

Online czy w plenerze, czyli oferta wybranych warszawskich muzeów w dobie pandemii

Małgorzata Durydiwka

mdurydiw@uw.edu.pl

ORCID: 0000-0001-8891-3215

Wydział Geografii i Studiów Regionalnych, Uniwersytet Warszawski

Ivan Rogovoy

i.rogovoy@student.uw.edu.pl

student Wydziału Geografii i Studiów Regionalnych, Uniwersytet Warszawski

Piotr Kociszewski

p.kociszewski@vistula.edu.pl

ORCID: 0000-0002-5324-7782

Wydział Turystyki i Rekreacji, Szkoła Główna Turystyki i Hotelarstwa VISTULA

Abstrakt: Pandemia Covid-19 wpłynęła na wiele aspektów życia społeczno-gospodarczego, zmieniając także ramy funkcjonowania instytucji kultury, w tym muzeów. W niniejszym opracowaniu przeprowadzono analizę oferty wystawienniczej i popularyzatorsko-edukacyjnej trzech warszawskich muzeów z 2021 roku, tj. Muzeum Warszawy, Muzeum Powstania Warszawskiego oraz Zamku Królewskiego w Warszawie. Na podstawie informacji ze stron internetowych, dokonano przeglądu łącznie 434 wydarzeń realizowanych przez te placówki z uwzględnieniem tematyki i form realizacji organizowanych wydarzeń. Wyniki pokazały, że w warunkach wprowadzonych obostrzeń pandemicznych muzea przede wszystkim rozbudowały i wzmocniły swoją ofertę w wersji *online*, dopasowując ją tematycznie i technologicznie do oczekiwań różnych grup odbiorców. Istotnym uzupełnieniem oferty *online* była oferta wydarzeń plenerowych realizowanych w przestrzeni przymuzealnej bądź też w przestrzeni miasta. Umożliwiająca realizację prawa powszechnego dostępu do dóbr kultury i turystyki różnym grupom społecznym, muzea wpisały się tym samym w główny postulat turystyki społecznej.

Słowa kluczowe: muzea, pandemia, Covid-19, oferta wystawiennicza, oferta popularyzatorsko-edukacyjna, Warszawa

Wprowadzenie

Kłęski żywiołowe, kryzysy ekonomiczne, ataki terrorystyczne, działania wojenne... to kryzysy, które dotyczą nas w różnych aspektach życia, także w kontekście wyjazdów turystycznych i sposobów spędzania czasu wolnego, w tym w odniesieniu do dostępu do dóbr kultury. Egzemplifikację powyższego stwierdzenia stanowi trwająca od początku 2020 roku pandemia Covid-19, która od samego początku miała negatywny wpływ na wiele aspektów życia gospodarczego i społecznego. W aspekcie kultury spowodowała m.in., że „większość instytucji kultury chcąc działać w przestrzeni społecznej i realizować cele statutowe w społeczeństwie, (...) musiała zintensyfikować prace na rzecz demokratyzacji dostępu do tych instytucji” [Pasternak-Zabielska 2021, s. 8]. Prace te w szczególności

dotyczyły projektowania aspektów technicznych oferty placówek kultury oraz analizy ekonomicznych możliwości odbiorców w zakresie docierania do nich [Pasternak-Zabielska 2021]. Przed takimi wyzwaniem stanęły też muzea.

Celem niniejszego opracowania jest próba identyfikacji oferty wystawienniczej i popularyzatorsko-edukacyjnej trzech muzeów warszawskich, realizowanej w 2021 roku w warunkach *lockdownu* i obostrzeń sanitarnych wprowadzonych w związku z rozprzestrzenianiem się pandemii Covid-19. Dobór muzeów miał charakter celowy. Autorom zależało na pokazaniu takich studiów przypadku, które zobrazują działalność muzeów o różnym charakterze: muzeum miejskie (Muzeum Warszawy), tematyczne (Muzeum Powstania Warszawskiego) oraz muzeum narodowe (Zamek Królewski). Jednocześnie warto dodać, że pod względem frekwencji, muzea te należą do wiodących placówek w Warszawie [Kultura w 2019 r., 2020]. Analizując ofertę wyżej wymienionych muzeów autorzy skupili się na ofercie *online* i plenerowej, z uwzględnieniem tematyki, formy realizacji oraz grupy docelowej, której może być dedykowana.

Nawiązując do przewodniej tematyki niniejszego numeru „Turystyki Kulturowej”, należy pamiętać, że muzea odgrywają znaczącą rolę w turystyce jako ekspozycja kolekcji sztuki, przestrzeń edukacyjna i szansa na wypoczynek [Ostrowska-Tryzno, Pawlikowska-Piechotka 2022]. Zatem postawione cele badawcze wpisują się w kontekst różnych aspektów turystyki społecznej, m.in. w obliczu postawionych ponad 10 lat temu przez B. Włodarczyka i A. Stasiaka (2012) kluczowych pytań, a w ujęciu aplikacyjnym – postulatów badawczych. Przywołani Autorzy wskazywali wówczas, że za istotę turystyki społecznej powszechnie uznaje się to, że oprócz aspektów finansowania „umożliwia realizację prawa powszechnego dostępu do turystyki różnym grupom społecznym”, a ponadto „jest narzędziem pomagającym osiągnąć ważne cele społeczne (np. poprawa jakości życia, edukacja, wychowanie) w obszarach zarówno recepcyjnych, jak i generujących ruch turystyczny” (Stasiak, Włodarczyk 2012, s. 169). Zatem tłem dla rozważań, a jednocześnie uzupełniającym pytaniem badawczym jest chęć identyfikacji oferty muzeów warszawskich w specyficznym czasie pandemii COVID-19 właśnie w dwóch kontekstach: po pierwsze społecznym – czyli w aspekcie tak potrzebnej wówczas aktywizacji w obliczu wielu barier, restrykcji i poczucia samotności, a po drugie – przestrzennym, ze szczególnym zwróceniem uwagi na lokalność i ofertę w miejscu własnego

zamieszkania, a także możliwość korzystania z dóbr kultury w obliczu obowiązujących wówczas restrykcji, m.in. uniemożliwiających realizację innych formy turystyki.

