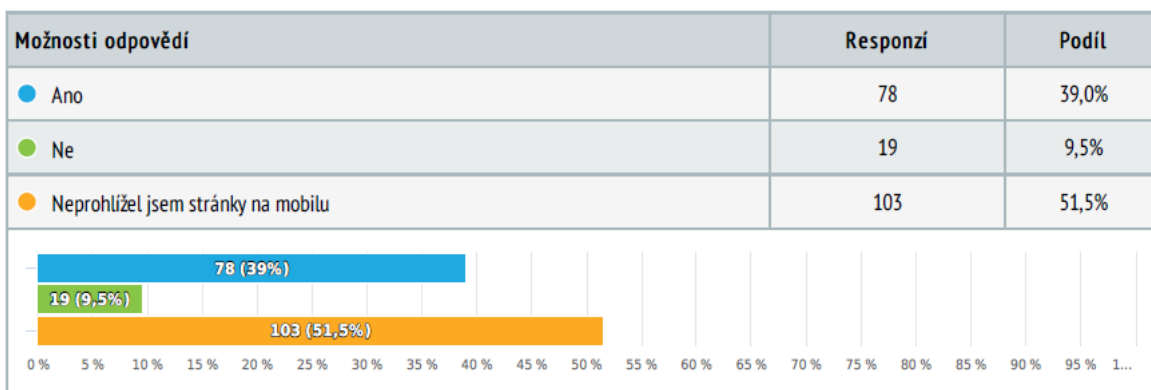
9. otázka: Byly webové stránky přehledné?



Obr. 55: Graf otázky č. 9. Zdroj: Vlastní zpracování

Webové stránky byly přehledné pro 141 návštěvníků. Nepřehlednost webových stránek nejvíce vadila návštěvníkům Muzea lidových staveb v Kouřimi (6 z 22), dále návštěvníkům památek Národního muzea v přírodě (4 z 22) a jednomu návštěvníku hradu Seeberg a jeho hospodářských budov.

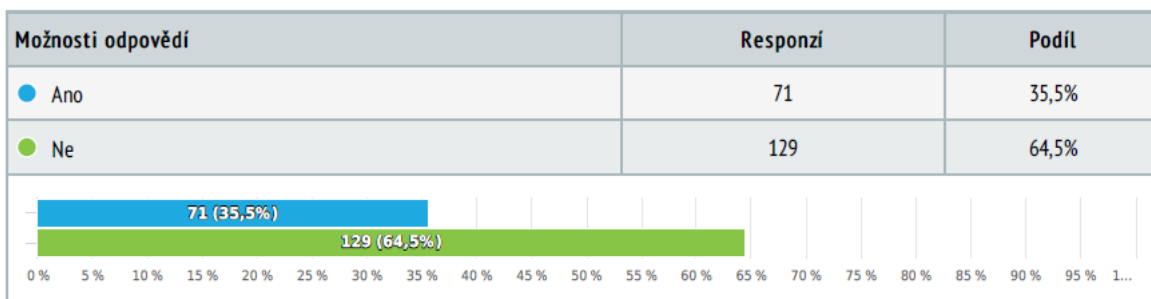
10. otázka: V případě, že jste webové stránky prohlížel na mobilním zařízení, bylo snadné s nimi pracovat?



Obr. 56: Graf otázky č. 10. Zdroj: Vlastní zpracování

Více než polovina návštěvníků muzeí neprohlížela webové stránky na mobilním telefonu. Pro 19 návštěvníků bylo těžké pracovat s mobilní verzí webu, z toho čtyři návštěvníci muzeí Národního muzea v přírodě a čtyři návštěvníci Muzea lidových staveb v Kouřimi uvedli, že se jim špatně pracovalo s mobilními verzemi jejich webových stránek.

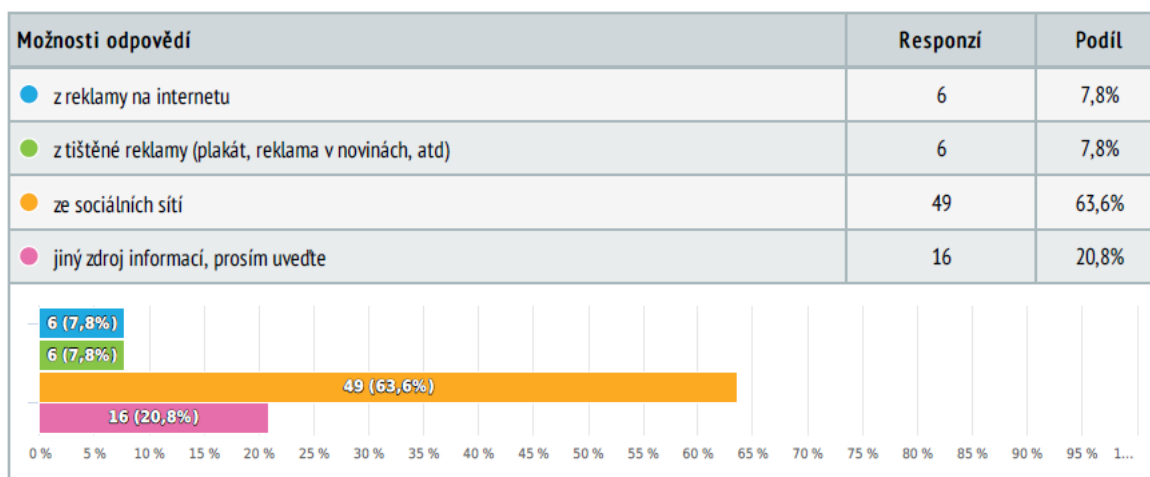
11. otázka: Navštívili jste v roce 2020 akci pořádanou v muzeu v přírodě?



Obr. 57: Graf otázky č. 11. Zdroj: Vlastní zpracování

Ačkoli rok 2020 a situace ohledně cestování vybízela spíše k návštěvám památek a akcí v České republice, většina respondentů nenavštívila akce, které pořádala muzea v přírodě.

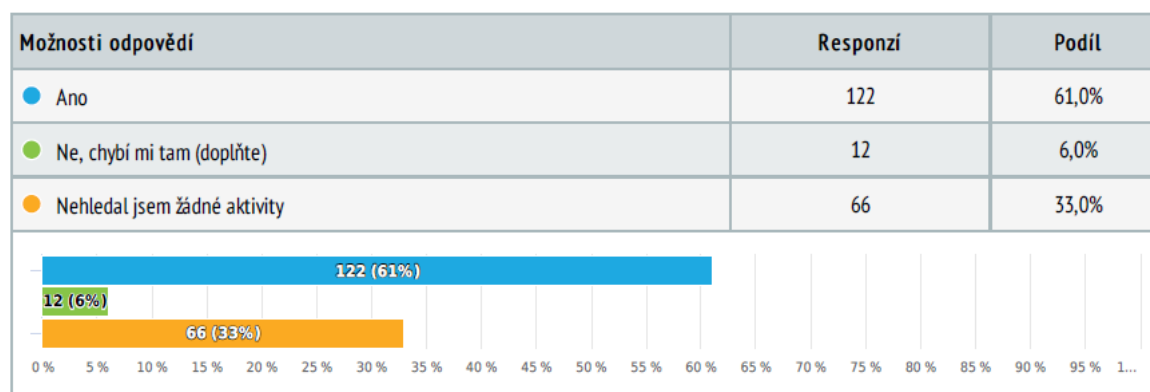
12. otázka: Pokud ANO, jak jste se o akci dozvěděli?



Obr. 58: Graf otázky č. 12. Zdroj: Vlastní zpracování

Více než polovina respondentů, kteří navštívili akci v muzeu v přírodě, se o ní dozvěděli ze sociálních sítí. Tento výsledek jen dokládá, jakou sílu mají v dnešní době sociální sítě a že jejich správu by neměly instituce podceňovat. Jako jiný zdroj informací byly uváděny weby muzeí, popř. informace řečené přímo zaměstnanci muzea (9 odpovědí). Tři lidé jezdí na akce pravidelně.

13. otázka: Přejde Vám nabídka aktivit (akce pro veřejnost a školy, workshopy) muzea dostatečná?

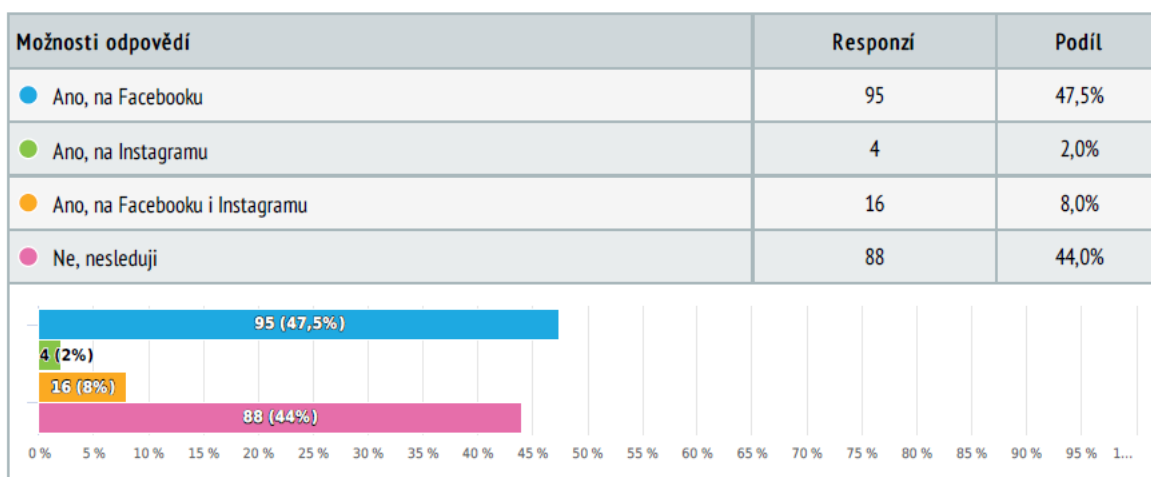


Obr. 59: Graf otázky č. 13. Zdroj: Vlastní zpracování

Téměř dvěma třetinám respondentů vyhovuje nabídka aktivit, kterou muzea nabízejí. 33 procent návštěvníků nevyhledává žádné aktivity. Návštěvníkům často chybí akce zaměřené na region, jako jsou ukázky místních tradic a lidových zvyků a řemeslné jarmarky. Dvěma respondentům vadilo, že akce pro veřejnost jsou každý rok stejné a nedochází k jejich obměně.

Také animační programy pro školy jsou stále stejné. Tři návštěvníci by ocenili workshopy, kde by se mohli naučit řemesla nebo péct chleba a koláče.

14. otázka: Sledujete nějaké muzeum v přírodě na sociálních sítích?

