

Abstrakt

Tato práce se zabývá problematikou gamifikace prezentace kulturního dědictví. Gamifikaci dává do kontextu muzeologie, muzeografie a art marketingu pro efektivní prezentaci kulturního dědictví. Nejprve přibližuje obecnou teorii gamifikace, popisuje její prvky, a dále typy hráčů, psychologické aspekty a motivaci. Věnuje se i společenskému dopadu gamifikace a hlavní kritice. Druhá část aplikuje poznatky z první části přímo na oblast prezentace kulturního dědictví prostřednictvím muzeí a galerií. Přibližuje problematiku propojování tradiční instituce s její virtuální podobou v rámci kultury konvergence a spolupráce s veřejností. Dále přináší praktický rámec pro návrh gamifikace pro potřeby muzeí a galerií a představí možnosti použití gamifikace při prezentaci stálých expozic, výstav, digitalizovaných sbírek a propagaci instituce. Na závěr přináší praktickou ukázkou projektu s návrhem gamifikace prezentace historie Filozofické fakulty Univerzity Karlovy.