

Nové Národní muzeum pro návštěvníky

Ivana Kocichová

A New National Museum for its Visitors

The closing of the Historical Building of the National Museum due to renovation meant a significant interference with not only statistics of the visiting rates but also with the functioning of the institution and its communication with the public. The closure was and still is most of all a great challenge with regards to not only the preparation of new exhibitions, the form of which is occasionally discussed in the media, but also with regards to a new style of communication with the public and visitor care. This challenge concerns the Historical Building, which will be gradually opened during the years 2018–2022, but also the whole institution of the National Museum.

Keywords: *Historical Building of the National Museum, Visitors, Image, Identity, Word of Mouth Marketing, Experience, Communication*

Pozice Národního muzea je svým způsobem specifická. Národní muzeum je značkou, která představuje tradici a renomované muzejní instituce. Ono slovíčko „národní“, které je obsažené v jeho názvu, je bezpochyby benefitem, přispívajícím k vysoké návštěvnosti, zároveň však velkým závazkem vůči veřejnosti. Nejen ve vztahu k českým, ale také ve vztahu k zahraničním návštěvníkům je Národní muzeum institucí, která významným způsobem formuje obraz národní kultury a historie České republiky a její společnosti.¹ V souboru objektů Národního muzea je to pak právě Historická budova, která byla vždy výstavní skříní Národního muzea a byla na ni směřována největší pozornost, a to jak veřejnosti, tak i zevnitř instituce.² Díky tomu a díky lukrativnímu umístění v horní části Václavského náměstí, kterému budova fakticky dominuje, tradičně bývala nedílnou součástí organizovaných školních výprav a rodinných výletů do Prahy. Podobně je tomu i u zahraničních návštěvníků, pro něž je adjektivum „národní“ významným tahákem k návštěvě. Zde se Národní muzeum setkává s další velkou výzvou, a tou jsou očekávání návštěvníků formovaná návštěvou muzeí v evropských a světových metropolích.

Statistická data, která Národní muzeum shromažďuje, nám řeknou něco málo o tom, kdo jsou návštěvníci našich expozic, výstav a programů. Dvě početně velmi vý-

znamné návštěvnické skupiny již byly zmíněny – jsou jimi rodiny s dětmi a školní mládež a zahraniční návštěvníci. Statistická data dokládají, že i v době uzavření Historické budovy pro rekonstrukci činí zahraniční návštěvníci významný podíl na celkové návštěvnosti.³ Dalšími významnými návštěvnickými skupinami jsou rodiny s dětmi, studenti, senioři, návštěvníci se speciálními potřebami. A mohli bychom pokračovat dále. Cílová skupina Národního muzea je v podstatě neomezená.

Víme tedy, alespoň částečně, kdo jsou naši návštěvníci. Už méně toho ale víme o tom, zdali jsou také spokojení návštěvníky. Z ekonomických disciplín si můžeme vypůjčit některé základní termíny, jsou jimi identita a image. Zatímco identita značí to, jak chce instituce působit na veřejnost, jde tedy o záměrné a cílevědomé vytváření veřejného obrazu, image je tvořena souhrnem představ, názorů a zkušeností návštěvníků, ale i nenávštěvníků.

Je nutné si položit zásadní otázky. Jaké vlastně chce být nové Národní muzeum pro své návštěvníky? Jak chceme, aby nás návštěvníci vnímali? Jak postupovat, abychom při budování image instituce byli úspěšní?

Domnívám se, že Národní muzeum by mělo být institucí spojující tradici a modernost, institucí, která je inovativní ve svém přístupu, aktuální ve vztahu k současnému dění, otevírá zajímavá a aktuální

1 HAVLÍKOVÁ, Ivana. Značka Národního muzea. Muzeum: Muzejní a vlastivědná práce, zvláštní vydání, 2012, roč. 50, s. 110.

2 Proti zakořeněnému vnímání Národního muzea jakožto pouze Historické budovy se snažila bojovat kampaní Národní muzeum není jen jedna budova, spuštěná spolu s uzavřením Historické budovy pro rekonstrukci v červenci roku 2011. Bližší informace ke kampani viz KROUPOVÁ, Magdaléna. Národní muzeum není jen jedna budova! Muzeum: Muzejní a vlastivědná práce, zvláštní vydání, 2012, roč. 50, s. 100–104.

3 Statistická data návštěvnosti Národního muzea za léta 2014–2016. Archiv Oddělení obchodu Národního muzea.

**Ing. Mgr. Ivana Kocichová,
Ph.D.**

Národní muzeum – Úsek
pro práci s veřejností
ivana_kocichova@nm.cz

témata, nevyhýbá se kontroverzím, je maximálně otevřená, flexibilní, přátelská. Institucí, která počítá s návštěvníkem – vtahuje jej do dění, stimuluje zájem, podněcuje dialog a participaci, institucí, která inspiruje.

