

## **Gnieźnieńskie Forum Ekspertów Turystyki Kulturowej**

Pytanie 53

### **Turysta kulturowy w polskich muzeach**

Pytanie:

**dr hab. Armin Mikos von Rohrscheidt, prof. GSW, Poznań-Gniezno**

Moje pytanie dotyczy relacji na linii muzea - turystyka kulturowa. Chciałbym zebrać od Państwa doświadczenia w tej kwestii oraz ich oceny. Poza wątpliwością jest - a podkreśla to mocno także polski prawodawca już w pierwszym artykule Ustawy o muzeach (tekst jednolity z 27 lipca 2012) - że do głównych zadań tych instytucji należą m.in. „upowszechnianie wartości kultury” i „umożliwianie korzystania ze zgromadzonych zbiorów”, co realizuje się przez „zapewnianie właściwych warunków zwiedzania” (art. 2). Nie ma też sporu co do tego, że muzea, ich zbiory oraz niektóre działania są ważnym magnesem dla turystyki kulturowej, a niektórzy turyści kulturowi mają je na swoich „listach preferencyjnych” jako cele odwiedzin wszędzie tam, gdzie się pojawiają.

**Jednak, czy w polskich muzeach turystyka kulturowa i turyści kulturowi są naprawdę traktowani jako ważny segment gości? Czy udostępnianie zbiorów turystom i współdziałanie z organizatorami oraz personelem obsługi jest tam traktowane jako jeden z priorytetów?**

**Czy nasze muzea uczą się od innych, które odniosły i odnoszą sukcesy dzięki współpracy z turystyką kulturową? Czy w Polsce istnieje turystyka muzealna lub czy ma szanse na rozwinięcie?**

Proszę o Państwa opinie, najlepiej poparte przykładami dobrych i złych praktyk, z Polski i z zagranicy.

Odpowiedzi:

**Szymon Czajkowski, CTK Trakt, Poznań**

Na początku pragnę zaznaczyć, iż w mojej wypowiedzi nie odniosę się wprost do zadanego pytania, które w głównej mierze dotyka kwestii relacji na linii muzea-turyści kulturowi. Obawiam się, że sporo wspomnianego typu placówek wystawienniczych w Polsce, boryka się z bardziej ogólnym problemem, jakim jest budowa swojej polityki wobec klienta w ogóle. Wydaje mi się, iż doprecyzowanie oferty do mniejszego zbioru, jakim są turyści kulturowi, jest dopiero następnym etapem pracy nad jakością obsługi gości, z którym część muzeów nie jest jeszcze gotowa się zmierzyć. Ponadto pragnę zaznaczyć, iż ze względu na nierównomierność doświadczeń, moja odpowiedź będzie dotyczyć rodzimych instytucji.

Od kilku lat obserwuję pewną poprawę jakości obsługi klienta w polskich muzeach. Nadal dosyć łatwo natrafić na lakoniczne i mało grzeczne komunikaty od osób pilnujących ekspozycji w salach wystawienniczych, czy na legendarne już kaptcie. Niemniej odwiedzając nawet tego typu placówki można odczuć już pewną zmianę. W niektórych przypadkach nie zawsze efekty są takie, jakbyśmy tego oczekiwali. Jednakże mam wrażenie, że w znacznej mierze zauważono kłopot i zdano sobie uwagę, iż poprawa jest konieczna. Jak już wspominałem, rezultaty działań nieraz są dalekie od spodziewanych, ale najważniejszy krok, czyli zdanie sobie sprawy z problemu, został już zrobiony.

Myślę, że w pewnej mierze może być to powodowane odwołaniem się do działań tych placówek wystawienniczych, które odniosły sukces na rynku polskim. Ponadto związane jest to ze zdobywaniem doświadczeń poprzez wizyty w zagranicznych muzeach. Jeszcze kilkadziesiąt, a nawet kilkanaście lat temu nie było to takie oczywiste. Uważam, że brak możliwości porównywania się do zachodnich wzorców mógł przyczynić się do błędów