W procesie badawczym autorzy wykorzystali informacje i materiały zamieszczone na stronach internetowych analizowanych instytucji. Na podstawie informacji ze stron internetowych zestawiono pełną ofertę wydarzeń w każdym z tych muzeów od 1 stycznia 2021 roku do 31 grudnia 2021 roku. Łącznie przeanalizowano informacje o 434 wydarzeniach, dotyczące ich treści oraz form realizacji.

Muzea – krótki przegląd definicji

Instytucje muzealne stanowią fundamentalny symbol kultury i intelektualnego rozwoju społeczeństwa i są współcześnie definiowane jako miejsca, gdzie gromadzony jest zbiór przedmiotów, który jest powszechnie dostępny, nad którym sprawowana jest odpowiednia ochrona i który posiada opiekuna [Borusiewicz 2012]. E.H. Colbert zwraca uwagę na dwie zasadnicze cechy muzeum, którymi są konserwacja obiektów i ich interpretacja, stwierdzając, że „jeśli instytucja nie jest w posiadaniu obiektów, które interpretuje poprzez badania lub wystawy, lub jedno i drugie, nie jest prawdziwym muzeum” [Colbert 1961, s. 138]. Bardziej oficjalną definicję muzeum przedstawiła Międzynarodowa Rada Muzeów (International Council of Museums – ICOM) określając je jako „trwałą instytucję służącą społeczeństwu, nie nastawioną na osiągnięcie zysku, która zajmuje się badaniem, gromadzeniem, konserwacją oraz prezentacją materialnego i niematerialnego dziedzictwa. Otwarte dla wszystkich, powszechnie dostępne i niewykluczające, muzea promują różnorodność i zrównoważony rozwój. Swoją działalność i sposoby komunikowania opierają na zasadach etyki, profesjonalnej rzetelności i społecznej partycypacji. Oferują zróżnicowane doświadczenia służące edukowaniu, rozrywce, refleksji i dzieleniu się wiedzą”¹.

W Polsce definicję muzeum reguluje *Ustawa z dnia 21 listopada 1996 r. o muzeach*, w której jest ono ujmowane jako „jednostka organizacyjna nienastawiona na osiągnięcie zysku, której celem jest gromadzenie i trwała ochrona dóbr naturalnego i kulturalnego dziedzictwa ludzkości o charakterze materialnym i niematerialnym, informowanie o wartościach i treściach gromadzonych zbiorów, upowszechnianie podstawowych wartości historii, nauki i kultury polskiej oraz światowej, kształtowanie wrażliwości poznawczej i estetycznej oraz umożliwianie korzystania

¹ <https://icom-poland.mini.icom.museum/nowa-definicja-muzeum/>

ze zgromadzonych zbiorów” [Dz. U. 1997 Nr 5 poz. 24 ze zm., rozdz.1, art.1]. Dalej w ustawie wymienione są cele muzeów (art. 2):

1. gromadzenie zabytków w statutowo określonym zakresie;
2. katalogowanie i naukowe opracowywanie zgromadzonych zbiorów;
3. przechowywanie gromadzonych zabytków, w warunkach zapewniających im właściwy stan zachowania i bezpieczeństwo, oraz magazynowanie ich w sposób dostępny do celów naukowych;
4. zabezpieczenie i konserwację zbiorów oraz, w miarę możliwości, zabezpieczanie zabytków archeologicznych nieruchomych oraz innych nieruchomych obiektów kultury materialnej i przyrody;
5. urządzenie wystaw stałych i czasowych;
6. organizowanie badań i ekspedycji naukowych, w tym archeologicznych;
7. prowadzenie działalności edukacyjnej;
 - 7a. popieranie i prowadzenie działalności artystycznej i upowszechniającej kulturę;
8. udostępnianie zbiorów do celów edukacyjnych i naukowych;
9. zapewnianie właściwych warunków zwiedzania oraz korzystania ze zbiorów i zgromadzonych informacji;
10. prowadzenie działalności wydawniczej.

D. Folga-Januszewska [2008] zwraca jednak uwagę, że większość cytowanych dziś definicji muzeum jest wytworem muzeologii XIX i XX wieku, a przemiany ostatnich lat powinny pobudzać do refleksji nad funkcjonowaniem muzeów w innych czasach. Stwierdzenie to doskonale wpisuje się w konieczność wprowadzania zmian w zakresie funkcjonowania i kształtowania oferty wystawienniczej i popularyzatorsko-edukacyjnej w dobie pandemii Covid-19, co *de facto* jest współczesnym udziałem placówek muzealnych.

Muzea w okresie pandemii – przegląd literatury

Instytucje kultury jako jedne z pierwszych zostały dotknięte kryzysem związanym z pandemią COVID-19, co przejawiało się ograniczonymi możliwościami funkcjonowania zwłaszcza w sferze wystawienniczej i popularyzatorskiej, a w okresach *lockdownu* – nawet zamknięciem placówek [Ostrowska-Tryzno, Pawlikowska-Piechotka 2022]. Biorąc pod uwagę obostrzenia wprowadzane na poziomie krajowym w związku z rozwojem pandemii, należy się zastanowić jak

pandemia COVID-19 wpłynęła na kształtowanie oferty wystawienniczej i popularyzatorsko-edukacyjnej muzeów, a tym samym czy te nowe uwarunkowania nie spowodowały zmian funkcjonujących wcześniej modeli i skal działania tych placówek.