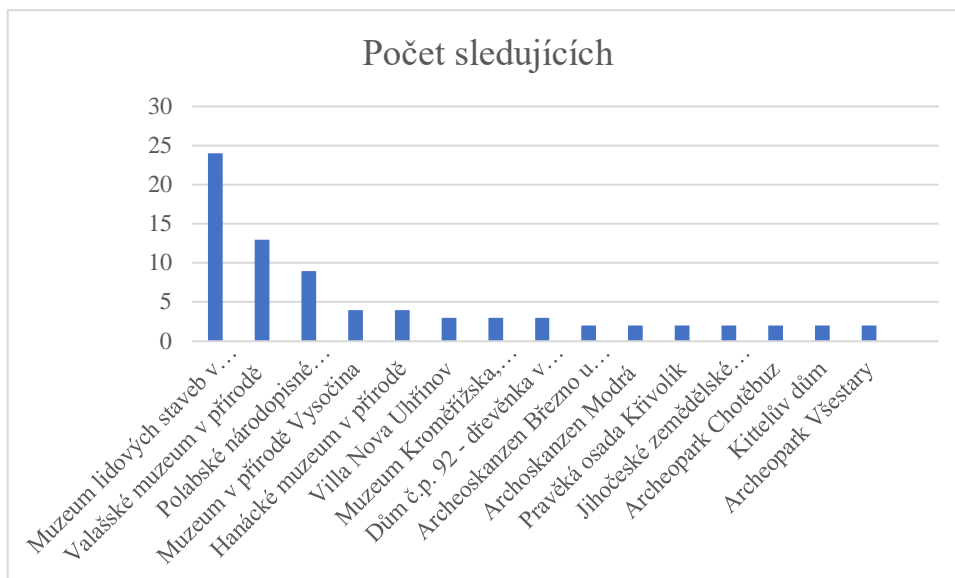


Obr. 60: Graf otázky č. 14. Zdroj: Vlastní zpracování

Z odpovědí můžeme vidět, že počty lidí, kteří sledují určité muzeum na sociální síti Facebook jsou jen o něco málo větší než počty lidí, kteří nesledují žádné muzeum na sociální síti. Počty mužů a žen, kteří sledují muzeum pouze na Facebooku jsou téměř vyrovnané. Věková skupina, která muzea nejvíce sleduje je v rozmezí 31 – 40 let, následovaná návštěvníky ve věku 41 – 50 let. Pouze na Instagramu sledují muzea hlavně ženy (tři odpovědi ze čtyř). Jedna z nich ve věku 16 – 20 let a dvě ve věku 31 – 40 a jeden muž ve věku 16 – 20 let. Na sociálních sítích Facebook i Instagram sledují muzea hlavně ženy (13 z 16 odpovědí) ve věku 31 – 40 let (7 odpovědí z 13).

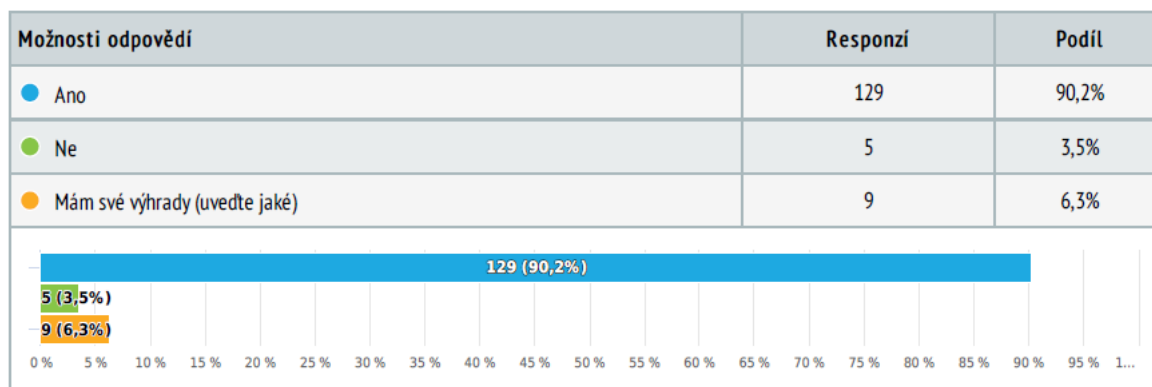
15. otázka: Pokud ANO, o jaké muzeum se jedná?

Z 200 odpovědí na dotazník byly vyřazené profily jiných muzeí, než jsou muzea v přírodě a jim podobné instituce. Graf č. 2 ukazuje počty fanoušků jednotlivých muzeí na sociálních sítích mezi respondenty dotazníku. V grafu jsou zahrnuta pouze muzea s dvěma a více odpověďmi. Graf ukazuje, že tři instituce s nejvyšším počtem fanoušků mají i největší návštěvnost (viz. 4. otázka). I další muzea mají zhruba stejný počet fanoušků jako je počet odpovědí v otázce č. 4. Můžeme se tedy domnívat, že návštěvníci muzeí jsou i jejich fanoušky na sociálních sítích.



Graf č. 2: Počet uživatelů sledujících muzea na sociálních sítích
Zdroj: Vlastní zpracování

16. otázka: Líbí se Vám obsah, který sdílí muzeum na svých soc. sítích?



Obr. 61: Graf otázky č. 16. Zdroj: Vlastní zpracování

Obsah sdílený na sociálních sítích muzeí se drtivě většinou líbí. Někteří návštěvníci uvedli, že aktivita na sociálních sítích klade velký důraz na senzace, které přitáhnou návštěvníka, než na odbornost institucí.

Výsledky dotazníku určeného návštěvníkům muzeí v přírodě a jim podobných institucí na vzorku 200 návštěvníků ukázaly nejnavštěvovanější muzea v přírodě v sezoně 2020. Z dat dále můžeme vyčíst, že většina návštěvníků je spokojena se vzhledem webových stránek muzeí, je jednoduché se na těchto stránkách orientovat a zveřejněné informace jsou předkládané v rozumném množství. Paradoxně nepřehlednost webových stránek nejvíce vadila

návštěvníkům Muzea lidových staveb v Kouřimi, které můžeme řadit k jednomu z nejvíce navštěvovaných muzeí (podle dat z dotazníku). Podobné výsledky se ukázaly i při prohlížení webových stránek na mobilním telefonu, kdy se nejhůře pracovalo mimo jiné i se stránkami Kouřimského muzea. Ačkoli situace v roce 2020 nedovolovala příliš cestovat za hranice ČR, tak většina respondentů nenavštívila žádnou akci, kterou muzea pořádala. Návštěvníci, kteří akce navštívili se o nich nejvíce dozvěděli ze sociálních sítí. Tato data nám ukazují, že sociální sítě se stávají možná i důležitějším komunikačním kanálem, než jsou webové stránky institucí. Na sociálních sítích (hlavně na Facebooku) sleduje muzea v přírodě každý druhý respondent napříč věkovými kategoriemi.

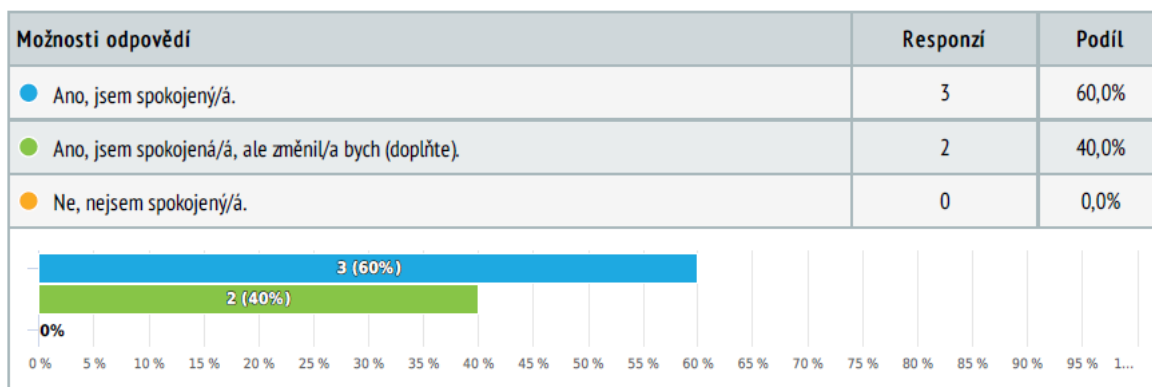
5.2 Dotazník pro zaměstnance muzea

Dotazník byl určen pro zaměstnance muzeí, kteří spravují webové stránky a účty na sociálních sítích. Tento dotazník byl zaslán pouze e-mailem muzeím, která byla vybrána k analýze v kapitole 4. Celkem se jednalo o 20 institucí. Dotazník však vyplnilo pouze pět z nich, jedná se o Valašské muzeum v přírodě v Rožnově pod Radhoštěm, Archeoskanzen Březno u Loun, Archeologické muzeum v přírodě Villa Nova Uhřínov, Muzeum Českého ráje v Turnově a Důl Michal v Ostravě.

1. otázka: Uveďte prosím Vaše muzeum

Jak již bylo řečeno, dotazník zodpověděla pouze Valašské muzeum v přírodě v Rožnově pod Radhoštěm, Archeoskanzen Březno u Loun, Archeologické muzeum v přírodě Villa Nova Uhřínov, Muzeum Českého ráje v Turnově a Důl Michal v Ostravě.

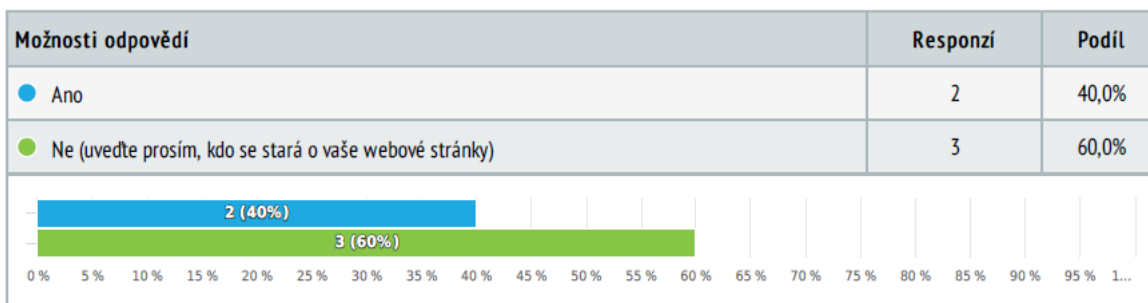
2. otázka: Jste spokojeni se vzhledem webových stránek Vašeho muzea?



Obr. 62: Graf otázky č. 2. Zdroj: Vlastní zpracování

Z výsledků odpovědí vyplývá, že dvě instituce by rády provedly modernizaci webu a s nynějším vzhledem nejsou plně spokojeny.

3. otázka: Má Vaše muzeum zaměstnance, který se zaměřuje pouze na správu webových stránek, popř. sociálních sítí a marketing?



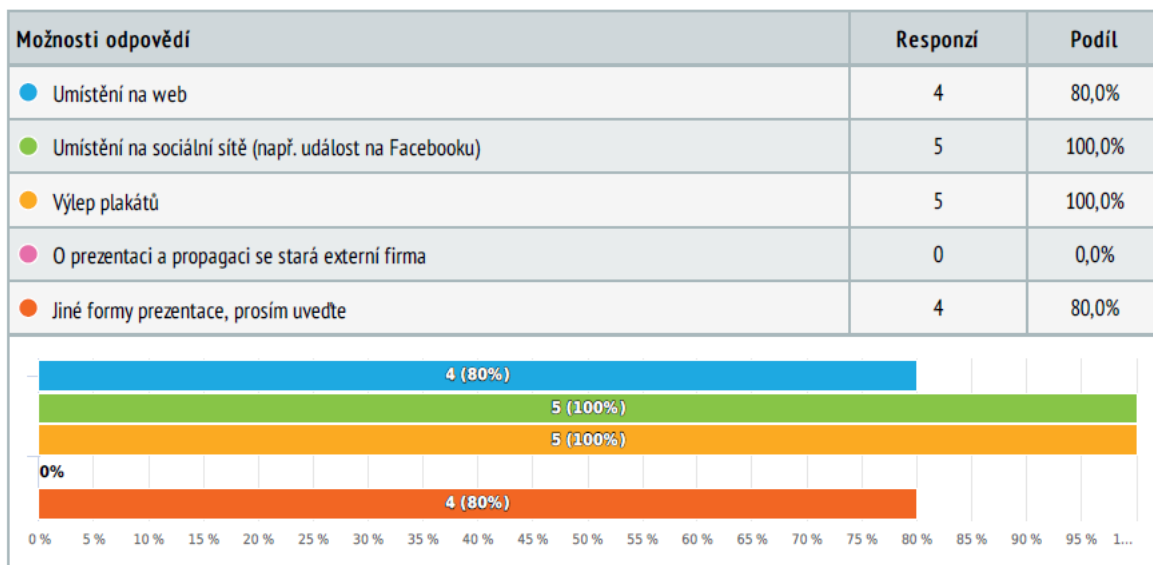
Obr. 63: Graf otázky č. 3. Zdroj: Vlastní zpracování

Z pěti muzeí pouze dva mají zaměstnance, který se pouze zaměřuje na správu webu a profilů na sociálních sítích. V dalších dvou muzeích se o webové stránky a sociální sítě stará správce instituce. Pouze v jednom případě se o webové stránky od jejich vzniku nestará vůbec nikdo.