popęlnianych przez polskich muzealników. Te błędy wrosły w krajową turystykę na kilkadziesiąt lat i dopiero dzisiaj pracujemy nad tym, aby je eliminować. Jednakże abstrahując od powyższych powodów, wydaje mi się, iż największy wpływ na zmianę sposobu myślenia o traktowaniu gości w polskich muzeach ma przede wszystkim fakt, iż w innych miejscach Polacy coraz częściej spotykają z wysoką jakością obsługi. Sklepy, kawiarnie, restauracje i inne miejsca obsługi inwestują znaczące środki na szkolenia personelu. Wśród klientów prowadzone są ankiety na temat satysfakcji z obsługi, a pracowników systematycznie kontroluje się z jakości wykonywanej przez nich pracy. Dzięki temu osoby zatrudnione dostają informacje, co mają poprawić, aby obsługa klienta była jeszcze lepsza. Odbiorcy przyzwyczajeni do takich standardów przenoszą swoje oczekiwania na placówki wystawiennicze, dlatego zderzenie z muzealną rzeczywistością mogło być dla nich dużym szokiem. Niemniej dzisiaj klienci śmieiej podnoszą głos i wyrażają swoje opinie, chociażby poprzez komunikację internetową. W mojej ocenie zmusiło to osoby kierujące polskimi muzeami do zmian, a ich efekty możemy już obserwować.

Szkolenia personelu z zakresu obsługi klienta w jednostkach kultury były prowadzone nawet w takich gigantach polskiego muzealnictwa jak Muzeum Zamkowe w Malborku. Ktoś mógłby powiedzieć, że zmiany nie są tam potrzebne, bo turyści i tak przyjadą. Niemniej widać, iż zdano sobie sprawę z potrzeby pewnych działań.

Warto więc podkreślić zmianę mentalności w tym zakresie. Jednak nie rozwiązuje to problemów polskiego muzealnictwa. W mojej opinii najbardziej podstawowym mankamentem jest brak całościowego spojrzenia na klienta oraz nieobecność głębszej refleksji nad tym, co chcemy mu zaoferować? Polskie muzea muszą przeprowadzić rzetelną kwerendę na temat swoich odbiorców – kim oni są? Następnie zastanowić się – co chcemy im przekazać/zaoferować? Potem przystąpić do kreowania produktu dopasowanego do odbiorcy, a na bazie badań zweryfikować, czy udało się przekazać turyście to, co zostało założone jako cel wystawy czy też działalności muzeum? Dopiero w tym wypadku placówki będą oferowały produkt turystyczny wysokiej jakości.

Bez świadomości tego, co chcemy zaoferować turyście (kulturowemu) i przy braku pewności, że ten produkt skutecznie przekazujemy, nawet najsympatyczniejszy przewodnik obiektowy, który „weźmie” każdą grupę, nie będzie spełniał wymagań dzisiejszego odbiorcy.

***dr hab. Dariusz Dąbrowski, prof. UKW, Bydgoszcz***

Poruszony problem jest bardzo istotny, przy okazji nader obszerny. W gruncie rzeczy wymaga nie pojedynczych wypowiedzi, lecz „stałej” refleksji, która mogłaby przybrać postać konferencji (co postuluję) lub przynajmniej jakiegoś monograficznego opracowania, najlepiej sporządzonego wspólnymi, muzealniczo – turystycznymi siłami. Przystępując do dyskusji nad tym żywotnie interesującym mnie tematem, oprócz odwołania się do „doświadczeń turystycznych” sięgnąłem do stosunkowo nowych dokumentów i wydawnictw muzealniczych jego dotyczących. Na myśli mam, z jednej strony, Raport Strategia Rozwoju Muzealnictwa. Założenia Programowe<sup>1</sup>, z drugiej zaś, Biuletyn Programowy NIMOZ (nr 4 z 2012 r.), w którym odnajdujemy panel „Muzeum jako podmiot turystyki kulturowej”. Nim jednak przejdę do przedstawienia swoich refleksji na temat „oficjalnego”, wyrażanego w literaturze i dokumentach podejścia muzealników do turystyki kulturowej kilka uwag praktycznych. Staram się – zaznaczam przy tym – systematycznie odwiedzać muzea krajowe i zagraniczne, a także monitorować różne zmiany zachodzące w tym świecie. Motywy są zarówno zawodowe, jak i stricte turystyczne. Z pewnością w ostatnich latach daje się zauważyć wyraźne polepszenie oferty muzealnej, tak w Polsce, jak i odwiedzanych przeze mnie w tym czasie krajach. Zwiększa się systematycznie liczba placówek muzealnych i paramuzealnych.

