

Úvodní panely k výstavám: Kvantitativní analýza textů a návštěvnická percepce

Monika Fournial, Nina Wanča

Introductory Exhibition Panels: Quantitative Analysis of Texts and Visitor Perception

Abstract: *Texts are a common part of museum exhibitions and help the visitor to orientate in the topic and to support the understanding of the museum content. The quality of the texts, therefore, has a big impact on visitor satisfaction and appropriate attention should be given to the preparation of the text. This article focuses on the texts of the introductory panels which provide the basic interpretative framework of the exhibitions and compares two texts from the World War II exhibitions. The research part combines a descriptive content analysis of the texts and an assisted questionnaire to enrich the analysis with visitors' perspectives. The research defined the basic parameters that influence visitor satisfaction, which include the length and clarity of the text. Based on the research and literature, particular recommendations for working with the text that will positively impact their readability, thereby improving the overall experience of the museum visit, are concluded.*

Keywords: *museum text; introductory panel; descriptive analysis; benefit of texts; visitor satisfaction*

Úvod

Muzejní texty jsou kromě samotných sbírkových předmětů jedním z nejstarších, nejfrekventovanějších a nejvyužívanějších forem obsahu ve výstavách či expozicích¹. Muzejní text, na jehož produkci se do velké míry podílejí kurátoři a tvůrci výstav, je účinným nástrojem, jak poskytnout návštěvníkům rámec pro porozumění, a to jak výstavě jako celku, tak jednotlivým exponátům či sbírkovým předmětům.² Texty najdeme v muzeích v mnoha podobách a jazykových variantách, např. v podobě úvodních panelů, popisek k jednotlivým exponátům (v angličtině používaný termín *label*), textů v brožurkách, katalogích, příručních textech, na webu nebo v pracovních listech. Každý z těchto textů má pak do jisté míry specifickou funkci a může cílit na odlišné návštěvnické skupiny. Nelze však opomenout i jiné mediální formy, jejichž základem je text a jsou součástí např. digitálního obsahu – texty pro audioguidy, textace k videím, texty do mobilních aplikací apod. Každá instituce ve své praxi

nakládá s pojmy jako text, popisek nebo úvodní panel do určité míry individuálně.³ Zpracování textů a jejich kvalita dokáže výrazně ovlivnit, jak budou návštěvníci s návštěvou muzea spokojeni a jaké informace si odnesou. Přestože jsou texty v muzeích s mírnou nadsázkou všudypřítomné, jejich kvalita je reflektována jen minimálně. Předkládaný text, který vznikl na základě bakalářské práce na Ústavu informačních studií a knihovnictví,⁴ se zabývá texty úvodních panelů z výstav o druhé světové válce ze dvou různých institucí. Článek si pomoci srovnání dvou odlišných textů úvodních panelů klade za cíl zjistit, jaké vlastnosti tyto konkrétní texty mají a jak návštěvníci tyto texty vnímají a hodnotí. Kromě analýzy těchto textů je cílem zobecnit výsledky analýzy a formulovat sadu doporučení využitelnou při přípravě muzejních textů.

Současný stav poznání a východiska práce

Od 2. pol. 20. století se kontinuálně posiluje vzdělávací role muzeí a zároveň je

tematické
studie

1 V textu budeme používat výrazy *expozice* a *výstava* synonymně, jelikož se liší pouze v tom, na jakou dobu je výstava/expozice realizována.

2 RAVELLI, Louise. *Museum Texts: Communication Frameworks* [online]. London: Routledge, 2005, s. 1–3 [cit. 28.3.2023].

Dostupné z: <https://doi.org/10.4324/9780203964187>

3 SERRELL, Beverly. *Exhibit Labels: An Interpretive Approach*. 2nd edition. Lanham: Rowman & Littlefield Publishers, 2015, s. 31.

4 FOURNIAL, Monika. *Práce s textem v muzejních expozicích*. Bakalářská práce.

Bc. Monika Fournial

Ústav informačních studií a knihovnictví
Filozofická fakulta
Univerzity Karlovy
belkova.monika@gmail.com

Mgr. Nina Wanča, Ph.D.

Ústav informačních studií a knihovnictví
Filozofická fakulta
Univerzity Karlovy
nina.wancova@ff.cuni.cz

Praha: Univerzita Karlova, Filozofická fakulta, Ústav informačních studií a knihovnictví, 2022. Vedoucí práce: Wančová, Nina. Dostupné také z: <https://dspace.cuni.cz/handle/20.500.11956/174946>

5 Wolf a Tymitz cit. podle SAMSON, Denis. *Le parcours de lecture des visiteurs: théories et méthodes appliquées à l'évaluation formative des panneaux de l'exposition de préfiguration*. In: *La Muséologie des sciences et ses publics. Regards croisés sur la Grande Galerie de l'Évolution du Muséum national d'Histoire naturelle* [online].

Paris: Presses Universitaires de France, 2000, s. 145–158 [cit. 24.4.2020]. Dostupné z: <https://www.cairn.info/la-museologie-des-sciences-et-ses-publics--9782130509202-page-145.htm>

6 JAREŠ, Jakub, PÝCHA, Čeněk a SIXTA, Václav. *Jak vystavujeme soudobé dějiny: muzeum v diskuzi*. Praha: Ústav pro studium totalitních režimů, 2020.

7 AHMAD, Shamsidar et al. *Museum Exhibition Design: Communication of Meaning and the Shaping of Knowledge*. *Procedia: Social and Behavioral Sciences* [online], 2014 (153), s. 254–265 [cit. 28.3.2023]. Dostupné z: [doi:10.1016/j.sbspro.2014.10.059](https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.10.059)

8 KORSBÆK NIELSEN, Jane. *Museum communication: Learning, Interaction and experience*. Phd thesis. St Andrews: University of St Andrews, 2014, s. 19. Vedoucí práce: Ulrike Weiss. Dostupné také z: <https://research-repository.st-andrews.ac.uk/handle/10023/5770?show=full>

9 Shannon a Weaver model. In: *Wikisofia* [online]. Praha: Univerzita Karlova, 2013 [cit. 3.5.2021]. Dostupné z: https://wikisofia.cz/wiki/Shannon_a_weaver_model

10 KORSBÆK NIELSEN, Jane. *Op. cit.*, s. 22.

11 Fruitman & DuBro, 1979 cit. podle FRAGOMENI, Dana. *The Evolution of Exhibit Labels*. *Faculty of Information Quarterly* [online], 2010, 2(1), s. 2 [cit. 29.3.2021]. Dostupné z: <http://hdl.handle.net/1807/80213>

velký tlak na to, aby činnosti muzeí odpovídaly skutečným potřebám návštěvníků.⁵ Muzea a muzejní expozice lze zkoumat různými přístupy s využitím řady metod včetně východisek, které vyplývají z konkrétní sbírky (umělecké, přírodovědecké, historické apod.). Zajímavým příspěvkem do diskuse k přístupu zkoumání muzeí z poslední doby nabízí kniha *Jak vystavujeme soudobé dějiny. Muzeum v diskuzi*,⁶ která zohledňuje mimo jiné např. návštěvnická studia, paměťová studia nebo studia nových médií. Vzhledem k tomu, že se tato práce zabývá muzejním textem, vychází článek z komunikačních studií, kdy muzejní výstavy jsou chápány jako komunikační médium, které mají za cíl pestřími výrazovými prostředky předávat návštěvníkům konkrétní obsah.⁷ Popularizace vědeckých a odborných činností muzea a komunikace v nejrůznějších podobách se tak stává jednou z hlavních funkcí muzea.⁸ Nejrozšířenějším schématem je pak komunikační model *Komunikátor-Zpráva-Příjemce* od Shannona a Weavera,⁹ který je lineární, akcentuje roli komunikátora, kdy příjemce je spíše pasivní, a nezahrnuje také žádné sociální, kulturní aspekty, předešlé znalosti návštěvníků a ani nepracuje se zpětnou vazbou.¹⁰ V kontextu technologických a společensko-kulturních změn, které s sebou přinesla nejen nová média a internet, by muzeum respektující potřeby návštěvníků v přípravě výstav i textů mělo vnímat texty komplexněji nad rámec tohoto základního modelu.