D. Folga-Januszewska [2008, s. 200] na kilkanaście lat przed pandemią dostrzegła, że „rewolucja elektroniczna, przyjęta tak naturalnie i bez oporów na całym świecie, dostarczyła narzędzi właściwie nieograniczonego gromadzenia danych: wizerunków, dokumentów, programów, wszelkich zapisów”, dając tym samym doskonałe warunki dla zaistnienia i rozwoju muzeów w przestrzeni wirtualnej, co zaowocowało powstawaniem pierwszych muzeów wirtualnych (np. Wirtualne Muzeum Kanady czy Wirtualne Muzeum Sztuki Japońskiej), które dzięki Internetowi udostępniały zbiory.

Okazało się, że w czasach pandemii Covid-19, a zwłaszcza w okresach obowiązującego *lockdownu*, wykorzystywanie rozwiązań cyfrowych w zakresie działalności wystawienniczych i popularyzatorsko-edukacyjnych stało się niezwykle istotnym aspektem funkcjonowania muzeów [Ostrowska-Tryzno, Pawlikowska-Piechołka 2022]. Zwrócił na to uwagę także M. Bieczyński [2021] pisząc, że liczne placówki kultury, bazując na programach pomocowych, zmierzały w warunkach pandemii w stronę przekształceń sektora muzealnego z wykorzystaniem infrastruktury cyfrowej. Wiele z nich *ad hoc* podjęło szeroką gamę inicjatyw za pośrednictwem sieci internetowej, jak: udostępnianie zbiorów *online*, inicjatywy w mediach społecznościowych, streamingowe oprowadzania kuratorskie czy wystawy w przestrzeni wirtualnej. Były to wówczas niemal jedyne możliwe działania pozwalające na realizację zadań statutowych muzeów, w tym działalności wystawienniczej, edukacyjnej i popularyzatorskiej [Bieczyński 2021].

Również wyniki badań Ł. Gawła [2020] – będące efektem stałego monitoringu wybranych 65 muzeów na świecie i realizowanych przez nich działań w obliczu zamknięcia dla odwiedzających – dowodzą, że muzea już na początku pandemii zaczęły „szukać nowego rodzaju oferty (treści), która byłaby dostępna dla dotychczasowych zwiedzających z domu, przez Internet. Najpopularniejszą formą dostępu do zbioru były różnego rodzaju galerie cyfrowe, czyli udostępnienie zwiedzającym jak najłatwiejszego dostępu do zasobów cyfrowych instytucji” [Gawel 2020, s. 531]. Jak podkreśla cytowany Autor, nie były to jednak inicjatywy nowe. Żadne muzeum nie byłoby w stanie w tak krótkim czasie zbudować nowej platformy

cyfrowej. Chodziło raczej o szeroką promocję platform już istniejących oraz ewentualnie opracowanie nowych form korzystania z nich. Z kolei M. Petelska [2021] zwraca uwagę, że już w marcu i kwietniu 2020 r. wiele polskich muzeów aktywnie włączyło się w udostępnianie w Internecie materiałów, które miały pomóc spędzać czas w domu podczas pierwszego *lockdownu* (akcja #zostanwdomu). Przenoszenia działalności wystawienniczej do sieci dowodzą też inne teksty [np. Kłusek 2020; Pasternak-Zabielska 2021]. Co więcej, dzięki temu, że powstawały materiały audiowizualne, w których kuratorzy opowiadali o ulubionych dziełach czy najwybitniejszych artefaktach z kolekcji [Gaweł 2020], „wirtualna rzeczywistość okazała się (...) prawdziwym remedium na kryzys tradycyjnych form obcowania ze sztuką” [Bieczyński 2021, s. 27], pomimo, że konwencja tych materiałów była bardzo różnorodna – od profesjonalnych produkcji tworzonych przez zespół na terenie muzeum po amatorskie materiały kręcone przez samych kuratorów we własnych domach [Gaweł 2020].

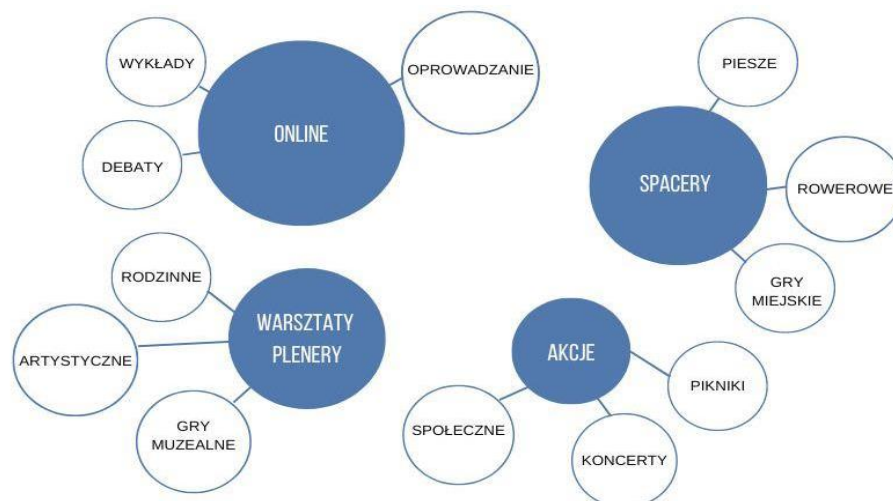
Rzeczywistość pandemiczna została także dostrzeżona i zaakcentowana w działaniach podejmowanych przez Światową Organizację Turystyki (UN WTO) [<https://www.unwto.org/cultural-tourism-covid-19>], zwłaszcza, że „muzea pełnią istotną rolę w turystyce, jako ważne świadectwo kultury i historii danego regionu” [Łukasiewicz 2019, s. 100]. Od początku pandemii podkreślano, że „w tym okresie kultura okazała się niezbędna, a zapotrzebowanie na wirtualny dostęp do muzeów, obiektów dziedzictwa kulturowego, teatrów i spektakli osiągnęło bezprecedensowy poziom” [<https://www.unwto.org/cultural-tourism-covid-19>]. Zaakcentowano też że „pomimo wszystkich wyzwań, sektory turystyki i kultury stoją przed szansą stworzenia nowych partnerstw i współpracy. Są one zobowiązane do wspólnego wymyślania i dywersyfikacji oferty, przyciągania nowych odbiorców, rozwijania nowych umiejętności i wspierania przejścia świata do nowych warunków” [<https://www.unwto.org/cultural-tourism-covid-19>], a tym samym stają przed ważnym wyzwaniem, jakim jest „Natychmiastowa odpowiedź i ożywienie” („Immediate response – recovery”) zarówno instytucji kultury, jak i turystyki kulturowej. Wyzwanie to łączy się też z udostępnianiem zbiorów i kształtowaniem oferty muzeów w warunkach obostrzeń pandemicznych, a tym samym zwiększeniem dostępności do tychże zbiorów i artefaktów.