<sup>1</sup> [http://nimoż.pl/upload/Biuletyn\\_programowy/Raport\\_Strategia\\_Rozwoju\\_Muzealnictwa\\_-\\_zalozenia\\_programowe001.pdf](http://nimoż.pl/upload/Biuletyn_programowy/Raport_Strategia_Rozwoju_Muzealnictwa_-_zalozenia_programowe001.pdf)

Już więc w ujęciu statystycznym rozszerza się oferta skierowana do turystów. Różnie bywa z jakością funkcjonujących muzeów, jednak z zadowoleniem można mówić o pojawieniu się placówek wzorcowych lub do ideału się zbliżających. W kraju na pochwałę zasługuje szczególnie muzeum Podziemia Rynku w Krakowie. Poza Polską byłem ostatnio zauroczony ofertą muzeum Aquincum w Budapeszcie. Dlaczego wspominam te dwie placówki. Otóż łączą one w sobie najlepsze cechy ekspozycji tradycyjnych z racjonalnie wykorzystanym postępowaniem technologicznym i postulatami „nowej muzeologii”. W ten sposób uzyskujemy otwarty na różne grupy odbiorców (mogę mówić, z jednej strony, o odbiorze profesjonalistów, z drugiej, dorosłych o różnym poziomie wiedzy specjalistycznej, wreszcie o dzieciach) produkt nasycony treściami, czasami wysoce specjalistycznymi, ale też bardzo efektowny, atrakcyjny wizualnie i interaktywny. Będące widocznym trendem zmiany na korzyść toną jednak niestety w masie muzealniczej bylejakości, inercji i złych przyzwyczajeniach. W jak wielu placówkach widać dwa podstawowe, powiązane ze sobą negatywne z perspektywy turystów kulturowych zjawiska. Oba powodują zresztą, że muzea traktowane są przez wielu zwiedzających jak trudne do zdobycia twierdze. Chodzi konkretnie o nieprzystosowanie muzeów do zasad ruchu turystycznego (nieodpowiednie godziny otwarcia, słaba „reklama”, niewłaściwe traktowanie zwiedzających przez personel) oraz o złą w wielu wypadkach jakość opisów muzealnych, co powoduje, że ekspozycje są słabo zrozumiałe albo w skrajnych wypadkach, wcale. Problemem mocno odczuwanym w Polsce jest zdecydowanie zbyt mała liczba małych muzeów/izb muzealnych lokalnych. Abstrahując od ich funkcji społecznych, skierowanych do wspólnot lokalnych. Chodzi o to, że wzbogaciłyby one zdecydowanie ofertę turystyczną wielu mikroregionów. Pozytywnych przykładów jest sporo, zobaczmy choćby siłę przyciągająca Europejskiego Centrum Bajki w Pacanowie (choć do wielu aspektów pracy tej placówki może budzić wątpliwości turystów kulturowych). Jednak w ogólnym rozrachunku nie jest pod tym względem dobrze. Do braku placówek – jako szczególnie niekorzystne zjawisko – dołożyć trzeba jeszcze brak lub kiepską jakość systemu oznaczeń stałych i druków. Niestety, muzealnicy tego problemu, co widać po przywołanych publikacjach, nierzadko zdają się nie dostrzegać. Nie mam – niestety – czasu (to nie ucieczka), aby zgodnie z zapowiedzią, szczegółowo ten problem omówić. Przepraszam, stoją za tym ważne powody. W zamian kilka banalnych postulatów na koniec. Gdyby choć częściowo je spełniono, muzea lepiej funkcjonowałyby w świecie turystyki kulturowej:

- 1) uelastycznienie czasu pracy muzeów (oczywiście, wiąże się to z olbrzymim problemem permanentnego niedofinansowania tych placówek i zenująco niskich zarobków, za czym stoi fatalna postawa sił odpowiedzialnych za finansowanie)
- 2) systematyczne zwiększanie kompetencji pracowników muzeów (często są to osoby nie mające odpowiedniego, muzealniczego wykształcenia);
- 3) zdecydowane polepszenie jakości opisów muzealnych (istnieje przecież spora literatura fachowa, która – o paradoksie – albo jest nieznana pracownikom muzeów, albo lekceważona). A wystarczyłoby na początek, na przykład umieszczać tabliczki w odpowiednim miejscu (na odpowiedniej wysokości, we właściwym położeniu w stosunku do eksponatów) oraz opatrywać je tekstami co najmniej w dwóch językach (krajowy i angielski), choć ideałem są opisy w czterech najpopularniejszych w danym rejonie językach.
- 4) „muzealizacja przestrzeni otwartej” czyli wprowadzanie właściwie skonstruowanych elementów stałego opisu układów architektoniczno-urbanistycznych i poszczególnych obiektów. W tej sferze sytuacja się systematycznie od kilku lat poprawia, ale też – niestety – powielane są podstawowe błędy. Tymczasem istnieją doskonałe wzorce, jak choćby system brugijski tablic (lub jak kto woli – paneli) umieszczanych w „punktach węzłowych”.
- 5) polepszenie jakości odpowiednich druków turystycznych.