Komplexní muzejní komunikace využívá široké škály komunikačních prostředků a s vývojem muzeí došlo i k vývoji muzejních textů. Nejprve šlo zejména o předávání informací. K popiskům se přidaly didaktické panely, které však byly náročné pro čtenáře, měly encyklopedický charakter a obsahovaly velké množství odborných termínů. Docházelo k tomu, že texty návštěvníci kvůli náročnosti ve velké míře nečetli.¹¹ Od 70. let texty pomalu přecházely od tónu vědeckého, „učebnicového“ k více neformálnímu, stávaly se přátelštějšími a konverzačními. Nicméně byly stále zdlouhavé a psané jednotvárným, malým písmem, což negativně ovlivňovalo jejich

čitivost i čitelnost. Muzea zareagovala a snažila se zjišťovat nároky návštěvníků na texty v celé řadě výzkumných studií návštěvnické spokojenosti.¹² Po roce 2000 došlo zejména díky prudkému rozvoji internetu k zásadním společenským změnám. Vznikla nová generace návštěvníků, která je kvůli všudypřítomným technologiím a médiím obklopena informacemi dostupnými 24 hodin denně. Tato změna ovlivnila a stále ovlivňuje i prezentační činnosti muzea včetně textů. Muzea se začala více soustředit na design a vizuální interpretaci textu (barvy, velikost, členění apod.) a díky digitálním a multimediálním exponátům se rozšířily možnosti, kam text umístit.¹³ S aktuálně nově přijatou definicí muzea se tyto trendy posilují a texty by měly také reflektovat pluralitu pohledů na témata expozic.¹⁴

Při návštěvě muzea každý návštěvník srovnává svoje dosavadní individuální znalosti, zkušenosti i hodnoty s tím, co je vystaveno a popsáno v muzejních textech.¹⁵ Při práci s textem v expozici musíme zohlednit řadu okolností, které ovlivňují jejich konečnou podobu a formulaci. Mezi základní parametry určující výslednou podobu výstavy patří prostor, ve kterém se expozice nachází, a tedy i její rozsah, dále pak motivace a cíle muzejníků, finanční rámec i profesionální kompetence tvůrců. Spokojenost návštěvníků s expozicí a s texty je ovlivněna vstupními znalostmi (prekoncepty) návštěvníků, jejich motivací, kulturním a sociálním prostředím, z kterého pocházejí. Je třeba zdůraznit, že kulturní normy a životní zkušenosti návštěvníků jsou velmi pestré a zohledněny by měly být různé interpretační rámce respektující etnické či kulturní menšiny.¹⁶ Produkce textů by neměla být podceňována a měla by jim být věnována minimálně stejná pozornost, jako tvorbě exponátů a výběru sbírkových předmětů k vystavení.

Analyza úvodních panelů

Na základě studia literatury byly formulovány výzkumné otázky. Tyto studie¹⁷ zjistily, že mezi faktory ovlivňující

volbu návštěvníka, zda bude text číst, patří osvětlení, druh písma, množství textu a jeho umístění. Umístění a délka textu se ukázala jako nejdůležitější. Dalšími důležitými faktory, které usnadňují interpretaci obsahu a jeho vnímání, je pak barva, typografie, rozložení textu,¹⁸ srozumitelnost a čtivost¹⁹. Při čtení jsou návštěvníci aktivní a informace si vybírají tak, aby si potvrdili to, co již znají, nebo aby se ujistili ve svém předporozumění. Návštěvníci, kteří by četli všechno, jsou velmi vzácní.²⁰ Stále častěji se dnes mluví o informačním přetížení (*information overload*), kdy jednou z možných reakcí je vědomé vyhýbání se nepotřebným informacím,²¹ zároveň je text v muzeích stále nadužíván.²²

V České republice nemáme mnoho aktuálních výzkumů, které by se muzejním textem zabývaly do větší hloubky. Stejně tak neexistuje systematická metodologická podpora pro tvorbu a evaluaci textů v českých muzeích nebo sdílené normy týkající se toho, co znamená dobrý a kvalitní muzejní text. V muzejní praxi se tak stále častěji objevuje nový trend najímání profesionálních autorů píšících texty na základě podkladů od kurátorů, tzv. copywriterů.²³

Cílem předkládaného výzkumu bylo otevřít téma muzejních textů a obohatit debatu o pohled návštěvníků. Součástí práce bylo také ověřit způsoby, jak muzejní texty zkoumat a identifikovat zásadní parametry textů, které ovlivňují návštěvníckou spokojenost.

Design výzkumu

Výzkum analyzuje dva texty úvodních informačních panelů ve dvou různých institucích, přičemž obě výstavy spojuje téma druhé světové války. Tím, že je téma obou výstav i textů stejné, nedojde ke zkreslení, kdy by jedno z témat mohlo být respondentům bližší. Úvodní panel je v hierarchii textů jeden z nejdůležitějších, protože stojí na začátku výstavy, uvozuje téma, nastavuje interpretační rámec a návštěvníci si díky němu utvářejí prvotní vztah k celé výstavě. Kvalitativní výzkum byl proveden za pomoci kombinace dvou

metod – deskriptivní obsahové analýzy dokumentů (1) a dotazníkového šetření s návštěvníky (2), kteří texty četli kvůli uzavření muzeí v souvislosti s covid-19 mimo expozice. Podmínkou pro účast ve výzkumu byla předchozí zkušenost s návštěvami muzeí, z nichž návštěvníci čerpali při hodnocení. K analýze dokumentů byly kromě manuálních výpočtů využity volně dostupné nástroje skrze webové rozhraní Českého národního korpusu²⁴ a Ústavu formální a aplikované lingvistiky²⁵ (viz níže). Pro šetření byly definovány tyto výzkumné oblasti:

1. Srozumitelnost a obtížnost textu
2. Čtivost textu
3. Přínos textů pro návštěvníky

Analýza probíhala od ledna do března 2021. Respondenti byli vzhledem k časové náročnosti dopředu cíleně vybráni a využity byly širší kontakty řešitelů. Účastníci a účastnice výzkumu si vždy nejprve přešli text a poté společně s výzkumníci vyplňovali dotazník. Všichni respondenti kvůli porovnání evaluovali oba texty. Díky asistovanému vyplnění mohly být zaznamenány i spontánní komentáře, docházelo k výměně názorů mezi výzkumníci a respondenty, a výzkum byl tak obohacen o zajímavé podněty nad rámec předem daných otázek. Dotazníky byly vyplňovány online na platformě Click4survey²⁶ a obsahoval tři části – obecný postoj k problematice muzejních textů (1), hodnocení zkoumaných textů (2) a otázky týkající se respondenta a jeho vztahu k muzeím (3). V dotazníku byly použity různé typy otázek (uzavřené, otevřené, polouzavřené). Výsledky byly zpracovány pomocí programu Excel. Vzhledem k tehdejšímu uzavření muzeí byl porovnáván pouze text a v analýze nebylo zohledněno grafické a formální zpracování panelů a návaznost na výstavu.

