

UNIVERZITA JANA AMOSE KOMENSKÉHO PRAHA

Magisterské kombinované prezenční studium
2011 – 2013

DIPLOMOVÁ PRÁCE

Jméno a příjmení autora
Bc. Adam Dušek

Název práce
**NÁRODNÍ TECHNICKÉ MUZEUM - významná kulturní příspěvková
organizace ve 21. století**

Praha 2013

**Vedoucí diplomové práce:
MgA. Miloslav Kučera**

JAN AMOS KOMENSKÝ UNIVERSITY PRAGUE

Master Combined (Part time) Studies
2011 - 2013

DIPLOMA THESIS

Name and surname
Bc. Adam Dušek

Title
**NATIONAL TECHNICAL MUSEUM - important cultural contribution-based
organization in the 21st century**

Prague 2013

**The Diploma Thesis Work Supervisor:
MgA. Miloslav Kučera**

Prohlášení

Prohlašuji, že předložená diplomová práce je mým původním autorským dílem, které jsem vypracoval samostatně. Veškerou literaturu a další zdroje, z nichž jsem při zpracování čerpal, v práci řádně cituji a jsou uvedeny v seznamu použité literatury.

Souhlasím s prezenčním zpřístupněním své práce v univerzitní knihovně.

V..... dne

Jméno autora

Poděkování

Na tomto místě a při této příležitosti bych rád poděkoval vedoucímu diplomové práce panu MgA. Miloslavu Kučerovi za odborné vedení. Poděkování též patří panu Mgr. Miloši Milnerovi vedoucímu muzejní pedagogiky v Národním technickém muzeu a Mgr. Stefanu Osciakovi z výstavního oddělení.

Anotace

Tato diplomová práce se zabývá postavením, vnímáním a vlivem Národního technického muzea. Práce mapuje historii Národního technického muzea od jeho založení v roce 1908 nejen z pohledu sbírkotvorného, ale též z kontextu doby. Zároveň rozebírá budoucí uplatnění muzea a dalších muzeí v České republice v době, kdy je společnost (a především děti) obklopena televizemi, rádií, počítačovými hrami, smartphony atd. Mají muzea stále možnost zaujmout i v digitální společnosti?

Klíčové pojmy

Cíle, digitální společnost, efektivita, historie, interaktivní, moderní, muzea, Národní technické muzeum, návštěvníci, prezentace, sbírky, výstavy, zaujmout, 21. století.

Annotation

This diploma thesis is focusing on position, perception and impact of National Technical Museum. The thesis concerns on history of National Technical Museum since its foundation in 1908 from more points of view – mainly the development of collections and historical context. In the same time the thesis is also focusing on the future of this particular museum and other museums in The Czech Republic in a period, when children are surrounded by TVs, radios, PC games, smartphones etc. Do the museums still have some means to attract people in a digital society?

Key words

Attract, collections, digital society, efficiency, exhibitions, history, interactive, modern, museums, National Technical Museum, presentation, targets, visitors, 21st century.

OBSAH

ÚVOD	9
TEORETICKÁ ČÁST	12
1 Historie Národního technického muzea (NTM).....	12
1.1 Vývoj Národního technického muzea od roku 1908 po současnost	13
1.2 Výstavy jako propagační nástroj průmyslu a zemědělské výroby	15
2 Definice muzea a podstata jeho činnosti	16
2.1 Z historie do současnosti	17
2.2 Péče o sbírky.....	19
2.3 Statistické údaje sbírkového fondu NTM.....	22
2.4 Z pokladů NTM	23
3 Pozice a vliv důležité příspěvkové organizace	25
3.1 Hlavní cíle NTM.....	27
3.2 Hospodaření NTM jako příspěvkové organizace, obchod a marketing	28
3.3 Ekonomická rozvaha NTM 2011-2012 v číslech.....	30
4 Muzeum a veřejnost.....	32
4.1 Prostředí muzea	33
4.2 Profil návštěvníka	35
4.3 Vývoj návštěvnosti NTM	36
5 Atraktivnost kulturních institucí ve 21. století	38
5.1 Rozhovor – produkční výstavního oddělení Stefan Osciatka	38
5.2 Kulturní instituce na počátku 21. století.....	40
5.3 Ukázka spolupráce.....	42
5.4 Prezentace muzea ve 21. století.....	44
6 Komerční využití	53
6.1 Praxe	54
7 Muzea a školy.....	56
7.1 Rozhovor - vedoucí oddělení muzejní pedagogiky Miloš Milner.....	57
8 Budoucnost NTM	61
PRAKTICKÁ ČÁST.....	64
1 Popis scénáře výstavy.....	64
1.1 Základní údaje o výstavě	65
1.2 O arkádových hrách.....	65

1.3 Obsah výstavy.....	70
1.4 Vizualizace plánu výstavy	71
1.5 Doprovodné programy.....	71
1.6 PR a marketing	72
1.7 Finanční nároky	74
1.8 Závěr scénáře.....	75
ZÁVĚR.....	76
SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY	78
SEZNAM POUŽITÝCH INTERNETOVÝCH ZDROJŮ	80
SEZNAM OBRÁZKŮ, TABULEK A GRAFŮ.....	81
I. PŘÍLOHA – NEJSTARŠÍ HRACÍ STROJE „Arkádové hry v Národním technickém muzeu - Kdo si hraje, nezlobí“	82
II. PŘÍLOHA – NOVINKY NTM	84

ÚVOD

Cílem diplomové práce s názvem „Národní technické muzeum - významná kulturní příspěvková organizace ve 21. století“ je dokázat, že muzea mají i v tomto století svůj nezastupitelný význam. Je ale důležité mít na paměti, že si nová doba žádá i nový přístup těchto kulturních institucí k veřejnosti. Muzea, galerie a potažmo i další kulturní instituce a organizace musí ukázat, že nejsou jen hřbitovem exponátů, ale že se může jednat o atraktivní prostor pro vzdělávání a trávení volného času. Muzea musí plnit svou funkci sbírkotvornou, vědeckou a vzdělávací. Aby si muzea zachovala přízeň návštěvníků, je ale nezbytné nabízet i něco navíc. Dnešní návštěvník se již těžko spokojí s nudnými a statickými prezentacemi sbírek a s nekonečnými výčty obecných informací, které obsahují sáhodlouhé popisky sbírkových předmětů. Když už si člověk udělá ve svém nabitém programu čas a navíc musí zaplatit často nemalé vstupné, chce se v muzeu nejen něco dozvědět a vzdělat se, ale především také něco mimořádného zažít. A takový zážitek mohou statické prezentace jen těžko nabídnout.

Práce je seřazena do několika kapitol a podkapitol tak, aby vznikl konzistentní dokument, který může být inspirací úspěšného fungování muzeí a především Národního technického muzea a podkladem pro vytvoření konkrétních metod práce s návštěvníky. Nejedná se pouze o teoretické informace, ale i o vhodné praktické ukázky.

Nejprve je čtenář seznámen s historií, významem a funkcí Národního technického muzea. Tato část zahrnuje nejen cíle a obecné ustanovení významné příspěvkové organizace, ale věnuje se například i formálním zásadám práce ve sbírkovém fondu. Dále navazuje popis činnosti muzea v 21. století a souhrn informací, jak být i v digitální společnosti úspěšnou a pro návštěvníky lákavou institucí. Budoucnost nejen Národního technického muzea, ale i dalších muzeí tkví v tom, jaké doprovodné akce a služby budou nabízet tak, aby nebylo muzeum pouze místem, které uchovává, zkoumá, zprostředkuje a vystavuje hmotné doklady o člověku, ale aby se stalo institucí plnou zážitků, která bude vyhledávaným volnočasovým místem. Závěr práce upozorňuje na důležitost spolupráce muzeí a škol. Jedná se o významnou část návštěvnosti a jeden z velmi důležitých úkolů muzejní instituce v rámci formování žáků a studentů, taktéž významným činitelem výběru následného studijního oboru a to

převážně u žáků 8. a 9. tříd základních škol. Práce neopomíjí ani komerční pronájmy, které jsou důležité pro získání finančních prostředků. A v neposlední řadě upozorňuje na případné problémy, jež lze v této oblasti očekávat, a zároveň poskytuje „návod“, jak jim předcházet. Kapitoly se věnují kvalitní propagaci a vůbec PR instituce. Na základě konkrétních statistických a jiných faktických údajů práce popisuje úroveň dosavadní činnosti prezentačního oddělení Národního technického muzea, hodnotí a porovnává různé způsoby mediální komunikace a propagace a zároveň navrhuje taková řešení, která by v budoucnu eliminovala předchozí nedostatky a která by posunula úroveň propagace na vyšší úroveň. Praktická část plní na vzoru chystané výstavy s názvem „Arkádové hry v Národním technickém muzeu - Kdo si hraje, nezlobí“, kritéria a požadavky moderní výstavy a ukazuje, jak v dnešní době oslovit a přilákat nové návštěvníky.

Tento dokument by se měl stát návodem či výčtem doporučení, která popisují způsoby, jak oslovit nové návštěvníky, jak je získat a jakým způsobem si je udržet. Nejedná se pouze o postřehy, které se týkají prezentace jednotlivých výstav a expozic, ale o propagaci celé instituce. Dále se práce věnuje doprovodným programům, které jsou nedílnou součástí moderní kulturní instituce. Jedná se o dokument s výčtem návrhů rad, jak může být instituce, v tomto případě muzeum, atraktivním volnočasovým místem a zároveň jakých chyb se vyvarovat tak, aby muzeum nepřicházelo o klienty. Pro inspiraci nechybí popis nových trendů na poli muzejnictví a výstavnictví a návodné propojení nových technologií a sbírkových předmětů.

Samotnou praxi moderní výstavy popisuje praktická část. Ta plní na vzoru chystané výstavy s názvem „Arkádové hry v Národním technickém muzeu - Kdo si hraje, nezlobí“, kritéria a požadavky moderní výstavy a ukazuje, jak v dnešní době oslovit a přilákat nové návštěvníky do Národního technického muzea a muzeí vůbec. Autorem scénáře je Bc. Adam Dušek.

Tato diplomová práce se zabývá postavením a vlivem Národního technického muzea a tím, jak jej návštěvnícká veřejnost vnímá. Dále mapuje historii Národního technického muzea od jeho založení v roce 1908 nejen z pohledu sbírkotvorného, ale též z kontextu doby. V jedné z kapitol je také zmíněna historie budovy, jejímuž vzniku předcházely sny a úsilí o výstavbu vlastní samostatné budovy, kde budou prezentovány

exponáty s technickou tematikou. Zároveň rozebírá současné a budoucí uplatnění muzea v době, kdy je společnost (a především děti) obklopena televizemi, rádií, počítačovými hrami, smartphony atd.

Důležitou součástí práce je souhrn informací z odborné literatury věnované této problematice. Dokument se nejčastěji opírá o odbornou publikaci *Marketing a management muzeí a památek* od Ladislava Kesnera. Kniha vystihuje specifika fungování muzeí a dalších památek na území České republiky. Hlavní devízou této knihy je její komplexnost, která popisuje přípravu expozic k prožitku návštěvníka. Dílo se podrobně věnuje komunikaci a propagaci a také rozvoji finančních zdrojů.

Další odbornou publikací, ze které částečně vychází tato diplomová práce, je *Marketing kulturního dědictví a umění*, autorka Radka Johnová. Jedná se o ucelenou a praktickou příručku zabývající se tzv. art marketingem.

Novými trendy marketingu tuto práci inspirovala publikace *Moderní marketing*, Philip Kotler, Veronica Wong, John Saunders, Gary Armstrong. Praktická kniha se zabývá komplexně všemi důležitými oblastmi marketingového řízení.

Informace o historii Národního technického muzea čerpala tato práce především z knihy *Příběh Národního technického muzea* autora Jana Hozáka. Dílo vzniklo u příležitosti 100. výročí svého založení a vydalo ho Národní technické muzeum v roce 2008. Jde o ucelený katalog mapující historii Národního technického muzea, doplněný o mnoho zajímavých fotografií.

TEORETICKÁ ČÁST

1 Historie Národního technického muzea (NTM)

„Položíme-li si otázku, kdy byly položeny základy Národního technického muzea, tak nám bezesporu vyvstane na mysli jméno Adalberta Fingerhuta alias Vojty Náprstka. Ano, byl to právě Vojta Náprstek, který položil, krom jiného, i základy českého technického muzejnictví. A to již počátkem šedesátých let 19. století, kdy spolu se svými přáteli, například Ladislavem Riegerem či Antonínem Fričem, začal nakupovat v Evropě i zámoří soudobé technické předměty, které dodnes tvoří sbírky našeho muzea.“¹

České průmyslové muzeum vzniklo 6. října 1862. Dalším významným datem je 5. červenec 1908, kdy proběhla zakládací manifestační schůze Technického muzea království českého. V čele iniciativy stanuli profesoři Českého vysokého učení technického. Muzeum bylo organizací spolkovou, kterou spravoval a vedl Spolek technického muzea. Tento spolek byl rozdělen podle jednotlivých průmyslových oborů, zázemí a to především finanční obstarávaly významné průmyslové podniky. Můžeme jmenovat Akciová strojírna dříve Breitfeld, Daněk a spol., F. Ringhoffer, První českomoravská továrna na stroje v Praze, Česká společnost pro průmysl cukerní a mnoho další.

Postupem času, kdy Technické muzeum království českého získalo první exponáty, vyvstal problém, kde budou prostory pro expozici a kde budou sbírky uskladněny. Budovu se podařilo získat roku 1909 na Hradčanech ve Schwarzenberském paláci. 28. září 1910 byly poprvé zpřístupněny veřejnosti sbírky v expozicích strojírenství, vodárenství, sklářství, letectví, textilního průmyslu, cukrovarnictví, geodézie, dopravy, sociální politiky a bezpečnosti práce, elektrotechniky, stavitelství a architektury, polygrafie, hornictví a hutnictví. Přestože vznikaly první expozice ve značném časovém spěchu, tak byly kladně přijaty návštěvníky.²

¹ Reburber – Zpravodaj Národního technického muzea č. 6, 2012, str. 1, úvodní slovo generálního ředitele Národního technického muzea Karla Ksandra.

² Národní technické muzeum v Praze, 1997, vydalo NTM, str. 17.

Obrázek 1: Expozice architektury ve Schwarzenberském paláci



Zdroj: Archív Národního technického muzea

1.1 Vývoj Národního technického muzea od roku 1908 po současnost

V roce 1918 po vzniku Československé republiky vznikl nový název – Technické muzeum československé. Díky veřejným sbírkám, finančním darům a finanční pomoci státu byly shromážděny prostředky k výstavbě nové muzejní budovy na Letné. Z vypsání architektonické soutěže vyšel vítězně návrh Milana Babušky. Roku 1938 byla zahájena výstavba nové muzejní budovy a tři roky poté byla budova dokončena. Již v době Protektorátu Čechy a Morava byla ihned zabrána okupační správou pro ministerstvo pošt. Současně musely sbírky Technického muzea, přejmenovaného v roce 1939 na České technické muzeum, opustit Schwarzenberský palác a přestěhovat se do provizorních prostor Invalidovny v Karlíně, v níž nejprve vznikly malé expozice, ale v roce 1944 byla činnost muzea zcela utlumena.³

V roce 1945 se díky konci války a lepšímu společenskému klimatu mohla budova na Letné pomalu vyklízet a v roce 1947 tam byly převezeny první sbírkové předměty. „*Nejnápadnější rozdíl mezi musei u nás a musei v Sovětském svazu tkví však v náležitě a záviděníhodné úpravě právního postavení sovětských museí. Všechna muzea na území Sovětského svazu vydrží stát a hradí jejich věcný i personální náklad*

³ Národní technické muzeum [online]. 2000-2012 [cit. 2012-12-22]. Historie Národního technického muzea. Dostupné z WWW: <<http://www.ntm.cz/muzeum/historie-muzea/>>.

*v rámci svého řádného rozpočtu. Také u nás budou v nejbližší době zařazeny do rozpočtů majitelů muzeí pevné každoroční částky k tomuto účelu, vyjma ovšem muzeí spolkových, která budou i nadále odkázána na vlastní jmění a na případné podpory z rozpočtu ministerstva školství, věd a umění.*⁴

*„V roce 1951 bylo muzeum zestátněno a ústav dostal dnešní název Národní technické muzeum. Činnost spolku byla utlumena a v roce 1959 skončila úplně. NTM se stalo muzejním a vědeckým pracovištěm řízeným a financovaným státem. Zvýšil se počet zaměstnanců z 20 na 90, později až 130, a v budově na Letné se otevřely nové expozice – doprava, hornictví, hutnictví, astronomie, geodézie, elektrotechnika, strojírenství, měření času, fotografická a filmová technika. NTM se prezentovalo řadou výstav doma i v zahraničí a vlastní badatelskou a ediční činností. Jeho sbírkové fondy svým rozsahem a hodnotou řadí muzeum k předním institucím tohoto druhu v Evropě.*⁵

Celá budova byla pro muzejní činnost a sbírky uvolněna především díky novým demokratickým podmínkám rozhodnutím vlády až v roce 1990. *„V roce 1999 opustil budovu Národního technického muzea poslední nájemník – Geodetický a kartografický podnik. Poprvé v historii mělo muzeum k dispozici celou budovu jen pro sebe, pro muzejní účely. Teprve teď mohla začít velkorysejší rekonstrukce, která by přiblížila stavbu původním představám architekta Milana Babušky z roku 1935. Projektových prací se ujal ateliér AR 18 Němec Žilka architekti. Rekonstrukce byla rozvržena do několika etap, podle finančních možností ministerstva kultury. Než se však mohla rozběhnout její první část, zasáhla do běhu věci dramatickým způsobem živelní pohroma – povodeň. Přišla po několikadenní vlně přívalových dešťů v srpnu 2002 a její rozsah a síla byly do té doby nevídané.*⁶ V roce 2003 byla budova uzavřena z důvodu rekonstrukce, která trvala do roku 2011. V únoru tohoto roku pak byla pro veřejnost opět otevřena. Cílem rekonstrukce bylo vrátit budově její podobu původně navrženou architektem Babuškou. V první etapě byla návštěvníkům představena staronová dopravní hala. Vzápětí měli lidé možnost prohlédnout si dalších pět expozic. Kompletní

⁴ Věstník, Národní technické muzeum, Praha 1950, str. 15,

⁵ *Národní technické muzeum* [online]. 2000-2012 [cit. 2012-12-22]. Historie Národního technického muzea. Dostupné z WWW: <<http://www.ntm.cz/muzeum/historie-muzea/>>

⁶ Příběh Národního technického muzea, Jan Hozák, Národní technické muzeum 2008, str. 67

dokončení rekonstrukce, včetně zpřístupnění všech expozic, proběhne během roku 2013, kdy v poslední etapě bude pro návštěvníky otevřena expozice hornictví a hutnictví i s maketou uhelného a rudného dolu, vybudovanou v 50. letech 20. století. Expozice Chemie, Čas a expozice Fotoateliér II. Nad rámec připravovaných expozic se chystá projekt na vybudování profesionálního televizního studia.

„Národní technické muzeum v Praze se svým vznikem r. 1908 zařadilo mezi první technická muzea na světě, Jeho vývoj byl zprvu determinován řadou politických i ekonomickotechnických okolností, zvláště zpočátku jen málokdy příznivých. Byl provázen řadou peripetií, které do jeho osudu mnohdy tvrdě zasáhly.“⁷

1.2 Výstavy jako propagační nástroj průmyslu a zemědělské výroby

Výstavy byly pořádány až od druhé poloviny 18. století, ale především v 19. století. Zaměření těchto výstav bylo především praktické a zacílené k propagaci průmyslové a zemědělské výroby a k její podpoře. Výstavy uměleckých děl se na našem území objevují koncem 30. let 19. století. Hospodářské a zemědělské výstavy měly však profil dnešních veletrhů. Význam výstav spočíval hlavně v tom, že podněcovaly společenský zájem o vystavování shromážděného materiálu, i o jejich historii, a navazovaly tak předpoklady pro vytváření pozdějších muzeí. Pak se sešly všechny tři prameny vedle sebe, jak bychom je označili z dnešního pohledu, pramen sběratelský, pedagogicko-didaktický i pramen výstavní. Využívání sbírek, ať už k účelům vědeckým či výchovně vzdělávacím, je nejvýznačnějším posláním muzeí. Muzeum se stává muzeem teprve tehdy, vytvoří-li se pracoviště, které nejen záměrně a programově shromáždí předměty určitého druhu, ale zaměří se i na jejich důležitost, pečuje o jejich ochranu a zabezpečení, ale shromážděných sbírek také využívá ve prospěch společnosti a pospolitosti k cílům vědeckovýzkumným a výchovně vzdělávacím.

⁷ Národní technické muzeum 1978-1988, sborník k osmdesátému výročí založení, 1. část, str. 83.