6) edukacja od podstaw po uniwersytety w takim duchu.

Jeszcze raz przepraszam za pewien chaos i ogólnikowość, ale chciałem podzielić się refleksją, a czasu nie wystarcza na rozwinięcie myśli.

### ***Przemysław Buryan, Ideal Travel, Poznań***

Mamy tym razem do czynienia z bardzo obszernym zapytaniem będącym w zasadzie zbiorem pytań o stan dzisiejszego muzealnictwa. Postaram się odpowiedzieć na te w mojej ocenie najważniejsze, a więc odnoszące się do bytu turystyki muzealnej. Wyrażam tym samym moją subiektywną, opartą na obserwacjach, opinię i liczę na ustosunkowanie się Państwa do niej. Nie ukrywam bowiem, że chciałbym zebrać także inne doświadczenia w tej materii niż to opisane niżej.

Turystyka muzealna przeżywa moim zdaniem kryzys, którego wiele osób stara się nie dostrzegać. Muzeum stało się nieodłącznym elementem miejsca uważanego za atrakcyjne turystycznie. Proszę zauważyć (i poprawić mnie, jeśli się mylę) że liczba placówek (okręgowych, regionalnych, tematycznych) znacznie przerasta zainteresowanie turystów ich odwiedzaniem. Jak jednak wyobrazić sobie miasto bez muzeum jego historii? Zacząłem zastanawiać się nad tym, „podziwiając” zbiory w muzeach w krajach arabskich, z bogatymi tradycjami, ale o dość skomplikowanej nieraz historii i mocno ograniczonym dorobku materialnym. Konkretnie mam na myśli Tunezję (wyspa Djerba), Katar czy Emirat Dubaju. W tych miejscach przez ostatni rok miałem okazję odwiedzić placówki muzealne. Było to muzeum etnograficzne Guelala na Djerbie, Muzeum Sztuki Islamskiej w Doha o niezwykle bogatych zbiorach oraz Muzeum Dubajskie. Wymienione trzy placówki miały kilka wspólnych cech: ciekawą architekturę, podobne kolekcje (traktujące raczej ogólnie o kulturze arabskiej niż o historii konkretnego państwa czy regionu) oraz... znikomą liczbę zwiedzających. Obserwacja ta pozwoliła wyciągnąć pewien wniosek: miasto/region uważający siebie za ośrodek turystyczny nie może istnieć bez muzeum. Można jednak odnieść wrażenie, że niektóre placówki muzealne istnieją dla samego faktu istnienia, a nie dla ludzi, których mogłyby potencjalnie interesować. Wracając na polski grunt, mamy do czynienia z podobną sytuacją. Przykładem niech będzie moje rodzinne miasto Poznań. Dwa największe muzea: Narodowe i Wielkopolskie Muzeum Walk Niepodległościowych mają po kilka oddziałów, ale powinniśmy zapytać przewodników miejskich, ile razy mieli okazję po nich oprowadzać. Sam jestem przewodnikiem ponad 6 lat. Miałem okazję być kilka razy w Muzeum Historii Poznania w Ratuszu (w 90% z własnej inicjatywy i na podstawie mojej sugestii przekazanej grupie), 3 razy w Muzeum Etnograficznym i kilka jeszcze kilka razy pojedynczo w innych placówkach. To tak naprawdę świadczy o turystyce muzealnej, a nie liczba muzeów, bo ta druga - jak już zostało wspomniane - jest imponująca: dla Poznania 26, jak oblicza Armin Mikos v. Rohrscheidt (2011). Jednocześnie, patrząc od strony turystów, od dawna dochodzimy do wniosku (Mikos v. Rohrscheidt 2011), że muzeum musi interesować nie tylko treścią ale też formą, jednak z punktu widzenia innych jego zadań i możliwości - nie zawsze da się to odpowiednio wyważyć. Nie mogę odmówić zalet Muzeum Podziemi Rynku w Krakowie, czy Muzeum Powstania Warszawskiego - ale ilość multimediiów i „zabawek muzealnych” przyćmiewa w nich nieraz przekazywane treści.. Ponownie z własnej obserwacji - tym razem jako pilota wycieczek, widzę, ile konkretnych informacji wnosi młodzież ze wspomnianych miejsc. Niestety nie ma ich wiele, a imponujący ruch turystyczny w nich jest wynikiem ciekawości nauczycieli i rodziców, płynącej z medialnego rozgłosu, a nie zawsze z zainteresowań samych zwiedzających czy przekonujących ich programów interpretacyjnych. Przecież znaleźć możemy w Polsce kilka przykładów miejsc, które fascynowały zawsze, ale dzięki pasji przewodników, zaangażowania włodarzy i wykreowanej atmosferze, a nie nowoczesnym gadżetom. Swego rodzaju magię miejsca posiada (i posiadało, odkąd pamiętam) niewielkie Muzeum Zabawek