4. otázka: Jak spolupracují při vytváření akcí nebo tvorbě nových expozic kurátoři s marketingovým oddělením muzea (nebo zaměstnancem odpovědným za styk s veřejností)?

Odpovědi na tuto otázku se liší podle velikosti muzea. Ve větších muzeích, jako jsou Valašské muzeum v přírodě a Muzeum Českého ráje v Turnově spolupracují kurátoři a marketingový team společně. Vytváří tiskové zprávy, reklamu a marketingovou strategii. V ostatních muzeích se o propagaci stará stejná osoba, která má na starost i web a sociální sítě (tedy často kastelán nebo správce památky).

5. otázka: Jakým způsobem prezentujete muzejní aktivity (např. akce pro veřejnost, nové edukační programy atd.)



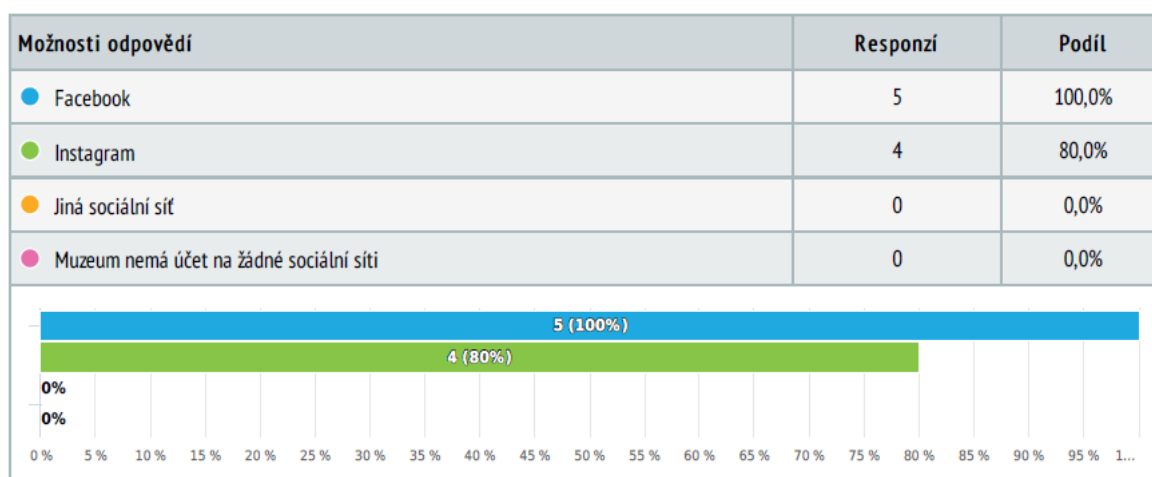
Obr. 64: Graf otázky č. 5. Zdroj: Vlastní zpracování

Z odpovědí na otázku č. 5 můžeme vidět, že žádné z muzeí si nenajímá externí firmu k propagaci muzejních aktivit. Všechna muzea, až na Villa Nova Uhřetín, umísťují akce na své webové stránky, vylepují plakáty a o akci informují fanoušky prostřednictvím sociálních sítí. Z jiných forem prezentace můžeme zmínit distribuci letáků do informačních center v okolí muzeí, přímou komunikaci s médii jako je Česká televize, se školami a kulturně-vzdělávacími institucemi v regionu nebo rozesílání pozvánek formou e-mailu.

6. otázka: Která z forem prezentace Vám nejlépe vyhovuje a proč?

Oslovená muzea se vesměs shodují, že nejlepší formou prezentace je kombinace propagace na sociálních sítí pro oslovování širokého publika a přímá komunikace s médii a vzdělávacími institucemi.

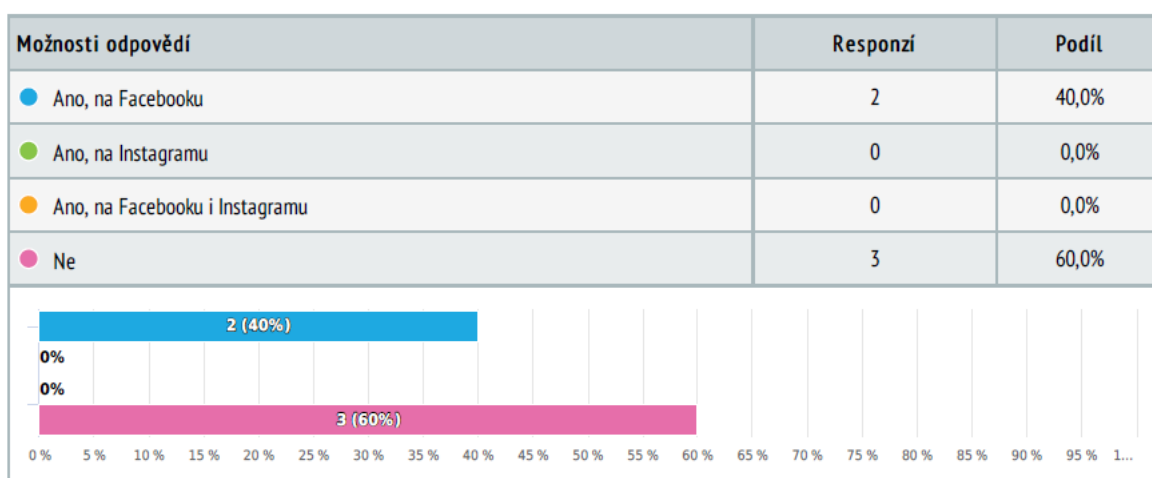
7. otázka: Na které sociální síti máte účet?



Obr. 65: Graf otázky č. 7. Zdroj: Vlastní zpracování

Všechna muzea mají profily na sociálních sítích Facebook i Instagram, jedinou výjimkou je Archeologické muzeum v přírodě Villa Nova, které má profil pouze na Facebooku.

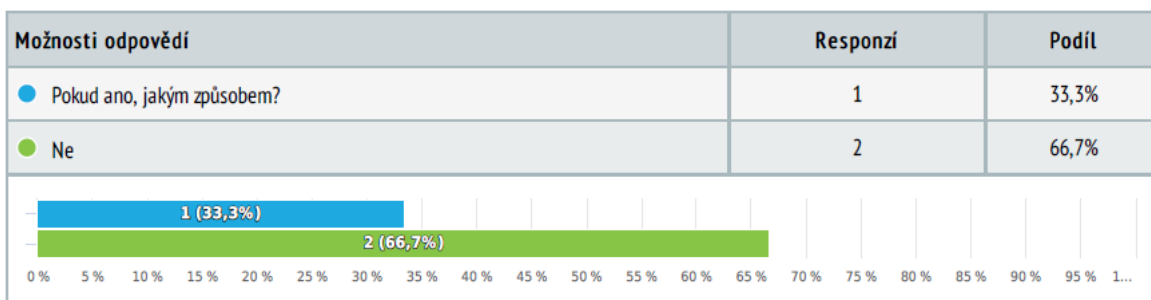
8. otázka: Využíváte placený způsob propagace na sociálních sítích?



Obr. 66: Graf otázky č. 8. Zdroj: Vlastní zpracování

Pouze dvě instituce využívají možnosti placené propagace na sociální síti Facebook, jedná se o Muzeum Českého ráje v Turnově a Důl Michal v Ostravě.

9. otázka: V případě, že využíváte placený způsob propagace, vyhodnocujete po skončení propagace její výsledky?



Obr. 67: Graf otázky č. 9. Zdroj: Vlastní zpracování

V Muzeu Českého ráje v Turnově nijak nevyhodnocují výsledky propagace. Naopak dopad a reakci na reklamu u určitých skupin uživatelů Facebooku se snahou o zlepšení pro příští placenou propagaci zkoumají v Dolu Michal v Ostravě.

10. otázka: Jakým způsobem vnímáte postavení sociálních sítí a webových stránek?

Muzea se v odpovědích shodují ve vnímání Facebooku jako rovnocenného informačního kanálu k webovým stránkám. Výhodu v profilu na sociálních sítích spatřují také v možnostech rychlého sdílení aktuálních informací, představování „zákulisních“ informací (např. fotografie z restaurování nebo neveřejných akcí). Dále se shodují v tom, že obsah zveřejněný na sociálních sítích by měl být vždy v rámci mezí seriózní.

11. otázka: Při tvorbě obsahu na sociální síť postupujete podle plánu (např. každý týden 3 nové příspěvky) nebo přidáváte příspěvky nahodile?

Pouze Valašské muzeum v přírodě sdílí příspěvky na sociálních sítích podle plánu. Správci sociálních sítí Muzea Českého ráje a Dolu Michal se snaží o pravidelné přidávání několika příspěvků měsíčně nebo týdně. V případě Dolu Michal hraje velkou roli pracovní vytíženost správce profilu. V Archeoskanzenu Březno zvyšují aktivitu na sociálních sítích před plánovanou akcí, ostatní příspěvky přidávají nahodile.

12. otázka: Kolik zaměstnanců spravuje účty na sociálních sítích?

- Důl Michal v Ostravě – 1 zaměstnanec
- Muzeum Českého ráje v Turnově – 2 zaměstnanci
- Valašské muzeum v přírodě – 2 zaměstnanci
- Archeologické muzeum v přírodě Villa Nova – 2 dobrovolníci
- Archeoskanzen Březno – 3 zaměstnanci

13. otázka: Účty na sociálních sítích vnímáte jako výhodu nebo nevýhodu?

Všechna oslovená muzea vnímají profily na sociálních sítích jako výhodu. Dokáží díky nim oslovovat větší počet návštěvníků a lépe propagovat instituci a pořádané akce. Avšak je zde názor, že správa sociálních sítí je náročnější než správa webu.

14. otázka: Donutila Vás situace kolem COVID-19 z letošního jara ke zlepšení webových stránek, popř. ke zvýšení aktivity na sociálních sítích?

Valašské muzeum v přírodě zpřístupnilo svým návštěvníkům online studovnu a některé z nových knih v .pdf formátu. Muzeum Českého ráje podle svých slov zvýšilo aktivitu jen mírně, snaží se vyhýbat online prohlídkám a spíše láká návštěvníky na fyzickou návštěvu. Profil na Facebooku Dolu Michal v Ostravě obohatilo pár videí, ale aktivita zůstala stejná, možná trochu nižší. Archeologické muzeum v přírodě Villa Nova ani Archeoskanzen Březno svoji aktivitu nijak nezvýšilo ani nezlepšilo své weby.

Dotazník určený zaměstnancům muzeí, kteří spravují webové stránky a sociální sítě bohužel vyplnilo pouze 5 z 20 dotazovaných institucí. Avšak i na takto malém vzorku můžeme vidět, že se přístup ke správě webu a sociálních sítí u některých otázek liší a u některých zase velmi shoduje.