2 Definice muzea a podstata jeho činnosti

„Muzeum je stálá nevydělečná instituce ve službách společnosti a jejího rozvoje, otevřená veřejnosti, která získává, uchovává, zkoumá, zprostředkuje a vystavuje hmotné doklady o člověku a jeho prostředí za účelem studia, vzdělání, výchovy a potěšení.“⁸

V našem prostředí je definice muzea zakotvena v zákoně č. 122/2000 sb., o ochraně sbírek muzejní povahy a o změně některých dalších zákonů, v platném znění (dále jen zákon č. 122/2000 Sb.), takto: *„Muzeem je instituce, která získává a shromažďuje přírodniny a lidské výtvořiny pro vědecké a studijní účely, zkoumá prostředí, z něhož jsou přírodniny a lidské výtvořiny získávány, z vybraných přírodnin a lidských výtvořin vytváří sbírky, které trvale uchovává, eviduje a odborně zpracovává, umožňuje způsobem zaručujícím rovný přístup všem bez rozdílu jejich využívání a zpřístupňuje poskytování vybraných veřejných služeb, přičemž účelem těchto činností není zpravidla dosažení zisku (§ 2, odst. 3 zákona č. 122/2000 sb.).“⁹*

Podstata této definice vymezuje a charakterizuje muzejní činnost z pohledu legislativy České republiky. Výstižná je také definice, která je součástí Profesionálního etického kodexu muzeí. Muzeum může mít mnoho definic, jež jsou správné, pokud je dodrženo, že se jedná o instituci stálou, ve službách společnosti a jejího rozvoje, otevřenou veřejnosti bez rozdílu, získávající hmotné doklady o člověku a jeho prostředí, které uchovává a obhospodařuje, vědecky zkoumá a exponáty a sbírky vystavuje.

Základním posláním muzeí a galerií je sbírat, uchovávat, zkoumat a vystavovat exponáty a plnit vzdělávací funkci směrem k veřejnosti. Shromažďovat předměty, které mají hodnotu a jež by měly být uchovány pro následující generace. Jsou nositeli muzeality. Z pohledu moderního marketingu bychom měli přidat další funkci, na kterou

⁸ Profesionální etický kodex muzeí byl formulován a schválen v roce 1986 na 15. valném shromáždění konferenci ICOM v Buenos Aires a jeho aktualizované znění bylo schváleno na 20. valném shromáždění konferenci ICOM v Barceloně v roce 2001. Poslední český překlad dokumentu (překlad a editor Kateřina Tlachová) viz *Sborník materiálů ze VII. Sněmu AMG 15. – 16. Října 2003 v Muzeu východních Čech Hradec Králové*. Praha, 2004, str. 32-45.

⁹ Zákon č. 122/2000 Sb., o ochraně sbírek muzejní povahy a o změně některých dalších zákonů, ve znění pozdějších předpisů

ve středoevropských podmínkách tyto instituce nejsou zvyklé: získávat lidi a firmy, aby si zvykli kulturu a umění obecně podporovat.¹⁰

2.1 Z historie do současnosti

Slovo muzeum má původ ve staré řečtině – mouseion byl chrám múz, bohyň inspirace a patronek umění. Kolem muzeí se vždy soustřeďovali především vzdělanci i umělci, muzea byla centrem náboženských, tvůrčích i duchovních hodnot a naprosto byla vzdálená každodennímu životu obyčejných lidí. Běžní lidé neměli ani možnost navštívit muzea. Tento nastolený trend pokračoval i ve starověkém Římě, kde od 2. století př. Kr. můžeme hovořit o systematictější sbírání a uchovávání kulturního bohatství získaného během koloniální expanze. Jednalo se o bronzové a mramorové sochy, zlaté a stříbrné předměty. Jednalo se v podstatě o sbírky, které byly vlastněny elitami a s dnešním pojetím muzeí neměly nic společného. Z období před naším letopočtem byl v tomto směru nejosvícenějším panovníkem Alexandr Veliký. Jeho Alexandrijská knihovna byla nejrozsáhlejším centrem sbírek a vědění tehdejší doby. Plnila funkci studijního a výzkumného centra přístupného vzdělancům, ale ne široké veřejnosti. Opět neměli běžní lidé možnost, jakýmkoliv způsobem, Alexandrijskou knihovnu navštívit.

Ve středověku plnila roli intelektuálního centra a patrona umění v Evropě katolická církev; významným sběratelem byl např. papež Sixtus IV. (15. stol.). Nastupující renesance přinesla světskou orientaci na umění, ale i přírodu a vynálezy. To se projevilo v rozsáhlých soukromých sbírkách předchůdců dnešních muzeí, které zahrnovaly nejen umělecká díla, obrazy a sochy, ale i historické předměty, zbytky koster, mince, bronzové předměty a kuriozity, ale i sbírky botanických a zoologických druhů.¹¹

„V moderní Evropě to byli především královské rodiny, šlechta, bohatí obchodníci a církev, kdo plnili roli sběratelů umění, ale jejich soukromé rezidence byly

¹⁰ JOHNOVA, R.: Marketing kulturního dědictví a umění, 2008, str. 40.

¹¹ JOHNOVA, R.: Marketing kulturního dědictví a umění, 2008, str. 34-35

otevřené jen úzkému okruhu stejně vysoce postavených lidí. Za zlom lze považovat první veřejné muzeum v Londýně, které otevřel veřejnosti sběratel sir Ashton Lever v roce 1774. Lever zavedl princip vstupného k regulaci množství návštěvníků s cílem vyloučit nejnižší vrstvy, které se podle jeho názoru neuměly chovat. Ani to však nestačilo, a proto následovalo další omezení v podobě nutnosti opatřit si doporučení k návštěvě muzea od váženého člena vyšší společnosti.

Ambivalentní vztah mezi pojetím muzeí jako centra sloužícího učencům a vzdělávací funkci pro širší veřejnost je charakteristický pro celé 18. a 19. století. British Museum otevřelo své brány veřejnosti už v roce 1759, ale jen od 11 do 12 hodin dopoledne. Louvre následoval po francouzské revoluci – v roce 1793 zpřístupnil své sbírky po tři dny v týdnu běžným návštěvníkům.¹²

„Vývoj muzeí se nezastavil, po celé 19. století pokračoval osvícenský přístup, posun muzeí od aristokracie, její kultury, symbolů a idejí blíže k lidem. Historická muzea byla zdrojem informací o vývoji lidstva, jeho kultuře, umění, historických událostech, vynálezech a fakticky zpřístupňovala tyto informace běžným lidem. Pomalu se začala proměňovat z elitářských institucí pro nejvyšší a nejvzdělanější vrstvy v demokratické instituce s vysokou vzdělávací a informační hodnotou pro nejširší veřejnost. Vývoj muzeí a muzejnictví souvisel se společenskými změnami, v tomto období s nástupem a rozvojem občanské společnosti.

V současnosti se muzea pomalu přeměňují z organizací orientovaných na produkt, jeho uchování a zkoumání úzkým okruhem znalců na instituce otevřené zákazníkům, jejich potřebám a přáním využít aktivně svůj čas. K tomu musí muzea plnit funkci nejen poznávací, ale i zábavnou, aby obstála v konkurenci dalších aktivit.¹³ Muzea připravují přednášky, komentované prohlídky, mimořádné akce, pravidelné řemeslné dílny, workshopy a díky těmto programům a interaktivitě, která čím dál tím více zasahuje do výstav a nových expozic. Díky těmto doprovodným programům se z muzeí stávají místa zážitkově vzdělávací a je potřeba tento trend nadále rozvíjet.

¹² JOHNNOVA, R.: Marketing kulturního dědictví a umění, 2008, str. 35.

¹³ JOHNNOVA, R.: Marketing kulturního dědictví a umění, 2008, str. 35.

2.2 Péče o sbírky

Cílem muzejních pracovníků je uchovat sbírky v co největší autenticitě, tedy pokud je to možné bez restaurátorských zásahů. Preventivní ochrana se snaží omezit a zmírnit negativní vlivy klimatu, které na sbírkové předměty působí, je to například světlo a vnější i vnitřní atmosférické znečištění, včetně prachu. Je zřejmé, že tzv. preventivní ochrana je ke sbírkám daleko šetrnější a navíc i výrazně levnější, než koloběh konzervátorských a restaurátorských zásahů.¹⁴

„Sbírky jsou substancí každého muzea a to o ně musí nejen pečovat, ale také je rozmanitým způsobem interpretovat. To se od muzeí očekává a muzeum musí takový zájem plně uspokojit.“¹⁵

Ochrana a péče o sbírky v České republice mají své metodické pokyny.

1) Vlastník sbírky zapsané v centrální evidenci je povinen

- a) zajistit ochranu sbírky před krádeží a vloupáním;*
- b) zajistit ochranu sbírky před poškozením, zejména nepříznivými vlivy prostředí;*
- c) zajistit preparaci, konzervování a restaurování sbírky, je-li to třeba k jejímu trvalému uchování;*
- d) vést sbírkovou evidenci, která obsahuje tyto záznamy:*
 - 1) název a stručný popis jednotlivých sbírkových předmětů, popřípadě materiál, z něhož jsou vyrobeny, rozměry, hmotnost, časové zařazení, datum získání, identifikace autora nebo výrobce a další identifikační znaky,*
 - 2) označení území, z něhož sbírkové předměty pocházejí, je-li známo,*

¹⁴ KOPECKÁ, I.: Preventivní péče o historické objekty a sbírky v nich uložené, 2002, str. 5

¹⁵ Reburber – Zpravodaj Národního technického muzea č. 4, 2009, str. 12, Zdeněk Rasl, čl. O utváření sbírky – Účel a využití sbírek.

- 3) *způsob a okolnosti nabytí jednotlivých sbírkových předmětů (například sběr, dar, dědictví, koupě)*
- 4) *stav sbírkových předmětů,*
- 5) *evidenční číslo jednotlivých sbírkových předmětů,*
- 6) *označení archiválií, jsou-li součástí sbírky;*
- e) *uchovávat sbírku v její celistvosti tak, jak byla zapsána do centrální evidence, s výjimkou vyřazení sbírkových předmětů ze sbírky nebo zařazení nových sbírkových předmětů do sbírky za podmínek stanovených zákonem;*
- f) *umožnit zpřístupnění sbírky nebo jednotlivým sbírkových předmětů veřejnosti pro studijní a vědecké účely vystavováním, veřejným předváděním jejich vzhledu, popřípadě funkce nebo zapůjčováním k dočasnému vystavování nebo veřejnému předvádění jejich vzhledu nebo funkce v tuzemsku nebo v zahraničí s výjimkou odstavce 4;*
- g) *stanovit režim zacházení se sbírkou nebo jednotlivými sbírkovými předměty a dbát na jeho dodržování;*
- h) *provést mimořádnou inventarizaci sbírky nebo určené části na základě rozhodnutí ministerstva;*
- i) *provádět každoročně inventarizaci sbírek nebo jejich určených částí, s výjimkou sbírky nebo její části, u níž byla v předchozím roce provedena inventarizace mimořádná;*
- j) *vyřazovat sbírkové předměty ze sbírky z důvodů jejich neupotřebitelnosti, přebytečnosti, výměny nebo ztráty a dbát, aby údaje ve sbírkové evidenci byly v souladu se skutečným stavem a s údaji v centrální evidenci;*
- k) *umožnit zaměstnanci ministerstva provést kontrolu plnění ustanovení zákona;*

- l) strpět označení budovy, v níž je sbírka umístěna, předepsaným mezinárodním znakem, a to již v době míru tak, aby byla sbírka chráněna pro případ ozbrojeného konfliktu;*
 - m) při převodu vlastnictví ke sbírce upozornit nabyvatele na skutečnost, že tato sbírka je psána v centrální evidenci;*
 - n) oznámit ministerstvu zničení nebo odcizení sbírky nebo jednotlivých sbírkových předmětů, a to do 30 dnů ode dne, kdy se o tomto zničení nebo odcizení dozvěděl, a poskytnout polici České republiky evidenční, případně obrazové záznamy odcizených sbírkových předmětů.*
- 2) Sbíрку zapsanou v centrální evidenci ani její jednotlivé sbírkové předměty nelze zastavit nebo zatížit jinými věcnými právy. Úkon, kterým je tento zákaz porušen, je od samého počátku neplatný.*
- 3) Povinnosti uvedené v odstavci 1 vykonávají organizace státu nebo územního samosprávného celku, které spravují sbírky, jejichž vlastníkem je Česká republika nebo územní samosprávný celek.*
- 4) Povinnost podle odstavce 1 písm. f) se nevztahuje na sbírky nebo sbírkové předměty, které:*
- a) jsou provizorně uloženy v prostorách, v nichž s nimi nelze nakládat, aniž by byla ohrožena jejich bezpečnost nebo fyzický stav,*
 - b) pro svůj stav nebo charakter neumožňují zpřístupnění veřejnosti, aniž by byla ohrožena jejich fyzická podstata,*
 - c) jsou preparovány, konzervovány nebo restaurovány.*

5) *Sbírkový předmět je podle odstavce 1 písm. j) neupotřebitelný, je-li nevratně poškozen nebo fyzicky dožil. Sbírkový předmět je podle odstavce 1 písm. j) přebytečným, neodpovídá-li charakteru sbírky a nezhodnocuje ji.*¹⁶

2.3 Statistické údaje sbírkového fondu NTM

V roce 2011 bylo ve sbírkách NTM evidováno celkem 57 118 evidenčních čísel. V rámci periodické inventarizace bylo zkontrolováno 10 392 evidenčních čísel, tedy 18 % z celkového sbírkového fondu NTM. Podrobněji viz. níže.

Sbírka Národního technického muzea

- Počet evidenčních čísel sbírkových předmětů celkem k 31. 12. sledovaného roku 57 118 z toho digitalizovaných 57 118.
- Počet evidenčních čísel přírůstků zapsaných za sledovaný rok 332.
- Počet evidenčních čísel sbírkových předmětů vyřazených ze sbírky za sledovaný rok 104.
- Počet evidenčních čísel sbírkových předmětů zapůjčených jinému zařízení 1 093.
- Počet evidenčních čísel sbírkových předmětů vypůjčených od jiného zařízení 14.
- Počet inventarizovaných (revidovaných) sbírkových předmětů za sledovaný rok 10 392.
- Počet zrestaurovaných sbírkových předmětů za sledovaný rok 330 z toho vlastní kapacitou 255.
- Počet zpracovávaných vědeckovýzkumných úkolů za sledovaný rok 5.
- Počet zaměstnanců muzea podílejících se na plnění vědeckovýzkumných úkolů za sledovaný rok (přepočtený stav) 14.

¹⁶ ŽALMAN J. Příručka muzejníková II., 2006, str. 104.

- Počet badatelských úkonů za sledovaný rok (návštěvy, dotazy, konzultace, žádost o rešerše) 1 450.¹⁷

Nejnovějším přírůstkem se stala po dohodě s Velvyslanectvím Spojených států amerických historická prádelna a zařízení fitness centra. Veškeré vybavení pochází z rezidence Otto Petchska velkopodnikatelské vily v pražské Bubenči.

2.4 Z pokladů NTM

Mezi jeden z nejzajímavějších exponátů ve sbírkách Národního technického muzea patří bezesporu model cukrovaru v měřítku 1:10 s inventárním číslem 1. Model byl vyroben v roce 1908 pro Jubilejní výstavu obchodní a živnostenské komory v Praze a reprezentoval naše tehdy nejsilnější průmyslové odvětví – cukrovarnictví. Aktuálně je představen ve druhém výstavním patře ve zrekonstruované budově na Letné.

Britský stíhací letoun Supermarine Spitfire patří k výrazným symbolům spojeneckého vítězství ve druhé světové válce. S vystaveným letounem se v roce 1945 vrátili do naší vlasti příslušníci 310. perutě RAF. Nynější místo stíhacího dolnoplošníku je v dopravní hale. Zajímavostí je, že jako jediný exponát oddělení letectví není Spitfire zavěšen v prostoru, ale naopak je prezentován v přízemní části dopravní haly.

Z obsáhlé automobilové sbírky je raritou monopost Mercedes Benz W154 z let 1938 a 1939, který řada automobilových historiků považuje za nejlepší závodní vůz všech dob. Automobil dosahoval zhruba před 74 lety maximální rychlosti neuvěřitelných 315 km/h. Za volant vystaveného vozu, který se dochoval ve vzácně původním stavu, usedal Rudolf Caracciola, nejúspěšnější jezdec tovární stáje Mercedes Benz a trojnásobný vítěz evropského šampionátu v letech 1935, 1937 a 1938. Nemůžeme opomenout první vyráběný automobil v na našem území a střední Evropě – Präsident z roku 1898.

O unikátu můžeme rozhodně hovořit v případě meteoritu, který patří do sbírkového fondu oddělení exaktních věd a geodézie. Jde o úlomek, jenž vznikl při

¹⁷ KOLEKTIV AUTORŮ. Výroční zpráva Národního technického muzea, 2011 str. 25.

vzájemné srážce planetek a pochází z prostoru mezi planetami Mars a Jupiter. Překvapivě je meteorit volně přístupný návštěvníkům, kteří se navíc tohoto unikátu, jenž je jedním z několika, které dopadly na severu Argentiny v lokalitě Campo del Cielo před 4000-5000 lety, mohou dotýkat.

Také zástupci železniční dopravy mají v Národním technickém muzeu své místo. Právě parní lokomotiva 375.007 přezdívaná Hrboun je i největším exponátem v Národním technickém muzeu na Letné. Lokomotiva byla vyrobena První českomoravskou továrnou na stroje v Praze-Libni v roce 1911 a sloužila v rychlíkové dopravě jak u rakouských státních drah, tak u Československých státních drah až do roku 1951.

Hildebrand & Wolfmüller byl prvním sériově vyráběným motocyklem na světě. Byl to stroj originální konstrukce, ale bohužel příliš složitý a nespolehlivý, a proto se vyráběl pouhé čtyři roky. Vystavený kus je prvním motocyklem dovezeným na území Rakousko-Uherska.

Obrázek č. 2: Motocykl Hildebrand & Wolfmüller, 1894



Zdroj: Archív Národního technického muzea

Za nejcennější vystavený exponát z oddělení foto-kino je považována daguerrotypie „Zátiší v ateliéru“ z roku 1839, jejímž autorem je samotný vynálezce fotografie J. L. M. Daguerre. Fotografie je dlouhodobě zapůjčena ze Zámku Kynžvart. Ve sbírkách nechybí i další vzácné daguerrotypie.

V expozici Tiskařství jsou považovány za nejcennější „kousky“ knihtiskový ruční lis z pražské Jezuitské tiskárny z přelomu 17. a 18. století a kotoučová rotačka MAN z roku 1876, vyrobená pro Místodržitelskou tiskárnu v Praze. Jedná se o první stroj svého druhu používaný v Čechách a jeden z mála dochovaných v Evropě.

Toto je pouze krátká výseč pokladů Národního technického muzea. Sbírký samozřejmě skýtají tisíce krásných předmětů, ale zde byly popsány ty nejzajímavější a nejvýznamnější zástupci.

3 Pozice a vliv důležité příspěvkové organizace

Pokud hovoříme o pozici a vlivu tak důležité příspěvkové organizace, jakou je Národní technické muzeum, je bezesporu nutné začít obecnou otázkou, co vlastně je kultura jako celek?

Kultura je významným faktorem života občanské společnosti, který podstatnou měrou napomáhá její integraci jako celku. Kultura plní také výchovně vzdělávací funkci. Propojuje ČR s vnějším světem a charakterizuje náš stát v porovnání s ostatními. Plní sociální funkci, je důležitým preventivním faktorem. Obecně také přispívá k lepšímu vzájemnému pochopení mezi občany různého národnostního původu. Pomáhá osobám se zdravotním postižením začlenit se do pospolitosti zdravých občanů. Vytváří v občanech zdravou hrdost na svoji zemi a unikátnost svého národa.