w Kudowie Zdrój, Muzeum Kinematografii w Łodzi czy wspomniane już przeze mnie Muzeum Historii Miasta Poznania. Może jest więc tak, że nieumiejętność przygotowania prostej, dobrze "opowiedzianej" ekspozycji chcemy nagminnie zastępować drogimi interaktywnymi gadżetami. Często wystarczy kilka mniej kosztownych zmian, jak choćby te wymienione przez prof. Dariusza Dąbrowskiego oraz pełen pasji przewodnik, który lepiej niż dziesiątki monitorów i animacji zainteresuje danym tematem.

W kontekście tej refleksji nasuwa mi się jeszcze jeden wniosek, również w oparciu o moją praktykę. Zwiedzanie muzeum jest raczej domeną hobbystów i nastawionych na to turystów kulturowych. Nawet w tych najbardziej znanych światowych muzeach widzimy przysłowiową garstkę osób rzetelnie wczytanych w prezentowane treści. Mnie osobiście nie zwodzą tłumy zwiedzających w berlińskim Muzeum Pergamonu czy w British Museum. Niejednokrotnie przyglądałem się ich faktycznemu zainteresowaniu. Wiele razy również analizowałem programy polskich biur podróży, w których wizyta w muzeum jest niezwykle rzadkością, a jeżeli jest, to jego oferta jest szcątkowo wykorzystana przez pilotów czy samych turystów. Podkreślę to jeszcze raz: uważam, że turystyka muzealna przeżywa kryzys i jest ona obecnie jedynie domeną niewielkiej grupy turystów kulturowych. Zaryzykowałbym więc stwierdzenie, że w naszym kraju – ale nie tylko w nim - istnieje jedynie muzealny potencjał dla turystyki kulturowej (a już niekoniecznie przygotowana dla niej oferta). W naprawdę funkcjonujących formach turystyki kulturowej zwiedzanie muzeów stało się zaś jałowym zaliczaniem obiektów, które trzeba albo wypada odwiedzić. Nawiązując do pozostałych kwestii poruszonych w pytaniu, wydaje mi się, że turysta kulturowy w ofercie muzeów jest pomijany. Więcej obecnie wysiłku wkłada się w to, aby muzeum było "dla wszystkich", a nie dla niszowej grupy turystów o zdecydowanie większych wymaganiach, których nie zaspokoją nagłaśniane rewelacje Nocy Muzeów, a raczej dogłębnie przygotowana, stała i bogata merytorycznie oferta.

W treści mojej wypowiedzi odnosiłem się do opracowania A. Mikos v. Rohrscheidt, 2011, *Poznańskie muzea w kontekście standardów i potrzeb współczesnej turystyki kulturowej*, [w:] A. Mikos v. Rohrscheidt (red.) *Obcy w Poznaniu. Historyczna metropolia jako ośrodek turystyki kulturowej*, s. 362-404

**dr hab. Zygmunt Kruczek, prof. AWF Kraków/ UE Katowice**

Pytanie jest złożone wielokrotnie, co utrudnia jednoznaczna odpowiedź. Zbierałem ostatnio informacje o frekwencji w atrakcjach turystycznych dla specjalnego raportu Polskiej Organizacji Turystycznej, przeto przytaczam poniżej kilka danych o polskich muzeach i ich popularności.