Rozdíl najdeme v počtu zaměstnanců, kteří spravují weby a sociální sítě. Větší muzea mají speciálně na tyto činnosti vyčleněné zaměstnance, kdežto zaměstnanci malých muzeí musejí dělat i další činnost. Právě tyto další činnosti vedou k tomu, že na tvorbu obsahu webu a příspěvků na sociální sítě již nezbyvá mnoho času. Z výsledků dotazníku pro návštěvníky muzeí plyne, že aktivita na sociálních sítích je v dnešní době stejně důležitá (možná i důležitější) než aktivita na webu a více než polovina návštěvníků se z nich doví o chystaných akcích. Tuto

skutečnost si správci profilů uvědomují a vnímají sociální sítě jako rovnocenný informační kanál k webovým stránkám, který jim umožňuje oslovit širší spektrum návštěvníků.

5.3 Vyhodnocení stanovených hypotéz

Pracovní hypotéza H1: Analyzovaná muzea s návštěvností nad 5 000 návštěvníků za rok 2019 budou mít lepší a přehlednější webové stránky, než tomu bude u analyzovaných muzeí s menší návštěvností.

Z dat Návštěvnost muzeí a galerií v roce 2019, které vydalo Národní informační a poradenské středisko pro kulturu lze vyčíst, že návštěvnost nad 5 000 návštěvníků za rok 2019 měly z analyzovaných muzeí tyto instituce: Valašské muzeum v přírodě (334 585 návštěvníků), České muzeum stříbra (142 344 návštěvníků), Muzeum v přírodě Vysočina (87 550 návštěvníků), Muzeum Českého ráje Turnov (61 624 návštěvníků), Hrad Seeberg (24 386 návštěvníků), Muzeum v přírodě Zubrnice (18 523 návštěvníků), Archeologické muzeum v přírodě Villa Nova (8 023 návštěvníků), Archeoskanzen Březno u Loun (6 101 návštěvníků) a Žijící skanzen v Jindřichovicích pod Smrkem (5 323 návštěvníků)¹⁹⁴.

Bodové hodnocení webových stránek analyzovaných muzeí dostupných v Návštěvnosti muzeí a galerií v roce 2019 je následující:

¹⁹⁴ Návštěvnost muzeí a galerií v roce 2019 [online]. [cit. 2020-09-01]. Dostupné z: www.statistikakultury.cz/wp-content/uploads/2020/09/Muzea_navstevnost_2019.pdf

Tabulka 26: Bodové hodnocení webových stránek muzeí

Muzeum	Celkový počet bodů
Valašské muzeum v přírodě	29
České muzeum stříbra	21
Muzeum v přírodě Vysočina	29
Muzeum Českého ráje Turnov	26
Hrad Seeberg	23
Muzeum v přírodě Zubrnice	28
Archeologické muzeum v přírodě Villa Nova	21
Archeoskanzen Březno u Loun	27
Žijící skanzen v Jindřichovicích pod Smrkem	25
Šlakhamr v Hamrech nad Sázavou	24
Hanácké muzeum v přírodě	25
Muzeum břidlice, Budišov nad Budišovkou	18
Vesnické muzeum ve Střelicích	13

Zdroj: Vlastní zpracování, řazeno podle počtu návštěvníků

Z dat uvedených v tabulce č. 25 můžeme vidět, že ne všechna muzea, která mají návštěvnost větší než 5 000 návštěvníků mají dobře navržené webové stránky. Muzea, která mají horší webové stránky jsou České muzeum stříbra v Kutné Hoře a Archeologické muzeum v přírodě Villa Nova.

Pracovní hypotéza H1 se částečně potvrdila.

Pracovní hypotéza H2: Všechna analyzovaná muzea mají profil alespoň na jedné ze sociálních sítích.

Z analýzy muzeí v kapitole č. 3 můžeme vidět, že ne všechna muzea mají účet na sociálních sítích. Jedná se o tyto instituce: Vesnické muzeum ve Střelicích, Muzeum mlynářského řemesla Vodňany, Zemanova kovárna a Muzeum břidlice.

Pracovní hypotéza H2 se nepotvrdila.

Pracovní hypotéza H3: Webové stránky všech muzeí jsou uzpůsobeny na prohlížení v mobilním telefonu.

Z dostupných dat z kapitoly 3 vyplývá (kritérium responzivnost v tabulkách), že ne všechna muzea mají prostředí webových stránek přizpůsobené k prohlížení na mobilním telefonu. Jedná se o tato muzea: Archeoskanzen Modrá, Hrad Seeberg, Vesnické muzeum ve Střelicích, Muzeum mlynářského řemesla Vodňany, Rajnochovická lesní železnice, Šlakhamr v Hamrech nad Sázavou, České muzeum stříbra a Muzeum břidlice.

Pracovní hypotéza H3 se nepotvrdila.

Pracovní hypotéza H4: Alespoň polovina dotázaných sleduje muzeum na alespoň jedné sociální síti.

Z 200 odpovědí v dotazníkovém šetření na otázku č. 14 vyplývá, že muzea sleduje na sociálních sítích Facebook a Instagram dohromady 115 respondentů.

Pracovní hypotéza H4 se potvrdila.

Pracovní hypotéza H5: Alespoň polovina analyzovaných muzeí využívá nějakou formu placené propagace na sociálních sítích.

Vzhledem k tomu, že na dotazníkové šetření neodpověděla všechna dotázaná muzea, nelze dostatečně potvrdit nebo vyvrátit pracovní hypotézu H5. Z uvedených odpovědí pěti institucí vyplývá, že dvě instituce využívají možnosti placené propagace na sociální síti Facebook.

Pracovní hypotézu H5 nešlo potvrdit ani vyvrátit.

Závěr

Tato diplomová práce „Analýza způsobu prezentace aktivit a činností muzeí v přírodě v České republice pomocí informačních technologií“ se ve své teoretické části věnuje muzeím v přírodě, jejich definici, stručné historii a seznamu památek, které nesou některé znaky muzea v přírodě v České republice. Kapitola o muzeích v přírodě uzavírají aktivity a činnosti muzeí v přírodě pro veřejnost a muzejní edukace. Druhá teoretická kapitola pojednává o problematice způsobů prezentace a propagace. Jsou zde vysvětleny pojmy komunikace, marketing a marketingový mix aplikovaný na muzea s důrazem na produkt, cenu, místo, propagaci a reklamu. V dnešní době je důležité tyto pojmy zasadit do online prostředí, kterému se věnuje podkapitola Online marketing.

Nedílnou součástí online prezentace ve 21. století jsou sociální sítě. Jejich stručné historii se věnuje kapitola Prezentace na sociálních sítích. Kapitola obsahuje krátké představení největších sociálních sítí dnešní doby, Facebooku a Instagramu, a ukázkou možností propagace muzeí na těchto sítích. Dále se zde věnuji statistikám používání sociálních sítí v roce 2019 v České republice vydané ČSÚ. Poslední teoretická kapitola se zabývá nepostradatelnou součástí všech webů, kterou je přívětivé uživatelské prostředí zpříjemňující práci uživatele na webových stránkách. Jsou zde vyjmenovány atributy, které by měly mít uživatelsky přívětivé stránky a jejich rozhraní. Atributy jsou shrnuty do zásad kvalitních webových stránek.

Praktická část diplomové práce je věnovaná analýze webových stránek a sociálním sítím vybraných muzeí a vyhodnocení dvou dotazníkových průzkumů. Z analýzy vyplynulo, že ne všechna muzea využívají naplno potenciál, který jim sociální sítě nabízí, ba naopak některé instituce na nich nemají ani zřízený svůj profil. Profily velkých muzeí jako je Valašské muzeum v přírodě a České muzeum stříbra nebo malých regionálních muzeí jako je Pravěká osada Křivolík jsou spravovány velmi profesionálně a jednotlivé příspěvky dokáží zaujmout. Výsledky analýzy webových stránek jsou podobné výsledkům sociálních sítí. Webové stránky některých muzeí jsou na výborné úrovni. Jejich vzhled je moderní, drží se zažitých norem a stránky jsou optimalizované pro mobilní zařízení. Na druhé straně práce s některými webovými stránkami je „za trest“. Nevzhledné grafické prostředí, nesmyslně umístěné menu nebo starý obsah rozhodně nejsou dobrou vizitkou muzea.

První dotazníkové šetření zkoumalo, jak návštěvníci vnímají webové stránky a profily na sociálních sítích muzeí, která navštívili. Z odpovědí vyplývá, že většina respondentů se o plánovaných akcích v muzeích dozvěděla ze sociálních sítí, nebo více než polovina

respondentů sleduje profil některého z muzeí na Facebooku. Druhý dotazník byl určen pracovníkům, kteří mají na starost správu webu, propagaci a sociální sítě. Bohužel na tento dotazník zareagovalo pouze 5 z 20 oslovených muzeí.

Výsledky diplomové práce ukazují, že řada muzeí v České republice jdou s dobou a svojí aktivitou a prezentací na internetu se můžou rovnat i nejnavštěvovanějšímu muzeu v přírodě na světě, švédskému Skansenu.

Seznam použité literatury

- LANGER, Jiří. *Evropská muzea v přírodě*. Praha: Baset, 2005. Atlas památek. ISBN: 80-7340-069-3
- ONDRUŠ, Jindřich. *Muzea v přírodě: Jedinečná cesta muzejnictví*. Národní muzeum v přírodě, 2019. ISBN: 978-80-87210-72-7
- ŠOBÁŇOVÁ, Petra. *Edukační potenciál muzea*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2012. ISBN: 978-80-244-3034-8
- ŠOBÁŇOVÁ, Petra. *Muzejní edukace*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2012. ISBN: 978-80-244-3003-4
- 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
- Všeobecná encyklopedie v osmi svazcích*. Praha: Diderot, 1999. ISBN: 80-902555-9-0
- JOHNOVÁ, Radka. *Marketing kulturního dědictví a umění: [art marketing v praxi]*. Praha: Grada, 2008. ISBN: 978-80-247-2724-0
- JANOUC, Viktor. *Internetový marketing: prosadte se na webu a sociálních sítích*. Brno: Computer Press, 2010. ISBN: 978-80-251-2795-7

Seznam použitých internetových zdrojů

- Definice muzea. *ICOM Česká republika* [online]. [cit. 2020-03-03]. Dostupné z: <http://icom-czech.mini.icom.museum/icom/definice-muzea/>
- Historie a vznik muzea. *Valašské muzeum v přírodě* [online]. [cit. 2020-03-04]. Dostupné z: <https://www.nmvp.cz/roznov/informace-pro-navstevniky/historie-a-vznik-muzea>
- Lidová architektura. *Národní památkový ústav* [online]. [cit. 2020-03-05]. Dostupné z: <https://www.npu.cz/cs/npu-a-pamatkova-pece/npu-jako-institute/cinnosti/cinnosti-podle-specializace/lidova-architektura>
- Technické památky. *Národní památkový ústav* [online]. [cit. 2020-03-05]. Dostupné z: <https://www.npu.cz/technicke-pamatky>
- Tři hornická a technická muzea, kde na vlastní kůži zažijete fárání i permoníky. *Kudyznudy.cz* [online]. [cit. 2020-03-06]. Dostupné z: <https://www.kudyznudy.cz/aktuality/tri-hornicka-a-technicka-muzea-kde-na-vlastni-kuz>