„Nedílnou součástí kultury v České republice je Ministerstvo kultury České republiky. Ministerstvo kultury podle § 8 zákona č. 2/1969 Sb., o zřízení ministerstev a jiných ústředních orgánů státní správy České republiky, ve znění pozdějších předpisů, je ústředním orgánem státní správy pro

- *umění,*
- *kulturně výchovnou činnost,*
- *kulturní památky,*
- *pro věci církví a náboženských společností,*

- *pro věci tisku, včetně vydávání neperiodického tisku a jiných informačních prostředků,*
- *pro přípravu návrhů zákonů a jiných právních předpisů pro oblast rozhlasového a televizního vysílání,*
- *pro provádění autorského zákona,*
- *pro výrobu a obchod v oblasti kultury.*

Rozsah působnosti je vymezen ústavou, zákony, obecně závaznými právními předpisy a dále ministerstvo plní úkoly v souvislosti se členstvím České republiky v Evropské unii a v jiných mezinárodních seskupeních a organizacích. Významnou funkcí je sběr a zpracovávání dat ohledně vymezených polí působnosti a následná tvorba výstupů. Na základě této činnosti zpracovává návrh státní kulturní politiky, kterou předkládá vládě. Je aktérem tvorby státního rozpočtu, dále se podílí na legislativním procesu přípravou nebo prováděním zákonů a zaopatřuje zachování zákonnosti ve sféře své působnosti. V neposlední řadě je zřizovatelem příspěvkových organizací a podporuje umění, kulturní aktivity a péči o kulturní dědictví poskytováním dotací a příspěvků z kapitoly 334 státního rozpočtu.¹⁸

Význam kultury shrnuje také dokument s názvem Státní kulturní politika České republiky 2009 – 2014. „Tato vize kultury zhuštěně vyjadřuje to, co pokládáme za podstatné: Kultura je sektorem, který může v příštích letech sehrát zásadní roli v rozvoji české společnosti a o který lze do značné míry opřít ekonomický, environmentální i sociální rozvoj státu. České země mohou díky geografické poloze i tradici pozitivně využít kontaktu evropských i globálních kulturních vlivů. Prostor pro kulturní tvorbu a využití kulturních hodnot vytvořených v minulosti musí zůstat otevřený a přístupný. Úkolem státu, krajů a obcí a jejich institucí není pouze podporovat kulturu jako takovou, ale propojit ji s jinými oblastmi společnosti, zejména zpřístupnit její hodnoty – kulturní dědictví stejně jako svobodu a kreativitu vlastní

¹⁸ Ministerstvo kultury České republiky [online]. 2007 [cit. 2013-02-24]. Působnost ministerstva. Dostupné z WWW: < <http://www.mkcr.cz/scripts/detail.php?id=36/>>.

*kulturní tvorbě – k využití v ostatních oblastech lidských aktivit. Na těchto principech lze stavět základy budoucí konkurenceschopnosti země.*¹⁹

Příspěvkové organizace, které jsou zřizovány ministerstvem kultury, jako je tomu v případě Národního technického muzea, jsou významným nástrojem státní kulturní politiky. Národní technické muzeum je nejvýznamnějším nositelem technického dědictví. Mapuje a dokládá vývoj techniky na našem území. Formuje národní identitu a ukazuje, že český národ může být na sebe náležitě pyšný. A to nejen v době habsburské monarchie, kdy byly České země její nejrozvinutější částí, ale zejména v meziválečném období, patřilo Československo mezi deset průmyslově nejvyspělejších zemí světa.

3.1 Hlavní cíle NTM

Silný vliv má a mělo by mít Národní technické muzeum především na mladou generaci. *„Jedním z hlavních úkolů pro současná muzea je jejich začlenění do vzdělávací soustavy.*²⁰ Muzeum si musí zachovat svojí úlohu badatelskou a sbírkotvornou. Musí sbírkové předměty nejen prezentovat, ale návštěvníka také oslovit a poučit. Prezentace už nemohou být pouze statického charakteru; měly by návštěvníka nejen zaujmout, ale také pobavit. Jako velmi inspirativní příklad může posloužit situace v Jižní Koreji, kde samo technické muzeum hraje velmi důležitou roli při výběru budoucího povolání dětí a mládeže.

„Z vlastní zkušenosti vím, že v Jižní Koreji, která patří k nejdynamičtější se rozvíjejícím průmyslovým zemím světa, obrovskou roli hraje technické muzeum v technologickém parku v Daedooku vzdáleném 250 km na jih od Soulu, kam lze v Jižní Koreji bez problému za hodinu dojet vlakem, naprostý sen pro naši zem. A do toho muzea chodí ve velkém množství děti z mateřských škol a mají možnost si interaktivně hrát s nejrůznějšími technickými zařízeními a tam někde vzniká to,

¹⁹ Státní kulturní politika České republiky 2009 – 2014, Praha, Ministerstvo kultury, 2009, str. 11.

²⁰ BRABCOVÁ, A. Brána muzea otevřená, str. 5.

*že šedesát procent uchazečů o studium na středních a vysokých školách se zajímá o technické vědy.*²¹

Proto Národní technické muzeum připravuje pro žáky 8. a 9. tříd speciální workshopy, které mají za cíl ukázat krásy technických oborů a pomoc s případným rozhodnutím s výběrem střední školy. Dále muzeum spolupracuje s ČVUT, a to nejen s rektorátem, ale i se studenty. Stejná a také přínosná spolupráce funguje s VŠCHT a Vyšší odbornou školou a Střední uměleckou školou Václava Hollara.

3.2 Hospodaření NTM jako příspěvkové organizace, obchod a marketing

Národní technické muzeum je státní příspěvkovou organizací zřízenou Ministerstvem kultury České republiky. Příspěvkové organizace jsou i nadále hlavním nástrojem státní kulturní politiky financované ze specifické rozpočtové položky určené pro tyto organizace. Ve zřizovací listině č. 50/2013 ze dne 20. prosince 2012 zřizovatel předně definuje činnosti a účel Národního technického muzea, za jakým účelem zřizuje svou podřízenou organizaci. *„Národní technické muzeum (dále jen „organizace“) plní funkci muzejní povahy a o změně některých dalších zákonů, ve znění pozdějších předpisů. Zřizuje se za účelem získávat, shromažďovat, trvale uchovávat, evidovat, odborně zpracovávat a zpřístupňovat veřejnosti sbírky muzejní povahy, provádět základní výzkum, aplikovaný nebo experimentální vývoj týkající se sbírek a prostředí, z něhož jsou získávány sbírkové předměty a šířit výsledky výzkumu a vývoj prostřednictvím výuky, publikování, muzejních výstav a muzejních programů, metodiky nebo převodu technologií.*²²

Příspěvková organizace hospodaří s peněžními prostředky získanými hlavní činností, která vychází ze zřizovací listiny, jsou to činnosti organizace, které definuje zřizovatel, a peněžními prostředky ze státního rozpočtu v rámci finančních vztahů stanovených zřizovatelem. V případě Národního technického muzea se jedná o MK ČR.

²¹ Reburber, zpravodaj Národního technického muzea, Václav Havlíček-rektor Českého vysokého učení technického v Praze, Praha 2012, str. 5.

²² Zřizovací listina Národního technického muzea vydaná Ministerstvem kultury ČR ze dne 20. prosince 2012. Zřizovací listina vymezuje základní účel zřízení organizace a předmět její hlavní činnosti, označuje statutární orgány, vymezuje majetek a vyznačuje organizační strukturu organizace a její změny. V celém znění Zřizovací listiny Národního technického muzea na: <http://www.ntm.cz/data/oficialni-dokumenty/zrizovaci-listina-2013.pdf>

Dále má k dispozici příspěvková organizace prostředky svých fondů, prostředky z jiné činnosti, dary, finance poskytnuté někým jiným než zřizovatelem, granty a v neposlední řadě z evropských fondů. Hospodaření příspěvkové organizace se řídí jejím rozpočtem, který po zahrnutí příspěvku ze státního rozpočtu musí být sestaven jako vyrovnaný. Rozpočet Národního technického muzea musí zahrnovat pouze výnosy a náklady související jen s hlavní činností definovanou v již zmíněné zřizovací listině.

Zřizovací listina vymezuje především základní účel zřízení dané organizace a předmět její hlavní činnosti, označuje statutární orgány, vymezuje majetek a vyznačuje organizační strukturu instituce a její změny.

Při sestavení rozpočtu na daný účetní rok musí muzeum rozpočtovat i použití finančních prostředků z rezervního fondu, popřípadě i finanční prostředky, které v během roku obdrží ze zahraničí. Jsou to veškeré dotace, příspěvky a dary, nejenom z fondů Evropské unie, ale z různých grantů obcí, magistrátu, poté grantových zastupitelství a agentur České republiky, mohou to být tzv. spoluřešitelské projekty, kdy pracovník muzea se podílí na nějakém projektu cizí organizace a to v České republice nebo zahraničí.

Vlastní zdroje vytvářejí především tržby ze vstupného, poté příjmy z krátkodobých i dlouhodobých pronájmu, příjem z poskytnutých služeb a prodejů. Dalším zdrojem financování jsou sponzorské peníze a dary. Vlastní zdroje, pocházející z tržeb ze vstupného, od otevření muzea se pohybují v průměru 30 miliónů korun ročně.

Národní technické muzeum si pro následující období vytýčilo, že se zaměří z hlediska své obchodní politiky na tyto stěžejní oblasti. Na každém z bodů se intenzivně pracuje.

1. Rozvoj prodeje suvenýrů a dalších upomínkových předmětů souvisejících s návštěvou Národního technického muzea. Od letošního roku pronajímá Národní technické muzeum prostory pro dva muzejní obchody. Zde jsou prodávány i produkty a zboží Národního technického muzea.

2. Intenzivnější využívání možnosti pronájmů velmi výnosných a reprezentativních prostor stavby Národního technického muzea. Snahou Národního

technického muzea je tyto prostory pronajímat pro konference, komerční akce semináře, tiskové konference, případně další možné využití pro širokou veřejnost.

3. Zefektivnění činnosti směřující k vyhledávání možných sponzorů a donátorů, kteří mají kapacitu výrazně pomoci Národnímu technickému muzeu v přípravě výstavních projektů, ale i stálých expozic.

4. Činnost restaurace v Národním technickém muzeu. Tato restaurace v NTM funguje na základě nájemní smlouvy, jelikož není reálné, aby NTM (nedisponuje patřičnými odbornými kapacitami) provozovalo tento typ zařízení samostatně. Prostory jsou pronajaty na základě výběrového řízení. Nynějším nájemcem a provozovatelem je společnost Intercatering s.r.o.

3.3 Ekonomická rozvaha NTM 2011-2012 v číslech

Ekonomická rozvaha Národního technického muzea 2011 v číslech

Ekonomická rozvaha mapuje rok 2011, kdy bylo Národní technické muzeum po několikaleté rekonstrukci opět otevřeno.

Tabulka č. 1: Ekonomická rozvaha 2011

Název položky	Aktuální období (2011)	Minulé období (2010)
AKTIVA CELKEM	1 190 661 755,00	742 467 214,07
NÁKLADY CELKEM	126 262 939,21	91 198 334,12
VÝNOSY CELKEM	132 314 442,87	94 308 816,49
Výnosy z činnosti	48 938 206,66	11 435 072,07
celkové přijaté dotace za rok 2011 činily celkem 243 508 063,86 Kč		

Zdroj: Národní technické muzeum

Všechny dotace byly poskytnuty zřizovatelem. V průběhu roku 2011 Národní technické muzeum pokračovalo v realizaci investičních akcí financovaných z prostředků Ministerstva kultury České republiky: vybudování expozic NTM, III. etapa

rekonstrukce hlavní budovy NTM, v realizaci projektu Centra stavitelského dědictví v Plasích, ve výstavbě depozitární haly č. III Čelákovice a probíhala investice na rekonstrukci areálu Železničního muzea NTM.²³

Ekonomická rozvaha Národního technického muzea 2012 v číslech

Hospodaření Národního technického muzea v účetním období roku 2012 významně ovlivnily následující skutečnosti:

- zvýšení nákladů u energií, služeb a odpisů v souvislosti s navýšením kapacit zprovozněním nové depozitární haly č. 3 v Čelákovících,
- obdobně zvýšení nákladů u energií, služeb a odpisů po dokončení III. etapy rekonstrukce hlavní budovy NTM,
- zvýšení nákladů souvisejících se zpřístupněním nových expozic (sál modelů a expozice technika v domácnosti),
- vývoj pokut a penále za porušení rozpočtové kázně, ke kterému došlo za minulého vedení NTM a
- nákup depozitáře kolejových vozidel v Chomutově.

Tabulka č. 2: Ekonomická rozvaha 2012

Název položky	Aktuální období (2012)	Minulé období (2011)
AKTIVA CELKEM	1 294 035 003,30	1 190 661 755,00
NÁKLADY CELKEM	117 141 107,85	126 262 939,21
VÝNOSY CELKEM	120 833 971,33	129 314 442,87
Výnosy z činnosti	34 242 750,49	48 938 206,66
celkové přijaté dotace za rok 2012 činily celkem 190 593 289,52 Kč		

Zdroj: Národní technické muzeum

²³ KOLEKTIV AUTORŮ. Výroční zpráva Národního technického muzea, 2011 str. 32.

U výnosů ze vstupného se postupně projevuje ze strany NTM očekávaný vývoj návštěvnosti. NTM je bezpochyby atraktivním muzeem, ale ani u nově otevíraných expozic a doprovodných výstav nelze dosáhnout takového zájmu veřejnosti, jako po znovuotevření muzea po několika letech. Dokladem toho je, že za 12 měsíců roku 2012 byla návštěvnost o 1/3 nižší než v roce 2011 za období od 15. 2. do 31. 12. 2011.²⁴

4 Muzeum a veřejnost

„Zpřístupnit široké veřejnosti nové vědeckotechnické poznatky se stává stále složitějším a náročnějším a přitom společensky stále potřebnějším úkolem. Tempo rozvoje vědy a techniky vede navíc k tomu, že se výrazně zkracuje čas, který lze takovému výkladu věnovat. Každý člověk musí vstřebávat stále více nových poznatků a mělo by být snahou všech výchovných a vzdělávacích institucí tento proces poznávání maximálně usnadnit.“²⁵

„Svou významnou roli ve vědeckotechnickém vzdělávacím procesu mají i muzea a centra vědy a techniky. I ona se však musí přizpůsobovat době, podmínkám a tempu současné fáze vědeckotechnické revoluce a vlivům a požadavkům širšího společenského vývoje, a pružně na ně reagovat, průběžně aktualizovat svou práci tak, aby neztrácela souvislost se současným vývojem, ale naopak stála v jeho centru, byla svou zprostředkující úlohou jeho aktivním spoluúčastníkem a získávala pro něj širokou návštěvnickou obec, zejména mládež ve věku volby povolání.“²⁶

K návštěvníkům je potřeba přistupovat jako ke klientům a ne jako k anonymním osobám, které si pouze zakoupí vstupenku v pokladně. Stejně tak nelze spoléhat na to, že se jedná o největší technické muzeum v republice a díky tomu je o návštěvnost svým způsobem „postaráno“. V praxi je situace složitější. Je důležité připravovat krátkodobé výstavy, doprovodné programy, komerční akce, mimořádné akce atd. Pokud je

²⁴ KOLEKTIV AUTORŮ. Výroční zpráva Národního technického muzea, 2012 str. 23.

²⁵ Národní technické muzeum 1978 – 1988, Sborník k osmdesátému výročí založení, část č. 1, Praha 1988, str. 21.

²⁶ Tamtéž.

připravena akce, je dalším bodem její propagace, organizace a vůbec práce s veřejností. Propagace by měla být použita k budování vztahů s ostatními rozhodujícími trhy (zaměstnanci, investory, sponzory). Propagace je prostředkem, jímž muzeum komunikuje s cílovými trhy. Minimálně by muzeum mělo o sobě říct, že existuje a popsat své produkty, které může návštěvníkům poskytnout. Další nedílnou součástí je sponzoring a fundraisingové aktivity. Aktuálně Národní technické muzeum navázalo spolupráci s projektem Srdcerváči na podporu zaměstnávání osob se zdravotním postižením.

PR v muzejnictví má svou váhu, v podstatě se neliší od PR v soukromém sektoru. *„Muzeum či historická památka ze své podstaty mají v soudobém světě, charakterizovaném neustálou změnou, ztělesňovat určitou kontinuitu a trvalost, zatímco zájem a pozornost médií poutají především novinky a události, často efemérní povahy. Média – ve světě i u nás – věnují pozornost sféře kulturního dědictví především ve spojení s nepředvídatelnými situacemi, problémy a „krizemi“ (krádeže obrazu, živelní pohroma, havarijní stav určité kulturní památky, uzavření expozice pro nedostatek prostředků, nedostatek financí na obnovu kulturního dědictví, vnitřní problémy instituce, společensky kontroverzní téma výstavy, odvolání ředitele apod.), v lepším případě u příležitosti zpřístupnění či otevření nového objektu, výstavy nebo programu. Mnohem obtížnější je ovšem získat publicitu pro to hlavní a nejdůležitější, pro to, co je k dispozici stále – tedy základní nabídku muzea či památky v podobě sbírek, stálých expozic, vlastního objektu či věcné informování o reálných potřebách a problémech celého sektoru či konkrétní instituce.“²⁷*

4.1 Prostředí muzea

Důležité je znát prostředí muzea. Detailní znalost usnadní práci a připraví půdu pro budoucí rozvoj. *„Prostředí je možné rozčlenit na vnější mikroprostředí, mezzoprostředí a makroprostředí (používají se též termíny mikrookolí a makrookolí). Do sféry mikroprostředí patří například vztahy s dodavateli, distributory, zákazníky a konkurencí, do mezzoprostředí jsou většinou řazeny subjekty, které působí (například)*

²⁷ KESNER, L. Marketing a management muzeí a památek, Grada, 2005, str. 234.

*v tomtéž regionu, ale nemají na organizaci přímou vazbu (např. komerční firmy, které mohou vystupovat v konkurenčních vztazích jakožto potenciální zaměstnavatelé) a do makroprostředí patří především vlivy politického, ekonomického, společenského, kulturního a technologického prostředí. Musíme se ptát: Kdo nás navštěvuje? Proč dochází tento rok k poklesu návštěvnosti? Jakým způsobem probíhá typická návštěva a jak bychom mohli tuto informaci využít k dalšímu zlepšení našich služeb? Co lidé v našem muzeu nejvíce postrádají? Takové otázky je potřeba si pokládat, tak abychom znali naše návštěvníky. A v neposlední řadě znát perfektně produkt, který prodáváme nebo nabízíme.*²⁸

Standardně se v Národním technickém muzeu používají návštěvní knihy, kde lze velmi snadno zjistit, co a kde návštěvníkům chybí. Co je trápí a naopak co by návštěvníky potěšilo. Další typický postup, jak zjišťovat informace je komunikace s kustody jednotlivých expozic. Každá expozice má jednoho či dva kustody, kteří dohlížejí a kontrolují danou expozici. Často to jsou lidé, kteří mají k vystavované sbírce profesní vztah. Tito lidé jsou velmi dobrými pozorovateli a dokáží často velmi dobře odhadnout potřeby návštěvníků a následně doporučit zlepšení. Také jsou prvními, kteří jsou osloveni, pokud návštěvníci v muzeu něco postrádají anebo naopak pokud je něco potěší. Oproti dotazníkovým šetřením a jiným výzkumným metodám se jedná o přirozené předání informací. „*Omezujícími vnějšími faktory v kulturní a neziskové sféře jsou ekonomické činitele (rozpočtové možnosti), právní činitele (legislativa) a společenské činitele (jak veřejnost vnímá danou aktivitu)*“²⁹

Poslední metodou získávání informací v Národním technickém muzeu je pokladní systém. Systém uchovává data z prodeje vstupenek. Pokladní nejen, že zadává do systému počty prodaných vstupenek, ale také zadává informace, zda se jednalo o osobu dospělou, důchodce, dítě, držitele ZTP nebo studenta. Další kolonkou pokladního systému je informace o národnosti. Bohužel s daty Národní technické muzeum dále nepracuje a ani pokladní systém nerozvíjí. V nejbližší době je hlavním úkolem pravidelně výsledky systému analyzovat a dle návštěvnosti v jednotlivých měsících roku připravovat a cílit doprovodné akce a další projekty.

²⁸ BAČUVČÍK, R.: *MARKETING KULTURY*, Divadlo, koncerty, publikum, veřejnost, 2012, str. 45.

²⁹ JOHNOVA, R.: *Marketing kulturního dědictví a umění*, 2008, str. 45.

4.2 Profil návštěvníka

Publikum kulturních institucí je rozdílné od turistů, přes školní třídy, táborové výpravy po návštěvníky s hlubokým odborným zájmem a znalostmi. Studie a výzkumy slouží právě k tomu, abychom mohli poznat naše návštěvníky, jejich upřednostnění a pokud možno i pohnutky vedoucí ke konzumaci produktů. V předešlých letech proběhla řada studií, které se věnovaly poznáním různých typů návštěvníků a jejich socioekonomickou a demografickou charakteristikou.

První studie na tomto poli se uskutečnila v 60. letech 20. století a vypracoval ji tým kolem francouzského sociologa Pierra Bourdieu. Kombinovali empirický výzkum s propracovanou teorií kultury a její distribuce. Její autoři došli k tomu, že publikum muzea se rekrutuje z vyšších společenských vrstev a s vyšším vzděláním. Pro členy nižších společenských vrstev bylo muzeum naopak málo čitelné a souhrnné působení z návštěvy muzea pro ně nemělo valný význam.

