

Abstrakt a klíčová slova

Prezentace kulturního dědictví je ústřední úlohou muzea. Rostoucí komplexnost mediálních technologií umožnila muzeím prezentovat dědictví prostřednictvím online mediálních kanálů. Muzejní online strategie spojuje různé aktéry, zdroje a publikum. Online komunikace však představuje pro muzeum výzvu, jak zvládnout online prostředí, dynamické a otevřené, které se střetává s povahou organizační struktury muzea: institucionalizované, stabilní a omezené svými povinnostmi. Výzkum se zaměřuje na online komunikaci Maďarské národní galerie a Národní galerie v Praze. Cílem této práce je prozkoumat krajinu online strategie a online interakce mezi muzeem a uživatelem, kterou tyto dvě středoevropské galerie vyvinuly. Produkty online komunikace, webové stránky galerie a sociální média tvoří soubor dat pro tuto práci. Rozhovory se specialisty na online komunikaci galerií a zahraničními studenty v Maďarsku mi umožňují konfrontovat perspektivu designéra z první ruky a konečnou stránku komunikačního procesu. Metody textové analýzy obsahu webových stránek a obsahové analýzy textových dat webových stránek přináší pochopení narativů a témat, které se v komunikaci točí. V souladu s paradigmatem nové muzeologie se práce zabývá sděleními, interaktivitou a praktikami zapojení do online prezentace galerií a koreluje je s okolnostmi roku 2023 v rámci Visegrádské čtyřky. Rámec Visegrádské aliance poskytuje měřítko pro vztahování online narativů galerií k národním narativům jejich domovských zemí. Díky tomu práce získává vhled do řízení online komunikace a jejích účinků v Maďarské národní galerii a Národní galerii Praha.

Klíčová slova:

Národní galerie; online strategie; online komunikace; návštěvníci muzejí; online zapojení veřejnosti; národní narativ