Muzea bowiem obok parków rozrywki są najbardziej dynamicznym i najczęściej odwiedzanym typem atrakcji turystycznych.

Najpierw o zasobach muzeów w naszym kraju. W Polsce działa 519 muzeów o statucie lub regulaminie uzgodnionym z Ministrem Kultury i Dziedzictwa Narodowego, w tym: 24 muzea państwowe, 317 muzeów samorządowych (w 87 muzeach organizatorem jest samorząd województwa); 104 muzea prywatne (osoby fizyczne). Państwowy Rejestr Muzeów (prowadzony dla wybranych muzeów w Polsce przez Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego na podstawie ustawy o muzeach z 1996) dotyczy muzeów gromadzących zbiory o wyjątkowym znaczeniu dla dziedzictwa kultury i spełniających wysokie kryterium działalności merytorycznej. Muzeum wpisane do rejestru uzyskuje numer rejestracyjny i uprawnione jest do używania nazwy „muzeum rejestrowane”; rejestr prowadzony jest od 1998. Rejestr ten zawiera 121 placówek (stan na październik 2014). Reasumując muzeów jest u nas dostatek, zgadzam się z Przemkiem Buryanem, że ambicją władz samorządowych miejscowości kreowanej na atrakcyjne dla turystyki jest tworzenie placówki muzealne.

Problem jednak z pełzającą frekwencją (kilka tysięcy odwiedzających lub mniej i to jeszcze młodzieży przyprawionej przez nauczycieli).

Z dostępnych w rocznikach statystycznych danych GUS wynika, że frekwencja w polskich muzeach systematycznie wzrasta, w 2012 r. odwiedziło je 26,7 mln osób (o 7,2 % więcej w porównaniu z rokiem poprzednim), w tym 11,3 mln osób zwiedziło muzea bezpłatnie. Zorganizowane grupy młodzieży szkolnej stanowiły jedną piątą ogółu zwiedzających. Największą popularnością wśród zwiedzających, cieszą się muzea o profilu artystycznym i historycznym, które odwiedziło odpowiednio: 8,2 mln i 4,3 mln osób. Ale liczby te wymagają komentarza. Frekwencja jest multiplikowana poprzez sumowanie np. odwiedzających poszczególne oddziały muzeów czy bezpłatne wizyty. Okazją do nieodpłatnego poznawania polskiego dziedzictwa narodowego jest corocznie organizowana „Noc Muzeów”. Z tej formy zwiedzania skorzystało ok. 1 mln odwiedzających, natomiast z innych form imprez okolicznościowych 1,5 mln osób (GUS 2013).

Najwyższą frekwencję odwiedzających wykazuje Muzeum Pamięci Auschwitz – Birkenau (1,5 mln w 2013 r.), jest to niebiletowana, bezpłatna atrakcja, rejestrująca precyzyjnie liczbę odwiedzających. Na drugim i trzecim miejscu plasują się dwie placówki muzealne Krakowa ze swoimi oddziałami. Muzeum Historyczne miasta Krakowa odwiedziło w 2013 r. 0,94 mln, w tym Podziemia Rynku 440 tys., a Fabrykę Schindlera 270 tys. Muzeum Narodowe w Krakowie odnotowało w tym samym roku frekwencję na poziomie 726 tys., w tym Galeria Malarstwa w Sukiennicach 224 tys. na czwartym miejscu znajdujemy Muzeum Powstania Warszawskiego (490 tys.), niewiele ustępuje mu Muzeum Narodowe we Wrocławiu (466 tys.) wraz z oddziałem Panorama Raclawicka (260 tys.).

Miałem okazję poznać starania Muzeum Narodowego w Krakowie o pozyskanie turystów i dotarcie do szerokiego kręgu odbiorców. W odróżnieniu od obiektów muzealnych, często topowych, gdzie turysta traktowany jest jako zło konieczne (bo ustawa o upowszechnianiu), MNK przykłada dużo uwagi relacjom z odwiedzającymi. Muzeum to stosuje zarówno tradycyjne formy komunikacji z widzami, jak i nowoczesne rozwiązania multimedialne. Informacje o wydarzeniach i wystawach są obecne w mediach regionalnych i ogólnopolskich. Muzeum prowadzi fan page na portalach: Facebook, Twitter., Pinterst.com, YouTube. Podejmowane są działania mające na celu uatrakcyjnienie Muzeum, zachęcanie odwiedzających do aktywnego oglądania. Godne uwagi jest angażowanie znanych osób i specjalistów do oprowadzania, akcja „w prezencie od muzeum” polegająca na bezpłatnym wstępie w okresie świąteczno-noworocznym. Wyjście do szerszego kręgu odbiorców to wystawy czasowe np. w galeriach handlowych (m.in. w nowej Galerii Bronowice), stoiska na targach turystycznych.