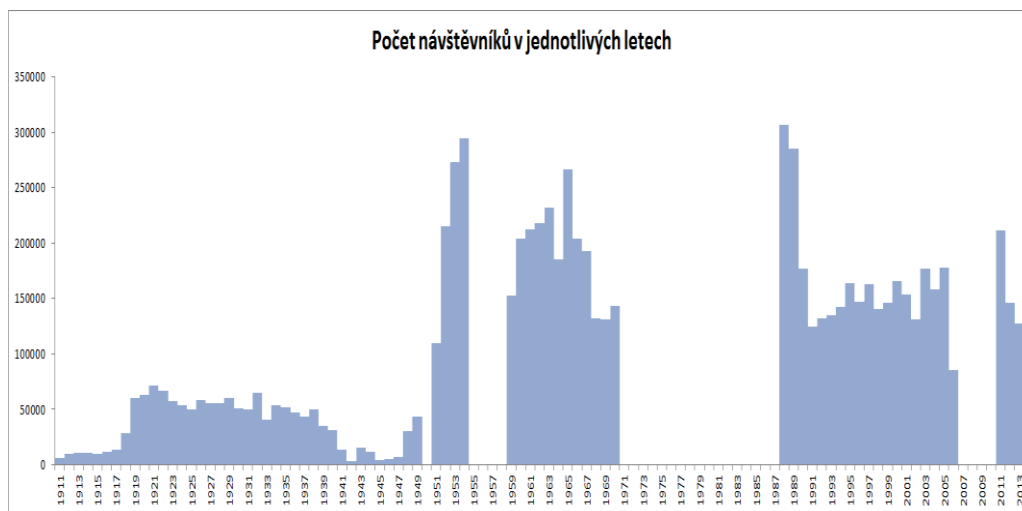
Marketingové výzkumy z posledních let se zaměřují na vztah veřejnosti a dané kulturní instituce, na zodpovězení základních otázek týkajících se komunikace mezi cílovými skupinami a muzeem. Výsledky z těchto průzkumů mají sloužit jako východisko ke zlepšení komunikace, nastavení nových komunikačních strategií a tím zlepšení povědomí o instituci a také rozšiřování zdrojů financování pro danou kulturní instituci.

Základní sociodemografické výzkumy zjistily, že muzejní publikum od celkové populace odlišuje v následujících souhrnech znaků:

- Je vzdělanější
- Má vyšší příjmy
- Má vyšší sociální postavení
- Podíl žen převažuje nad muži
- Etnické menšiny jsou jen minimálně zastoupeny

4.3 Vývoj návštěvnosti NTM

Graf č. 1: Návštěvnost



Zdroj: Národní technické muzeum

Graf mapuje vývoj návštěvnosti Národního technického muzea od roku 1911 až po současnost. Rok 2013 je odhadem na základě výpočtu poměrné části. Graf byl vytvořen na základě dohledaných informací z archívu NTM a od roku 2011 jsou data dohledatelná na základě pokladního systému DATAC.

Absence dat pro léta 1955 – 58 – je dána tím, že nelze s naprostou přesností stanovit počet návštěvníků, protože do něho byli zahrnováni nejen návštěvníci expozic a výstav v budově Národního technického muzea, ale i v pobočkách NTM v Brně, Jablonci, v Příbrami a na Sázavě, a také účastníci dopoledních přednáškových matiné NTM a odpoledních filmových představení. K podobné chybě docházelo i v letech 1970 až 1987. Dalšími roky, kde není v grafu zaznamenána návštěvnost je období, kdy byla budova na Letné rekonstruována.

Z grafu je zřejmé, že NTM zaznamenalo výrazně vyšší průměrnou návštěvu své budovy po její rekonstrukci a následném slavnostním otevření v únoru 2011. Přestože byla nejprve otevřena pouze dopravní hala a až následně další expozice, tak si lidé do muzea cestu našli.

Tento graf potvrzuje hypotézy tohoto dokumentu, kdy je očekáván v příštích letech další pokles návštěvnosti. Proto je potřeba služby muzea vhodně doplnit o programy, které opět přivedou návštěvníky do NTM.

Faktory neovlivnitelné

Je mnoho faktorů, které ovlivňují roční návštěvnost. Například v roce 1965 byla roční návštěva 266.662 osob. Tato návštěva je jedna z nejvyšší v historii NTM a byla ovlivněna především III. Celostátní spartakiádou. Dalším výrazným faktorem zasahujícím do počtu návštěvníků a to nejen v ročním přehledu, ale i měsíčním má samozřejmě počasí. Pro zajímavost v roce 1966 byla průměrná měsíční návštěvnost zhruba 17 000 osob. V září tohoto roku byla však stále letní vedra a tak v tomto měsíci byla návštěvnost pouhých 7 746 osob. Zde jsou popsány faktory, které vedení muzejní instituce neovlivní, ale dále jsou faktory, které jsou ovlivnitelné a prokazatelně návštěvnost zvyšují. Neodmyslitelně ovlivnila a to nejen návštěvnost i válečná období.

Faktory ovlivnitelné

Historicky nejvyšší návštěvnost byla zaznamenána v roce 1988, kdy muzeum připravilo několik aktivit, do té doby neobvyklých. Například se NTM připojilo k Pražskému kulturnímu létu a před budovou probíhal několikadenní program, v němž mohli návštěvníci sledovat tavbu železa, ruční výrobu papíru, nechat se vyfotografovat historickým procesem ferrotypie a mnoho dalších doprovodných akcí.

V podstatě až v roce 1988 je výrazněji zaznamenán třetí pilíř muzejní práce a to prezentace a propagace. V témže roce byla v NTM uspořádána Předvánoční počítačová pouť, která na sebe soustředila značným zájem lidí. Zároveň však, v panující atmosféře předpřevratové, probíhaly výstavy jako Příspěvek Prahy k programu elektronizace, Mladí ve strojírenství, Praha 7 od února 1948 do února 1988.

5 Atraktivnost kulturních institucí ve 21. století

Aby muzeum vyšlo vstříc svým návštěvníkům ve 21. století, mělo by se vydat novou a méně probádanou cestou. Muzeum musí být místem zajímavých zážitků a zkušeností, na kterých se může návštěvník sám aktivně podílet. Zážitky musí být tak příjemné a silné, aby se návštěvník do muzea pravidelně vracel. *„Na prvním místě je to zdánlivě protikladný požadavek – otevřít se širším vrstvám zájemců, stát se atraktivní alternativou prožívání volného času a vzdělávání i pro ty, kdo se muzeu zatím vyhýbají, ale současně si zachovat svoji identitu, nepřizpůsobit se pasivně dominujícím vzorcům kulturní spotřeby a touze po rychlém uspokojení a zábavě.*

Muzea se musí chopit iniciativy, a to bez ohledu na to, zda se to komu líbí či nelíbí. Kdyby muzea setrvala v tradiční muzejně-technologické a institucionální sféře, mohlo by se brzy stát, že by muzea ztratila své existenční oprávnění“³⁰

5.1 Rozhovor – produkční výstavního oddělení Stefan Osciátka

Aktuálnost tématu této diplomové práce přímo vybízí k rozhovoru s Mgr. Stefanem Osciátkou bývalým zástupcem ředitele v městském muzeu a galerii v Hranicích na Moravě a nynějším produkčním a hlavním grafikem Národního technického muzea.

Jak obstojí instituce, jejíž kořeny sahají až do poloviny 18. století, ve světě na počátku 21. století?

Všechno se odvíjí od společensko-politické situace v zemi. Většina muzeí je závislá na přísunu dotací od státu nebo z městských rozpočtů. Očekává se od nich, že za to budou naplňovat přidělené cíle, které nejsou vždy identické s představami a potřebami muzejních institucí, či se dokonce často přičí zdravému rozumu.

Druhý aspekt je složení a hierarchie hodnotového systému společnosti. Je těžké nalézt rovnováhu mezi tím, co žádá stát a města, co si lze za poskytnuté prostředky dovolit, co si žádá společnost a jaká je idea instituce.

³⁰ STRÁNSKÝ, Z. Úvod do studia Muzeologie, Brno 2000, str. 27.

Jaká kritéria musí splňovat expozice v novém tisíciletí?

Především by neměla klesat úroveň sdílených hodnot.

Mají si muzea zachovat svoji tvář, anebo se přizpůsobit moderní době?

Samozřejmě by měly hovořit jazykem, který je srozumitelný současnému návštěvníkovi.

Jaké jsou nové trendy v muzejnictví a jakým způsobem na tyto trendy reaguje Národní technické muzeum?

Zajímavé věci se dějí v soukromém sektoru. Soukromé firmy v rámci propagačně-reprezentačních aktivit představují sbírkové předměty v tematicky ucelených a zároveň velmi atraktivních formách na místech jako jsou zábavní a nákupní centra. A v soukromém sektoru je samozřejmě diametrálně odlišná situace než ve státních příspěvkových organizacích. Když přehlédneme diferentní motivy obou sfér, funkce městského či státního muzea těžko soukromá sféra dokáže nahradit. A to nejen proto, že muzeum jako instituce nejen vystavuje, ale také archivuje, udržuje a vědecky bádá. To je třeba veřejnosti stále připomínat.

V čem se liší prezentace a vůbec celkový přístup muzeí v České republice a muzeí ve světě?

Kdo navštívil technická muzea v Německu nebo třeba ve Spojených státech, jistě vám řekne, že se tamější expozice s expozicemi v našich muzeích nedají srovnat. Je však potřeba mít na paměti rozdílnou velikost poměřovaných států, stav ekonomiky a již zmíněnou politicko-společenskou situaci.

Howard Besser popsal v knize *The Wired Museum - The Changing Role of Photographic Collections with the Advent of Digitization* budoucnost takto: „V této době, kdy čas je tak vzácný, budou lidé méně ochotni absolvovat zvláštní cestu do muzea, aby zhlédli originál, pokud budou mít možnost vidět přijatelnou kopii

na svém domácím počítači a zvláště když si s ní budou moci hrát“. Považujete tento model za reálný?

Víceméně ano. Černobílé vize pravděpodobně neuspějí. Přes stále se zvětšující virtuální prostor a mírou jeho sdílení je pravděpodobné, že stávající muzea tady budou fungovat stále, ale budou se více orientovat na propojení se soukromou sférou. Nakonec se z nich možná stanou instituce soukromé, které budou poskytovat reprezentativní prostory částečně pro komerční účely a částečně budou sloužit návštěvníkům. Možná budou více připomínat nákupní a zábavní zóny.

5.2 Kulturní instituce na počátku 21. století

Dnešní autoři výstav a expozic jsou postaveni před těžký úkol a to je citlivě navrhnout výstavy s důrazem na prezentaci muzejní sbírky a zároveň na zábavnost dané expozice či výstavy. Autoři nesmí dovolit, aby nové výstavy byly statickou prezentací historie. Výstavy musí vznikat ruku v ruce s historicky cennými sbírkovými předměty a za pomoci nových technologií poučit, pobavit a vzdělávat.

„Shakespearovi dnes konkuruje on-line zábava a videohry. I Česko bude brzy řešit, kde na živou kulturu dál brát peníze. A pokud zdejší kulturní organizace se nedokáží transformovat v soběstačné obchodní instituce nebo dosáhnout na evropské dotace, čeká je zřejmě zánik. Tradiční modely financování kultury se hroutí v celé Evropě. Kdo se nepřizpůsobí a nedokáže svůj kulturní spolek transformovat v soběstačnou obchodní instituci, zanikne.“³¹ tvrdí Brett Egan, ředitel amerického DeVosova institutu pro školení arts manažerů. „Živá kultura stojí na kraji propasti. Rok od roku rostou náklady, ceny vstupenek už pořadatelé dávno vyhnali na maximum a běžné zdroje financování od státu a měst rapidně mizí. O publikum i sponzory se živá kultura přetahuje se stále progresivnějšími druhy digitální zábavy. Stojíme tak

³¹ IHNED [online]. 1996-2013 [cit. 2012-12-21]. Kulturu už nemůže dál platit stát. Dostupné z WWW: <<http://byznys.ihned.cz/analyzy-a-komentare/c1-55605900-kulturu-uz-nemuze-dal-platit-stat-rika-brett-egan-reditel-devosova-institutu/>>.

*před zcela zásadní výzvou, a pokud ji nezvládneme, počet organizací produkujících živou kulturu se drasticky propadne také v Česku.*³²

Bret Egan samozřejmě neměl na mysli jen instituce typu Národního technického muzea, které je financováno z peněžních prostředků získaných vlastní činností (prodej vstupenek, suvenýrů, pronájmů) a především finančními prostředky z rozpočtu svého zřizovatele. Jeho výrok se dá aplikovat i na velké národní instituce. Již zmíněným unikátním pokladům, jako je Motocykl Hildebrand & Wolfmüller, letoun Supermarine Spitfire a jiným historickým předmětům dnes konkurují nové počítačové hry, mobilní aplikace a další formy digitální zábavy. Tvrdit, že právě třeba Národní technické muzeum by mohlo fungovat bez příspěvků Ministerstva kultury, je naivní. Je třeba využít atraktivnosti a unikátnosti prostor národních institucí a co nejefektivněji je komerčně využívat. K tomu mohou sloužit např. koncerty, rauty, plesy, svatby, firemní akce, prezentace nových výrobků, pronájmy ploch a jiné. Státní instituce si musejí vytvářet základ stabilního a pravidelného příjmu. „*Vývoj posledních let jednoznačně ukazuje, že ani nejbohatší kulturní instituce nemohou nadále jít cestou extenzivního růstu, kdy potřeba zvyšování přitažlivosti a konkurenceschopnosti roztáčí nekonečnou zhoubnou spirálu. Snaha přilákat více návštěvníků a zdrojů vyvolává nákladné investice do zařízení, programů a služeb, které může zaplatit jen další zvyšování návštěvnosti a příjmů.*“³³ Plus nabídka zpoplatněných doprovodných programů tematicky zaměřených k výstavám, expozicím, sbírkám.

Další cestou je sponzoring. Dobře připravené jednání s firmami, které by potencionálně mohly instituci podpořit je alfa a omegou budoucí spolupráce. Velké firmy bojují se zahlceným prodejním trhem a neustále hledají nové formy propagace a možnost prezentace v uznávané instituci je jednou z možných a zajímavých variant. Výraznou finanční měrou se například podílely firmy TESCO a především ETA na expozici Technika v domácnosti. Snaha finančně podpořit vznik expozic a výstav je stále znatelnější. Cílem je najít kompromis tak, aby byla spolupráce pro obě

³² IHNED [online]. 1996-2013 [cit. 2012-12-21]. Kulturu už nemůže dál platit stát. Dostupné z WWW: <<http://byznys.ihned.cz/analyzy-a-komentare/c1-55605900-kulturu-uz-nemuze-dal-platit-stat-rika-brett-egan-reditel-devosova-institutu/>>.

³³ KESNER, L. Marketing a management muzeí a památek, Grada, 2005, str. 53.

strany přínosná, přesto je nutné mít stále na paměti, že se jedná o organizaci zřízenou k plnění úkolů ve veřejném zájmu.

5.3 Ukázka spolupráce

Další možnou formou spolupráce v rámci expozice Technika v domácnosti je projekt se společností Elektrowin, a.s. Společnost Elektrowin, a.s. byla založena v roce 2005 jako provozovatel kolektivního systému pro recyklaci elektrospotřebičů, jejíž povinnost vyplývá ze zákona. Akcionáři společnosti jsou přední výrobci domácích elektrospotřebičů působících na našem trhu. Aby byl program úspěšný, klade důraz na rozšíření informovanosti mezi samotnými spotřebiteli. Společnost proto podporuje řadu recyklačních programů např. „Recyklujte s hasiči“, „Recyklohraní aneb uklidme si svět“ a dále programy s obcemi nebo zoologickými zahradami.

Diskutovaná spolupráce v NTM by předně vycházela z napojení na stálou expozici a sbírku Technika v domácnosti. Dále by mohla být společnost spolupracujícím partnerem i dalším expozicím jako bude vznikající Chemie kolem nás nebo budoucí expozice Elektrotechniky a akustiky na Masarykově nádraží, kde Národní technické muzeum vlastní budovy bývalého železničního depa. Téma recyklace může být zařazeno i do didaktického programu NTM Enter – edukativní program Národního technického muzea. Jednalo by se tak o rozšíření informační roviny pro návštěvníky muzea (náhled na ekologickou stránku věci, tedy, že zvýšená spotřeba s sebou přináší snahu rychle použité části opět nějakým způsobem využít), posílení akvizičních zdrojů a získání dlouhodobého podporujícího partnera.

Krátkodobá forma spolupráce – tato forma spolupráce se může uskutečnit v podobě jednorázové prezentační akce, ale NTM ani samotné společnosti Elektrowin nepřinese představovaný výsledek. Jednorázová prezentační akce se může uskutečnit v rámci jednoho víkendu, kdy by se pro návštěvníky vyhlásil tzv. Recyklační víkend. Během tohoto víkendu by byl odměněn každý, kdo by přinesl svůj spotřebič k recyklaci (může se jednat třeba o propagační předměty obou subjektů, slevu na vstupném a tak podobně.). Návštěvník, který by přinesl spotřebič zařaditelný do sbírek, získá čestnou vstupenku pro příští návštěvu. Přineslo by to možnost vyzpovídat daného návštěvníka

a o předmětu zjistit něco více – tedy příběh jeho používání. Příběhy týkající se sbírkových předmětů jsou pro odborné pracovníky dalším přínosným informačním vodítkem v jejich bádání.

Další část krátkodobé spolupráce může spočívat v prezentaci firmy a jejich cílů ve výměnné instalaci expozice Technika v domácnosti. Mohou se zde také prezentovat získané spotřebiče od návštěvníků z recyklačního víkendu a ukázat produkty, které z recyklovaného materiálu vznikají. Výstava sestavena z předmětů, které by jinak skončily na skládce.

Oboustranně přínosnější však bude chápat výše nastíněný krátkodobý projekt tzn. recyklační víkend s následnou prezentací jako úvodní akci k dlouhodobější spolupráci.

Dlouhodobá forma spolupráce obnáší vytvoření kalendáře periodicky se opakujících prezentačních akcí. Lidé si tak zvyknou na myšlenku, že v Národním technickém muzeu mohou odložit svůj nepoužívaný spotřebič i s tím uspokojením, že bude-li se hodit do sbírek, bude žít v jiné roli dál. Jedná se tedy o zajištění nepřetržité možnosti přijetí spotřebičů k recyklaci. To tedy znamená, že se NTM stane registrovaným odběrovým místem (smluvní podmínky budou věcí dalšího jednání) a bude přijímat spotřebiče k recyklaci, které si Elektrowin bude pravidelně odvážet.

V rámci dětského edukativního programu Enter může být připraven program o cyklickém využití odpadů a jejich vlastností jako druhotné suroviny ve výrobním procesu. Může se dětem vysvětlit, kolik ušetří nových surovin, když dají recyklovat jeden spotřebič a jaké nové materiály se z recyklátu vyrábí (to se samozřejmě může odehrát i na praktických ukázkách). Přesah z edukativního programu Enter může být samozřejmě i do nově vznikající expozice Chemie.

Další možností využití recyklačního programu v NTM je (po určení periodicity např. šesti měsíců) prezentace předmětů v rámci expozice Technika v domácnosti, které byly z těchto akcí zařazeny do sbírky. Prezentace se nemusí odehrávat jen v prostorách expozice samotné, ale i v rámci prostoru navazujícím na expozici.

5.4 Prezentace muzea ve 21. století

V úvodu této kapitoly je nutné podotknout, že převážná část muzeí v České republice se nevěnuje sledování nových trendů na poli výstavnictví a muzejnictví, ale snaží se o to nebo to předstírají. Nedílnou součástí kvalitního a úspěšného muzejníka by mělo být i cestování, aby mohl sledovat světové trendy a účastnit se muzejních veletrhů a jiných Mezinárodních setkání. Bohužel především menší muzea nemají na tyto cesty finance ani čas, a tak by se měla nechat inspirovat většími muzei u nás.

Nové trendy ve výstavnictví se dělí do pěti základních kategorií. Jedná se o:

- nová témata,
- využití informačních technologií,
- aktivizaci návštěvníka,
- doprovodné programy
- webové stránky.

Nová témata

„První téma, respektive oblast, jsou nová témata. Jedná se o hledání a nalezení takových témat, která budou reflektovat klíčové momenty pro dané místo – region – stát, přičemž zároveň dokáží komunikovat s aktuální společenskou situací a zájmem. Muzeum se tak na jedné straně nevzdává své role udržovatele a zprostředkovatele přírodního a historického dědictví, aniž by muselo podbízivou formou přistupovat k prezentaci aktuálních či kuriózních záležitostí, na straně druhé musí reflektovat společenskou realitu a propojovat svá připravená témata z oblasti dějin 20. století (odsun, komunistická totalita, historie všedního dne). Jmenovat můžeme projekty boskovického muzea s tématy židovského osídlení Boskovic a v celonárodní rovině například veleúspěšnou výstavu Republika, která vznikla k 90. výročí vzniku Československa.