Ustalenia i rekomendacje działań UN WTO stanowią punkt wyjścia do dalszych rozważań podjętych w niniejszym artykule, w których scharakteryzowano ofertę

wystawienniczą i popularyzatorsko-edukacyjną proponowaną w 2021 roku przez trzy warszawskie muzea w Polsce, skupiając się na ofercie *online* i plenerowej, z uwzględnieniem tematyki, formy realizacji oraz grupy docelowej, której może być dedykowana.

Oferta *online* i oferta plenerowa wybranych warszawskich muzeów w czasie pandemii Covid-19

Pandemia Covid-19 znacząco wpłynęła na funkcjonowanie muzeów, w tym także na realizację ich głównych celów statutowych. Lektura m.in. raportów GUS i NIMOZ [np. Pasternak-Zabielska 2021] pozwala jednak stwierdzić, że wiele polskich placówek muzealnych w zakresie kształtowania oferty wystawienniczej i popularyzatorsko-edukacyjnej starało się na większą niż dotychczas skalę wprowadzić rozwiązania cyfrowe oraz plenerowe. Skutecznie łączyły one zatem format *online* i działania o charakterze realnym. W niniejszym tekście dokonano szczegółowej analizy oferty wystawienniczej i edukacyjno-popularyzatorskiej trzech warszawskich muzeów: Muzeum Warszawy, Muzeum Powstania Warszawskiego oraz Zamku Królewskiego.



Ryc. 1. Rodzaje wydarzeń w ofercie trzech wybranych muzeów
Źródło: opracowanie własne

Na podstawie danych pozyskanych ze stron internetowych trzech muzeów, zestawiono pełną ofertę wydarzeń realizowanych w każdym z muzeów od dnia 1 stycznia 2021 roku do 31 grudnia 2021 roku. Łącznie przeanalizowano 434 informacje o wydarzeniach realizowanych w tych placówkach. Ze wstępnej analizy

(ryc. 1) wynika, że każde z trzech muzeów wprowadziło do swojej oferty wydarzenia w formacie *online*. Wydarzenia *offline* musiały uwzględniać ograniczenia sanitarne, dlatego często odbywały się w terenie. Były to: warsztaty i wydarzenia odbywające się w plenerze, a także różnego rodzaju spacerzy. Także warto pamiętać, że muzea są placówkami kultury, dlatego jako oddzielny format ich pracy wydzielono akcje – wydarzenia o charakterze społeczno-kulturowym, wspierające i pobudzające do kontaktu międzypersonalnego.

Charakterystyka oferty *online* i *offline* Muzeum Warszawy

Muzeum Warszawy – to muzeum z ponad 80-letnią historią, znajdujące się w samym sercu miasta – na Rynku Starego Miasta. Aktualnie Muzeum Warszawy ma kilka filii, takich jak: Muzeum Warszawskiej Pragi, Muzeum Woli, Muzeum Farmacji, Muzeum Drukarstwa i inne. W niniejszym badaniu skupiano się tylko na wydarzeniach organizowanych przez siedzibę główną, która się mieści przy Rynku Starego Miasta 28–42.

Na potrzeby badania przeanalizowanych zostało 220 ofert wydarzeń zamieszczonych na stronie internetowej Muzeum². Warto zaznaczyć, że strona internetowa tego muzeum jest z punktu widzenia technicznego przystępna w kontekście prowadzonej analizy, ponieważ zawiera kalendarz wydarzeń, który pozwolił na bardziej szczegółową charakterystykę niż w przypadku dwóch pozostałych muzeów. Zebrane dane przedstawiono w tabeli 1. Na ofertę *online* Muzeum Warszawy w roku 2021 składały się 24 wydarzenia, tj. niecałe 11% ogółu wydarzeń organizowanych przez tę placówkę. Najczęściej organizowanym rodzajem wydarzeń *online* były warsztaty. Ich tematyka była zróżnicowana i były dedykowane różnym grupom odbiorców, np.:

- „Porusz Warszawą! Warsztaty dla dzieci” mające na celu odnalezienie „ruchomych” elementów miasta i samodzielne przygotowanie ruchomych widoków warszawskich miejsc,
- „Zielono nie zawsze znaczy tanio. Ekologia i technologie energooszczędne w mieście” – warsztaty były poświęcone narzędziom adaptacji miast do wyzwań klimatycznych,
- „Hartwig i interpretacje – warsztaty metodologiczne” poświęcone metodologiom używanym przez historyków sztuki do interpretacji obiektów.