MNK w Krakowie zaliczyć można do modelu muzeum kompetencyjnego (typologia wg Folga – Januszewska 2013), ze względu na szeroki zakres edukacji kierowanej do różnych grup odbiorców – klas szkolnych, zorganizowanych grup turystów, rodzin i indywidualnych gości. Służą temu warsztaty, lekcje muzealne, rekonstrukcje historyczne, wykłady). W muzeum prowadzone są badania odwiedzających (we współpracy z uczelniami krakowskimi), których wyniki dyrekcja wykorzystuje do podnoszenia jakości usług i sprawnego zarządzania obiektami (MNK ma 10 oddziałów; w tym Galeria Malarstwa w Sukiennicach, Pałac Biskupa Erazma Ciołka, Dom Mehoffera, Willa Atma we Zakopanem, Europeum).

Na koniec o turystyce muzealnej, wyodrębnionej jako forma turystyki kulturowej. Wizyta w znanym muzeum jest na pewno ozdobą i magnesem dla turystów o kulturowych zainteresowaniach. Wyodrębnienie jej jednak jako osobnej formy ma czysto teoretyczny charakter; wszak w czasie jednego wyjazdu nie odwiedzamy jedynie muzeów, zresztą taki program oparty na wizytach tylko w obiektach muzealnych byłby nie do zniesienia (może poza grupami specjalistów). Lepiej jest mówić o turystach w muzeach, rozpatrywać muzeum jako atrakcję przyciągającą różne kategorie odwiedzających – mieszkańców (oni z definicji

nie będą turystami), turystów grupowych (bo program imprezy zakładał zwiedzanie muzeum) no i indywidualnych, którzy mogą być motywowani chęcią poznania konkretnych zbiorów muzealnych. I chyba tylko tych ostatnich można zaliczyć do turystów kulturowych uprawiających turystykę muzealną.