Propagace – poznejte výhody a nevýhody prvků komunikačního mixu. *IPodnikatel.cz* [online]. [cit. 2020-03-08]. Dostupné z: <https://www.ipodnikatel.cz/Propagace/propagace-poznejte-vyhody-a-nevyhody-prvku-komunikacniho-mixu.html>

Propagace (Promotion). *Managementmania.com* [online]. [cit. 2020-03-08]. Dostupné z: <https://managementmania.com/cs/propagace>

Formy reklamy. *Stemmark.cz* [online]. Praha, 2017 [cit. 2020-03-10]. Dostupné z: www.stemmark.cz/formy-reklamy/

Image firmy (Corporate Image). *Managementmania.com* [online]. 2016 [cit. 2020-03-15]. Dostupné z: <https://managementmania.com/cs/image-firmy-corporate-image>

Samsung Galaxy Note 7: Velkolepý návrat. *Mobilenet.cz* [online]. 2016 [cit. 2020-03-15]. Dostupné z: <https://mobilenet.cz/clanky/recenze-samsung-galaxy-note-7-velkolepy-navrat-31148>

Přímý marketing (Direct Marketing). *Managementmania.com* [online]. 2016 [cit. 2020-03-15]. Dostupné z: <https://managementmania.com/cs/primy-marketing-direct-marketing>

GDPR. *It-slovník.cz* [online]. [cit. 2020-03-15]. Dostupné z: <https://it-slovník.cz/pojem/gdpr>

Začínáme s optimalizací pro vyhledávače (SEO): Komu je tato příručka určena? [online]. [cit. 2020-03-18]. Dostupné z: <https://support.google.com/webmasters/answer/7451184?hl=cs>

Nástroje pro online marketing. *Paveldrabek.com* [online]. 2020 [cit. 2020-03-18]. Dostupné z: <https://paveldrabek.com/blog/nastroje-online-marketing/>

Jednoduché provádění změn v kampaních. *Ads.google.com* [online]. [cit. 2020-03-20]. Dostupné z: https://ads.google.com/intl/cs_cz/home/tools/ads-editor/

Je bannerová reklama ještě vůbec efektivní? *Ecommercebridge.cz* [online]. 2018 [cit. 2020-03-21]. Dostupné z: <https://www.ecommercebridge.cz/je-bannerova-reklama-jeste-vubec-efektivni/>

"Banner Blindness" jako bannerová slepota. *Lupa.cz* [online]. 2001 [cit. 2020-03-21]. Dostupné z: <https://www.lupa.cz/clanky/banner-blindness-jako-bannerova-slepota/>

Sociální síť (v sociologii). *Managementmania.com* [online]. 2015 [cit. 2020-03-25]. Dostupné z: <https://managementmania.com/cs/socialni-sit>

Sociální síť. *Aktualne.cz* [online]. 2020 [cit. 2020-03-26]. Dostupné z: <https://www.aktualne.cz/wiki/veda-a-technika/socialni-site/r~i:wiki:1456/>

Sociální síť: Přehled sociálních sítí. *Facebook-profilny.czech-this.com* [online]. 2013 [cit. 2020-03-28]. Dostupné z: <http://facebook-profilny.czech-this.com/socialni-site/>

Friendster: living the game. *Friendster.com* [online]. [cit. 2020-03-26]. Dostupné z: <http://www.friendster.com/index.html>

Vznik a historie Facebooku. *Zdenekblazek.cz* [online]. 2015 [cit. 2020-03-26]. Dostupné z: <https://www.zdenekblazek.cz/vznik-a-historie-facebooku/>

Historie Youtube: největší videosever od společnosti Google. *Timixi.com* [online]. 2015 [cit. 2020-03-27]. Dostupné z: <https://www.timixi.com/cz/timeline/detail/1>

YouTube slaví 15 let. Návykový portál změnil svět, "lidové celebrity" chrlí i v Česku. *Zpravy.aktualne.cz* [online]. 2020 [cit. 2020-03-27]. Dostupné z: <https://zpravy.aktualne.cz/ekonomika/15-let-od-vzniku-youtube-vse-co-potrebuji-vedet/r~85c4b8d64db011eaac60ac1f6b220ee8/v~sl:c214eeae4983e90b973e3b7cb4899513/>

Our company: Our talented and diverse employees work together across 35+ offices worldwide. *About.twitter.com* [online]. [cit. 2020-03-26]. Dostupné z: https://about.twitter.com/en_us/company.html

Pinterest. *Aktualne.cz* [online]. 2012 [cit. 2020-03-27]. Dostupné z: <https://www.aktualne.cz/wiki/veda-a-technika/pinterest/r~i:wiki:2978/>

Snapchat: Mladými oblíbený, pro mnohé zábavný, ale zatraceně chaotický. *Smartmania.cz* [online]. 2016 [cit. 2020-03-27]. Dostupné z: <https://smartmania.cz/snapchat-mladymi-oblibeny-pro-mnohe-zabavny-ale-zatracene-chaoticky/>

Google Plus skončil. Miliardový projekt přišel ve špatnou dobu, lidé ho nepotřebovali. *Zpravy.aktualne.cz* [online]. 2019 [cit. 2020-03-27]. Dostupné z: <https://zpravy.aktualne.cz/ekonomika/google-plus-konci-socialni-sit-s-miliardami-profilu-prilis-d/r~357650da552a11e9ae850cc47ab5f122/>

Tinder: flirtujte, randěte, seznamujte se. *Svetandroida.cz* [online]. 2014 [cit. 2020-03-27]. Dostupné z: <https://www.svetandroida.cz/tinder-flirt-seznamka/>

Sociální síť 2019: 3 nové socky, které raději nepřehlížejte. *Blueghost.cz* [online]. 2019 [cit. 2020-03-28]. Dostupné z: <https://www.blueghost.cz/clanek/nove-socialni-site-2019/>

KOPECKÝ, Kamil. Problém zvaný Tik Tok. *E-bezpeci.cz* [online]. 2019 [cit. 2020-03-28]. Dostupné z: <https://www.e-bezpeci.cz/index.php/rizikove-jevy-spojene-s-online-komunikaci/socialni-site/1403-problem-zvany-tik-tok>

TikTok posílá údaje o svých uživateli na čínské servery bez jejich vědomí. *Svetandroida.cz* [online]. 2019 [cit. 2020-03-28]. Dostupné z: <https://www.svetandroida.cz/tiktok-cinske-servery/>

Denní počet uživatelů platformy Facebooku se zvýšil na 2,7 miliardy. *Newsfeed.cz* [online]. 2019 [cit. 2020-04-02]. Dostupné z: <https://newsfeed.cz/denni-pocet-uzivatelu-platformy-facebooku-se-zvysil-na-27->

miliardy/?fbclid=IwAR2XUzWPU9FZ0w_rwwYKAKaQxSQUpYTMHSISxGW4p4FrUkuK
SUGNtWAG-1g

Device usage of Facebook users worldwide as of April 2020. *Statista.com* [online]. 2020 [cit. 2020-04-02]. Dostupné z: <https://www.statista.com/statistics/377808/distribution-of-facebook-users-by-device/>

Facebook pro začátečníky. *Lupa.cz* [online]. 2009 [cit. 2020-04-02]. Dostupné z: www.lupa.cz/clanky/facebook-pro-zacatecniky/

Jak vznikl a následně uspěl Instagram, jehož hodnota se dnes odhaduje na 35 miliard dolarů? *Czechcrunch.cz* [online]. 2015 [cit. 2020-04-04]. Dostupné z: <https://www.czechcrunch.cz/2015/07/jak-vznikl-a-nasledne-uspel-instagram-jehoz-hodnota-se-dnes-odhaduje-na-35-miliard-dolaru/>

První fotka na Instagramu byl portrét psa. A už je tam čtyři roky. *Lupa.cz* [online]. 2014 [cit. 2020-04-04]. Dostupné z: www.lupa.cz/clanky/prvni-fotka-na-instagramu-byl-portret-psa-a-uz-je-tam-ctyri-roky/

Důležité statistiky sociálních sítí pro rok 2019. *Focus-age.cz* [online]. 2019 [cit. 2020-04-04]. Dostupné z: https://www.focus-age.cz/m-journal/aktuality/dulezite-statistiky-socialnich-siti-pro-rok-2019__s288x14670.html

DOČKAL, Daniel. Instagram jako firemní marketingový nástroj. *Lupa.cz* [online]. 2012 [cit. 2020-04-05]. Dostupné z: www.lupa.cz/clanky/instagram-jako-firemni-marketingovy-nastroj/

Na sociálních sítích je už každý druhý. *Statistikaamy.cz* [online]. 2019 [cit. 2020-03-28]. Dostupné z: www.statistikaamy.cz/2019/03/na-socialnich-sitich-je-uz-kazdy-druhy/

Využívání informačních a komunikačních technologií v domácnostech a mezi jednotlivci - 2019. *Czso.cz* [online]. 2019 [cit. 2020-03-31]. Dostupné z: www.czso.cz/csu/czso/7-vyhledavani-vybranych-informaci-na-internetu-491bf37fh

Infografika: Sociální sítě v Česku v roce 2019. *Focus-age.cz* [online]. 2019 [cit. 2020-04-01]. Dostupné z: https://www.focus-age.cz/m-journal/aktuality/infografika--socialni-site-v-cesku-v-roce-2019__s288x14828.html

Co je to User Experience (UX) Design? *Webnia.cz* [online]. 2018 [cit. 2020-04-07]. Dostupné z: www.webnia.cz/deje-se/co-je-to-user-experience-ux-design

5 předpokladů použitelných webových stránek. *Webnia.cz* [online]. 2018 [cit. 2020-04-07]. Dostupné z: <https://www.webnia.cz/deje-se/5-predpokladu-pouzitelnych-webovych-stranek>

TOMIŠ, Jakub. *Uživatelská přívětivost webových stránek obcí*. Brno, 2016. Diplomová práce. Masarykova univerzita.

Zákon č. 99/2019 Sb. *Zakonyprolidi.cz* [online]. 2019 [cit. 2020-04-09]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2019-99>

Nová legislativa: přístupnost webových stránek obcí a škol. *Antee.cz* [online]. 2019 [cit. 2020-04-09]. Dostupné z: <https://www.antee.cz/blog/pristupnost-webovych-stranek-obci-a-skol>

Pravidla tvorby přístupného webu. *Pravidla tvorby přístupného webu* [online]. 2000 [cit. 2020-04-09]. Dostupné z: <http://www.pravidla-pristupnosti.cz/>

Národní muzeum v přírodě. *Internet archive* [online]. 2018 [cit. 2020-04-13]. Dostupné z: <https://web.archive.org/web/20190123223638/http://www.vmp.cz/cs/navstevnici-prohlidka-muzea/narodni-muzeum-v-prirode/narodni-muzeum-v-prirode.html>

Národní muzeum v přírodě hlásí za rok 2019 rekordní návštěvnost. *Národní muzeum v přírodě* [online]. 2019 [cit. 2020-04-13]. Dostupné z: <https://www.nmvp.cz/pro-media/tiskove-zpravy/narodni-muzeum-v-prirode-hlasi-za-rok-2019-rekordni-navstevnost>

Dřevěné městečko. *Národní muzeum v přírodě* [online]. [cit. 2020-04-13]. Dostupné z: <https://www.nmvp.cz/roznov/informace-pro-navstevniky/prohlidkove-okruhy/drevene-mestecko>

Valašská dědina. *Národní muzeum v přírodě* [online]. [cit. 2020-04-13]. Dostupné z: <https://www.nmvp.cz/roznov/informace-pro-navstevniky/prohlidkove-okruhy/valasska-dedina>