Dále zmiňme témata související s cestováním na netradiční místa. Další aktuální a zajímavou oblastí je oblast ekologie a životního prostředí. Zde má české muzejní prostředí ještě výrazný deficit. Čtvrtou tematickou oblastí je sportovní prostředí, které opět dokáže při zpracování historického ohlednutí a se zapojením aktuálních spojení přivést do muzea novou návštěvnickou skupinu. A posledním tématem nebo spíše okruhem, který dokáže zapůsobit i na návštěvníky, kteří běžně muzea

nenavštěvují, jsou známé věci. Pro příklad poslední stálá expozice V Národním technickém muzeu Technika v domácnosti.“³⁴

Obrázek č. 3: Sokolský slet v roce 1938 - mimo jiné je zde vystaven Prapor věnovaný Čsl. obci sokolské prezidentem E. Benešem k X. všesokolskému sletu v Praze roku 1938



Zdroj. Národní muzeum

Expozice Technika v domácnosti je první expozicí tohoto druhu v dějinách NTM, a jednou z mála takto zaměřených expozic ve střední Evropě. Nová expozice v budově Národního technického muzea na Letné se soustřeďuje výhradně na „pomocníky v domácnosti“ – mechanické, plynové i elektrické. Jak se předpokládalo, tak neúspěšnější částí této výstavy jsou výrobky prodávané kdysi v Tuzexu. Expoziční sál o rozloze 600 metrů čtverečních je prostoupen dějinami techniky usnadňující hygienu, úklid, přípravu pokrmů aj. Jednotlivé časové celky, kterých je sedm, jsou řazeny v retrospektivním sledu, tedy od současnosti do minulosti. Každý celek je doplněn o moderní audio-vizuální techniku. Organickou součástí expozice jsou multimediální projekce včetně sekvencí z historických filmů, prezentací výrobců, proces práce vývojářů. Už při příchodu do expozice přivítá návštěvníky animace na téma historického vývoje spotřebičů pro domácnost. Architektem expozice se stal Prof. Ak. Arch. Jiří Pelcl.

³⁴ Úvod do muzejní praxe, Asociace muzeí a galerií České republiky, Praha 2010, str. 295-296.

Informační technologie

*„Druhým celkem patřícím do nových trendů výstavnictví je využití informačních technologií. Muzeum ve 21. století vstupuje do virtuálního světa a musí zčásti rezignovat na svůj fundament – originální a „uchopitelný“ sbírkový předmět.“*³⁵ S tímto velmi často nesouhlasí kurátoři jednotlivých sbírek, kteří se o sbírky starají mnohdy několik desítek let a nejsou těmto novým technologiím nakloněni. A jelikož při tvorbě expozice nebo výstavy bývá kurátor dané sbírky i autorem či garantem výstavy, jsou jednání o budoucí expozici či výstavě velmi složitá a najít kompromis je často nadlidským úkolem. *„Složitější, modernější a vyžadující intenzivnější přípravu je realizace speciálních programů s využitím databází, prezentačních softwarů, atd. Tento přístup předpokládá jednak přípravu podkladů, jednak instalaci počítačů přímo ve výstavě. Jedná se např. o speciální programy věnované hlubším informacím, ať již pro edukační využití či pro odbornou veřejnost, kdy se návštěvník může podívat na místě výrazně podrobněji do problematiky. Další možnosti jsou pak speciální prezentace, např. pomocí projekce počítačového programu lze skvěle ukázat vývoj konkrétního místa během staletí (katastrální mapa s „průletem“ staletími se změnou půdorysů a dat o počtu domů, obyvatel, klíčových událostech). Příklady podobných technologií jsou doposud v České republice ojedinělé.“*³⁶

Za zmínku však stojí expozice Památníku v Lidicích či expozice Národního památníku na Vítkově. V zahraničí je inspirací mnoho, například Historické muzeum města Amsterdamu, muzeum Varšavského povstání, expozice vývoje nacismu ve sjezdovém paláci v Norimberku a také Muzeum hygieny v Drážďanech.

V muzeích na našem území a především u těch největších by neměly chybět audioprůvodci. Audioprůvodce je nová prezentační technologie – zařízení v podobě sluchátka, umožňující získat návštěvníkům významných památkových objektů, galerií a muzeí individuální výklad. Národní technické muzeum tuto technologii, která je v jiných velkých muzeích a to především v západní Evropě běžnou, nevyužívá. Audioprůvodce je poučný, zajímavý a kromě všech věcných informací obsahuje i mnoho zajímavostí a další funkce. Hlavní devízou je možnost neustále obsahovou část

³⁵ Úvod do muzejní praxe, Asociace muzeí a galerií České republiky, Praha 2010, str. 296-297.

³⁶ Tamtéž.

měnit a doplňovat. Výklad je k dispozici v mnoha jazykových mutacích. Nejnovější audioprůvodci se dokonce vyrábějí s dotykovou obrazovkou, která může nahradit pracovní listy. Prohlídka muzea, tak může být zpestřena hrou nebo soutěží. Díky svým technologickým možnostem může návštěvníkům ukázat i dočasně uzavřené prostory, ve kterých probíhají rekonstrukční práce.³⁷ Mohou rozšířit informace pro návštěvníky a je to otázka finančních možností neměly by zcela vytlačit nabídku lektorské činnosti.

„Druhou možností je možnost přenesení výstavního projektu do virtuálního prostoru a realizovat výstavu přímo prostřednictvím webové prezentace. Samozřejmě se ztrácí autentická komunikace návštěvníka s konkrétním předmětem, neklesá však informační hodnota. Zároveň umožňují virtuální prezentace „vystavit“ tímto způsobem i předměty, které by mohl klasický způsob vystavení poškodit. Nehledě na skutečnost, že virtuální prezentace zároveň působí jako propagace muzea a dokáže přilákat návštěvníka také k fyzické návštěvě muzejní instituce. Virtuální výstavy byly dlouhou dobu doménou anglosaského muzejnictví, průkopníkem je např. americký památník holocaustu, který je zároveň výrazně zaměřen na edukační stránku. Od konce devadesátých let 20. století jsou však podobné projekty taktéž součástí české muzejní praxe. Za všechny bych chtěl jmenovat výstavní projekt Uměleckoprůmyslového muzea v Praze z roku 2003 věnující se dílu designéra Ladislava Sutnara, projekt iGalerie zpracovaný v roce 2005 Moravskou galerií v Brně, popř. mezinárodní projekt Národního muzea z roku 2005 „Lidé pro Evropu“, zpracovávající osudy významných postav střední Evropy.“³⁸

Virtuální muzeum je v podstatě multimedialní prezentace sbírek. Ta je dostupná v kognitivním prostoru s nekonečnou kapacitou na rozšiřování, kombinování a neomezenou možností kompozice a následné dekompozice.

Aktivizace návštěvníka

Dalším z nových trendů je tzv. aktivizace návštěvníka. *„Při aktivizaci návštěvníka je nutné rozlišovat mezi programy připravenými pro návštěvníka „místního“, spojeného s životem v dané komunitě města či regionu, a návštěvníkem*

³⁷ Muzea- autorský zákon a digitalizace, Asociace muzeí a galerií České republiky, Praha 2011, str. 57

³⁸ Úvod do muzejní praxe, Asociace muzeí a galerií České republiky, Praha 2010, str. 297.

„hostem“, který přichází jednorázově. Škála programů aktivizujících návštěvníka se odvíjí od celkem jednoduchých záležitostí, jako jsou soutěže, anketa či příprava praktických ukázek, např. u řemesel. Složitější je pak příprava pracovních listů pro školy, pracovních dílen, hmatových či multimediálních programů.“³⁹ V Národním technickém muzeu jsou prodávány pracovní listy Šikula a Šikulka. Slouží k samostatnému řešení úkolů v expozicích. NTM vydává dva druhy těchto listů, prvním je pracovní list Šikulka (8-12 let) a druhým je Šikula (12-15 let). Pracovní list obsahuje pět otázek ke každé expozici a vystřihovánku, kterou si malí návštěvníci odnesou domů.

Dalším úspěšným programem Národního technického muzea jsou již nyní tradiční víkendové workshopy pro děti a jejich rodiče s názvem Architektem v Národním technickém muzeu. Návštěvník si zde může navrhnout trojrozměrný model budovy. Fantazii se meze nekladou – podle schopností si následně z návrhu může návštěvník vytvořit ze speciálního modelářského materiálu libovolnou stavbu. Ty nejlepší stavby jsou poté doplněny do modelového kolejiště v Sále modelů s hernou Merkur. Každý tak v podstatě může obohatit expozici Národního technického muzea. Úspěšnými se též staly soutěže a to především ty pořádané na sociální síti Facebook. Pravidelně se zde soutěží o čestnou vstupenku pro dvě osoby. Soutěž je jednoduchá, kdo první odpoví na námi zadanou otázku, vyhrává. V plánu je i nová soutěž, kterou pro NTM připraví vývojáři z firmy KNOW HOW solutions.

Doprovodné programy

Předposlední oblast nových trendů není ničím výrazně novým, přesto si zaslouží zařazení do této kapitoly. Doprovodné programy se staly běžnou součástí výstav, ale není na ně kladen dostatečný důraz, a tak nesplňují kvalitu, kterou by se dané muzeum mělo prezentovat. Tento problém je často dán nekvalifikovaností lektora na dané odborné téma nebo tím, že lektori nejsou anebo úzká spolupráce s kurátory. „Doprovodné programy by měly návštěvníka dostat hlouběji do tématu, jako příklad bych chtěl uvést jeden konkrétní doprovodný program k expozici 20. století v česko-rakouských vztazích na Dolnorakouské zemské výstavě v Telči 2009. Návštěvník měl

³⁹ Tamtéž.

možnost zvolit si osud Němce, Čecha či Žida (navíc ještě muže či ženy), a na základě výběru dobových dokumentů „typizovaně prožít“ svůj osud. Tento program dokáže návštěvníka mnohem výrazněji vtáhnout do prezentace dějin tohoto pohnutého století, než by to dokázala „pouhá“ panelová expozice kombinovaná se sbírkovými předměty“⁴⁰

Pokud bude muzeum nebo i galerie na výše uvedených oblastech intenzivně pracovat, nemusí se bát o budoucí návštěvnost své instituce. Námětů, jak obsahově, technologicky a programově udělat výstavu či expozici pro velkou část populace, je mnoho. Je potřeba umět získat peníze a utvořit kvalitní projekt s kvalitním a především cílevědomým týmem lidí, kteří dokáží projekt zdárně dokončit.

Národní technické muzeum vydává dvouměsíční přehled doprovodných programů. Ten je distribuován po informačních centrech v Praze, dále je rozeslán newslettery médiím a do předplacených inzercí. Tento seznam obsahuje avíza na přednášky, komentované prohlídky, workshopy a mimořádné akce. Stejně se to týká doprovodných programů a vůbec všeho, co je spojené s prezentací a službou pro návštěvníky. Níže je ukázka, jak doprovodné programy vypadají a co Národní technické muzeum nabízí návštěvníkům v rámci služeb doprovodných programů. Aktuálně oddělení práce s veřejností od tohoto modelu tiskové prezentace upouští a nově vznikají „Novinky“, které jsou vydávány v novinovém formátu. Výhodou této formy prezentace je komplexnost a možná budoucí nadstavba. Ukázka „Novinek“ v příloze č. 2.

Ukázka ze souhrnu doprovodných programů

7. 2. 2013 - Jiří Hulák: „Pomocníci v domácnosti“ a světový vývoj techniky a designu ve 20. století. - Přednáška připomene intenzivní vývoj techniky v domácnosti, v němž sehrála klíčovou roli aplikace moderních technických vynálezů, ale také činnost průmyslových výtvarníků - designerů.

Přednáška začíná /17:00/ Přednáškový sál

7. 2. 2013 - Komentovaná prohlídka výstavy „Drobné perly české architektury“ v expozici architektury, stavitelství a designu. - Výstavou, která přibližuje nedávno vydanou stejnojmennou knihu s texty historika umění doc. PhDr. Jiřího T. Kotalíka

⁴⁰ Úvod do muzejní praxe, Asociace muzeí a galerií České republiky, Praha 2010, str. 300.

a architekta Davida Vávry a fotografiemi Pavla Friče, Vás provede jeden z autorů Jiří T. Kotalík, současný rektor Akademie výtvarných umění.

Komentovaná prohlídka začíná /18:00/ výstava

14. 2. 2013 - Komentovaná prohlídka výstavy Otto Petschka. - Komentovanou prohlídkou výstavy vás povede ředitel odboru muzea architektury a stavitelství PhDr. Martin Ebel, Ph.D.

Komentovaná prohlídka začíná /16:00/ výstava

16. 2. – 17. 2. 2013 - Architektem v Národním technickém muzeu. - Náš nový víkendový workshop, kde si můžete navrhnout a vytvořit trojrozměrný model budovy. Workshop proběhne v Sále modelů s hernou Merkur.

Workshop /10:00 – 14:00/ Sál modelů s hernou Merkur

21. 2. 2013 - Komentovaná prohlídka expozice Architektury, stavitelství a designu. Přijďte na komentovanou prohlídku stále expozice architektury, stavitelství a designu. Průvodcem bude jeden z autorů, kurátor sbírky architektury Petr Krajčí. Dozvíte se, jak expozice vznikala, jaké poklady máme ve sbírkách a co nového se připravuje.

Komentovaná prohlídka začíná /16:00/ expozice

21. 2. 2013 - Petr Kliment: „Fotografie pohybu ve sbírkách Národního technického muzea“. - Přednáška představí unikátní kolekci chronofotografií z konce 19. století ze sbírek Národního technického muzea.

Přednáška začíná /17:00/ Přednáškový sál

3. 3. 2013 - Den s Pražskou pobočkou České astronomické společnosti. Jde o schůzku pobočky (před otevírací dobou) a následující program přístupný veřejnosti – přednášky s astronomickou tematikou. Během akce budou před hlavním vchodem instalovány dalekohledy s HAlfa filtrem pro pozorování protuberancí, filamentů a fakulových polí a dalekohledy s neutrálním filtrem pro pozorování fotosféry

a slunečních skvrn nebo (pokud bude zataženo) budou demonstrovány schopnosti dalekohledů na pozemských cílech. Pozorování budou doprovázena odborným výkladem.

7. 3. 2013 - Komentovaná prohlídka výstavy Rezidence Otto Petschka

Komentovaná prohlídka proběhne v 16.00 hod. Sraz účastníků u pokladny Národního technického muzea. Návštěvníky provede výstavou ředitel odboru muzea architektury a stavitelství PhDr. Martin Ebel Ph.D.

Velký výstavní sál, přízemí, vstupné 60 Kč, čas 16.00

7. 3. 2013 – Ivana Lorencová: „Chemie všude kolem nás“

Jako hlavní námět byl zvolen příběh setkávání člověka a chemie během dne. Příběh, jehož cílem by mělo být uvědomění si, že chemie je skutečně všudypřítomná a pro člověka a jeho existenci zcela nepostradatelná (Voda. Vzduch. Hygiena. Mýdla. Detergenty. Kosmetika. Potraviny. Výživa. Zdraví a léčiva. Materiály. Doprava. Volný čas) + OCHUTNÁVKA

Přednáškový sál, přízemí, vstupné 60 Kč, čas 17.00

Důležitá je neustálá nabídka, která naláká návštěvníky do Národního technického muzea. Pravidelnost je zásadní proto, aby si lidé zvykli na doprovodné akce, které navštěvují. Tato krátká část tohoto dokumentu je ukázkou, jak mají doprovodné programy fungovat.

Webové stránky

Webové stránky v dnešní době, kdy se muzea potýkají s nedostatkem financí, skýtá obrovské možnosti v komunikaci s veřejností. Značná pozornost je dnes v tzv. digitalizované době věnována internetu jako médiu, které překonává vzdálenosti a čas. Webové stránky jsou pro každé muzeum do určité míry výkladní skříní své instituce. Internet nabízí muzeí a galerií, ale samozřejmě i dalším kulturním institucím, velký prostor pro své marketingové aktivity, které ne vždy dobře a efektivně tyto instituce využívají. Návštěvníci muzeí a jiných kulturních aktivit berou za samozřejmost možnost dohledat si veškeré informace o akci, kterou se chystají navštívit.

Webové stránky Národního muzea www.ntm.cz jsou hlavní informačním a komunikačním nástrojem pro návštěvníky. Své stránky používá k informování o jejich expozicích, dočasných výstavách a doprovodných programech, ale i mimořádných událostech nebo provozně technických záležitostech.

Základní faktory ovlivňující efektivnost webových stránek můžeme rozdělit do pěti kategorií. Produktivita obsahu, efektivnost prohlížení, působení designu, úroveň interakcí a emocionální přitažlivost.

Stránky Národního technického muzea navštívilo během jednoho roku 2011 až 2013 celkem 133 663 návštěvníků. Další podstatnou informací je fakt, že průměrná doba trvání návštěvy webových stránek Národního technického muzea je 03:09 min. Stránky navštěvují z 65,7 % tuzemští návštěvníci a ze zbylých 34,3 % zahraniční návštěvníci. Tato informace potvrzuje důležitost minimálně dvoujazyčné mutace webových stránek.

Analýza webových stránek vychází z nástroje měření efektivnosti internetových stránek Google Analytics. *„Efektivitu webové stránky můžeme měřit počtem návštěvníků během dne nebo v případě komerčních stránek průměrným obratem na návštěvníka, počtem zákazníků apod. Pro účastnické a obsahové stránky navrhli v InSites čtyři další ukazatele: celková spokojenost návštěvníků, jejich zájem o opakované návštěvy, vliv stránky na image značky a firmy a intenzita návštěv čili délka návštěvy.“*⁴¹

Internetové stránky jsou informátorem muzea a je nesmírně důležité, aby stránky byly pravidelně aktualizovány. Muzeum by se mělo snažit o co nepřehlednější stránky, aby se uživatel dokázal rychle zorientovat a byl intuitivně veden a rychle našel informaci, kterou hledal. Především se jedná o úvodní stránku. Úvodní stránka je v drtivé většině případů nejnavštěvovanější z celého webového rozhraní dané instituce. Vedou na ní odkazy z většiny katalogů a odkazů. Je tedy velice důležité, co je na stránce uvedeno.

⁴¹ DE PELSMACKER P.: GEUENS M.: VAN DE BERGH J.: Marketingová komunikace, 2003, str. 497.

6 Komerční využití

Kulturní organizace i správci památek mají k dispozici celou řadu produktů a je na jejich volbě, jakou strategii vhodného a pro zákazníky atraktivního mixu připraví. V první řadě je nutné zdůraznit, že muzea a galerie, ale i knihovny, zámky a jiné kulturní objekty jsou samy o sobě produktem. Nejvýznamnějším a stěžejním produktem je budova.

Budova, interiéry a místo

Budova a její interiéry jsou prvním z produktů, který lze návštěvníkům nabízet. Pro některé památky jako archeologická naleziště, trosky, hrady bez vnitřního vybavení a bez doplňkových expozic, ale i moderní stavby jako Eiffelova věž, Empire State Building, je to produkt základní. Pro takové historické nebo architektonicky významné objekty jsou exponáty druhořadé.

Služby, fondy, sbírky a výstavy

Sbírky a fondy jsou podstatou a základním produktem pro muzea a galerie jsou fondy (např. knihy, periodika, hudební nosiče) základem pro služby knihoven: nabízejí možnost prezenčního studia materiálů a absenční půjčování na omezenou dobu.

Výrobky

Muzea a galerie nabízejí i své hmotné produkty (výrobky), které si zákazník může zakoupit a odnést. Sem patří: katalogy, reprodukce děl, modely exponátů, odborné publikace, upomínkové předměty, propagační suvenýry atd. Organizace je nabízejí prostřednictvím internetového obchodu a ve vlastním obchodě. Národní technické muzeum nevede muzejní obchod, ale pronajímá nebytový prostor k těmto účelům. Přesto může vedení ovlivňovat prodejní sortiment.

Odborné služby

Odborné služby se týkají předmětu činnosti instituce. Kulturní instituce nabízejí prohlídky s průvodcem a odborným výkladem v různých jazycích, komentované prohlídky s autory expozic nebo výstav, odborné přednášky korespondující se sbírkami muzea atd. Národní technické muzeum nyní nenabízí prohlídky s průvodcem, což je výrazný problém, jelikož poptávka po této službě je velmi vysoká. Proto se aktuálně připravuje projekt s využitím externích průvodců.

Programy

Programy jsou akce, které se mohou, ale nemusí, vztahovat k předmětu činnosti muzea, knihovny nebo památky. Přesto se doporučuje, alespoň částečná tematická návaznost na činnost instituce. Například mimořádně zajímavou akcí je Den s Pražskou pobočkou České astronomické společnosti, kdy v Národním technickém muzeu probíhají po celý den přednášky a před budovou jsou připraveny dalekohledy pro pozorování slunce nebo pozemských objektů.