Silné a slabé stránky výzkumu

Silnou stránkou výzkumu, který se zaměřuje výhradně na texty a ne na kontext expozic, je to, že kombinuje dvě metody, díky kterým je problematika zachycena komplexněji. Metoda kvantitativní deskriptivní analýzy vychází z lingvistiky

12 Serrelle, 2015, s. 327–330, Faron, 2003 cit. podle FRAGOMENI, Dana. Op. cit., s. 1–11 [cit. 29.3.2021]. Dostupné z: <http://hdl.handle.net/1807/80213>

13 ŠOBÁŇOVÁ, Petra. Využití digitálních technologií v muzejní prezentaci a edukaci [online]. Brno: Moravské zemské muzeum, Metodické centrum muzejní pedagogiky, 2019, s. 10–11 [cit. 21.11.2022]. Dostupné z: <http://www.mcmp.cz/vzdelavani/metodicke-texty-a-doporuceni/vyuziti-digitalnich-technologi-v-muzejni-prezentaci-a-edukaci/>

14 ICOM Česká republika: Definice muzea [online]. Brno: Český výbor ICOM, 1994 [cit. 22.4.2021]. Dostupné z: <https://icom-czech.muni.icom.museum/icom/definice-muzeal>

15 MCMANUS, Paulette M. Oh, Yes, They Do: How Museum Visitors Read Labels and Interact with Exhibit Texts. Curator: The Museum Journal [online], 1989, 32(3), s. 174–189 [cit. 24.4.2020]. Dostupné z: doi:10.1111/lj.2151-6952.1989.tb00718.x

16 KIRSHENBLATT-GIMBLETT, Barbara. Konference Dějiny ve veřejném prostoru II: Úvodní přednáška Barbary Kirshenblatt-Gimblett. Ústav pro studium totalitních režimů [online], 2020 [cit. 3.5.2021]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=x2SX7J-3GU4o>. 1h:14:00–1h:20:00.

17 SAMSON, Denis. Le parcours de lecture des visiteurs: théories et méthodes appliquées à l'évaluation formative des panneaux de l'exposition de préfiguration. In: La Muséologie des sciences et ses publics. Regards croisés sur la Grande Galerie de l'Évolution du Muséum national d'Histoire naturelle [online]. Paris: Presses Universitaires de France, 2000, s. 13 [cit. 24.4.2020]. Dostupné z: doi:10.3917/puf.eidel.2000.01.0145; BITGOOD, Stephen a SHETTEL, Harris H. Determining Museum Effectiveness: Visitor Studies Today. The Journal of Museum Education [online], 1996, 21(3),

s. 9 [cit. 19.12.2020]. Dostupné z: <https://www.jstor.org/stable/40479068>

18 SAMSON,

Denis. *L'évaluation formative et la genèse du texte. Publics et Musées* [online], 1992, 1(1), s. 63 [cit. 20.12.2020].

Dostupné z: doi:10.3406/pumus.1992.1007

19 MIGLIETTA, Anna Maria, PACE, Rosaria a BOERO, Ferdinando. *Evaluating Students' Comprehension of Messages on Panels: an Informa Group Company. Visitors studies* [online], 2011, 14(2), s. 209–218 [cit. 20.3.2023]. Dostupné z: doi:10.1080/10645578.2011.608022;

LIPOVSKY, Caroline. *Shaping Learning for Young Audiences: A Comparative Case Study of Children's Texts from Two Parisian Museums. Visitor Studies* [online], 2020, 23(2), s. 237–265 [cit. 7.11.2020].

Dostupné z: doi:10.1080/10645578.2020.1819744

20 MCMANUS, Paulette M. *Op. cit.*, s. 184.; SAMSON, Denis. *L'évaluation formative et la genèse du texte. Publics et Musées* [online], 1992, 1(1), s. 67.

21 BITGOOD, Stephen.

When Is "Museum Fatigue" Not Fatigue?. Curator: The Museum Journal [online], 2009, 52(2), s. 197 [cit. 18.5.2021]. Dostupné z: doi:10.1111/j.2151-6952.2009.tb00344.x

22 Bitgood, 2000; Ekarv, 1994; Gilmore; Sabine, 1994 cit. podle KORSBÆK NIELSEN, Jane.

Op. cit., s. 134.

23 JAREŠ, Jakub, PÝCHA, Čeněk a SIXTA, Václav. *Op. cit.*, s. 145.

24 Český národní korpus [online]. Praha: Ústav Českého národního korpusu [cit. 21.11.2022]. Dostupné z: <https://www.korpus.cz/>

25 Ústav formální a aplikované lingvistiky [online], 2022. Praha: Institut formální a aplikované lingvistiky [cit. 22.11.2022]. Dostupné z: <https://ufal.mff.cuni.cz/>

26 Click4Survey [online]. Praha: Click4Survey, 2011–2023 [cit. 14.6.2021]. Dostupné z: <https://www.click4survey.cz/>

a poskytuje více objektivní pohled na texty, protože porovnává texty nezávisle na jejich formě.²⁷ Výzkum nebyl zaměřen na pozorování návštěvnického chování v expozici ani na analýzu propojení textů s konkrétním výstavnickým přístupem, ale na vnímání a postřehy, které předložené texty vyvolaly. Na druhou stranu výzkum pracuje s relativně nízkým počtem respondentů (20)²⁸ a pro výzkum by bylo jistě přínosné zohlednit i názor na konkrétní výstavy. Práce s texty se vyznačovala rovněž vysokou časovou náročností.

Představení institucí a textů o druhé světové válce

Do výzkumu jsou zařazeny dva památníky obětem druhé světové války, které mají kromě pietní funkce i muzejní expozice. Následující popis expozic vychází z webové prezentace samotných institucí a vzhledem k tomu, že se výzkum nevěnuje samotným výstavám, ale soustředí se na konkrétní texty, jsou popsány pouze stručně. Plné texty úvodních panelů jsou dostupné online na platformě Zanado²⁹.

Památník obětem II. světové války v Mostě

Památník je součástí Oblastního muzea a galerie v Mostě³⁰. Muzeum uvádí, že jeho cílem je: „připomínat tisíce obětí války mnoha národností, desítky tisíc lidí, kteří prošli zdejšími zajateckými a pracovními lágry a uceleně přiblížit období let 1938–1945“. Stálá expozice Památníku se jmenuje Mostecko za II. světové války. Expozice je koncipována tematicky a rozdělena na tři části (Nástup fašismu; Sudetenländische Treibstoff Werke³¹; Poláci na Jezeří). Časově pokrývá období druhé světové války a rámcem výstavy je geografická oblast Mostu a okolí. Cílová skupina návštěvníků není konkrétně specifikována, nicméně právě tento aspekt je obecně pro tvorbu výstav klíčový, protože znalost cílové skupiny umožní obsah výstav zacílit na konkrétní potřeby návštěvníků a naplnit jejich očekávání.³² Úvodní panel (tedy text T1) nese název Nástup fašismu. Jeho autorem je místní

novinář, šéfredaktor *Mosteckého deníku*, pan Edvard D. Beneš. Jde o text v délce 4,3 normostran (7 741 znaků vč. mezer), je nabitý informacemi a téma se snaží objasnit a rozvinout jak do šířky, tak do hloubky. Obsahuje značné množství faktografických informací a cizojazyčných německých slov. Po obecném, krátkém nadpisu „Nástup fašismu“ následuje popis historických a politických událostí v žurnalistickém stylu. V celém textu úvodního panelu je kladen důraz na faktickou přesnost a detailnost informací.