Pustevny. *Národní muzeum v přírodě* [online]. [cit. 2020-04-13]. Dostupné z: <https://www.nmvp.cz/roznov/informace-pro-navstevniky/prohlidkove-okruhy/pustevny>

Veselý Kopec. *Národní muzeum v přírodě* [online]. [cit. 2020-04-15]. Dostupné z: <https://www.nmvp.cz/vysocina/pro-navstevniky/prohlidka-expozicnich-arealu/vesely-kopec>

Betlém Hlinsko: Řemeslnická obydlí. *Národní muzeum v přírodě* [online]. [cit. 2020-04-15]. Dostupné z: <https://www.nmvp.cz/vysocina/pro-navstevniky/prohlidka-expozicnich-arealu/betlem-hlinsko-remeslnicka-obydli>

Historie a vznik muzea. *Národní muzeum v přírodě* [online]. [cit. 2020-04-15]. Dostupné z: <https://www.nmvp.cz/vysocina/pro-navstevniky/historie-a-vznik-muzea>

Historie a vznik muzea. *Národní muzeum v přírodě* [online]. [cit. 2020-04-17]. Dostupné z: [nmvp.cz/zubrnice/informace-pro-navstevniky/historie-a-vznik-muzea](https://www.nmvp.cz/zubrnice/informace-pro-navstevniky/historie-a-vznik-muzea)

Národní škola. *Národní muzeum v přírodě* [online]. [cit. 2020-04-17]. Dostupné z: www.nmvp.cz/zubrnice/informace-pro-navstevniky/prohlidka-arealu/narodni-skola

Kupecký krám – Franz Seidl, čp. 74. *Národní muzeum v přírodě* [online]. [cit. 2020-04-17]. Dostupné z: www.nmvp.cz/zubrnice/informace-pro-navstevniky/prohlidka-arealu/kupecky-kram-franz-seidl-cp-74

Rychta z Loubí. *Národní muzeum v přírodě* [online]. [cit. 2020-04-17]. Dostupné z: www.nmvp.cz/zubrnice/informace-pro-navstevniky/prohlidka-arealu/rychta-z-loubi

Mlýnské údolí. *Národní muzeum v přírodě* [online]. [cit. 2020-04-17]. Dostupné z: www.nmvp.cz/zubrnice/informace-pro-navstevniky/prohlidka-arealu/mlynske-udoli

Mlýn Týniště čp. 27 (Walschmühle). *Národní muzeum v přírodě* [online]. [cit. 2020-04-17]. Dostupné z: <https://www.nmvp.cz/zubrnice/informace-pro-navstevniky/prohlidka-arealu/mlyn-tynistestep-27-walschmuehle>

Mlýn Týniště čp. 28 (Schelmühle). *Národní muzeum v přírodě* [online]. [cit. 2020-04-17]. Dostupné z: <https://www.nmvp.cz/zubrnice/informace-pro-navstevniky/prohlidka-arealu/mlyn-tynistestep-28-schelmuehle>

Historie a vznik muzea. *Národní muzeum v přírodě* [online]. [cit. 2020-04-25]. Dostupné z: <https://www.nmvp.cz/prikazy/informace-pro-navstevniky/historie-a-vznik-muzea>

Kameníčkův grunt. *Národní muzeum v přírodě* [online]. [cit. 2020-04-25]. Dostupné z: <https://www.nmvp.cz/prikazy/informace-pro-navstevniky/prohlidka-arealu/kamenickuv-grunt>

Archeologický skanzen Modrá. *Kudyznudy.cz* [online]. [cit. 2020-04-26]. Dostupné z: <https://www.kudyznudy.cz/aktivity/archeologicky-skanzen-modra>

Opevnění. *Archeoskanzen.cz* [online]. [cit. 2020-04-26]. Dostupné z: http://www.archeoskanzen.cz/mobil/schema_pic_1.html

Zemnice. *Archeoskanzen.cz* [online]. [cit. 2020-04-26]. Dostupné z: http://www.archeoskanzen.cz/mobil/schema_pic_4.html

Kleť. *Archeoskanzen.cz* [online]. [cit. 2020-04-27]. Dostupné z: http://www.archeoskanzen.cz/mobil/schema_pic_7.html

Nadzemní dům. *Archeoskanzen.cz* [online]. [cit. 2020-04-27]. Dostupné z: http://www.archeoskanzen.cz/mobil/schema_pic_10.html

Rotunda. *Archeoskanzen.cz* [online]. [cit. 2020-04-27]. Dostupné z: http://www.archeoskanzen.cz/mobil/schema_pic_14.html

Rotunda. *Archeoskanzen.cz* [online]. [cit. 2020-04-27]. Dostupné z: http://www.archeoskanzen.cz/mobil/schema_pic_13.html

Knižecí palác. *Archeoskanzen.cz* [online]. [cit. 2020-04-27]. Dostupné z: http://www.archeoskanzen.cz/mobil/schema_pic_17.html

Kostel. *Archeoskanzen.cz* [online]. [cit. 2020-04-27]. Dostupné z: http://www.archeoskanzen.cz/mobil/schema_pic_24.html

Archeoskanzen. *Archeoskanzen.cz* [online]. [cit. 2020-04-27]. Dostupné z: <http://www.archeoskanzen.cz/mobil/schema.html>

Živá voda - prosklený tunel pod vodou v Modré u Velehradu. *Kudyznudy.cz* [online]. [cit. 2020-04-27]. Dostupné z: <https://www.kudyznudy.cz/aktivity/proskleny-tunel-pod-vodou-v-modre-u-velehradu>

O archeoskanzenu. *Archeoskanzen-brezno* [online]. [cit. 2020-05-01]. Dostupné z: <https://www.archeoskanzenbrezno.cz/historie-vyzkumu-v-brezne/>

Pravěká Osada Křivolík. *Pravěká osada Křivolík* [online]. 2018 [cit. 2020-05-03]. Dostupné z: <http://www.krivolik.cz/>

Mapa Pravěké Osady Křivolík: Přehledová Mapa. *Pravěká osada Křivolík* [online]. [cit. 2020-05-03]. Dostupné z: www.krivolik.cz/mapa

Tábořiště Lovců A Sběračů: Paleolit, Mezolit. *Pravěká osada Křivolík* [online]. [cit. 2020-05-03]. Dostupné z: <http://www.krivolik.cz/mapa/taboriste-lovcu-sberacu>

Villa Nova Uhřínov - archeologické muzeum v přírodě. *Kudyznudy.cz* [online]. [cit. 2020-05-05]. Dostupné z: www.kudyznudy.cz/aktivity/villa-nova-uhrinov-archeologicke-muzeum-v-prirod

KRKOŠKA, David. Mileniálové při výběru dovolené důvěřují více Instagramu než svým přátelům a rodině. *Radio Wave* [online]. 2019 [cit. 2020-05-07]. Dostupné z: [https://wave.rozhlas.cz/milenialove-pri-vyberu-dovolene-duveruji-vice-instagramu-nez-svym-pratelum-a-7890898](https://wave.rozhlas.cz/milenialove-pri-vyberu-dovolene-duveruji-vice-instagramu-nez-svym-pratelum-a-rodine)

Hrad Ostroh, Seeberg. *Národní muzeum v přírodě - Památková katalog* [online]. [cit. 2020-05-09]. Dostupné z: <https://www.pamatkovykatalog.cz/hrad-ostroh-seeberg-16202016>

Hrad Ostroh. *Hrady.cz* [online]. 2020 [cit. 2020-05-09]. Dostupné z: <https://www.hrady.cz/index.php?OID=237&PARAM=11&tid=50170&pos=300>

Hrad Seeberg: Prázdninové noční komentované prohlídky s kastelánkou. *Městské muzeum Františkovy Lázně* [online]. [cit. 2020-05-09]. Dostupné z: <http://www.muzeum-frantiskovylazne.cz/cz/977-hrad-seeberg-prazdninove-nocni-komentovane-prohlidky-s-kastelankou>

Hrad Seeberg. *Městské muzeum Františkovy Lázně* [online]. 2018 [cit. 2020-05-09]. Dostupné z: <http://www.muzeum-frantiskovylazne.cz/cz/o-hradu>

Kamenářský dům. *Muzeum Turnov* [online]. [cit. 2020-05-11]. Dostupné z: <https://www.muzeum-turnov.cz/kamenarsky-dum/>

Vesnické muzeum ve Střelcích. *Mkzunicov.cz* [online]. [cit. 2020-05-12]. Dostupné z: mkzunicov.cz/unicovska-muzea/vesnicke-muzeum-ve-strelcich/

Žijící skanzen: Jak se žilo před průmyslovou revolucí. *Zijiciskanzen.cz* [online]. [cit. 2020-05-13]. Dostupné z: www.zijiciskanzen.cz/

Žijící skanzen: O nás - spolek Lunaria z.s. *Zijiciskanzen.cz* [online]. [cit. 2020-05-13]. Dostupné z: www.zijiciskanzen.cz/o-nas/

Historie. *Muzeum mlynářského řemesla Vodňany* [online]. [cit. 2020-05-14]. Dostupné z: <https://mlynarskemuzeum.jex.cz/menu/historie>

Mostecký Mlýn ukazuje život mlynářů před staletími. *Strakonicky.denik.cz* [online]. 2009 [cit. 2020-05-14]. Dostupné z: strakonicky.denik.cz/zpravy_region/mostecky-mlyn-ukazuje-zivot-pred-staletimi20090530.html

Mostecký Mlýn: Historie mlýna. *Statek u Štěstí* [online]. [cit. 2020-05-14]. Dostupné z: <http://www.mestovodnany.cz/mostecky-mlyn.html>

Mostecký mlýn Vodňany. *Kudyznudy.cz* [online]. [cit. 2020-05-14]. Dostupné z: <https://www.kudyznudy.cz/aktivity/mostecky-mlyn-vodnany>

Rajnochovická lesní železnice: Historie. *Rajnochovická lesní železnice* [online]. [cit. 2020-05-16]. Dostupné z: www.rlz.bilysklep.cz/?stranka=historie

Rajnochovická lesní železnice: Plán areálu. *Rajnochovická lesní železnice* [online]. [cit. 2020-05-16]. Dostupné z: <http://www.rlz.bilysklep.cz/index.php#plan>

Šlakhamr v Hamrech nad Sázavou. *Kudyznudy.cz* [online]. [cit. 2020-05-17]. Dostupné z: <https://www.kudyznudy.cz/aktivity/slakhamr-v-hamrech-nad-sazavou>

Šlakhamr v Hamrech nad Sázavou: ***kulturní památka*** / Expozice hamernictví, dřevařství a bydlení za posledních majitelů. *Technické muzeum v Brně* [online]. [cit. 2020-05-18]. Dostupné z: <http://www.technicalmuseum.cz/pamatky/slakhamr-v-hamrech-nad-sazavou/>

Historie kovárny. *Holesov.info* [online]. [cit. 2020-05-19]. Dostupné z: <https://www.holesov.info/historie-kovarny>

Expozice kovárny. *Holesov.info* [online]. [cit. 2020-05-19]. Dostupné z: www.holesov.info/expozice-kovarny

Profil muzea. *České muzeum stříbra Kutná Hora* [online]. [cit. 2020-05-20]. Dostupné z: <https://www.cms-kh.cz/profil-muzea>

Historie Českého muzea stříbra. *České muzeum stříbra Kutná Hora* [online]. [cit. 2020-05-21]. Dostupné z: www.cms-kh.cz/historie-ceskeho-muzea-stibra

Otevírací doba a vstupné. *České muzeum stříbra Kutná Hora* [online]. [cit. 2020-05-21]. Dostupné z: <https://www.cms-kh.cz/oteviraci-doba-a-vstupne>