Společenské a komerční služby

Společenské služby jsou produkty, které většina návštěvníků vnímá jako doplňkové, ale pro někoho se mohou stát důvodem k návštěvě. Příjemná restaurace v muzeu nebo literární kavárna je nejen zdrojem zisků, ale přivede alespoň blíže ke kultuře nové segmenty zákazníků. Samozřejmě nemůžeme opomenout dočasné výstavy, životní cyklus na trhu uměleckých děl a životní cyklus knihoven.⁴²

6.1 Praxe

Komerční aktivity by měly fungovat v rámci pronájmů prostor s doplňkovým programem, který ze své podstaty může nabídnout pouze muzeum. Jedná se o unikátní prostory, které jsou zpravidla doplněny neméně unikátními sbírkovými předměty. V praxi bývají tyto prostory pronajímány, nejedná se o žádnou novinku, ale v dnešní době je potřeba nabídnout zákazníkovi (v tomto případě nájemci) pro jeho společenský večer nějakou přidanou hodnotu. Může se například jednat o focení v dobových kostýmech u historických automobilů, motocyklů a jiných sbírkových předmětů. Dnešní technika dovoluje vzniklé fotografie na místě vytisknout v odpovídající kvalitě a hned distribuovat mezi hosty dané akce. Další možností je pro danou akci připravit nevšední zážitek kupříkladu otevřením kapot u několika automobilů a následně doplnit stručný odborným popisem, jak takový motor fungoval. Opět se jedná o technicky poměrně snadnou přípravu.

Dalším projektem, který by dokázal muzeím vydělat nezanedbatelnou sumu peněz, jsou propagační akce. Jedná se například o pronájem prostor – v případě Národního technického muzea to mohou být dopravní haly, kde by výrobci automobilů

⁴² JOHNNOVA, R.: Marketing kulturního dědictví a umění, 2008, str. 65.

a motocyklů mohli prezentovat svoje novinky. Samozřejmě tyto pronájmy by měly fungovat pouze v minimální míře, aby vystavování zde bylo prestižní událostí. A za podmínky, že nebude ohrožen běžný návštěvnický provoz. Vhodnější prostor pro ukázkou technických novinek, nežli Národní technické muzeum, by se asi hledal velmi špatně.

Stejně tak by se mohly prezentovat ve fotografickém ateliéru nové fotoaparáty, ideálně formou workshopu, kde by si návštěvník mohl novinku vyzkoušet. Svým způsobem by muzeum navíc získalo punc interaktivity, kterou návštěvníci vyžadují. Podobným způsobem by mohly probíhat prezentace například v expozici Technika v domácnosti. Důležitým pojítkem by byl schopný manažer, který by se souhlasem generálního ředitele určoval, jak takové prezentace budou probíhat a v jaké míře, aby tyto vlastní ekonomické aktivity byly ku prospěchu instituce a ne naopak. Každý pronájem se musí pečlivě zvažovat ve vztahu k primárnímu poslání a účelu muzea či památkového objektu.

„Na prvním místě stojí zásada, že zajištění bezpečnosti sbírek a prostorů a zajištění plného rozsahu služeb pro širokou veřejnost musí mít jednoznačně přednost před jakýmkoliv finančním ziskem, spojeným s propůjčováním prostor muzea či památky za komerční nájem. K extrémním případům tohoto typu, kdy například v 80. letech první tajemník oblastního výboru KSSS v Leningradě nechal vystrojit svatbu své dcery v historických sálech Ermitáže a hosté zničili a rozkradli desítky kusů sbírkového porcelánu, skla a stříbra, sice u nás nedochází, případy ohrožení prostorů či sbírek, zejména při pronájmech filmování, však ani v našich podmínkách nejsou ojedinělé. Nechvalně známým se stal v roce 2003 případ, kdy díky špatně sestavené smlouvě a nedůsledné kontrole ze strany vlastníka vytrhal filmařský štáb barokní lavice v interiéru chrámu sv. Mikuláše na pražské Malé Straně, aby si zajistil lepší pracovní podmínky. Kromě obecného požadavku přednosti uchovávaných hodnot je třeba zdůraznit nutnost detailně zpracované smlouvy, která přesně stanoví, co pronajímatel smí v daném prostoru činit, včetně sankcí za případné porušení.“⁴³ Základem komerčních pronájmů je kvalitně napsaná smlouva, která instituci chrání při případných

⁴³ KESNER, L. Marketing a management muzeí a památek, Grada, 2005, str. 254 – 255.

vzniklých škodách, a technický dozor, který je při akcích přítomen a usměřuje celou akci.

7 Muzea a školy

„Muzeum vytváří velmi přitažlivé a kvalitní podmínky pro vzdělávání, ale ponechává možnost volby, zda tuto výzvu přijmout či nikoliv. Dobrovolně přijímané vzdělávání má pak pro obě strany dvojnásobnou hodnotu a význam.“⁴⁴

Také popularizace techniky a spolupráce škol a muzea probíhá na půdě Národního technického muzea. Konají se zde přednášky, filmové projekce a komentované prohlídky expozic, pořádají tvůrčí dílny z různých technických oborů a praktická předvádění, jak a na jakém principu různé stroje a zařízení fungují. Toto poslání naplňuje především oddělení muzejní pedagogiky s částečnou pomocí prezentačního oddělení.

Výukové přednášky a workshopy mají vysokou kvalitu a dobré renomé na poli základních a středních škol. Mezi nejčastější programy, které si školy objednávají, patří: Balon, Domácnost, Energie, Fotografie, Gramofon, Čas, Chemie pro osmičku, Chemie pro devítku, Hračka, Kolo, Papír a Rudolf II. – optika.

Nejnovějším workshopem, korespondujícím s nově otevřenou stálou expozicí Technika v domácnosti, je tzv. Domácnost. Žáci se seznámí s různými přístroji a pomůckami k dorozumívání. Srovnají svítivost žárovek a zářivek. Dále porovnají účinnost vaření na elektrické plotýnce a v rychlovarné konvici. Na závěr se seznámí s principem jednoduchého rádia - krystalky.

Prováděné experimenty:

- předávání zpráv pomocí různých komunikačních přístrojů,
- porovnání příkonu a světelného výkonu žárovek a zářivek,

⁴⁴ POLÁKOVÁ, Z. *Inspiration muzejní pedagogiky I.*, Zdeňka Poláková s kolektivem, Brno 2010, str. 10.

- sestavení jednoduchého rádia – krystalky,
- rychlost přivedení vody k varu v různých podmínkách.

K chystaným expozicím, které v letošním roce Národní technické muzeum připravuje, vzniknou workshopy korespondující s obsahem nových expozic. Cílem rozšíření nabídky technicky zaměřených dílen pro žáky navštěvující workshopy v Národním technickém muzeu je popularizovat techniku a fyziku, a tak napomoci ke zvrácení neblahého trendu ubývání technicky vzdělaných mladých lidí, které tato tendence dnešní doby přináší v každodenní praxi.

7.1 Rozhovor - vedoucí oddělení muzejní pedagogiky Miloš Milner

V této části diplomové práce se opět nabízí rozhovor s člověkem, který je odborníkem na danou problematiku, tj. spolupráci muzea a škol. Mgr. Miloš Milner je vedoucím oddělení muzejní pedagogiky v Národním technickém muzeu. Cílem rozhovoru je přiblížit spolupráci muzeí a škol a především nastínit možnou budoucí spolupráci a zjistit, jak do této spolupráce zahrnout nové technologie. Tato kapitola je důležitou součástí diplomové práce, protože muzejní pedagogika je jednou ze stěžejních částí fungování moderní kulturní instituce.

V čem shledáváte největší přínos muzejní pedagogiky pro žáky a pro školy, které se účastní výukových hodin, workshopů a přednášek?

Výhodou je inzerce celků, které se dobře prosazují u vedení jednotlivých škol. Korespondují s obsahy našich výukových hodin a s náplní učiva. Pokusy v Národním technickém muzeu navíc fungují. Je zde více času a energie udělat dobrý pokus, který žáky a studenty dokáže zaujmout. Další výhodou je ukázka konkrétních exponátů. Důležitým momentem je i doporučení praktického vzdělání. Především u žáků 2. stupně základních škol, které pak vyhledávají technické vzdělání. Zde nám velmi pomáhají střední školy technického zaměření.

Zkusme se nyní podívat na dnešní děti. Setkal jste se někdy s případem, že dětem připadají pokusy zastaralé? Například pokusy u optiky, elektrotechniky atd.

jsou desítky let staré a předpokládám, že se příliš neobměňují. Nepreferují děti více počítač a nové technologie?

Ne, pro 99,9 procent dětí je to nové, protože je to všechno v manuální činnosti. Já opravdu nepovídám déle než pět minut a pak hned navazuje manuální činnost. Tady si sedněte, před vámi je hromádka věcí a pospojujte je a vyzkoušejte si to. Tohle je v muzejní pedagogice klíčové. Ty děti si to musejí vyzkoušet v praxi, musí si na to sáhnout, to je stěžejní. I kdyby to měl lektor desetkrát rozebrat, tak na to sestavení musí přijít žák či student sám.

Musí se lektor přizpůsobovat kontextu doby? V podstatě, tak jak jdou dopředu moderní technologie, tak přizpůsobovat hodiny, aby udržel dětskou pozornost?

Pravidelně podporuji pokusy videi například z Youtube. Ukážu nějaké video, jak se potápí Titanic, a hned na to si vyzkoušíme v učebně, jak funguje přístroj telegrafu a pak si vyzkoušíme „Morseovku“. Takže takhle já vidím dnešní propojení s moderními technologiemi.

Ted' jsme se v podstatě dostali k expozicím a výstavním sálům, které studenti a žáci také navštěvují. Jak jsou podle Vás z pedagogického hlediska řešeny expozice v návaznosti na celkovou interaktivitu?

Často slýchávám od dospělých, ne od dětí, že je muzeum málo interaktivní. Že si toho děti tady mohou málo vyzkoušet. Slýchávám Vídeň, Paříž, Kodaň. Nicméně, tak jako tak, dle mého názoru, jde o obsah. Lze používat pracovní listy za pět korun s obyčejnou tužkou, kdy děti plní úkoly po expozicích, a může to mít obrovský úspěch. Anebo mohou chodit s chytrými placatými obrazovkami, které nemusí mít dobrý obsah a děti to bude nudit. Vždy se jedná o obsah. Je potřeba muzeum zinteraktivnit a investovat dobře. Tak jako tak může muzejní pedagogika i v 21. století fungovat dobře a zatím nemusí podléhat novým technologiím. Otázka je, jak dlouho ještě.

V čem vidíte budoucnost oddělení muzejní pedagogiky?

Určitě v projektech jako jsou nově v NTM komentované prohlídky, kdy je zajišťují studenti z „průmyslovek“ a v podstatě i z jiných středních škol, které si tak vlastně dělají reklamu.

Lidsky to funguje hrozně hezky, nám sem přijde například sedmičlenná skupina studentů z „průmyslovky“ a zajišťují hodinový i dvouhodinový program. Ten program je pro žáky z 8. a 9. tříd základních škol. Opíráme se tady především o expozici dopravy, kde to prakticky funguje tak, že přijde třída, kterou rozdělíme na tři skupiny. Jedna skupina se věnuje parním lokomotivám, druhá jde na kola a třetí na balón. Každou skupinu vede několik studentů střední školy. Studenti si pro žáky připraví program, který se mnou před akcí konzultují. Ten má v sobě výklad, experiment a praktickou část u exponátů. Využíváme toho, že na některé exponáty lze sahat. Samozřejmě se skupiny vzájemně vymění. Je to v podstatě práce dětí pro děti. Je to živoucí reklama na technické vzdělání. Ti kluci často dokážou o málo mladší žáky očarovat.

Kromě toho vidím budoucnost v soutěžích, například školní Rallye. V součinnosti s pedagogy ze středních škol si připravíme soutěž, například pro studenty 3. ročníku. Přijde k nám třeba 60 žáků a vylosují se dvojce. Každá dvojce dostane plán muzea a na daném plánu je vyznačeno 20 kontrol. Každá kontrola je přímo spojena s exponáty Národního technického muzea. Například zkontroluj pevnostně šroub na podvozku lokomotivy, když víš, že lokomotiva váží tolik a tolik kilogramů. Prostě se vždy jedná o technický úkol. Jsou v tom matematické úkoly, geodetické úkoly atd. Další akcí, která má budoucnost, je soutěž Vytvoř si svůj Stirlingův motor. Naposledy jsme tu měli 50 soutěžících.

Každá výstava by měla mít obsahově korespondující doprovodné programy. V expozici Tiskařství by měly probíhat tiskařské dílny. V expozici Architektury by měli probíhat odborné přednášky věnující se významným architektům. Tímto způsobem musejí muzea oživit své fungování a pravidelně připravovat služby pro návštěvníky.

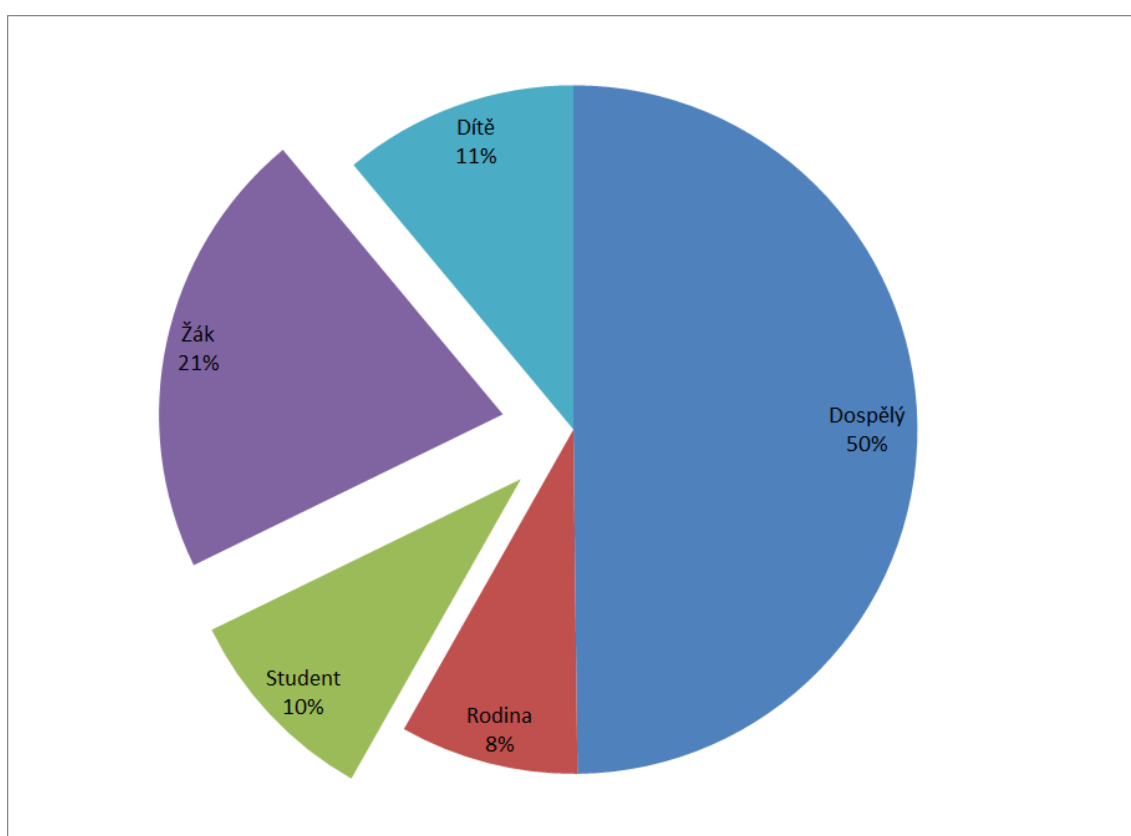
„V rámci provozu výstav i expozic by měla probíhat i nabídka programů a akcí pro volný čas – workshopy, tematické a zájmové programy, prázdninové programové cykly, historické dny, lidové trhy, besedy, přednášky, soutěže, koncerty, přehlídky, noční akce v muzeu atd. Výběr i koncepce programů závisí na tematickém zaměření expozice i ročního období. V každém případě pak musí být pamatováno na skladbu návštěvníků

a jejich specifické potřeby a nastavit tak i organizační a technické podmínky konkrétní akce.“⁴⁵

Graf návštěvnosti v Národním technickém muzeu

Důležitou a nezanedbatelnou úlohu v celkové návštěvnosti Národního technického muzea mají děti, mládež a studenti. Tento fakt potvrzuje graf č. 6, který mapuje a dokládá návštěvnost této cílové skupiny od února 2011 do dubna 2013.

Obrázek č. 6: Podíl návštěvnosti žáků a studentů



Zdroj: Národní technické muzeum

⁴⁵POLÁKOVÁ, Z. *Inspiration muzejní pedagogiky 1.*, Zdeňka Poláková s kolektivem, Brno 2010, str. 14.

8 Budoucnost NTM

Národní technické muzeum musí vedle svých stěžejních funkcí klást důraz na sebepropagaci. Bez ucelené marketingové koncepce nemůže v podmínkách muzejního trhu a trhu volnočasových aktivit dobře a efektivně obstát. Právě v propagaci tkví budoucnost Národního technického muzea.

„Prodává vaše firma skvělé produkty? Nebo pokud nepracujete v klasické firmě, poskytuje vaše organizace (církve, nezisková organizace, poradenská společnost, škola) skvělé služby? Tak to sdělte! Marketing není jen o produktech! Nejdůležitější věc, na kterou byste měli pamatovat při sestavování vašeho marketingového a PR plánu, je na chvíli dát stranou vaše produkty a služby, a zaměřit se na získání plné pozornosti kupujících nebo zájemců o vaše produkty (na ty, kteří darují, zapíší se, přidají se, budou vás podporovat nebo se na vás obracet). Věnovat pozornost lidem a ne produktům je pro mnoho společností složité, ale vždy se to vrátí zpět, že se dostanete blíž k dosažení vašich cílů!“⁴⁶

„Marketingová koncepce – filosofie marketing managementu vychází z předpokladů, že firma může dosáhnout stanovených cílů, pokud dokáže rozpoznat potřeby a přání cílových trhů a poskytnout požadované uspokojení lépe než konkurence.“⁴⁷

„Cílem je zabudovat zákazníka do samotného jádra firmy. Marketingová koncepce však neznamená, že by se společnost měla snažit dát všem zákazníkům všechno, co chtějí. Cílem marketingu není maximalizovat spokojenost zákazníka, ale se ziskem uspokojovat jeho potřeby. Marketingoví specialisté se proto musí snažit dosáhnout křehké rovnováhy mezi vytvořením další hodnoty pro zákazníka a tvorbou zisku pro společnost a zájmy společnosti. Původně zakládala většina firem svá rozhodnutí téměř výhradně na krátkodobém zisku. Později si začali uvědomovat dlouhodobou důležitost uspokojování přání zákazníka a vznikla marketingová koncepce.“⁴⁸

⁴⁶ MEERMEN SCOTT D. *Nová pravidla marketingu a PR*, Brno 2008, str. 127.

⁴⁷ KOTLER P., WONG V., SAUNDERS J., ARMSTRONG G. *Moderní marketing*, Grada 2007, str. 50.

⁴⁸ Tamtéž, str. 55.

Další nedílnou součástí úspěchu je perfektní znalost zákazníka. Muzeum musí znát své návštěvníky, ale také vědět, co očekávají. Pravidelně musí v muzeu probíhat výzkumy. „*Potřeba marketingových informací neustále roste. Dříve se management muzeí nebo památek staral jen o sbírky, o jejich zkoumání a uchovávání a zájemcům je prostě ukazoval. V současném světě však na jedné straně výrazně vzrostla konkurence v oboru využití volného času, o pozornost potencionálních zákazníků usiluje velké množství, byť nepřímých konkurentů. Na straně druhé neziskové organizace jsou hodnocené, dotované nebo sponzorované podle své úspěšnosti na trzích, měřené počtem spokojených návštěvníků. Marketingový výzkum bude hrát zásadní roli v porozumění zákaznickým postojům, v předpovídání chování zákazníka, při tvorbě nabídky výstav a programů i doprovodných služeb.*“⁴⁹

Stěžejním pilířem budoucího úspěchu Národního technického muzea jsou výstavy. Expozice jsou nyní hotové, v realizaci nebo je alespoň hotový projekt. Můžeme tedy předpokládat, že v nejbližších deseti letech se expozice nebudou měnit. Hlavní úkol udržení si návštěvníků a získání nových leží na dočasných výstavách. Ty musí splňovat požadavky 21. století, jak obsahově, tak především vizuálně. Už nelze lákat na statické výstavy, je potřeba výstavní sály zatraktivnit. Příkladem bude praktická část diplomové práce. Níže je ucelený odstavec, jak má vypadat dobře připravená interaktivní výstava. Informace jsou zpracovány na základě zkušeností metodickým pedagogickým centrem při Moravském zemském muzeu.

