

# ABSTRAKT

Muzea jsou tradiční kulturní instituce, jejichž různorodá činnost vychází ze sbírek. Společensko-technologické změny, ke kterým došlo od začátku 20. století, zpochybnily dosavadní tradiční přístupy a v muzeích se do popředí dostala nová témata včetně modernizace. Tato disertační práce zkoumá možnosti, jak využít technologie a myšlenky nových médií jako výchozí bod pro komplexní modernizaci muzeí, přičemž je kladen důraz na smysluplné využití technologií a vyváženost obsahu. Byly identifikovány 3 hlavní oblasti, kde nová média v muzeích najdeme — 1. muzejní prezentace, 2. práce s návštěvníkem, 3. komunikace s návštěvníkem online a PR. Kvantitativní výzkum prostřednictvím dotazníků se zaměřil na zjištění stavu využívání nových médií v českých muzeích. Vzhledem k dynamickému vývoji ve zkoumané oblasti bylo šetření realizováno longitudinálně ve dvou časových sondách v roce 2015 a 2020. Tím vznikl komplexnější obraz problematiky, který zachycuje změny. Respondenty výzkumu jsou pracovníci 358 muzejních institucí. V oblasti muzejní prezentace došlo za 5 let k výraznému nárůstu využívání novomediálních forem obsahu, ale online výstavní projekty netvoří ani polovina muzeí. V oblasti práce s návštěvníkem téměř všechna muzea nabízí doprovodné programy a přes 80 % z nich také hry. Snižuje se počet muzeí, která nejsou na internetu vůbec přítomna, nicméně promyšlené komunikační strategie nejsou časté. Osvojování metod a myšlenek nových médií v českých muzeích je postupné a stoupá. Častěji najdeme produkčně jednodušší formy obsahu, doprovodným programům dominují přednášky, hry jsou spíše analogové. Zůstává otázka dlouhodobého sledování a kvalita aktivit, neboť respondenti mají nejvíce zájem o zlepšení doprovodných programů a rozvoj online strategie.

## KLÍČOVÁ SLOVA

Nová média; Muzejní prezentace; Modernizace muzeí; Aktivní návštěvník; Longitudinální studie; Česká muzea