Historie. *Důl Michal* [online]. [cit. 2020-05-23]. Dostupné z: www.dul-michal.cz/cs/o-dole/historie

Cesta havíře do práce (základní okruh). *Důl Michal* [online]. [cit. 2020-05-23]. Dostupné z: <https://www.dul-michal.cz/cs/informace-pro-navstevniky/prohlidkove-okruhy/5121-cesta-havire-do-prace-zakladni-okruh>

Cesta havíře do práce a zázemí (základní okruh). *Důl Michal* [online]. [cit. 2020-05-23]. Dostupné z: <https://www.dul-michal.cz/cs/informace-pro-navstevniky/prohlidkove-okruhy/771-cesta-havire-do-prace-a-zazemi-zakladni-okruh>

Venkovní prohlídka a Merkur. *Důl Michal* [online]. [cit. 2020-05-23]. Dostupné z: <https://www.dul-michal.cz/cs/informace-pro-navstevniky/prohlidkove-okruhy/5652-venkovni-prohlidka-a-merkur>

Noční prohlídka. *Důl Michal* [online]. [cit. 2020-05-23]. Dostupné z: <https://www.dul-michal.cz/cs/informace-pro-navstevniky/prohlidkove-okruhy/5673-nocni-prohlidka>

Muzeum břidlice Budišov nad Budišovkou. *Kudyznudy.cz* [online]. [cit. 2020-05-25]. Dostupné z: www.kudyznudy.cz/aktivity/muzeum-bridlice-budisov-nad-budisovkou

Muzeum břidlice. *Krajina břidlice* [online]. [cit. 2020-05-25]. Dostupné z: www.krajinabridlice.cz/?q=cs/content/muzeum-b%C5%99idlice

ŠTRYPLOVÁ, Petra. Víte, jak a čím se hraje na břidlofon? Na návštěvě v Muzeu břidlice. *Ostrava.rozhlas.cz* [online]. 2015 [cit. 2020-05-25]. Dostupné z: <https://ostrava.rozhlas.cz/vite-jak-a-cim-se-hraje-na-bridlofon-na-navsteve-v-muzeu-bridlice-7034237>

Zlatorudné mlýny - za zlatou horečkou do Zlatých Hor. *Kudyznudy.cz* [online]. [cit. 2020-05-27]. Dostupné z: www.kudyznudy.cz/aktivity/za-zlatou-horeckou-do-zlatorych-hor

ZLATOKOPECKÝ SKANZEN (ZLATORUDNÉ MLÝNY, HORNICKÁ OSADA). *Zlatehory.cz* [online]. 2018, 2009 [cit. 2020-05-27]. Dostupné z: <https://zlatehory.cz/zlatokopecky-skanzen-zlatorudne-mlyny-hornicka-osada/d-305555>

Summer at Skansen. *Skansen* [online]. 2020 [cit. 2020-06-01]. Dostupné z: www.skansen.se/en/spring-at-skansen-1

1720-1820. *Skansen* [online]. [cit. 2020-06-01]. Dostupné z: www.skansen.se/en/1720-1820-bildning-upplysning

1830-1860. *Skansen* [online]. [cit. 2020-06-01]. Dostupné z: www.skansen.se/en/liberalism-1830-1860

1870-1913. *Skansen* [online]. [cit. 2020-06-01]. Dostupné z: www.skansen.se/en/omstrukturering-industrialisering-1870-1913

1914-1945. *Skansen* [online]. [cit. 2020-06-01]. Dostupné z: www.skansen.se/en/genombrottstid-1914-1945

1946-1965. *Skansen* [online]. [cit. 2020-06-01]. Dostupné z:
www.skansen.se/en/rekord%C3%A5ren-1946-1965

Návštěvnost muzeí a galerií v roce 2019. *Statistikakultury.cz* [online]. 2020, 20.06.2020 [cit. 2020-09-01]. Dostupné z: www.statistikakultury.cz/wp-content/uploads/2020/09/Muzea_navstevnost_2019.pdf

Seznam tabulek

Tabulka 1: Jednotlivci v ČR používající sociální sítě v letech 2009 až 2019

Tabulka 7.4: Jednotlivci v ČR používající sociální sítě. *Český statistický úřad* [online]. 2019 [cit. 2020-03-31]. Dostupné z:

<https://www.czso.cz/documents/10180/90577057/062004190704.pdf/14e07570-1d5d-4d25-bf4f-ae70a0ce3762?version=1.1>

Tabulka 2: Jednotlivci v ČR používající sociální sítě, 2019

Tabulka 7.4: Jednotlivci v ČR používající sociální sítě. *Český statistický úřad* [online]. 2019 [cit. 2020-03-31]. Dostupné z:

<https://www.czso.cz/documents/10180/90577057/062004190704.pdf/14e07570-1d5d-4d25-bf4f-ae70a0ce3762?version=1.1>

Tabulka 3: Počet uživatelů sociálních sítí v roce 2019 v ČR

MICHL, Petr. Infografika: Sociální sítě v Česku v roce 2019. Focus agency, s.r.o [online]. 2019 [cit. 2020-03-31]. Dostupné z: https://www.focus-age.cz/m-journal/aktuality/infografika--socialni-site-v-cesku-v-roce-2019__s288x14828.html

Tabulka 4: Bodové hodnocení nmvp.cz

Tabulka 5: Bodové hodnocení stránek nmvp.cz/roznov

Tabulka 6: Bodové hodnocení nmvp.cz/vysocina

Tabulka 7: Bodové hodnocení nmvp.cz/zubrnice

Tabulka 8: Bodové hodnocení nmvp.cz/prikazy

Tabulka 9: Bodové hodnocení archeoskanzen.cz

Tabulka 10: Bodové hodnocení archeoskanzenbrezno.cz

Tabulka 11: Bodové hodnocení krivolik.cz

Tabulka 12: Bodové hodnocení villanova.cz

Tabulka 13: Bodové hodnocení muzeum-frantiskovylazne.cz

Tabulka 14: Bodové hodnocení muzeum-turnov.cz

Tabulka 15: Bodové hodnocení muzeumunicov.cz/vesnicke-muzeum-ve-strelicich

Tabulka 16: Bodové hodnocení zijiciskanzen.cz

Tabulka 17: Bodové hodnocení mlynarskemuzeum.jex.cz

Tabulka 18: Bodové hodnocení rlz.bilysklep.cz

Tabulka 19: Bodové hodnocení technicalmuseum.cz/pamatky/slakhamr-v-hamrech-nad-sazavou

Tabulka 20: Bodové hodnocení holesov.info/kovarna

Tabulka 21: Bodové hodnocení cms-kh.cz

Tabulka 22: Bodové hodnocení dul-michal.cz

Tabulka 23: Bodové hodnocení krajnabridlice.cz

Tabulka 24: Bodové hodnocení krajpokladu.cz/zlatokopecky-skanzen

Tabulka 25: Bodové hodnocení skansen.se/en

Tabulka 26: Bodové hodnocení webových stránek muzeí

Seznam grafů

Graf č. 1: Odpovědi na otázku č. 4. Zdroj: Vlastní zpracování

Graf č. 2: Počet uživatelů sledujících muzea na sociálních sítích. Zdroj: Vlastní zpracování

Seznam příloh

Příloha 1: Dotazník k diplomové práci pro návštěvníky

Příloha 2: Dotazník pro pracovníky muzea

Seznam obrázků

- Obr. 1: Propagační předměty na zámku Valtice. Zdroj: www.zamek-valtice.cz/cs/Zamecky-obchod-a-vinoteka/Zamecky-obchod str. 26
- Obr. 2: Ukázka stránky s bannerovou reklamou. Zdroj: www.idnes.cz str. 31
- Obr. 3: Časový vývoj sociálních sítí. Zdroj: www.booksaresocial.com/history-of-social-media-part-i/ str. 35
- Obr. 4: Facebooková stránka Valašského muzea v přírodě v Rožnově pod Radhoštěm
Zdroj: www.facebook.com str. 37
- Obr. 5: Ukázka profilu Valašského muzea v přírodě (vlevo) a reklamy v Instastories (vpravo).
Zdroj: snímek obrazovky aplikace Instagram str. 39
- Obr. 6: Srovnání zobrazení webových stránek nmvp.cz na notebooku (vlevo) a mobilním telefonu (vpravo). Zdroj: www.nmvp.cz str. 47
- Obr. 7: Mapa rozmístění muzeí NMVP. Zdroj: mapy.cz a vlastní zpracování str. 53
- Obr. 8: Webové stránky nmvp.cz. Zdroj: www.nmvp.cz str. 54
- Obr. 9: Velikonoční příspěvek na Facebooku. Zdroj: www.facebook.com str. 56
- Obr. 10: Webové stránky nmvp.cz/roznov. Zdroj: nmvp.cz/roznov str. 58
- Obr. 11: Událost Masopust na Facebooku. Zdroj: www.facebook.com str. 60
- Obr. 12: Příspěvek Masopust na Instagramu. Zdroj: snímek obrazovky aplikace Instagram str. 61
- Obr. 13: Webové stránky nmvp.cz/vysocina. Zdroj: nmvp.cz/vysocina str. 63
- Obr. 14: Profil Muzea v přírodě Vysočina na Instagramu (vlevo) a hádanka v příspěvku (vpravo). Zdroj: snímek obrazovky aplikace Instagram str. 65
- Obr. 15: Webové stránky nmvp.cz/zubrnice. Zdroj: nmvp.cz/zubrnice str. 67
- Obr. 16: Seznam uplynulých událostí Muzea v přírodě Zubrnice na Facebooku.
Zdroj: www.facebook.com str. 68
- Obr. 17: Webové stránky nmvp.cz/prikazy. Zdroj: nmvp.cz/prikazy str. 70
- Obr. 18: Webové stránky archeoskanzen.cz. Zdroj: archeoskanzen.cz str. 73

Obr. 19: Účet @skanzen.modra na Instagramu. Zdroj: snímek obrazovky aplikace Instagram	str. 75
Obr. 20: Označení místa Archeoskanzenu Modrá. Zdroj: snímky obrazovky aplikace Instagram	str. 75
Obr. 21: Webové stránky archeoskanzen.cz. Zdroj: www.archeoskanzen.cz	str. 77
Obr. 22: Mapa areálu Pravěké osady Křivolík. Zdroj: www.krivolik.cz/data/page/85/soubor/krivolik-mapa-2.jpg	str. 79
Obr. 23: Webové stránky krivolik.cz. Zdroj: www.krivolik.cz	str. 79
Obr. 24: Ukázka příspěvku začínající s „Chro chro“. Zdroj: facebook.com	str. 81
Obr. 25: Webové stránky villanova.cz. Zdroj: www.villanova.cz	str. 82
Obr. 26: Webové stránky muzeum-frantiskovylazne.cz. Zdroj: www.muzeum-frantiskovylazne.cz	str. 86
Obr. 27: Profil Muzea Františkovy Lázně na Instagramu. Zdroj: snímek obrazovky aplikace Instagram	str. 88
Obr. 28: Webové stránky muzeum-turnov.cz. Zdroj: www.muzeum-turnov.cz	str. 89
Obr. 29: Příspěvek o Kamenářském domě na Facebooku Muzea Českého ráje v Turnově. Zdroj: www.facebook.com	str. 90
Obr. 30: Webové stránky muzeumunicov.cz/vesnicke-muzeum-ve-strelicich. Zdroj: www.muzeumunicov.cz/vesnicke-muzeum-ve-strelicich	str. 91
Obr. 31: Webové stránky zijiciskanzen.cz. Zdroj: www.zijiciskanzen.cz	str. 93
Obr. 32: Výsledky vyhledávání místa Žijící skanzen na Instagramu. Zdroj: snímek obrazovky aplikace Instagram	str. 94
Obr. 33: Webové stránky mlynarskemuzeum.jex.cz. Zdroj: www.mlynarskemuzeum.jex.cz	str. 96
Obr. 34: Výsledky hledání příspěvků o Mosteckém mlýně na Facebooku. Zdroj: www.facebook.com	str. 90
Obr. 35: Webové stránky rlz.bilysklep.cz. Zdroj: www.rlz.bilysklep.cz	str. 99
Obr. 36: Profil Rajnochovické lesní železnice na Instagramu. Zdroj: snímek obrazovky aplikace Instagram	str. 100