Národní památník II. světové války Hrabyně

Památník je součástí Slezského zemského muzea³³ a jeho expozice Doba zmaru a naděje mapuje politické a vojenské události naší země v evropském kontextu. Muzeum uvádí, že cílem expozice je: „poskytnout návštěvníkům základní informace o období druhé světové války, ale v osobních příbězích pamětníků zprostředkovat i emocionální prožitek, umocněný autentickými předměty, které pro expozici věnovali přímí účastníci bojů“. Cílová skupina návštěvníků není specifikována. Stejně jako expozice v Mostě i tato využívá tematické koncepce a je dělena do čtyř témat (Vznik a bojová činnost československých jednotek na území Sovětského svazu; Boje československých vojáků a letců v Polsku, Francii, na Středním východě a ve Velké Británii; Osvobozovací boje na území Československa; Holocaust a koncentrační tábory a všední život obyvatelstva).

Úvodní panel (tedy text T2) s názvem Mnichovská dohoda a okupace ČSR poskytl vedoucí muzea Kamila Poláková. Rozsah panelu jsou dvě normostrany (3 609 znaků vč. mezer). Text je uveden nadpisem, který vymezuje obsah z hlediska geografického i časového, akcentuje regionální oblast Těšínska a Hlučínska. Obsahuje řadu faktografických informací, ale neobjevují se žádná cizojazyčná slova. Jazykový styl je spíše formální, kdy je kladen důraz na chronologický popis událostí a jejich vysvětlení z pozice autority muzea. Ukázky z textů jsou v Tab. 1.

Tab. 1: Ukázky z textů

Nástup fašismu ³⁴ (T1)	Mnichovská dohoda a okupace ČSR ³⁵ (T2)
<p>Na konci 1. světové války, 18. října 1918, byla z Ameriky sdělena světu zpráva o tzv. Washingtonské deklaraci – právu národů na sebeurčení. Toho využili také Sudetští Němci a ve Vídni 23. října 1918 ustavili výkonný výbor pro zřízení samostatného státu Deutschböhmen na českém území s převahou německého obyvatelstva. T. G. Masaryk sice oznámil z Washingtonu vznik samostatného státu Čechů a Slováků, ale již 29. a 30. října 1918 rakouský parlament ve Vídni schválil vznik provincie Deutschböhmen s plnou politickou a vojenskou podporou. Během tří dnů byly kromě severozápadního pohraničí Deutschböhmen (s hlavním městem Teplicemi, posléze Libercem), vytvořeny také provincie Sudetenland (severozápadní Morava), Böhmerwaldgau (Šumava) a Deutschsüdmähren (jižní Morava). Lze tedy říct, že ani konec 1. světové války a vznik Československé republiky nepřinesl klid na tomto území.</p>	<p>Západní velmoci však neměly zájem skutečně pomoci Československu. Přivítaly proto návrh B. Mussoliniho na uspořádání schůzky 4 velmocí. Dne 29. září 1938 se v Mnichově sešli předsedové vlád Velké Británie, Francie, Itálie a Německa a podepsali zde tzv. mnichovskou dohodu, která zavazovala Československo odstoupit ve prospěch Německa pohraniční území s převahou německého obyvatelstva. Českoslovenští zástupci nebyli k jednání vůbec připuštěni a od Československa se očekávalo, že podmínky dohod bezpodmínečně přijme. Za to mu bylo přislíbeno udělení garancí pro zbytek státu. Československá republika, s výjimkou několika desítek kilometrů hranic s Rumunskem, sousedila výhradně s nepřátelsky zaměřenými státy, přičemž Polsko se domáhalo ultimátem okamžitého odstoupení části Těšínska a území na severním Slovensku.</p>

Výsledky

Analýza porovnává dva texty úvodních panelů (T1 a T2), které spojuje téma druhé světové války a jejich regionální aspekt. Výsledky analýzy, která vycházela z deskriptivní obsahové analýzy dokumentů a z reflexe textů návštěvníky pomocí dotazníkového šetření, jsou prezentovány po jednotlivých výzkumných oblastech.

Respondenti a jejich vztah k muzeím

Do výzkumu se zapojilo 20 respondentů, 11 žen a 9 mužů. Z 20 respondentů bylo 12 ve věku 25–64 let, 5 osob bylo starších 65 let a 3 byli naopak mladší ve věku od 12–24 let. Věk je důležitý vzhledem k životním zkušenostem a u tématu druhé světové války také proto, že starší respondenti mohli v minulosti získat informace od pamětníků. Pro tento vzorek zůstává návštěva muzea spíše výjimečnou událostí, nejčastěji respondenti navštěvují

muzea 1x nebo 2x ročně. Častěji pak chodí do muzeí ženy a v naprosté většině jde především o společenskou či rodinnou událost, které se účastní jak dospělí, tak děti. To klade nároky na muzejní texty, protože musí být přístupné širokému spektru návštěvníků.

Srozumitelnost a obtížnost textů

V intuitivním chápání je srozumitelnost textů velmi individuální a závisí např. na preferencích čtenářů, věku, jejich dosaženém vzdělání i aktuální kognitivní únavě. Respondenti v části dotazníku, která se týkala obecně muzejních textů, uvedli, že je odrazuje přílišná délka textů (17x), komplikovaný jazykový styl (13x), gramatické chyby nebo překlepy (9x). Polovině respondentů vadilo, když neví, k jakému exponátu se texty vztahují, a pozornosti neuniklo ani umístění, nasvícení či velikost textů – „Vadí mi špatná vzdálenost od očí.“ nebo „Když jsou příliš ve tmě a šeru.“

- 27 DVOŘÁKOVÁ, Ilona.** *Obsahová analýza / formální obsahová analýza / kvantitativní obsahová analýza.* AntropoWebzin [online], 2010(2), s. 95–99 [cit. 6.6.2021]. Dostupné z: http://www.antropoweb.cz/media/webzin/webzin_2_2010/Dvorakova_I-2-2010.pdf
- 28** Počet respondentů i zaměření na texty bylo negativně ovlivněno restrikcemi spojenými s pandemií covid-19.
- 29** Viz <https://doi.org/10.5281/zenodo.7817575>
- 30** Mezinárodní památník obětem II. světové války Most. *Pamatník-most* [online]. [cit. 22.11.2022]. Dostupné z: <http://www.pamatnik-most.cz/web/>
- 31** Sudetoněmecká továrna.
- 32** SERRELL, Beverly. *Op. cit.*, s. 49–68.
- 33** Národní památník II. světové války Hrabyně [online]. *Slezské zemské muzeum, 2010* [cit. 22.11.2022]. Dostupné z: <http://www.szm.cz/rubrika/25/expozicni-arealy/pamatnik-ii-svetove-valky-hrabyne.html>
- 34** Tato ukázka má délku 878 znaků včetně mezer. Jedná se tedy o mírně více než 11 % délky celkového textu.
- 35** Tato ukázka má délku 817 znaků včetně mezer. Jedná se tedy o necelých 24 % délky celkového textu.
- 36** ŠLERKA, Josef a SMOLÍK, Filip. *Automatická měřítka čitelnosti pro česky psané texty.* *Studies in Applied Linguistics* [online], 2010(1), s. 33–44 [cit. 3.3.2021]. Dostupné z: https://studiezaplikovanelinguistiky.ff.cuni.cz/wp-content/uploads/sites/19/2016/03/Josef_Slerka_33-44.pdf
- 37** Mistríkův vzorec obtížnosti: $R = 50 - (S \cdot V) / (N / L)$, kde R je zjištění k hodnocení dle škály obtížnosti; S je průměrný počet slabik ve slově; V je průměrný počet slove ve větě; N je počet všech slov (vzorek 300 slov); L je počet různých slov ve vzorku; N / L je vyjádření indexu opakování slov; (vzorek 300 slov).
- 38** CVRČEK, Václav, ČECH, Radek a KUBÁT, Miroslav. *QuitaUp verze 0.2.5 2/2021: Nástroj pro kvantitativní stylo-metrickou analýzu.*