² <https://muzeumwarszawy.pl/wydarzenia/>

Interesującym faktem jest to, że wszystkie wykłady (5), które się odbyły w 2021 roku, były organizowane w trybie *online*, podobnie jak większość debat. Wykłady obejmowały m.in. takie zagadnienia jak: „Prezydent i rada miasta, czyli demokracja w samorządzie lokalnym”, „Mieszkańcy czy klienci? Za miasto bierzemy odpowiedzialność czy kupujemy w nim usługi?”, „Warszawianki dwudziestolecia międzywojennego” czy „Społecznicy warszawscy”.

Debaty dotyczyły natomiast tematyki miejskiej, na przykład: „Po co warszawiakom Parki? Spotkanie z Fundacją Bęc Zmiana”, „Kierunek Kampinos. Debata online prowadzona przez Jana Mencwela i zaproszonych gości”, „5000 gatunków. Kim są mieszkańcy Warszawy?” i inne.

Tabela 1. Oferta wydarzeń Muzeum Warszawy w 2021 roku

Rodzaj wydarzenia	Liczba wydarzeń <i>offline</i>	Liczba wydarzeń <i>online</i>	Łącznie
Debata	2	5	7
Konkurs	-	1	1
Oprowadzanie	61	1	62
Pokaz filmowy	4	-	4
Spacer	25	-	25
Spotkanie	8	-	8
Warsztaty	53	12	65
Wycieczka	4	-	4
Wykład	-	5	5
Zajęcia rodzinne	39	-	39
Łącznie	196	24	220

Źródło: opracowanie własne

Z takiego rozkładu wydarzeń wynika, że Muzeum Warszawy stara się wykorzystywać różne formaty organizacji wydarzeń. Cechą charakterystyczną tego muzeum jest urozmaicona oferta, która uwzględnia udział odwiedzających zarówno *online*, jak i *offline*. Najliczniejsze formaty wydarzeń Muzeum Warszawy w 2021 roku, czyli warsztaty (29,5% ogółu), oprowadzanie (28%) oraz zajęcia rodzinne (17,7%), polegają na bezpośrednim kontakcie pracowników muzeum z odwiedzającymi – dlatego przenoszenie ich do formatu *online* było dość trudnym wyzwaniem, a czasami wręcz niemożliwym. Dlatego też prawie 90% oferty Muzeum Warszawy w roku 2021 składało się z wydarzeń realizowanych w formie *offline* odbywających się na terenie Muzeum. Za interesującą formę wzbogacenia oferty

w warunkach pandemii można uznać wszelkie wydarzenia realizowane w plenerze (będące częścią oferty typu *offline*), jak wycieczki piesze na terenie Puszczy Kampinoskiej oraz Lasu Bemowskiego, a także wycieczka rowerowa po Puszczy Kampinoskiej, która się odbyła w dniu 26 września 2021 r. i trwała około 6 godzin, a sama trasa wyniosła 140-150 km. Takie formuły pracy z odwiedzającymi pozwoliły Muzeum Warszawy pełnić funkcję edukacyjną z zachowaniem obostrzeń sanitarnych w warunkach pandemii.

Charakterystyka oferty *online* i *offline* Muzeum Powstania Warszawskiego

Muzeum Powstania Warszawskiego – to najnowsze muzeum z trzech opisywanych w tym opracowaniu. Jako samodzielna instytucja kultury powstało w grudniu 2003, ale dopiero w 2004 roku otrzymano własne pomieszczenie i zostało otwarte dla odwiedzających.

Na podstawie analizy oferty wydarzeń można wnioskować, że w 2021 roku Muzeum Powstania Warszawskiego „postawiło” na pracę *offline*, spotkania z odwiedzającymi na żywo, jednocześnie udostępniając transmisje z tych wydarzeń dla szerszego grona odbiorców. Muzeum posiada możliwości dla „wyjścia w teren” i aktywnie z nich korzysta: warsztaty i lekcje muzealne odbywały się świeżym powietrzem – w Parku Wolności, który znajduje się obok budynku muzeum. Organizowane były również wycieczki i spacer po Warszawie, gry terenowe, rajdy rowerowe – formaty najbardziej przystosowane dla zachowania dystansu społecznego pomiędzy uczestnikami.

Tabela 2. Tematyka wydarzeń plenerowych realizowanych przez Muzeum Powstania Warszawskiego w 2021 r. – przykłady

Rodzaje wydarzeń	Tematyka
Lekcje muzealne	<ul style="list-style-type: none"> ▪ „Dzielnice walczącej Warszawy” ▪ „Mosty, przyczółki, przeprawy – Wisła w Powstaniu Warszawskim”
Warsztaty	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Robienie domków z kartonu „Hello Helka! Papier, nożyce, miasto” ▪ Szkolenie <i>online</i> dla nauczycieli pt. „Idee niepodległego państwa w myśli Polaków XIX i XX wieku”
Wycieczki i spacer	<ul style="list-style-type: none"> ▪ „Dzielnica we krwi. Śladami zbrodni niemieckich na Woli” ▪ „Śladami walk powstańczych na Starówce”
Wywiady	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Rozmowy z potomkami Powstańców Warszawskich ▪ Cykl „Dobro ma twarz”