Obr. 37: Webové stránky technicalmuseum.cz/pamatky/slakhamr-v-hamrech-nad-sazavou .	
Zdroj: www.technicalmuseum.cz/pamatky/slakhamr-v-hamrech-nad-sazavou	str. 101
Obr. 38: Příspěvek na Facebookové stránce TMB. Zdroj: www.facebook.com	str. 103
Obr. 39: Webové stránky holesov.info/kovarna . Zdroj: www.holesov.info/kovarna	str. 104
Obr. 40 Ukázka příspěvku o Malém muzeu kovářství. Zdroj: www.facebook.com	str. 105
Obr. 41: Jediný příspěvek s #malemuzeumkovarstvi na Instagramu.	
Zdroj: snímek obrazovky aplikace Instagram	str. 106
Obr. 42: Webové stránky cms-kh.cz . Zdroj: www.cms-kh.cz	str. 109
Obr. 43: Hádanka místa na Facebooku muzea. Zdroj: www.facebook.com	str. 111
Obr. 44: Trojice příspěvků (obrázky z Bible Václava IV. a meče k edukačnímu program Václav IV.). Zdroj: snímek obrazovky aplikace Instagram	str. 111
Obr. 45: Webové stránky dul.michal.cz . Zdroj: www.dul-michal.cz	str. 113
Obr. 46: Webové stránky krajinabridlice.cz . Zdroj: www.krajinabridlice.cz	str. 115
Obr. 47: Webové stránky krajpokladu.cz/zlatokopecky-skanzen .	
Zdroj: www.krajpokladu.cz/zlatokopecky-skanzen	str. 117
Obr. 48: Webové stránky skansen.se/en . Zdroj: www.skansen.se/en	str. 121
Obr. 49: Profil Skansenu na YouTube. Zdroj: www.youtube.com	str. 122
Obr. 48: Graf otázky č. 1. Zdroj: Vlastní zpracování	str. 123
Obr. 49: Graf otázky č. 2. Zdroj: Vlastní zpracování	str. 124
Obr. 50: Graf otázky č. 3. Zdroj: Vlastní zpracování	str. 124
Obr. 51: Graf otázky č. 5. Zdroj: Vlastní zpracování	str. 126
Obr. 52: Graf otázky č. 6. Zdroj: Vlastní zpracování	str. 126
Obr. 53: Graf otázky č. 7. Zdroj: Vlastní zpracování	str. 127
Obr. 54: Graf otázky č. 8. Zdroj: Vlastní zpracování	str. 128
Obr. 55: Graf otázky č. 9. Zdroj: Vlastní zpracování	str. 128
Obr. 56: Graf otázky č. 10. Zdroj: Vlastní zpracování	str. 129
Obr. 57: Graf otázky č. 11. Zdroj: Vlastní zpracování	str. 129

Obr. 58: Graf otázky č. 12. Zdroj: Vlastní zpracování	str. 130
Obr. 59: Graf otázky č. 13. Zdroj: Vlastní zpracování	str. 130
Obr. 60: Graf otázky č. 14. Zdroj: Vlastní zpracování	str. 131
Obr. 61: Graf otázky č. 16. Zdroj: Vlastní zpracování	str. 132
Obr. 62: Graf otázky č. 2. Zdroj: Vlastní zpracování	str. 134
Obr. 63: Graf otázky č. 3. Zdroj: Vlastní zpracování	str. 135
Obr. 64: Graf otázky č. 5. Zdroj: Vlastní zpracování	str. 136
Obr. 65: Graf otázky č. 7. Zdroj: Vlastní zpracování	str. 137
Obr. 66: Graf otázky č. 8. Zdroj: Vlastní zpracování	str. 137
Obr. 67: Graf otázky č. 9. Zdroj: Vlastní zpracování	str. 138

5 Hledali jste na webových stránkách muzea informace důležité pro návštěvu (např. otevírací doba, cena vstupného, parkování)?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

Ano Ne

6 Pokud jste na předchozí otázku odpověděli ANO, bylo lehké tyto informace najít?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

Ano Ne

7 Hledané informace jste našli na

Nápověda k otázce: *Vyberte, kolikrát jste museli kliknout myší než jste našli hledané informace (např. klik na další stránku, rolovací menu atd).*

jedno kliknutí dvě kliknutí tři kliknutí už si to přesně nepamatuji

8 Informací a textu bylo na stránce

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

příliš mnoho dostatečné množství příliš málo

9 Byly webové stránky muzea přehledné?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

Ano Ne

10 V případě, že jste webové stránky prohlížel na mobilním zařízení, bylo snadné s nimi pracovat?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

Ano Ne Neprohlížel jsem stránky na mobilu

11 Navštívili jste v roce 2020 akci pořádanou v muzeu v přírodě?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

Ano Ne

12 Pokud ANO, jak jste se o této akci dozvěděli?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

- z reklamy na internetu z tištěné reklamy (plakát, reklama v novinách, atd) ze sociálních sítí
 jiný zdroj informací, prosím uveďte

13 Přijde Vám nabídka aktivit (akce pro veřejnost a školy, workshopy) muzea dostatečná?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

- Ano Nehledal jsem žádné aktivity
 Ne, chybí mi tam (doplňte)

14 Sledujete nějaké muzeum v přírodě na sociálních sítích?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu nebo více odpovědí*

- Ano, na Facebooku Ano, na Instagramu Ano, na Facebooku i Instagramu Ne, nesleduji

15 Pokud ANO, o jaké muzeum se jedná?

16 Líbí se Vám obsah, který sdílí muzeum na svých soc. sítích?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

- Ano Ne
 Mám své výhrady (uveďte jaké)

17 Máte-li nějaké doplňující otázky k mé práci nebo dotazníku, napište je prosím níže.

Nápověda k otázce: *Abych Vám mohl kontaktovat, připište i Váš e-mail.*

Děkuji Vám za vyplnění dotazníku.

Příloha 2: Dotazník pro pracovníky muzea v přírodě

Dotazník pro pracovníky muzea v přírodě

1 Uveďte prosím Vaše muzeum

2 Jste spokojeni se vzhledem webových stránek Vašeho muzea?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

Ano, jsem spokojený/á. Ne, nejsem spokojený/á.

Ano, jsem spokojená/á, ale změnil/a bych (doplňte).

3 Má Vaše muzeum zaměstnance, který se zaměřuje pouze na správu webových stránek, popř. sociálních sítí a marketing?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

Ano

Ne (uveďte prosím, kdo se stará o vaše webové stránky)

4 Jak spolupracují při vytváření akcí nebo tvorbě nových expozic kurátoři s marketingovým oddělením muzea (nebo zaměstnancem odpovědným za styk s veřejností)?

Nápověda k otázce: *Prosím napište, jakým způsobem probíhá spolupráce mezi lidmi zodpovědnými za nabídku muzea (expozice, prohlídky atd) a zaměstnanci odpovědnými za informování návštěvníků (správci webových stránek, soc. sítí atd).*

5 Jakým způsobem prezentujete muzejní aktivity (např. akce pro veřejnost, nové edukační programy, atd.)

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu nebo více odpovědí*

- Umístění na web Umístění na sociální síť (např. událost na Facebooku) Výlep plakátů O prezentaci a propagaci se stará externí firma
- Jiné formy prezentace, prosím uveďte

6 Která z forem prezentace Vám nejlépe vyhovuje a proč?

7 Na které sociální síti máte účet

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu nebo více odpovědí*

- Facebook Instagram Jiná sociální síť Muzeum nemá účet na žádné sociální síti

8 Využíváte placený způsob propagace na sociálních sítích?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu nebo více odpovědí*

- Ano, na Facebooku Ano, na Instagramu Ano, na Facebooku i Instagramu Ne

9 V případě, že využíváte placený způsob propagace, vyhodnocujete po skončení propagace její výsledky?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

- Ne
- Pokud ano, jakým způsobem?

10 Jakým způsobem vnímáte postavení sociálních sítí a webových stránek?

Nápověda k otázce: *Prosím napište, jakým způsobem pracujete ve Vašem muzeu se sociálními sítěmi? Používáte je jako odlehčenou formu komunikace ke sdílení nereseráčního obsahu nebo se jedná o rovnocenný komunikační kanál k webovým stránkám?*

11 Při tvorbě obsahu na sociální síť postupujete podle plánu (např. každý týden 3 nové příspěvky) nebo přidáváte příspěvky nahodile?

12 Kolik zaměstnanců spravuje účty na sociálních sítích?

13 Účty na sociálních sítích vnímáte jako výhodu nebo nevýhodu?

Nápověda k otázce: *Prosím zkuste Vaši odpověď rozvést.*

14 Donutila Vás situace kolem COVID-19 z letošního jara ke zlepšení webových stránek, popř. ke zvýšení aktivity na sociálních sítích?

15 V případě, že chcete zaslat moji diplomovou práci, prosím uveďte zde Váš e-mail.

Děkuji Vám za čas, který jste strávili vyplňováním tohoto dotazníku. Výsledky tohoto šetření budou zveřejněny v mé diplomové práci, kterou Vám v případě zájmu zašlu na e-mail.

Anotace

Jméno a příjmení	František Večeřa
Katedra	Katedra výtvarné výchovy
Vedoucí práce	Mgr. Monika Dokoupilová
Rok obhajoby	2021

Název práce	Analýza způsobu prezentace aktivit a činností muzeí v přírodě v ČR pomocí informačních technologií
Název v angličtině	The Analysis of Presenting Activities in Open Air Museums in the Czech Republic by Means of Information Technology
Anotace práce	Diplomová práce se ve své teoretické části zaměřuje na definici muzeí v přírodě a možnosti aktivit a činností, které poskytují veřejnosti. Druhá kapitola se věnuje způsobům prezentace aktivit muzeí na internetu, prezentaci na sociálních sítích a uživatelské přívětivosti webových stránek. V praktické části jsou stručně představeny vybraná muzea a analyzovány jejich webové stránky a sociální sítě. Druhá kapitola praktické části se věnuje výsledkům dotazníkového šetření, které bylo určeno pro návštěvníky muzeí v přírodě a pracovníky, kteří se starají o webové stránky, propagaci a sociální sítě.
Klíčová slova	Muzeum v přírodě, marketing, webové stránky, sociální sítě, Facebook, Instagram
Anotace v angličtině	This thesis in its theoretical section focuses on the definition of museums in nature and the possibilities of activities and actions that they provide to the public. The second chapter deals with ways of presenting museum activities on the Internet, performance on social networks and user friendliness of websites. The practical part briefly introduces selected museums and analyses their websites and social networks. Moreover, it examines the results of a questionnaire survey, which was designed for visitors of museums in nature and workers who take care of websites, its promotion and social networks.
Klíčová slova v angličtině	Open-air museum, marketing, website, social networks, Facebook, Instagram
Přílohy vázané v práci	Dotazníky
Rozsah práce	170 stran
Jazyk práce	Čeština