Český národní korpus [online]. Ostrava: Katedra českého jazyka, FF Ostravská univerzita, 2020 [cit. 14.6.2021]. Dostupné z: <https://korpus.cz/quitaup/>

39 CVRČEK, Václav. KWords. Český národní korpus [online]. Praha: Ústav Českého národního korpusu, 2015 [cit. 14.6.2021]. Dostupné z: <https://kwords.korpus.cz/>

40 STRAKOVÁ, Jana a STRAKA, Milan. NameTag 2. Ústav formální a aplikované lingvistiky [online]. Praha: Matematicko-fyzikální fakulta, Univerzita Karlova, 2019 [cit. 14.6.2021]. Dostupné z: <https://ufal.mff.cuni.cz/lnametag/2>

41 CVRČEK, Václav, ČECH, Radek a KUBÁT, Miroslav. QuitaUp verze 0.2.5 2/2021: Nástroj pro kvantitativní stylo-metrickou analýzu.

42 STRAKOVÁ, Jana a STRAKA, Milan. NameTag 2. 43 PRCHALOVÁ, Dana. Zkoumání čtivosti – srovnání způsobů měření obtížnosti textu. Bakalářská práce. Praha: Ústav informačních studií a knihovnictví, Univerzita Karlova v Praze, 2013. s. 14. Vedoucí práce Richard Papik. Dostupné také z: <http://hdl.handle.net/20.500.11956/54727>

44 SERRELL, Beverly. Op. cit., s. 103; RAND, Judy. Less is More. And More is Less. Exhibition: A journal of exhibition theory & practices for museum professionals [online], 2016, s. 37 [cit. 29.12.2022]. Dostupné z: https://static1.square-space.com/static/58fa260a-725e25c4f30020f3/t/594d-16c51b631be4c390c5931498224358446/11_Exhibition_LessIsMore.pdf;

TRENCH, Lucy. Writing Gallery Text at the V&A: A Ten Point Guide. In: Victoria and Albert Museum [online]. London: Victoria and Albert Museum, 2018, s. 21 [cit. 4.2.2021]. Dostupné z: https://www.vam.ac.uk/blog/wp-content/uploads/VA_Gallery-Text-Writing-Guidelines_online_Web.pdf

45 SERRELL, Beverly. Op. cit., s. 103.

46 Ibidem, s. 34; TRENCH, Lucy. Op. cit., s. 21.

Tab. 2: Výsledky deskriptivní analýzy

Posuzované parametry	Program / metoda	T1: Nástup fašismu	T2: Mnichovská dohoda a okupace ČSR
Srozumitelnost			
Index opakování slov <i>Čím vyšší index, tím je text srozumitelnější a naopak³⁶</i>	QuitaUp: verze 0.2.5	1,38	1,28
Slovní bohatost <i>Čím vyšší index slovního bohatství, tím bohatší slovník a tím hůře srozumitelný text a naopak</i>	QuitaUp: verze 0.2.5	0,72	0,78
Počet faktografických informací	NameTag 2	140	68
Počet cizojazyčných slov	Manuální součet německých slov v textu	14	0
Čtivost			
Počet NS <i>1800 znaků vč. mezer = 1 normostrana</i>		4,3	1,9
Počet znaků	QuitaUp: verze 0.2.5	7 731	3 608
Počet slov	QuitaUp: verze 0.2.5	1 122	520
Počet různých slov (lemmat)	QuitaUp: verze 0.2.5	684	387
Délka věty	QuitaUp: verze 0.2.5	13,4	10,28
Průměrná délka slova	QuitaUp: verze 0.2.5	5,73	5,81
Dějovost textu <i>Vyšší počet sloves vyjadřuje větší dynamiku textu</i>	QuitaUp: verze 0.2.5	0,27	0,31
Popisnost textu <i>Vyšší počet přídavných jmen značí vyšší deskriptivitu textu</i>	QuitaUp: verze 0.2.5	0,74	0,70

Tematická soudržnost (KWords) <i>Čím vyšší počet různých tematických slov, tím vyšší je tematická bohatost a tím menší tematická soudržnost textu</i>	KWords; QuitaUp: verze 0.2.5	30	5
Obtížnost textu³⁷ <i>Mistríkova škála obtížnosti textu</i>	$R = 50 - (S \cdot V) / (N / L)$	28,26	14,34
		Náročný, ale srozumitelný	Těžko srozumitelný, vhodný ke studiu

Nástroje a postupy kvantitativní lingvistiky popisují texty v klíčových parametrech ovlivňujících srozumitelnost – bohatost jazyka, index opakování slov,³⁸ počet cizojazyčných slov, tematická soudržnost³⁹ a počet a detailnost faktografických informací.⁴⁰ Výsledky k textu T1 a T2, použité metody a nástroje jsou uvedeny v T-ab. 2. Podle indexu opakování slov vychází T1 („Nástup fašismu“) jako srozumitelnější. Výsledky ukazují, že text T2 („Mnichovská dohoda a okupace ČSR“) je díky menšímu opakování slov a vyšší slovní bohatosti méně předvídatelným, čímž je pro návštěvníky hůře srozumitelným. Obě metody, manuální výpočet i použití softwaru QuitaUp⁴¹ vyhodnotily texty stejně. Pro 11 z 20 respondentů je téma druhé světové války zajímavé, přičemž hlubší zájem a znalosti tématu projevilo ze vzorku 6 respondentů, mužů. Analýza srozumitelnosti textů odvozené od množství a detailnosti faktografických údajů byla založena na automatické klasifikaci vlastních jmen do kategoriálního systému v softwaru NameTag 2⁴². T1 obsahuje 140 faktografických údajů, text T2 pak 68. Nejvyšší podíl mají u obou textů geografické údaje (T1 74; T2 43), časové údaje (T1 28; T2 6), osobní jména (T1 17; T2 5). U textu T1 je také nápadná výrazná detailnost faktů, např. široká škála geografických informací (T1 – kontinenty, státy, města, přírodní oblasti, pohoří, řeky vč. soudobých názvů v němčině). Kvůli německým výrazům má T1 14 cizích slov,

T2 žádná. T1 („Nástup fašismu“) obsahuje vyšší množství detailnějších faktografických informací a cizí slova, což ovlivňuje jeho srozumitelnost.

Při hodnocení textu T1 („Nástup fašismu“) 10 respondentům komplikovalo čtení právě velké množství faktografických informací a německých slov – „*Příliš faktografických informací (jména, data, místa), moc dlouhý, příliš cizích slov, příliš podrobný.*“ Někteří respondenti (8) se museli v textu vracet a číst ho opakovaně, aby byli schopni usledovat linii textu, nebo naopak v textu přeskakovali a vynechávali – „*Vynechal jsem všechna německá slova.*“ A další respondentka dodává „*Četla jsem jen začátek a konec, prostředek moc ne...*“ Subjektivně horší srozumitelnost ovlivnila nejen způsob čtení, ale i celkové množství přečteného textu. Text T1 nepřečetlo 12 z 20 respondentů a více než třetina nedočetla ani do poloviny. V jednom případě však respondent s hlubšími znalostmi naopak dostatek faktografických informací a komplexnost tématu ocenil.