„Kvalitně připravená interaktivní výstava musí nabídnout návštěvníkům:

- *příjemné, přátelské prostředí, vyhovující pohybovým i haptickým potřebám dětí i znevýhodněných návštěvníků*
- *zajímavý zážitek i pro další skupiny muzejních návštěvníků (studenti, pedagogové, senioři apod.)*
- *řadu nových a překvapujících podnětů k probuzení zvědavosti a fantazie*
- *možnost vnímání nejen zrakem, sluchem, ale i dalšími smysly*
- *zprostředkování klíčových souvislostí nutných k pochopení daného tématu*

⁴⁹ JOHNNOVA, R.: Marketing kulturního dědictví a umění, 2008, str. 125.

- *možnosti volby činnosti i cest k poznávání a nacházení odpovědí na navozené otázky*
- *impulsy pro zpětnou vazbu a kontrolu*
- *možnost navázání sociální interakce a spolupráce samotnému muzeu*
- *-úspěšnou prezentaci muzejních témat, sbírek, výzkumů i aktuálních společenských témat*
- *dobrou návštěvnost a díky ní ekonomickou rentabilitnost*
- *posílení odborné i společenské prestiže směrem k odborné i laické veřejnosti*⁵⁰

⁵⁰ POLÁKOVÁ, Z. *Inspiration muzejní pedagogiky 1.*, Zdeňka Poláková s kolektivem, Brno 2010, str. 11.

PRAKTICKÁ ČÁST

1 Popis scénáře výstavy

Následující scénář výstavy, který si klade za cíl naplnit teoretické předpoklady shrnuté v předešlé části, je vypracován pro výstavu „Arkádové hry v Národním technickém muzeu - Kdo si hraje, nezlobí“. Cílem scénáře je splnit kritéria a požadavky moderní výstavy a ukázat, jak v dnešní době oslovit a přilákat nové návštěvníky do Národního technického muzea a muzeí vůbec. Scénář je rozdělen do několika kapitol.

Obsah scénáře

1. Základní údaje o výstavě
2. O arkádových hrách
3. Obsah výstavy
4. Seznam exponátů
5. Vizualizace plánu výstavy
6. Doprovodné akce
7. PR a marketing výstavy
8. Finanční nároky
9. Závěr

1.1 Základní údaje o výstavě

Název: „Arkádové hry v Národním technickém muzeu - Kdo si hraje, nezlobí“

Zařazení akce: Výstava NTM

Obsahové zařazení: Unikátní výstava nabízející veřejnosti šanci si znovu prohlédnout a zahrát největší klasiky videoherní éry na původních arkádových automatech. Například: 1974 Challenge - Mirco – dedicated, 1976 Sprint 2 - Atari – dedicated, 1977 Missile X - Taito – dedicated, 1978 Space Invaders - Midway – dedicated, Space Invaders - Midway – dedicated, Super Breakout - Atari – dedicated, 1979 Asteroids - Atari – dedicated, Galaxian - Midway – dedicated, Galaxian - Namco – dedicated. Výstava bude doplněna exponáty Národního technického muzea.

Doprovodné akce: Komentované prohlídky a soutěž pořádaná Národním technickým muzeem, víkendové soutěžní dny

Zabezpečení akce: Dozor jednoho pracovníka

Jazyková verze: Paralelně česká a anglická

Termín: 1. 11. 2013 – 31. 1. 2014

Pořadatel: Národní technické muzeum ve spolupráci s Janem Ornou - ArcadeHry.cz
U Větráku 280 - Červený Újezd, 273 51 Unhošť, IČ: 70780064, DIČ: CZ7901030302

Scénář: Bc. Adam Dušek

1.2 O arkádových hrách

„První arkádové hry se objevily počátkem 20. let minulého století. Byly to zábavné přístroje, např. 'shooting galleries' (lovecký posed) a 'ball toss games' (hry ve vrhu koulí), které byly nainstalovány v zábavních parcích. V 30. letech minulého století vznikly první pinball hrací automaty na mince. Původní přístroje se lišily od svých současných protějšků tím, že byly vyrobeny ze dřeva a používaly mechanické (a ne elektronické) počítadlo skóre. V roce 1971 studenti ze Stanfordské univerzity

navrhli 'Galaxy Game' (Hru galaxie), hrací automat na mince 'Spacewar' (Válka ve vesmíru) - původní verzi dnes velmi oblíbené stejnojmenné počítačové hry.

Ke konci 70. a počátkem 80. let minulého století se začaly video arkády objevovat v nákupních střediscích, v obchodech s potravinami a v kinosálech po celých Spojených státech a také v mnoha dalších zemích. Dnes popularita arkádových her (tzv. arkád) neustále roste.

Naprostá většina lidí si určitě pamatuje doby, kdy tato objemná, vysoká, blikající zařízení se k nám dostávala hlavně s poutí kolotočů umístěných v maringotkách, ve kterých se vystávaly i hodinové fronty. Postupně byly také umístěovány v hospodách, barech a různých podnikách. V dnešní době se s těmito arkádovými automaty setkáme už pouze ojediněle, například ve zrekonstruovaném historickém muzeu arkádových automatů, ve kterém sídlí těchto zařízení mnoho.

Obrázek č. 4: Ukázka arkádového automatu



Zdroj: emuzone.eu

Arkádový automat je elektromechanické zařízení sloužící pro hraní her za vhozené mince. Název „arkádový“ byl zaveden díky arkádovým hrám, které v 80. -

90. letech byly natolik oblíbené, že později emigrovaly i do počítačů. V podstatě je arkáda žánrem počítačových her, jejíž definice popisuje hru založenou na velmi prostoduchém principu. Prakticky to znamená, že koncept hry musel být vytvořen tak, aby se např. každým kolem hry navyšovala obtížnost, plnění cíle v časově omezeném okamžiku (typické pro závodní arkádové hry) a samozřejmě hra nesměla být časově náročná, tedy herní doba musela být dosti krátká. Ve svém čase se také arkádové automaty vyznačovaly tím, že byly konstruovány pro dva až čtyři hráče spolupracující u jedné obrazovky.

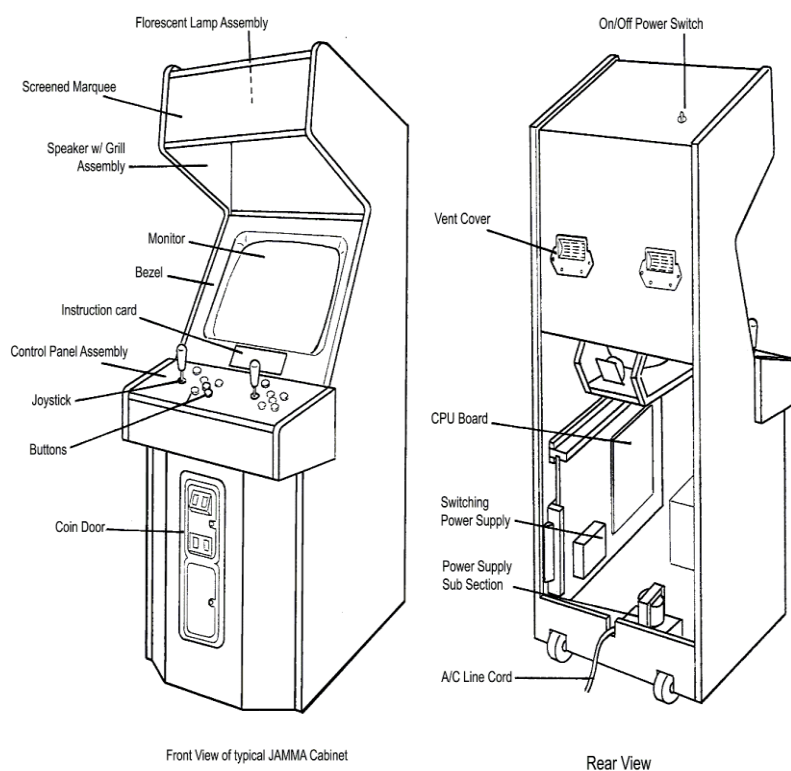
Arkádový automat vzhledově připomíná blikající velkou skříň s ovládacím pultem a obrazovkou. Dříve všechny arkádové automaty nevypadaly vzhledově identicky, ale veškerá jejich konstrukce a prvky (deska plošných spojů, kabeláž, ovládání, napájení atd.) byly konstruovány na míru, tedy podle příslušné hry. Takové řešení mělo pár podstatných nevýhod. Jedna z nich nastávala při výměně hry, kdy bylo potřeba vyměnit kompletně celou desku plošných spojů, což mělo za následek zvýšení nákladů. V roce 1985 byl představen standard JAMMA - Japan Arcade Machine Manufacturers' Association, který používá standardní 56 pinový konektor umožňující zjednodušenou výměnu jedné hry za jinou (nebylo potřeba vyměnit kompletně celou desku plošných spojů). Takže od roku 1985 podléhá většina arkádových automatů standardu JAMMA.

Ačkoliv historie počítačových her a videoher zahrnuje téměř pět desetiletí, hry samotné se staly součástí americké populární kultury až v sedmdesátých letech a v tehdejší Československu a později Česku se tento trend začal uplatňovat až po roce 1989.

Arkáda je žánr počítačové hry, založený na jednoduchém a nápaditém konceptu. Arkády se nejčastěji hrají na kola se stupňující obtížností a některé hry bývají omezeny časem. Tento druh her byl dříve oblíben na video herních automatech a posléze přešel také na počítače. Dle námětu rozhoduje zejména postřeh, hbitost pohybu prstů po klávesách a jeho zautomatizování, rychlost logického myšlení, předvídání, trpělivost, koncentrace, rychlost provedení akce atd. Arkádovými rysy se označují koncepty, které zpravidla pomocí změkčení fyzikálních zákonů přispívají k větší zběsilosti hraní hry, která třeba sama arkádou není.

V arkádách záleží rovněž na šikovnosti a důvtipu; podle množství vydávaných her na stejném principu se začaly dělit do kategorií podle společných znaků. Dělení je ale jen orientační, neboť jedna komplikovanější arkáda se může vykazovat znaky spadajícími do více kategorií nebo naopak pro svou originalitu může být hůře zařaditelná do kterékoliv z uvedených. V Arkádách se stala také velmi populární hra pro dva a více hráčů na jednom počítači.

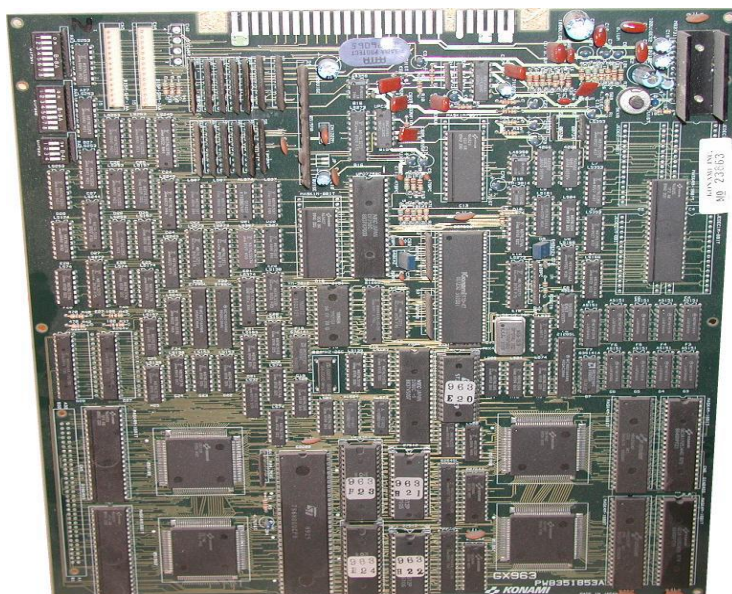
Obrázek č. 5: Schéma konstrukce arkádového automatu



Zdroj: emuzone.eu

Na obrázku si můžeme všimnout, že se skládá z několika částí. Nejdůležitější prvek celého arkádového automatu je tvořen PCB - Printed Circuit Board, neboli jeho základní deskou. Jedná se o hardware vložený uvnitř skříně, na kterém běží herní logika

Obrázek č. 6: Hardware arkádového automatu



Zdroj: emuzone.eu

Nedílnou součástí je také obrazovka, neboli monitor, na kterém je hra zobrazena. Monitor arkádových automatů nejčastěji používá k zobrazení rastrovou grafiku (vektorová grafika nebyla tolik používána). Nejčastější rozlišení bylo od 13'' do 25'' s obnovovací frekvencí od 50Hz do 60Hz. Monitory mohou zobrazovat hru vertikálně či horizontálně a pro docílení polohy nebyly použity speciální monitory, ale pouze se ty stávající pootočily. V dnešní době se dají monitory zkonstruované pro arkádové automaty sehnat bez sebemenších potíží.

K ovládání hry sloužil ovládací pult neboli ovládací panel, který byl konstruován v závislosti k dané hře. Mohl obsahovat joysticky, tlačítka, volant s pedály nebo také světelné pistole hojně využívané u „stříleček“, např. u arkádové hry Terminátor 2.

Obrázek č. 7: Arkádový automat Terminátor 2



Zdroj: emuzone.eu

Dále je ve skříni uložen zdroj napájení pro celé obvody včetně podsvícení, ovládacího panelu atd. Velmi důležitou částí byla konstrukce otvoru na mince (tzv. „coin slot“), či známek zakoupených např. u obsluhy v podniku. Výrobci základních desek arkádových automatů bylo mnoho.“⁵¹

1.3 Obsah výstavy

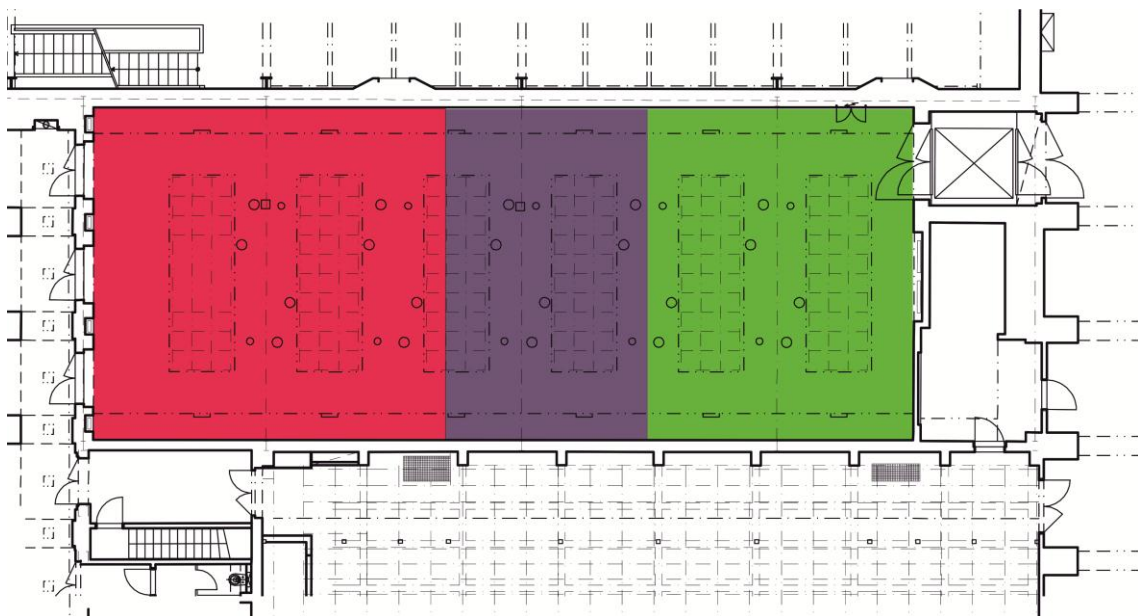
Výstava se skládá z exponátové části, výstavního mobiliáře a multimédií. Základ výběru exponátu tvoří videoherní automaty. V příloze č. 1 je uveden seznam nejstarších arkádových automatů. Tyto automaty budou do NTM zapůjčeny od soukromého sběratele, který je spolupořadatelem výstavy.

⁵¹ Emuzone [online]. 2012 [cit. 2012-10-16]. Arkádové automaty. Dostupné z WWW: <<http://www.emuzone.eu/herni-konzole-arkadove-automaty/>>.

1.4 Vizualizace plánu výstavy

Výstava bude nainstalována v hlavním výstavním sále Národního technického muzea v přízemí na ploše 200 m² a rozdělena do tří celků, dle roků výroby jednotlivých arkádových automatů.

Obrázek č. 8: Výstavní sál



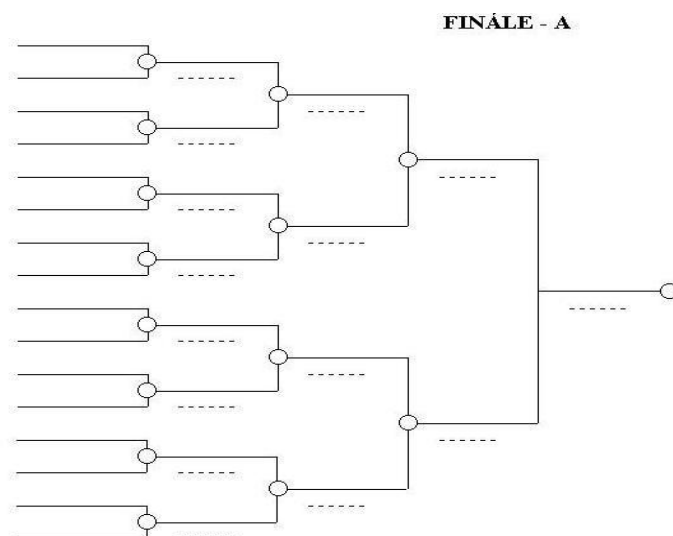
Zdroj: Výstavní oddělení Národního technického muzea

1.5 Doprovodné programy

Stěžejním doprovodným programem bude soutěž pořádaná na půdě Národního technického muzea v rámci výstavy „Arkádové hry v Národním technickém muzeu - Kdo si hraje, nezlobí“. Soutěž bude připravena pro přihlášené návštěvníky, kteří se budou registrovat na profilu NTM na Facebooku a nebo na výstavním oddělení NTM. Účastnický poplatek činí 50 Kč. Poplatky budou použity na nákup cen.

Samotná soutěž bude probíhat na několika videoherních automatech. Počet automatů se bude odvíjet od počtu účastníků. Systém soutěže bude probíhat klasickým schématem „pavouk“. Soutěž je naplánovaná na 14. – 15. prosince 2013 a 11. – 12. ledna.

Obrázek č. 9: Soutěžní schéma



Zdroj: Výstavní oddělení Národního technického muzea

Dalším doprovodným programem budou odborné komentované prohlídky, které povede Jan Orna, ArcadeHry.cz. Součástí každé prohlídky bude i praktická ukázka. Komentované prohlídky budou probíhat každý druhý čtvrtek. Avíza budou zveřejněna na webových stránkách NTM a na Facebooku.

1.6 PR a marketing

Rozpočet kampaně „„Arkádové hry v Národním technickém muzeu - Kdo si hraje, nezlobí““

Tabulka č. 3: Rozpočet kampaně

typ plochy	počet ploch	cena za jednotku	cena bez DPH
QS folie	150 ks	250 Kč	37 500 Kč
CVL	100 ks	400 Kč	40 000 Kč
Banner na budovu	2 ks		8 000 Kč

výroba TV spotu			200 000 Kč
pozvánky			7 000 Kč
celkem			292 500 Kč

Zdroj: Národní technické muzeum

Reklamní kampaň bude rozsahem i obsahem srovnatelná s běžnými kampaněmi Národního technického muzea. Venkovní kampaň bude postavena na Queen size samolepicích fóliích na vnějších plochách vozů MHD a CVL plakátech v osvětlených vitrínách. Standardně bude na budově NTM viset banner avizující výstavu. Ve spolupráci s mediálním partnerem NTM – Českou televizí – vznikne i televizní spot. Samozřejmě proběhne k výstavě tisková konference a vznikne tisková zpráva. Informace o nové výstavě bude zveřejněna na webových stránkách Národního technického muzea www.ntm.cz a na Facebooku. Dále budou výstavu propagovat spřátelené weby. Předpokládá se i inzerce a články na webech a v časopisech věnovaných počítačovým hrám. Další formou propagace a nedílnou součástí kampaně je placená celoroční inzerce (Pražská informační služba, Co Kdy v Praze, a jiné). Výstava bude zahájena slavnostní vernisáží.

Obrázek č. 10: Plakát, který bude propagovat výstavu Národního technického muzea



Zdroj: Výstavní oddělení Národního technického muzea

1.7 Finanční nároky

Finanční nároky se budou odvíjet od ceny, která bude nejnižší v rámci veřejné zakázky na realizátora výstavy.