Rekonstrukce Historické budovy Národního muzea je předpokladem pro zvýšení návštěvnického komfortu, přípravu a instalaci nových expozic a realizaci zázemí pro doprovodné vzdělávací a kulturní aktivity. Velká pozornost je však v přípravách na otevření vedle stavebně-technických úprav a přípravy nových expozic věnována také nastavení návštěvnického provozu, tak aby byl pro návštěvníky komfortní a bezpečný, stejně jako budování návštěvnické infrastruktury. Zde je nutno připomenout, že rekonstrukce probíhá pod přísnou památkovou ochranou a skloubit tuto ochranu s některými požadavky na moderní provoz není vždy snadné. Zároveň se Národní muzeum snaží definovat standardy práce s veřejností a standardy přímé komunikace s návštěvníkem. Revizí procházejí i koncepty v oblasti budování loajálního publika, komunikace, využívání moderních technologií k prezentaci sbírek a komunikaci s veřejností.

Všechny výše uvedené aspekty, přičemž jejich výčet v žádném případě není kompletní, jsou těmi, které do značné míry ovlivňují image instituce.

Prioritním cílem v této oblasti je podporovat pozitivní přímou zkušenost s institucí. Právě ta je nástrojem, pomocí kterého by mělo Národní muzeum v budoucnu budovat vztah s veřejností a návštěvníky, pozitivně ovlivňovat svoji image, stimulovat pozitivní word of mouth marketing, motivovat k opakované návštěvě, budovat loajální publikum složené ze spokojených návštěvníků, a to včetně návštěvníků virtuálních. Zkušenost s institucí bychom navíc neměli omezovat pouze na návštěvnickou zkušenost. Přímou zkušenost s institucí získávají všichni, kdo s institucí a jejími pracovníky přicházejí do styku, tedy mimo jiné i dodavatelé, dobrovolníci, praktikanti a stážisté, pracovníci spolupracujících institucí a řada dalších osob.

Po zpřístupnění Historické budovy vznikne v horní části Václavského náměstí muzejní komplex s více než 12 tisíci metry čtverečními výstavní plochy a více než 5 tisíci metry čtverečními dalších veřejných ploch.⁴ Podzemní chodbou spojené Historická budova a Nová budova Národního muzea mají potenciál stát se nejen významným kulturním cílem, ale i živým společenským prostorem. Již před uzavřením Historické budovy pro rekonstrukci v roce 2011 dosahovala návštěvnost v objektu tradičně téměř 400 tis. návštěvníků ročně,⁵ v roce 2007 dokonce výrazně přesáhla 500 tisíc návštěvníků.⁶

Osobně se domnívám, že není až tak důležité, zdali budou tato čísla překonána, ale spíše to, zda budou návštěvníci odcházet z muzea spokojení, obohaceni o nové zkušenosti a zážitky, s příjemnou a pozitivní zkušeností s novým Národním muzeem.

Použité zdroje

- FIALOVÁ, Dagmar (ed.). *Širší souvislosti předmětu architektonické soutěže na řešení expozic, výstavních prostor a návštěvnického provozu v Historické a Nové budově Národního muzea. Část A – základní informace*. Praha, Národní muzeum, 2015.
- HAVLÍKOVÁ, Ivana. Značka Národního muzea. *Muzeum: Muzejní a vlastivědná práce*, zvláštní vydání, 2012, roč. 50, s. 110–113.
- KROUPOVÁ, Magdaléna. Národní muzeum není jen jedna budova! *Muzeum: Muzejní a vlastivědná práce*, zvláštní vydání, 2012, roč. 50, s. 100–104.
- NÁRODNÍ MUZEUM. Výroční zpráva, 2007 [online]. Praha, Národní muzeum, 2008. [cit. 15. 8. 2017].
- NÁRODNÍ MUZEUM. Výroční zpráva, 2008 [online]. Praha, Národní muzeum, 2009. [cit. 15. 8. 2017].
- NÁRODNÍ MUZEUM. Výroční zpráva, 2009 [online]. Praha, Národní muzeum, 2010. [cit. 15. 8. 2017].
- NÁRODNÍ MUZEUM. Výroční zpráva, 2010 [online]. Praha, Národní muzeum, 2011. [cit. 15. 8. 2017].

⁴ FIALOVÁ, Dagmar (ed.). *Širší souvislosti předmětu architektonické soutěže na řešení expozic, výstavních prostor a návštěvnického provozu v Historické a Nové budově Národního muzea. Část A – základní informace*. Praha, Národní muzeum, 2015, s. 6.

⁵ NÁRODNÍ MUZEUM. Výroční zpráva, 2008 [online]. Praha, Národní muzeum, 2009, s. 88 [cit. 15. 8. 2017]; NÁRODNÍ MUZEUM. Výroční zpráva, 2009 [online]. Praha, Národní muzeum, 2010, s. 114 [cit. 15. 8. 2017]; NÁRODNÍ MUZEUM. Výroční zpráva, 2010 [online]. Praha, Národní muzeum, 2011, s. 65 [cit. 15. 8. 2017].

⁶ NÁRODNÍ MUZEUM. Výroční zpráva, 2007 [online]. Praha, Národní muzeum, 2008, s. 62 [cit. 15. 8. 2017].