Obtížnost textu se vyhodnocuje na základě Mistríkovy škály obtížnosti textu na škále 0–50⁴³, podrobněji viz tabulka 3. T1 „Nástup fašismu“ je tedy text výkladový, náročný, ale srozumitelný, text T2 „Mnichovská dohoda a okupace ČSR“ je text stylizovaný, těžko srozumitelný, vhodný k soustředěnému studiu, nikoli ke čtení. Podle kvantitativní analýzy je T1 „Nástup fašismu“ pro návštěvníka méně obtížný.

47 ŠLERKA, J. a F. SMOLÍK. Automatická měřítka čitelnosti pro česky psané texty. *Studies in Applied Linguistics [online]*. 2010, 2010, 2010(1), s. 33-44 [cit. 2021-03-03]. ISSN 1804-3240. Dostupné z: https://studiezaplikovanelinguistiky.ff.cuni.cz/wp-content/uploads/sites/19/2016/03/Josef_Slerka_33-44.pdf

48 Mistríkův vzorec obtížnosti: $R = 50 - (S \cdot V) / (N / L)$, kde R zjištění k hodnocení dle škály obtížnosti; S je průměrný počet slabik ve slově; V je průměrný počet slov ve větě; N je počet všech slov (vzorek 300 slov); L je počet různých slov ve vzorku; N / L je vyjádření indexu opakování slov; (vzorek 300 slov)

Tab. 3: Stupnice obtížnosti textů podle Mistríka

Stupnice hodnocení obtížnosti textu podle Mistríka	
50–40	Velmi lehké texty, narativní, konverzační, odpočinkové a zábavné
40–30	Texty průměrně obtížné, lehce srozumitelné, dají se číst plyně
30–20	Texty výkladové, náročné a srozumitelné
20–10	Texty stylizované, těžko srozumitelné, vhodné ke studiu, nikoli ke čtení
10–0	Text na hraně srozumitelnosti

Čtivost textu

Z 20 respondentů téměř všichni potvrdili, že texty v muzeu čtou (18). Texty čtou podrobně, pokud je zaujmou, jinak je spíše prolétnou a hledají v nich pouze zajímavé informace. Oceňují stručné texty, ale rádi dostanou informaci o tom, kde mohou v případě zájmu najít další informace. O podrobné informace projeví zájem jen 3 respondenti, 2 uvedli, že texty většinou nečtou vůbec. Jedna návštěvnice to vysvětluje slovy – „*Nerada čtu texty, radši se kouknu na výstavu.*“ A další dodává, že raději si názor činí sám – „*Rád si interpretuji umění svým způsobem.*“ Čtivost textu je pro návštěvníka odvozená od kvantitativních parametrů (délka textu, průměrná délka vět, tematická soudržnost, jazykový styl, dějovost, popisnost) a má vliv na množství textu, které je návštěvník schopen lehce vstřebat.⁴⁴ Výsledky jsou také uvedeny v Tab. 2.

Na základě získaných objektivních dat lze tedy shrnout, že text T1 („Nástup fašismu“) je více než dvakrát tak delší, tematicky bohatší, psaný v delších větách a více popisným jazykem. Text T2 je kratší, úžeji tematicky zaměřený, více dějový a psaný v kratších větách. Jako čtivější se na základě kvantitativních zjištění jeví text T2 („Mnichovská dohoda a okupace ČSR“), který většina respondentů (16) četla plynule bez nutnosti se v textu vracet nebo ho číst opakovaně. Text byl přečten kompletně nebo respondenti přečetli více než jeho polovinu (17) – „*Text jsem přečetla celý.*“ Čtivost textu ovlivnila také pečlivost, s kterou respondenti text četli – „*Nepřeskočil jsem zde nic, všemu jsem*

věnoval pozornost.“ A více než u textu T1 respondenti komentovali snadnost čtení – „*Všemu jsem rozuměla.*“ A „*Nebylo tam nic obtížného.*“ Ojediněle bylo uvedeno jako obtížné slovo „župa“, kterému nerozuměli v textu 3 respondenti z kategorie 12–24 let. Jako rušivé při čtení textu uváděl jeden respondent počty obyvatel. Z výsledků lze vyvozovat, že bezproblémová srozumitelnost pozitivně ovlivnila i čtivost tohoto textu.

Texty úvodních informačních panelů většinou patří mezi delší a tedy i časově náročnější. Respondenti uvedli, že jejich čtení souvisí se subjektivním zájmem o téma expozice a se vstupními znalostmi respondentů (14x). Pokud se však domnívají, že jsou s tématem již dobře seznámeni, texty nečtou. Rozhodnutí, zda texty úvodních panelů budou číst, závisí také na aktuálním naladění a času, který mají nebo jsou ochotni textu věnovat – „*Závisí to na velikosti muzea a množství času. Pokud budu v lokálním muzeu a mám na něj několik hodin, tak určitě panely čtu. Pokud budu v Louvru a mám na něj jeden den, tak si vyberu pouze zajímavá témata.*“ Další respondenti nebyli tak určití – „*Čtu je podle času a nálady.*“ Nebo „*Jak kdy, asi podle nálady.*“ Pro mladého respondenta z kategorie 12–24 let je určujícím faktorem délka a texty celkově považuje za odrazující – „*Nečtu je, je to moc dlouhý.*“

Přínos textů pro návštěvníky

U textu T1 „Nástup fašismu“ výrazná většina respondentů negativně hodnotí jak přesytnost informacemi, tak především

délku textu, která je 4,3 normostrany. Délka přitom ovlivnila přístup respondentů k textu ještě před jeho samotným čtením. Ze spontánních komentářů vyplynulo, že respondenti se cítili dopředu unaveni a demotivováni délkou textu a text se jim nechtěl číst – „Uf, to se mi teda číst nechce!“, „Ježíši, to je dlouhý!“, „Ten druhý text je taky tak dlouhý?“, „V muzeu bych to nečetla.“ U jednoho respondenta se délka textu stala bariérou pokračovat ve čtení, přestože začátek ho zaujal. Přesycenost informacemi způsobila, že návštěvníci byli zmatení, nevěděli, co je důležité – „Je to příliš detailní, střídalo se mnoho témat, text nepůsobil celistvě.“ Snaha o komplexnost narazila u respondentů s hlubšími znalosti, kteří si všimli chyb a komentovali nevhodnost názvu – „Text je nevyvážený a neobjektivní.“ „Text byl neobjektivní, v některých pasážích citelně psaný z pohledu Čechů.“ A dokonce – „Je to demagogické od nadpisu až po závěr. Přičlenění pohraničí k Německé říši nemělo nic společného s fašismem, ten v Německu nebyl (národní socialismus není fašismus).“ Na druhou stranu zazněly i konkrétní pozitivní hodnocení – „Dozvěděl jsem se o administrativních regionech.“ A „Líbil se mi závěr – popis členění pohraničního území po odtržení od Československa.“ Respondenti měli určit, o čem text je, a hodnocení textu T1 bylo poměrně nesourodé a více abstraktní. Mladší respondenti cíle textu určovali velmi vágně, specifickěji toho byli schopní respondenti v kategorii 25–64 let. Vysokou míru orientace v textu prokázali respondenti, kteří jsou s tématem obeznámeni dobře, přičemž regionální aspekt zmínil pouze 1 respondent. Alternativní název panelu by zvolilo 7 z 20 respondentů. I přes negativní hodnocení délky a faktografické přesycenosti v celkovém hodnocení 13 z 20 respondentů uvedlo, že se jim text líbil.