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Cykl „Rozmowy o byciu dobrym”
Gry terenowe	<ul style="list-style-type: none"> ▪ „Warszawa kiedyś i dziś”. XI edycja gry „Raz, dwa, trzy warszawiakiem jesteś Ty!” ▪ Rodzinna gra edukacyjna „Czym skorupka za młodu –czyli paragrafówka z bohaterami” ▪ XV edycja fotograficznej gry miejskiej „Twoja klisza z Powstania: Artyści w Powstaniu”
Rajdy rowerowe	<ul style="list-style-type: none"> ▪ XIV Nawigacyjny Rajd Rowerowy „Białoleka” ▪ XV Nawigacyjny Rajd Rowerowy „Wawer na rower” ▪ Przejazd rowerami szlakiem powstańczych szpitali „Masa Powstańcza 2021”
Koncerty	<ul style="list-style-type: none"> ▪ XIII Koncert Niepodległości „Bóg Honor Ojczyzna” ▪ Koncert „Mury runą!” w hołdzie Białorusinom ▪ Inscenizowany koncert „Norwid późnym wnukom”
Podcasty	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Podcasty Archiwum Historii Mówionej ▪ Cykl „Z ptasiego na polski”

Źródło: opracowanie własne na podstawie strony internetowej Muzeum Powstania Warszawskiego

Muzeum Powstania Warszawskiego aktywnie korzystało z rozwiązań technologicznych, żeby zapewnić bezpieczny dostęp do swojej oferty zarówno odwiedzającym, jak i użytkownikom korzystającym z oferty wirtualnej. Potwierdzeniem pierwszego stało wprowadzenie ścieżek audio dla samodzielnego zwiedzania ekspozycji oraz ograniczenie pracy przewodników do indywidualnych zwiedzających oraz małych grup rodzinnych³. Również z trasy zwiedzania zostały wyłączone niektóre elementy ekspozycji stałej, których wcześniej odwiedzający mogli dotykać. Przykładem pracy w przestrzeni wirtualnej stały się: projekty wykładów *online* dla szkół („Lekcje muzealne *online*”, „Przejdźmy do historii”), przeniesienie do przestrzeni wirtualnej XI edycji gry międzymuzealnej „Raz, dwa, trzy warszawiakiem jesteś Ty”. Przykładem wprowadzania współczesnych technologii do kontaktu z odwiedzającymi stało się też stworzenie *chatbota* – komunikatora na Messengerze, za którego pomocą każdy chętny może się dowiedzieć o godzinach pracy, ofercie, najbliższych wydarzeniach w muzeum itd.⁴

Niestety strona internetowa tego muzeum nie pozwala na szczegółową analizę oferty, jak w przypadku Muzeum Warszawy, ale pozwala określić tendencje w organizacji wydarzeń⁵. W toku realizowanej analizy udało się wyróżnić 87 wydarzeń, o których informacja została zamieszczona na stronie internetowej

³ <https://www.1944.pl/artykul/ponowne-otwarcie-muzeum-powstania-warszawskiego.,5104.html>

⁴ <https://www.1944.pl/artykul/ponowne-otwarcie-muzeum-powstania-warszawskiego.,5104.html>

⁵ <https://www.1944.pl/wydarzenia.html>

(tabela 3). Warto dodać, że trudno też było jednoznacznie dopasować wydarzenie do konkretnej kategorii założonego formatu *online* lub plenerowego, ponieważ większość wydarzeń Muzeum Powstania Warszawskiego miało jednocześnie transmisję na YouTube albo Facebooku, chociaż odbywało się w przestrzeni otwartej. Były to spacerzy, koncerty, lekcje muzealne, akcje społeczne i inne formy.

Interesującą formą oferty muzeum stała organizacja rajdów/wycieczek rowerowych. W 2021 roku, zgodnie z informacją ze strony internetowej, Muzeum Powstania Warszawskiego zorganizowało 3 takie wydarzenia: XIV i XV Nawigacyjny Rajd Rowerowy oraz przejazd rowerami szlakiem powstańczych szpitali „Masa Powstańcza 2021”.

Tabela 3. Rodzaje wydarzeń organizowanych przez Muzeum Powstania Warszawskiego w roku 2021

Rodzaje wydarzeń	Liczba wydarzeń
Wykłady	7
Przejazdy rowerowe	3
Spacerzy	5
Wykłady	7
Konkursy	3
Akcje	8
Spektakle	4
Koncerty	9
Warsztaty	15
Gry terenowe	4
Podcasty	25
Łącznie	87

Źródło: opracowanie własne

Charakterystyka oferty *online* i *offline* Zamku Królewskiego w Warszawie

W 1979 roku, jeszcze przed zakończeniem prac rekonstruktorskich Zamku Królewskiego, utworzono muzeum Zamek Królewski w Warszawie – Pomnik Historii i Kultury Narodowej. Już ponad 50 lat muzeum pełni funkcję galerii, przyjmuje oficjalne wizyty na wysokim szczeblu, organizuje spotkania państwowe.

Na podstawie rozdziału *Archiwum wiadomości* na stronie internetowej muzeum udało się zebrać dane o 127 wydarzeniach, stanowiących ofertę Zamku Królewskiego

w 2021 roku⁶. Wyniki inwentaryzacji przedstawiono w tabeli 4. Warto jednak zaznaczyć, że tych wydarzeń było z pewnością więcej, ale strona internetowa zawiera dużą liczbę hiperłączy, prowadzących „donikąd”, co utrudnia zestawienie danych. Trudno również jest sprecyzować, czy wykład odbywał się w formie *online* czy realnej, albo czy miał transmisję na Facebooku. Nie wynika to bowiem bezpośrednio z informacji zawartych w opisie wydarzeń. Jednakże, na platformie YouTube, na której Zamek Królewski posiada profil, udało się odnaleźć nagrane cykle wykładów, takich jak: „Szlakiem orientalnych opowieści”, „Traktat ryski – odzyskane dziedzictwo” i inne⁷. Część cykli wykładów odbywało się na platformie Zoom, na przykład „Kobiety świata sztuki”. Z pewnością można zatem stwierdzić, że Zamek Królewski aktywnie wykorzystał możliwości pracy *online*. W roku 2021 odbyło się: 5 debat, z których każda była prowadzona w trybie zdalnym, 12 webinarów dla nauczycieli i przewodników oraz 2 konferencje naukowe. Interesującym przykładem jest udział Zamku Królewskiego w akcji „Ferie po Królewsku *online* w Rezydencjach Królewskich”.