Jedná se o veřejnou zakázku malého rozsahu na realizaci unikátní výstavy Arkádové hry v Národním technickém muzeu. Předmětem zakázky je instalace a realizace. Předpokládaná hodnota veřejné zakázky je 400 000 Kč bez DPH. Výzva, Smlouva o dílo a další kritéria veřejné zakázky budou vyvěšeny na webových stránkách NTM.

1.8 Závěr scénáře

Dle mého názoru se jedná o naprosto unikátní výstavu, která neodmyslitelně souvisí s náplní a posláním Národního technického muzea. Arkádové hry, které stály na počátku vzniku herních konzolí, počítačových her aj. jsou v současné době fenoménem, který se znovu vrací do oblíbenosti díky své originalitě. Jedná o technická zařízení, která velkou měrou ovlivnila několik generací. Neodmyslitelně patří i do historie počítačových her. Ruku v ruce s dobrou PR činností se může jednat o nejúspěšnější výstavu v NTM. Výstava mapuje zašlou slávu arkádového průmyslu a tolik oblíbených heren, kde se svého času tlačily davy lidí, aby mohly hodit minci do videoherního automatu. Výstava nabídne návštěvníkům možnost si znovu zahrát největší klasiky videoherní éry na původních arkádových automatech. Výstava může přivést do muzea novou cílovou skupinu návštěvníků.

ZÁVĚR

Diplomová práce předkládá souhrn námětů a informací o tom, jak by měla muzea, konkrétně Národní technické muzeum, fungovat v 21. století. Práce není pouze teoretická, ale opírá se i o praxi a o rady zkušených odborníků, kteří se na tomto poli pohybují mnoho let a stále sledují nové aktuální trendy v oblasti muzejnictví.

Teoretická část seznámila čtenáře nejen s obecnými informacemi, ale i s podrobnostmi, které se týkají fungování významné muzejní instituce. Nechybí konkrétní rady, jak vytvářet nové hodnoty tak, aby se muzeum stalo uznávanou institucí na světové úrovni, ale především jak expozice muzea oživit a vytvářet plnohodnotný program pro veřejnost, aby se jednalo o vyhledávanou instituci, kterou budou odborníci i široká veřejnost nadále navštěvovat a odcházet s příjemnými pocity, že prožili něco zábavného, ale zároveň kulturně přínosného. Závěry této práce nejsou směrodatné pouze pro Národní technické muzeum, i když většina praktické části je aplikována právě na tuto konkrétní instituci, ale mnoho teoretických i praktických informací a ukázek, lze aplikovat i na jiná muzea v České republice.

Důležité je si uvědomit, že muzea musí přizpůsobovat prezentaci svých sbírek kontextu doby. Aby muzeum vyšlo vstříc svým návštěvníkům také v 21. století, mělo by se vydávat stále více novými neprobádanými cestami. Mělo by hovořit současným jazykem a mělo by umět upoutat a udržet pozornost návštěvníků prostřednictvím nových interaktivních způsobů komunikace. Muzeum musí být místem zajímavých zážitků a zkušeností, na kterých se může návštěvník sám aktivně podílet. Zážitky by měly být tak příjemné a natolik silné, aby se návštěvník do muzea pravidelně vracel.

Dalším stěžejním tématem jsou doprovodné programy, které musejí být součástí každého muzea. Nedílnou součástí je pak spolupráce muzeí a škol. Ta zaručuje nejen pravidelnou návštěvnost, ale také plní širší edukativní cíle a zajišťuje motivaci k rozvíjení vědních oborů v budoucnosti. Součástí kapitoly je i rozhovor s Mgr. Milošem Milnerem, který vede v Národním technickém muzeu oddělení muzejní pedagogiky.

Mimo to všechno si však musí muzea zachovat svoji neméně důležitou funkci sbírkotvornou a badatelskou.

Praktická část prezentuje projekt na výstavu, která splňuje kritéria 21. století. Ruku v ruce s dobrou PR činností se může jednat o velmi úspěšnou výstavu v NTM. Pokud dokážeme připravit nějaký hodnotný program nebo akci, dalším důležitým bodem, kterým se musíme nutně zabývat, je propagace. Propagace by měla být použita v budování vztahů s ostatními rozhodujícími trhy (zaměstnanci, investory, sponzory). Propagace je prostředkem, jímž muzeum komunikuje s cílovými trhy. Minimálně by muzeum mělo o sobě říct, že existuje a popsat své produkty, které může návštěvníkům poskytnout. Nejen praktická část této diplomové práce, ale i teoretická část ukázaly, že nejdůležitějším hodnotícím měřítkem kvality propagace je návštěvnost.

Dokument neopomíjí ani komerční pronájmy, které se stávají důležitým prostředkem, jak získávat finance vedle prodeje vstupenek a finančních prostředků od zřizovatele (v tomto případě Ministerstva kultury České republiky). Bez ucelené marketingové koncepce nemůže v podmínkách muzejního trhu a trhu volnočasových aktivit dobře a efektivně obstát.

Rozsah této práce neumožnil obsáhnout problematiku do důsledků a ve všech oblastech, kterých se dotýká. Přesto se tato diplomová práce může stát výchozím materiálem pro další rozpracování analýz jednotlivých oblastí a stanovení konkrétních postupů pro moderní práci s návštěvníky ve 21. století.

Jak tato diplomová práce ukázala, muzea mají stále co nabídnout a pokud budou nové expozice a výstavy moderní, nápadité a dostatečně interaktivní, budou mít tyto instituce stále smysl. V budoucnu se většina muzeí bude muset přizpůsobit době. Budou tak vznikat zajímavá a nešední témata a muzea zažijí nový „boom“ návštěvnosti.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

TLACHOVÁ, K.: *Profesní etický kodex muzeí*, Praha: 2003.

KOLEKTIV AUTORŮ: Reburber č. 6 – Zpravodaj Národního technického muzea, Praha: NTM, 2012.

KOLEKTIV AUTORŮ.: Národní technické muzeum v Praze, 1997, Praha: NTM, ISBN 80-7037-056-4.

KOLEKTIV AUTORŮ.: Věstník Národního technického muzea, Praha: NTM, 1950

ŠLAPETA, V.: Národní technické muzeum 1978-1988, sborník k osmdesátému výročí založení, 1. část, Praha: NTM, 1978.

KOLEKTIV AUTORŮ.: Úvod do muzejní praxe, Praha: AMG, 2010, ISBN 978-80-86611-40-2.

KOLEKTIV AUTORŮ.: Reburber č. 4 – Zpravodaj Národního technického muzea, Praha: NTM, 2009.

ŽALMAN, J.: Příručka muzejníková II., Praha: AMG, 2006 ISBN 978-80-86611-19-8.

KOLEKTIV AUTORŮ.: Státní kulturní politika České republiky 2009 – 2014, Praha, MK ČR, 2009, ISBN 978-80-86310-83-1.

BRABCOVÁ, A.: Brána muzea otevřená, Praha: JUKO, 2003, ISBN 80-86213-28-5.

KESNER, L.: Marketing a management muzeí a památek, Praha: Grada, 2005, ISBN 80-247-1104-4.

HOZÁK, J.: Příběh Národního technického muzea, Praha: NTM, 2008. ISBN 978-80-7037-173-2.

BAČUVČÍK, R.: Marketing kultury - divadlo, koncerty, publikum, veřejnost, Zlín: 2012, ISBN 978-80-87500-17-0.

KOLEKTIV AUTORŮ.: Výroční zpráva, Praha: NTM, 2011.

KOLEKTIV AUTORŮ.: Výroční zpráva, Praha: NTM, 2012.

POLÁKOVÁ, Z.: Inspiration muzejní pedagogiky 1, Brno: Moravské zemské muzeum, 2012, ISBN 978-80-7028-361-5.

MEERMEN SCOTT D.: Nová pravidla marketingu a PR, Brno: Zoner Press, 2008, ISBN 978-80-86815-93-0.

KOTLER P.: WONG V.: SAUNDERS J.: ARMSTRONG G.: Moderní marketing, Praha: Grada, 2007, ISBN 978-80-247-1545-2.

JOHNOVA, R.: Marketing kulturního dědictví a umění, Praha: Grada, 2008, ISBN 978-80-247-27424-0.

KOPECKÁ, I.: Preventivní péče o historické objekty a sbírky v nich uložené, Praha: SÚPP, 2002, ISBN 80-86234-28-2

KOLEKTIV AUTORŮ.: Muzea – autorský zákon a digitalizace, Praha: AMG, 2011, ISBN 978-80-86611-42-6.

Zákon č. 122/2000 Sb., o ochraně sbírek muzejní povahy a o změně některých dalších zákonů, ve znění pozdějších předpisů

Zřizovací listina Národního technického muzea vydaná Ministerstvem kultury ČR ze dne 20. prosince 2012.

DE PELSMACKER P.: GEUENS M.: VAN DE BERGH J.: Marketingová komunikace, Praha, Grada Publishing, Marketingová komunikace, ISBN 80- 247-254-1.

SEZNAM POUŽITÝCH INTERNETOVÝCH ZDROJŮ

Národní technické muzeum [online]. 2000-2012 [cit. 2012-12-22]. Historie Národního technického muzea. Dostupné z WWW: <<http://www.ntm.cz/muzeum/historie-muzea/>>.

Ministerstvo kultury České republiky [online]. 2007 [cit. 2013-02-24]. Působnost ministerstva. Dostupné z WWW: <<http://www.mkcr.cz/scripts/detail.php?id=36/>>.

IHNED [online]. 1996-2013 [cit. 2012-12-21]. Kulturu už nemůže dál platit stát. Dostupné z WWW: <<http://byznys.ihned.cz/analyzy-a-komentare/c1-55605900-kulturu-uz-nemuze-dal-platit-stat-rika-brett-egan-reditel-devosova-institutu/>>.

Emuzone [online]. 2012 [cit. 2012-10-16]. Arkádové automaty. Dostupné z WWW: <<http://www.emuzone.eu/herni-konzole-arkadove-automaty/>>.

Národní muzeum [online]. 2012 [cit. 2012-07-11]. Výstavy historického muzea. Dostupné z WWW: <<http://www.nm.cz/Historicke-muzeum/Vystavy-HM/REPUBLIKA.html/>>.

SEZNAM OBRÁZKŮ, TABULEK A GRAFŮ

Seznam obrázků

Obrázek č. 1: Expozice architektury ve Schwarzenberském paláci

Obrázek č. 2: Motocykl Hildebrand & Wolfmüller, 1894

Obrázek č. 3: Sokolský slet v roce 1938 - mimo jiné je zde vystaven Prapor věnovaný Čsl. obci sokolské prezidentem E. Benešem k X. všesokolskému sletu v Praze roku 1938

Obrázek č. 4: Ukázka arkádového automatu

Obrázek č. 5: Schéma konstrukce arkádového automatu

Obrázek č. 6: Hardware arkádového automatu

Obrázek č. 7: Arkádový automat Terminátor 2

Obrázek č. 8: Výstavní sál

Obrázek č. 9: Soutěžní schéma

Obrázek č. 10: Plakát, který bude propagovat výstavu Národního technického muzea

Seznam tabulek

Tabulka č. 1: Ekonomická rozvaha 2011

Tabulka č. 2: Ekonomická rozvaha 2012

Tabulka č. 3: Rozpočet kampaně

Seznam grafů

Graf č. 1: Návštěvnost

Graf č. 2: Návštěvnost žáků a studentů

I. PŘÍLOHA – NEJSTARŠÍ HRACÍ STROJE „Arkádové hry v Národním technickém muzeu - Kdo si hraje, nezlobí“

1974	Challenge - Mirco - dedicated
1976	Sprint 2 - Atari - dedicated
1977	Missile X - Taito - dedicated
1978	Space Invaders - Midway – dedicated
	Space Invaders - Midway - dedicated
	Super Breakout - Atari - dedicated
1979	Asteroids - Atari - dedicated
	Galaxian - Midway - dedicated
	Galaxian - Namco - dedicated
1980	Astro Invader - Stern - dedicated
	Battlezone - Atari - dedicated
	Centipede - Atari - dedicated
	Cosmic Alien - Universal - dedicated
	Missile Command - Atari - dedicated
	Monaco GP - Sega - dedicated
	Moon Cresta - Nichibutsu - dedicated
	New York New York - Gottlieb - dedicated
	Space Castle (Star Castle) - Cinematronics - clone cabinet

1981	Crazy Kong - Falcon - leisure cabinet
	D-Day - Olympia - dedicated
	Frogger - Sega - leisure cabinet
	Galaga - Midway - dedicated
	Ms. Pac-Man - Midway - dedicated
	Satan of Saturn - SNK - dedicated
	Scramble - Konami - universal cabinet
	Turbo - Sega - dedicated
1982	Dig Dug - Atari - dedicated
	Moon Patrol - Irem - mini cabinet
	Pole Position - Atari - dedicated
1983	Elevator Action - Taito - leisure cabinet
	Hyper Olympic - Konami - mini cabinet
	Pole Position 2 - Atari - dedicated
	Xevious - Atari - dedicated
1984	Buggy Challenge - Taito - dedicated
	Paperboy - Atari - dedicated
	Spartan X - Irem - leisure cabinet

II. PŘÍLOHA – NOVINKY NTM

14. 6. 2013
START VZPOMÍNKOVÉ JÍZDY HISTORICKÝCH VOZIDEL „1000 MIL. ČESKOSLOVENSKÝCH“
Akce se uskutečnila za podpory Národního technického muzea a Vítězných Let. Start proběhl v Českém Brodě. V čele jízdy jsou historická vozidla, která byla použita v období první světové války. V průběhu jízdy se účastníci setkají s historickými vozidly z období první světové války. V průběhu jízdy se účastníci setkají s historickými vozidly z období první světové války. V průběhu jízdy se účastníci setkají s historickými vozidly z období první světové války.

22. a 29. 6. 2013
ZPRÍSTUPNĚNÍ ŽELEZNIČNÓ DEPOZITÁŘE V CHRASTOVĚ
Akce proběhla v souladu s termíny a akcí Město Chrást. Zdejší železniční depo bylo zpřístupněno pro veřejnost. Město Chrást připravilo pro návštěvníky řadu zajímavých aktivit. Město Chrást připravilo pro návštěvníky řadu zajímavých aktivit. Město Chrást připravilo pro návštěvníky řadu zajímavých aktivit.

5. 10. 2012 – 30. 6. 2013
VYSTAVA JAK FINGERŠLUT K NAPRSTKO-VRHEDL
Vystava představuje život a dílo vynálezce Jakuba Finga. Vystava představuje život a dílo vynálezce Jakuba Finga. Vystava představuje život a dílo vynálezce Jakuba Finga. Vystava představuje život a dílo vynálezce Jakuba Finga.

Od 29. 1. 2013
VYSTAVA 60 LET ČESKÉ TECHNICKÉ NORMALIZACE
Vystava představuje historii české technické normalizace. Vystava představuje historii české technické normalizace. Vystava představuje historii české technické normalizace. Vystava představuje historii české technické normalizace.

21. 8. 2012 – 31. 3. 2013
VYSTAVA / DRONĚ PERLY ČESKÉ ARCHITEKTURY
Vystava představuje historii české architektury. Vystava představuje historii české architektury. Vystava představuje historii české architektury. Vystava představuje historii české architektury.

1. 5. 2013 – 31. 12. 2013
NOVÁ VYSTAVA / 60 LET TELEVIZNÍHO VYSÍLÁNÍ
Vystava představuje historii české televize. Vystava představuje historii české televize. Vystava představuje historii české televize. Vystava představuje historii české televize.

20. 6. 2013
EXPOZICE / DOPRAVNÍ VOZIDLA
Expozice představuje historii dopravních vozidel. Expozice představuje historii dopravních vozidel. Expozice představuje historii dopravních vozidel. Expozice představuje historii dopravních vozidel.

20. 6. 2013
EXPOZICE / DOPRAVNÍ VOZIDLA
Expozice představuje historii dopravních vozidel. Expozice představuje historii dopravních vozidel. Expozice představuje historii dopravních vozidel. Expozice představuje historii dopravních vozidel.

NOVINKY NÁRODNÍHO TECHNICKÉHO MUZEA KVĚTEN/ČERVEN 2013



NÁRODNÍ TECHNICKÉ MUZEUM ZÍSKALO UNIKÁTNÍ VAN DE GRAAFFŮV GENERÁTOR

Národní technické muzeum získalo unikátní Van de Graaffův generátor, který byl vyvinut v roce 1920. Generátor je unikátním dílem, který byl vyvinut v roce 1920. Generátor je unikátním dílem, který byl vyvinut v roce 1920.

Generální ředitel Karel Kšanď o nových expozicích



Legendární Van de Graaffův generátor byl v roce 1920 vyvinut pro potřeby fyzikálních experimentů.

NÁRODNÍ TECHNICKÉ MUZEUM, KOSTELNÍ 42, 170 78 PRAHA 7, WWW.NTM.CZ

NÁRODNÍ TECHNICKÉ MUZEUM ZÍSKALO UNIKÁTNÍ VAN DE GRAAFFŮV GENERÁTOR

Národní technické muzeum získalo unikátní Van de Graaffův generátor, který byl vyvinut v roce 1920. Generátor je unikátním dílem, který byl vyvinut v roce 1920.



OSLAVUJE 230 LET OD ÚDALOSTI, KDY VZLÉTL PRVNÍ ČLOVĚK V HORKOVZDUŠNÉM BALÓNŮ

Letos oslavuje 230 let od události, kdy vzlétl první člověk v horkovzdušném balónu. Letos oslavuje 230 let od události, kdy vzlétl první člověk v horkovzdušném balónu. Letos oslavuje 230 let od události, kdy vzlétl první člověk v horkovzdušném balónu.

Letos oslavuje 230 let od události, kdy vzlétl první člověk v horkovzdušném balónu. Letos oslavuje 230 let od události, kdy vzlétl první člověk v horkovzdušném balónu. Letos oslavuje 230 let od události, kdy vzlétl první člověk v horkovzdušném balónu.

MINORITNÍ LEGALITA ČERVEN 2013

Od 19. 6. 2013
NOVA EXPOZICE / MĚŘENÍ ČASU
Expozice představuje historii měření času. Expozice představuje historii měření času. Expozice představuje historii měření času. Expozice představuje historii měření času.

NOVA EXPOZICE / MĚŘENÍ ČASU

Expozice představuje historii měření času. Expozice představuje historii měření času. Expozice představuje historii měření času. Expozice představuje historii měření času.

NOVA EXPOZICE / MĚŘENÍ ČASU

Expozice představuje historii měření času. Expozice představuje historii měření času. Expozice představuje historii měření času. Expozice představuje historii měření času.

NOVA EXPOZICE / MĚŘENÍ ČASU

Expozice představuje historii měření času. Expozice představuje historii měření času. Expozice představuje historii měření času. Expozice představuje historii měření času.

DOPROVODNĚ PROGRAMY ČERVEN 2013

6. 6. 2013, 17:00 – 18:15
PŘEDNÁŠKA / LORENOVÁ CHEMIE KOLEM NÁS
Přednáška představuje historii chemie. Přednáška představuje historii chemie. Přednáška představuje historii chemie. Přednáška představuje historii chemie.

6. 6. 2013, 18:00

KOMENTOVANÁ PROHLÍDKA EXPOZICE ARCHITECTURY, STAVITELSTVÍ A DESIGNU
Kommentovaná prohlídka expozice architektury, stavitelství a designu. Kommentovaná prohlídka expozice architektury, stavitelství a designu. Kommentovaná prohlídka expozice architektury, stavitelství a designu.

9. 6. 2013, 19:00 – 01:00

PRAŽSKÁ MUZEJNÍ NOC 2013
Pražská muzejní noc 2013. Pražská muzejní noc 2013. Pražská muzejní noc 2013. Pražská muzejní noc 2013.

11. – 12. 6. 2013

SEMINÁŘ Z DEJIN LETECTVÍ OD BALÓNŮ K TRANZSLANTANICKÝM LETŮM
Seminář z dějin letectví od balónů k transatlantickým letům. Seminář z dějin letectví od balónů k transatlantickým letům. Seminář z dějin letectví od balónů k transatlantickým letům. Seminář z dějin letectví od balónů k transatlantickým letům.

BIBLIOGRAFICKÉ ÚDAJE

Jméno autora: Bc. Adam Dušek

Obor: Sociální a mediální komunikace

Forma studia: Kombinovaná

**Název práce: NÁRODNÍ TECHNICKÉ MUZEUM - významná kulturní
příspěvková organizace ve 21. století**

Rok: 2013

Počet stran textu bez příloh: 68

Celkový počet stran příloh: 3

Počet titulů české literatury a pramenů: 24

Počet titulů zahraniční literatury a pramenů: 0

Počet internetových zdrojů: 5

Vedoucí práce: MgA. Miloslav Kučera