Kratší text T2 („Mnichovská dohoda“) je vnímán pozitivně již díky své délce – „Text byl stručnější, kompaktnější, a ne tak rozbíhavý.“ Respondenti ve spontánních komentářích reagovali živěji a byl patrný rozdíl v tom, že na text více reagují respondenti bez hlubších znalostí. Více se také

soustředili na text a jeho obsah a méně komentovali jeho délku. Respondenti s hlubšími znalosti a zájmem o téma pozitivně hodnotili snahu o objektivitu textu a srozumitelnost, nicméně i zde se objevily konkrétní výtky k faktům. Respondenti byli snáze schopní identifikovat cíl a obsah textu a existovala mezi nimi větší shoda, i když i zde byli starší respondenti konkrétnější. Regionální aspekt Hlučínska byl rozeznán dvěma respondenty. I přes stručnější a kratší pojetí textu respondenti uváděli, že se dozvěděli něco nového, a to včetně respondentů s hlubšími znalostmi – „To Polsko mě překoapilo.“ „To bylo zajímavé, některé věci jsem neznal.“ „To o tom regionu jsem nevěděl.“ Zazněl také komentář, že se jedná o „normální text v muzeu“ a že text tohoto typu „dává základní přehled o událostech pro čtenáře, který ví o událostech velmi málo.“ T2 se líbil 18 z 20 respondentů. „Příjemná“ délka a srozumitelnost textu nevzala respondentům energii spontánně diskutovat a text, který pojal téma sevřenějším způsobem, ponechal prostor pro komentáře, kontrastování znalostí či další otázky k tématu, čímž probudil zájem zvláště u respondentů bez hlubších znalostí.

Diskuse a doporučení pro praxi

Kvantitativní analýza je nám schopna pomocí výskytu četnosti určitých parametrů poskytnout objektivní výsledky založené na matematickém vyjádření vlastností zkoumaných textů, což umožňuje texty porovnávat. Mistríkův vzorec se v této analýze ukázal jako nefunkční, protože text, který z této analýzy vyšel jako složitější, byl vnímán respondenty pozitivněji. Bylo by vhodné tento vzorec otestovat na dalších muzejních textech. Jako důležité parametry z deskriptivní analýzy naopak můžeme považovat počet faktografických informací, množství cizích slov, počet sloves a délku vět.

Pro respondenty je zásadním parametrem přiměřená délka textu, která ovlivňuje motivaci ke čtení. V roce 1996 byla doporučována délka úvodních informačních panelů v počtu 300 slov,⁴⁵ v roce 2015 to bylo už jen mezi 50–180 slov.⁴⁶ Ani jeden

ze zkoumaných panelů nesplňuje doporučenou délku z roku 1996.

Přestože T2 je výrazně kratší než T1 a pozitivněji hodnocen respondenty, i tak se objevil komentář – „*Jako je kratší, ale na mě taky dlouhý.*“ Délka má spolu se srozumitelností zásadní vliv na kvalitu čtení a množství přečteného textu. Výhodou textu se také ukázala jeho dějovost, která přispívá ke srozumitelnosti a čtivosti.

Výsledky ukazují, že i přes konkrétní a poměrně silné výtky zejména k textu T1 respondenti celkově hodnotí oba texty poměrně pozitivně (13/20 u T1 a 18/20 u T2) a jsou tedy k muzejním textům poměrně shovívaví. Potvrdilo se, že vnímání textů je velmi individuální a závisí na věku respondentů, zájmu o téma, ale i na momentálních časových možnostech nebo osobním naladění, které však nebylo možno mimo kontext expozice podrobněji prozkoumat. Zajímavé je také zjištění, že již titulek ovlivňuje pochopení textu a nastavuje očekávání, které si návštěvníci dělají. Stručný, ale více abstraktní titulek textu T1 *Nástup fašismu* způsobil, že si řada respondentů nedokázala představit, o čem text bude a respondenti se cítili zmateni, protože nenacházeli očekávané informace. Důležitým zjištěním je, jakou roli v pochopení hraje tematická sevřenost textu, protože text obsahující více témat způsobil zhoršenou orientaci respondentů, postupnou ztrátu zájmu a respondenti přestávali číst. Předkládaný výzkum potvrzuje již citované studie z prostředí zahraničních muzeí, že cítí-li návštěvníci informační zahlcení, začnou se informacím podvědomě vyhýbat a bránit. Lze tedy konstatovat, že větší množství nabízených informací nemusí nutně znamenat větší přínos pro návštěvníka. Ukázalo se, že komplexnější a detailní pojetí textu vyhovovalo pouze respondentům s hlubšími znalostmi. U ostatních respondentů komplexnost způsobil, že veškerou energii věnovali čtení nebo orientaci v jednotlivých podtématech a neměli chuť k diskuzi ani ke sdílení postřehů s ostatními. Na základě zjištěných informací, jak z výzkumu, tak z prostudované literatury, lze shrnout následující doporučení pro praxi:

- Psaní muzejních textů by mělo navazovat na důkladné diskuse tvůrců o tom, o čem výstava je.
- Tvůrci by si měli ujasnit, co je cílem textu.
- Je vhodné stanovit si maximální délku textu a do té se vejít, čímž bude podpořena tematická sevřenost a jasný cíl textu.
- Text, který nemá jasnou myšlenku a je zmatený, návštěvníci vynechají a přejdou rovnou k exponátům.
- Více informací neznamená vyšší přínosnost pro návštěvníky. I méně faktografický text dokáže zaujmout návštěvníky s hlubšími znalostmi.
- Expozice by měla s texty šetřit a informovat o tom, kde najdou doplňující informace v případě hlubšího zájmu (katalogy, informační kiosky, aplikace apod.).
- Návštěvníci zkoumají, z jakého úhlu pohledu jsou texty psány a nevnímají muzejní texty jako neutrální. Proto je třeba si při psaní textu položit otázku, z jakého úhlu pohledu text psát.
- Zásadní je délka textu, přičemž i kratší text byl hodnocen jako dlouhý.
- V textu by se neměly vyskytovat cizí slova a zastaralé výrazy, které zejména mladším lidem nemusí být srozumitelné a nemají ji v aktivní slovní zásobě.
- Texty dokáží podnítit ke sdílení názorů na téma mezi návštěvníky
- Texty je vhodné před jejich realizací otestovat na lidech v okolí.
- Při testování je vhodné ověřit schopnost čtenářů říct, o čem text je a určit konkrétní zajímavé informace, protože respondenti mají tendenci texty chválit.
- Při testování je vhodné respondenty vybídnout, ať určí, které informace v textu považují za nadbytečné a méně podnětné.

Závěr

Předkládaný výzkum v českém kontextu potvrdil zjištění z dalších zahraničních studií, že způsob zpracování textů ovlivňuje

motivaci a rozhodnutí návštěvníků, zda a v jaké míře budou texty číst, zda tématu porozumí a s jakou intenzitou a chutí budou přečtené poznatky sdílet. Obohacující by bylo doplnit jej výzkumem, který zohlední kontext celé expozice. Dále by bylo vhodné zaměřit se i na jiné druhy textů, např. popisky u exponátů nebo texty resp. audia v mobilních aplikacích nebo jiných digitálních extenzích expozic. Vhodné by bylo rovněž otestovat Mistríkův vzorec na dalších muzejních textech, aby se na větším vzorku textů potvrdila či vyvrátila vhodnost této kvantitativní metody. Sada praktických doporučení, které se opíraly jak o provedený výzkum, tak o prostudovanou odbornou literaturu, vybízí k reflexi praxe ohledně vzniku muzejních textů v expozicích.