Tabela 4. Rodzaje wydarzeń organizowanych przez Zamek Królewski w roku 2021

Rodzaje wydarzeń	Liczba wydarzeń
Debaty (<i>online</i>)	5
Koncerty	16
Konferencje naukowe	2
Oprowadzanie	3
Spektakle	9
Spotkanie <i>online</i>	2
Webinaria	12
Wykłady (<i>online</i> i <i>offline</i>)	59
Pikniki terenowe	1
Plenery (kino letnie, plenery malarskie itd.)	10
Spacery	7
Ferie po królewsku <i>online</i>	1
Łącznie	127

Źródło: opracowanie własne

Podobnie jak Muzeum Powstania Warszawskiego, Zamek Królewski posiada duży obszar na zewnątrz samego budynku muzeum – dziedziniec zamkowy, na którym często stawiano scenę dla koncertów lub spektakli oraz Ogród Królewski. Ten fakt pozwala muzeum na organizację wydarzeń na żywo z zachowaniem dystansu

⁶ <https://arch.zamek-krolewski.pl/zamek-krolewski.pl/dla-mediow/archiwum-wiadomosci/2021-r/kalendarium-wydarzen-2021.html>.

⁷ <https://www.youtube.com/@zamekkrolewskiwwarszawie>

między odwiedzającymi. Muzeum wykorzystuje także elewacje Zamku dla pokazów. Znaczącym jest ten fakt, że z 9 wystaw, które się odbyły w roku 2021 w Zamku Królewskim i zostały opisane na stronie internetowej – 4 odbyły się na zewnątrz, na terenie dziedzińca albo Ogrodu Królewskiego.

Zebrane dane pozwalają stwierdzić, że Zamek Królewski w Warszawie aktywnie wykorzystywał w 2021 roku swój potencjał zarówno z zakresu kreowania oferty *offline* – za pomocą wydarzeń plenerowych, koncertów, spektakli itd., jak i oferty *online* – organizując transmisje z wykładów, nagrania narracji przewodnickiej, webinaria i konferencje naukowe.

Konkludując, wykonana analiza pozwala jednoznacznie stwierdzić, że opisane muzea skutecznie radziły sobie w warunkach pandemii, redefiniując swoje dotychczasowe schematy i modele działania. Ich odpowiedzią na ograniczenia sanitarne stało się wykorzystywanie współczesnych technologii i przenoszenie wydarzeń do przestrzeni wirtualnej, a także organizacja wydarzeń w plenerze, tj. w przestrzeni miasta lub na terenie przestrzeni przymuzealnej, co pozwoliło zachować kontakt z odwiedzającymi przy zapewnieniu im bezpiecznego udziału w wydarzeniach i styczności z artefaktami.

Konkluzje i refleksje

Muzea odgrywają kluczową rolę we współczesnych społeczeństwach, nie tylko chroniąc dziedzictwo materialne i niematerialne, ale także udostępniając przestrzenie (fizycznie i wirtualnie), które promują lokalną kulturę, pomagają instytucjom edukacyjnym, inspirują lokalne społeczności i sprzyjają kreatywności, a także wzmacniają spójność społeczną [Ostrowska-Tryzno, Pawlikowska-Piechotka 2022].

Analiza oferty muzeów objętych badaniem pozwala stwierdzić, że placówki zwróciły uwagę na jej dywersyfikację zarówno w zakresie tematyki, jak i form realizacji organizowanych wydarzeń, uwzględniając oczekiwania odbiorców, a także zróżnicowanie ich kompetencji cyfrowych. Dostęp do zbiorów i organizowanych wydarzeń w wersji wirtualnej był możliwy zarówno za pomocą stron internetowych muzeów, jak również przy wykorzystaniu wideo-komunikatorów (np. Zoom), mediów społecznościowych (np. Facebook czy Twitter) lub kanałów internetowych, jak YouTube. W ofercie pojawiły się więc zarówno wystawy i zwiedzanie w wersji *online*, przeznaczone dla szerokiego kręgu odbiorców, jak również sprofilowane tematycznie

wykłady, debaty i webinria, dedykowane osobom o określonych zainteresowaniach czy lekcje muzealne dla dzieci i młodzieży.

Również oferta plenerowa odznaczała się pewnym zróżnicowaniem tematycznym i formalnym. Z jednej strony uwzględniała bowiem spektakle, seanse filmowe i koncerty, adresowane do zróżnicowanej grupy odbiorców, wśród której szczególną pozycję stanowią seniorzy. Należy dodać, że wydarzenia takie częściej były organizowane przez Muzeum Powstania Warszawskiego i Zamek Królewski, a więc placówki dysponujące sporą powierzchnią przymuzealną w postaci wewnętrznego dziedzińca, ogrodów (Zamek Królewski w Warszawie) czy parku (Muzeum Powstania Warszawskiego). Z drugiej strony, oferta zawierała wycieczki skierowane do różnych grup odbiorców i rajdy rowerowe dedykowane głównie osobom młodszym, w tym rodzinom z dziećmi.