Poděkování

Za poskytnuté texty k analýze děkujeme Mgr. Kamile Polákové, vedoucí z Národního památníku II. světové války – Hrabyně a panu Edvardu D. Benešovi z Mezinárodního památníku obětem II. světové války v Mostě.

Seznam použité literatury

AHMAD, Shamsidar et al. Museum Exhibition Design: Communication of Meaning and the Shaping of Knowledge. *Procedia: Social and Behavioral Sciences* [online], 2014 (153), s. 254–265 [cit. 28.3.2023]. Dostupné z: doi:10.1016/j.sbspro.2014.10.059
BITGOOD, Stephen. When Is “Museum Fatigue” Not Fatigue?. *Curator: The Museum Journal* [online], 2009, 52(2), s. 193–202 [cit. 18.5.2021]. Dostupné z: doi:10.1111/j.2151-6952.2009.tb00344.x
BITGOOD, Stephen. The Role of Attention in Designing Effective Interpretive Labels. *Journal of Interpretation Research* [online], 2000, 5(2), 31–45 [cit. 20.12.2020]. Dostupné z: doi:10.1177/109258720000500205
DVOŘÁKOVÁ, Ilona. Obsahová analýza / formální obsahová analýza / kvantitativní obsahová analýza. *AntropoWebzin* [online], 2010(2), s. 95–99 [cit. 6.6.2021]. Dostupné

z: http://www.antropoweb.cz/media/webzin/webzin_2_2010/Dvorakova__I-2-2010.pdf

FOURNIAL, Monika. *Práce s textem v muzejních expozicích*. Bakalářská práce. Praha: Univerzita Karlova, Filozofická fakulta, Ústav informačních studií a knihovnictví, 2022. Vedoucí práce: Wančová, Nina. Dostupné také z: <https://dspace.cuni.cz/handle/20.500.11956/174946>

FRAGOMENI, Dana. The Evolution of Exhibit Labels. *Faculty of Information Quarterly* [online], 2010, 2(1), s. 1–11 [cit. 29.3.2021]. Dostupné z: <http://hdl.handle.net/1807/80213>

ICOM Česká republika: *Definice muzea* [online]. Brno: Český výbor ICOM, 1994 [cit. 22.4.2021]. Dostupné z: <https://icom-czech.mini.icom.museum/icom/definice-muzea/>
JAGOŠOVÁ, Lucie a KIRSCH, Otakar (ed.). *Muzejní profese a veřejnost: Reflexe edukačního fenoménu v současné muzejní praxi* [online]. Brno: Muni Press, 2018 [cit. 21.11.2022]. Dostupné z: doi:10.5817/CZ.MUNI.M210-9485-2018

JAREŠ, Jakub, PÝCHA, Čeněk a SIXTA, Václav. *Jak vystavujeme soudobé dějiny: muzeum v diskuzi*. Praha: Ústav pro studium totalitních režimů, 2020.

KIRSHENBLATT-GIMBLETT, Barbara. Konference Dějiny ve veřejném prostoru II: Úvodní přednáška Barbary Kirshenblatt-Gimblett. *Ústav pro studium totalitních režimů* [online], 2020 [cit. 3.5.2021]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=x2SX7J3GU4o>

KORSBÆK NIELSEN, Jane. *Museum communication: Learning, Interaction and experience*. Phd thesis. St Andrews: University of St Andrews, 2014. Vedoucí práce: Ulrike Weiss. Dostupné také z: <https://research-repository.st-andrews.ac.uk/handle/10023/5770?show=full>

MCMANUS, Paulette M. Oh, Yes, They Do: How Museum Visitors Read Labels and Interact with Exhibit Texts. *Curator: The Museum Journal* [online], 1989, 32(3), s. 174–189 [cit. 24.4.2020]. Dostupné z: doi:10.1111/j.2151-6952.1989.tb00718.x

MIGLIETTA, Anna Maria, PACE, Rosaria a BOERO, Ferdinando. Evaluating Students' Comprehension of Messages

- on Panels: an Informa Group Company. *Visitors studies* [online], 2011, 14(2), s. 209–218 [cit. 20.3.2023]. Dostupné z: doi:10.1080/10645578.2011.608022
- PRCHALOVÁ, Dana. *Zkoumání čtivosti – srovnání způsobů měření obtížnosti textu*. Bakalářská práce. Praha: Ústav informačních studií a knihovnictví, Univerzita Karlova v Praze, 2013. Vedoucí práce Richard Papík. Dostupné také z: <http://hdl.handle.net/20.500.11956/54727>
- RAND, Judy. Less is More. And More is Less. *Exhibition: A journal of exhibition theory & practices for museum professionals* [online], 2016, s. 36–41 [cit. 29.12.2022]. Dostupné z: https://static1.squarespace.com/static/58fa260a725e25c4f30020f3/t/594d16c51b631be4c390c593/1498224358446/11_Exhibition_LessIsMore.pdf
- RAVELLI, Louise. *Museum Texts: Communication Frameworks* [online]. London: Routledge, 2005, s. 1–3 [cit. 28.3.2023]. Dostupné z: <https://doi.org/10.4324/9780203964187>
- SAMSON, Denis. L'évaluation formative et la genèse du texte. *Publics et Musées* [online], 1992, 1(1), s. 57–74 [cit. 20.12.2020]. Dostupné z: doi:10.3406/pumus.1992.1007
- SAMSON, Denis. Le parcours de lecture des visiteurs: théories et méthodes appliquées à l'évaluation formative des panneaux de l'exposition de préfiguration. In: *La Muséologie des sciences et ses publics. Regards croisés sur la Grande Galerie de l'Évolution du Muséum national d'Histoire naturelle* [online]. Paris: Presses Universitaires de France, 2000, s. 145–158 [cit. 24.4.2020]. Dostupné z: doi:10.3917/puf.eidel.2000.01.0145
- SERRELL, Beverly. *Exhibit Labels: An Interpretive Approach*. 2nd edition. Lanham: Rowman & Littlefield Publishers, 2015.
- ŠLERKA, Josef a SMOLÍK, Filip. Automatická měřítka čitelnosti pro česky psané texty. *Studies in Applied Linguistics* [online], 2010(1), s. 33–44 [cit. 3.3.2021]. Dostupné z: https://studiezaplikovanelinguistiky.ff.cuni.cz/wp-content/uploads/sites/19/2016/03/Josef_Slerka_33-44.pdf
- ŠOBÁŇOVÁ, Petra. *Využití digitálních technologií v muzejní prezentaci a edukaci* [online]. Brno: Moravské zemské muzeum, Metodické centrum muzejní pedagogiky, 2019 [cit. 21.11.2022]. Dostupné z: <http://www.mcmp.cz/vzdelavani/metodicke-texty-a-doporuceni/vyuziti-digitalnich-technologii-v-muzejni-prezentaci-a-edukaci/>
- TRENCH, Lucy. Writing Gallery Text at the V&A: A Ten Point Guide. In: *Victoria and Albert Museum* [online]. London: Victoria and Albert Museum, 2018 [cit. 4.2.2021]. Dostupné z: https://www.vam.ac.uk/blog/wp-content/uploads/VA_Gallery-Text-Writing-Guidelines_online_Web.pdf