Można zatem stwierdzić, że analizowane muzea – dywersyfikując ofertę wystawienniczą i popularyzatorsko-edukacyjną pod względem tematyki i form realizacji – wyraźnie wskazały na społeczny format swojej działalności, poprzez jej dostępność dla różnych grup odbiorców, co z kolei pozostaje w zgodzie z wiodącym założeniem turystyki społecznej. Można się też zastanowić czy wykorzystanie technologii IT paradoksalnie nie spowodowało większej frekwencji w ujęciu ilościowym, jak i zróżnicowania gości pod względem cech społeczno-demograficznych. Pytanie jest o tyle zasadne, że rozwiązania cyfrowe zastosowane przez muzea umożliwiają dostęp do oferty różnym kategoriom odbiorców nie tylko z Warszawy, ale także z różnych zakątków Polski i świata. W obliczu ograniczonych możliwości przemieszczania się, wirtualny dostęp do dóbr kultury i artefaktów, a także udział w różnych wydarzeniach (np. koncerty, debaty, wykłady, lekcje muzealne itp.) może być bowiem cennym substytutem bezpośredniego odbioru.

Ł. Gawęł [2020, s. 533] twierdzi, że – biorąc pod uwagę różnorodność form, treści i wykorzystywanych kanałów komunikacyjnych – „muzea są swoistymi generatorami sektora kreatywnego” oraz że, „współczesne muzea nie mogą zawrócić z raz obranej drogi – nowe media wrosły na stałe w ich strukturę i najprawdopodobniej – również po całkowitym wygaszeniu pandemii – będą pozostawały w stałej ofercie tego typu instytucji”. Oczywiście jest to na razie teza nieweryfikowalna, ale jej prawdziwość jest wielce prawdopodobna. Pozostaje jednak pytanie, czy również oferta plenerowa będzie przez muzea podtrzymywana i rozwijana?

Spis literatury

- Bieczyński M., 2021, „Szok kulturowy” – działalność muzeów w czasie pandemii, „Muzeum”, 62, 23-29, DOI: 10.5604/01.3001.0014.8573
- Borusiewicz M., 2012, *Nauka czy rozrywka? Nowa muzeologia w europejskich definicjach muzeum*, Wydawnictwo Muzeum Pałac w Wilanowie i Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych UNIVERSITAS, Warszawa, Kraków
- Colbert E.H., 1961, *What is a Museum?* Curator: „The Museum Journal”, 4, 2, 138-146
- Folga-Januszewska D., 2015, *Muzeum: fenomeny i problemy*, Wydawnictwo Muzeum Pałac w Wilanowie i Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych UNIVERSITAS, Warszawa, Kraków
- Gaweł Ł., 2020, *Muzeum i nowe media. Rozwój oferty cyfrowej w czasie pandemii*, „Zarządzanie Mediami”, 8(4), 525-534
- Kłusek B., 2020, *Funkcjonowanie Muzeum Niepodległości online w okresie lockdownu instytucji kultury*, „Niepodległość i Pamięć”, 71, 3, s. 131-149
- Kultura w 2019 r.*, 2020, GUS, Warszawa-Kraków
- Łukasiewicz N., 2019, *Muzea w Egipcie w opinii użytkowników portalu TripAdvisor*, „Turystyka Kulturowa”, 2/2019, s. 100-116
- Ostrowska-Tryzno A., Pawlikowska-Piechotka A., 2022, *Cultural tourism, museums and Covid-19 pandemic impact*, Sport i Turystyka. Środkowoeuropejskie Czasopismo Naukowe, 5, 1, s. 123–139.
- Pasternak-Zabielska M., 2021, *Instytucje kultury w okresie Covid-19. Muzealne strategie docierania do widzów*. Raport z badania, Narodowy Instytut Muzealnictwa i Ochrony Zbiorów, Warszawa
- Petelska M., 2021, *Polskie muzea w czasie pandemii COVID-19: działalność online i (nie)stosowanie Rapid Response Collecting*, „Studia Historica Gedanentersia”, 12, s. 405-415
- Stasiak A., Włodarczyk B., 2012, *Turystyka społeczna – istota, determinanty, możliwości i kierunki rozwoju*, „Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu”, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, Wrocław

Źródła internetowe

- <https://arch.zamek-krolewski.pl/zamek-krolewski.pl/dla-mediow/archiwum-wiadomosci/2021-r/kalendarium-wydarzen-2021.html>. [16.10.2022]
- <https://muzeumwarszawy.pl/wydarzenia/> [20.10.2022]
- <https://icom-poland.mini.icom.museum/nowa-definicja-muzeum/> [4.04.2023]
- <https://www.1944.pl/artukul/ponowne-otwarcie-muzeum-powstania-warszawskiego.5104.html> [20.10.2022]
- <https://www.1944.pl/wydarzenia.html> [20.10.2022]
- <https://www.unwto.org/cultural-tourism-covid-19> [2.02.2023]
- <https://www.youtube.com/@zamekkrolewskiwwarszawie> [16.10.2022]

Online or outdoors - the offer of selected Warsaw museums in the era of a pandemic

Abstract: The Covid-19 pandemic has affected many aspects of socio-economic life, also changing the framework for the functioning of cultural institutions, including museums. The exhibition and popularizing and educational offer of three Warsaw museums in 2021, i.e. the Museum of Warsaw, the Warsaw Uprising Museum and the Royal Castle in Warsaw is analyzed in this study. On the basis of information from websites, a total of 434 events organized by these institutions were reviewed, taking into account the subject matter and forms of implementation of the organized events. The results showed that in the conditions of the introduced pandemic restrictions, museums primarily expanded and strengthened their online offer, adapting it thematically and technologically to the expectations of various audiences. An important supplement to the online offer was the offer of outdoor events organized in the museum space or in the city space. By enabling various social groups to exercise the right of universal access to cultural goods and tourism, museums have thus become part of the main postulate of social tourism.

Keyword: museum, pandemic, Covid-19, exhibition offer, popularizing and educational offer, Warsaw