***dr hab. Armin Mikos v. Rohrscheidt, prof. GSW, Poznań/ Gniezno:***

Część mojej odpowiedzi na pytanie sformułuję jako komentarz do opinii moich Przedmówców, którzy w części udzielili jej już za mnie. Odnosząc się do ostatniego członu pytania (o istnienie w Polsce turystyki muzealnej i jej ewentualne szanse rozwojowe) będę miał nieco inne zdanie niż prof. Kruczek, co wypływa z moich niemieckich doświadczeń. Otóż nie tylko widziałem, ale i niejednokrotnie brałem udział w wyprawach organizowanych do jednego lub paru muzeów, ze specjalnym programem zwiedzania, w którym spacer po mieście i jego zabytkach był tylko uzupełnieniem. Nie są one tak znowu rzadkie (przeciętne muzeum organizuje je 2-3 razy do roku, a muzeów jest sporo). Nie było też tak, że uczestniczyli w tych wycieczkach jacyś profesjonaliści: byli to w większości lub wyłącznie fani muzeów, należący do stowarzyszeń przyjaciół swoich lokalnych placówek. Takie wycieczki organizują niemieckie muzea we współpracy i zgodnie z zasadą wzajemności, to znaczy program na miejscu dla gości „wysłanych” przez swoje muzeum opracowuje muzeum-gospodarz. Zgodzę się jednak zarówno z prof. Kruczkiem, jak i P. Buryanem, że w Polsce jak dotąd prawie nie dają się zauważyć typowe aktywności turystyki muzealnej: zorganizowane lub wynikające z prywatnych inicjatyw wyjazdy specjalnie lub głównie do muzeów. A w mojej opinii są dwa główne powody tego braku – i tu powtórzę stwierdzenia z mojego artykułu, wywołanego przez P. Buryana w jego wypowiedzi. Pierwszy z nich to brak większej aktywności towarzystw przyjaciół muzeów (na których, jak wspomniałem, opiera się turystyka muzealna w krajach niemieckojęzycznych). Nasze towarzystwa są nieliczne, składają się w większości z osób starszych (a więc żyjących z emerytury, czyli niezamożnych), a ich merytorycznymi partnerami są w większości muzealnicy nie mający doświadczeń takiej turystyki ani nie widzący płynących z niej korzyści. Ich celem wydaje się głównie pozyskiwanie eksponatów i zapewnianie frekwencji na wernisażach. Przełom w turystyce muzealnej może nadejść, kiedy muzea „zwiążą” do tych swoich środowisk wsparcia ludzi w średnim wieku i u szczytu zawodowej aktywności i zaproponują im ambitne programy wyjazdów oraz ekskluzywnego zwiedzania. A właśnie ekskluzywne zwiedzanie jest drugim problemem: nasze muzea nie posiadają oferty specjalnej, wyjątkowej, unikatowej skierowanej dla osób szczególnie zainteresowanych - może poza niektórymi punktami programów nocy muzealnych. Jeśli bowiem specjalistyczna prelekcja - to raz w roku „od święta”, a nie na zamówienie grupy. Jeśli warsztaty muzealne – to dla dzieci, a tzw. ekskluzywnych prezentacji przeznaczonych dla fanów muzeów, na których kluczowe znaczenie od dawna wskazują badacze światowego formatu, jak prof. Albrecht Steinecke – po prostu brak. W tym kontekście – i przy braku badań szczegółowych - pozwolę sobie na krytyczną opinię: polskie muzea w swojej masie nie dostrzegają turystów muzealnych a nawet w ogóle turystów kulturowych i nie widzą w nich swoich partnerów. Nie umieją także w ogóle zidentyfikować potencjalnych organizatorów takiej turystyki. A ponieważ nie są z tej współpracy rozliczane – nic albo prawie nic w tym kierunku nie robią (bardzo chciałbym się mylić!). Tu tkwi jednocześnie moja odpowiedź na pierwszy człon pytania: czy mianowicie w polskich muzeach turystyka kulturowa i turyści kulturowi są traktowani jako ważna grupa gości. Otóż – nie są. Niektóre muzea zauważają już turystów jako takich, np. te w nadmorskich miastach podczas sezonu starają się powoli dostosowywać terminy czasowych ekspozycji do ich przyjazdów, a godziny otwarcia do ich plażowych praktyk, ale na tym to się chyba kończy. Zatem realizacja zapisu przytoczonej przeze mnie w pytaniu ustawy, która ma być jakoby rodzajem statutu polskiego muzealnictwa, jest ograniczona do

tych ludzi, którzy z muzeów korzystają na co dzień, a więc „tubylców”. Druga wielka grupa osób, którym dziedzictwo należy udostępnić, czyli ci spoza miejsca lokalizacji muzeum, jak się wydaje - mają się dostosować. Sprzyja temu silne uzależnienie większości muzeów od lokalnej władzy samorządowej i jej politycznych potrzeb, co nie tylko koncentruje ich działalność na dogodzeniu miejscowemu wyborcy, ale także nierzadko powoduje ustalanie terminarzy większych przedsięwzięć, ciekawszych akcji, oryginalnych ekspozycji nie zgodnie z popytem turystycznym, a raczej z... kalendarzem wyborczym. Bo zdjęcie przecinającego wstęgę burmistrza czy prezydenta miasta może mu przysporzyć paru punktów procentowych, natomiast mało kogo interesuje kilka czy kilkadziesiąt tysięcy potencjalnych odwiedzających w porze masowych urlopów i turystycznych migracji. I tu odniosę się do wypowiedzi Sz. Czajkowskiego: to prawda, że w części muzeów turyści to tylko niewielka grupa: w większości jednak są to muzea o statusie lokalnym, a już tylko w części – regionalnym, częściowo z powodów przeze mnie ukazanych powyżej. Za to w innych muzeach są oni znakomitą większością odwiedzających. Wystarczy sprawdzić, jaki jest procent krakowian wśród odwiedzających Zbiory na Wawelu? Albo Wieliczkę? A ilu mieszkańców Trójmiasta odwiedza okręt-muzeum „Błyskawica”, skoro już raz tam byli? A przecież poza „okrętami flagowymi” można jeszcze długo wymieniać wiele innych, mniej znanych, na przykład zakopiańskie placówki muzealne czy większe i lepiej promujące się skanseny.

O współdziałaniu z organizatorami turystyki i personelem jej obsługi już nie wspomnę. Nie zdarzyło mi się ani uzyskać zgody, ani słyszeć o przypadku przedłużenia godzin otwarcia choćby najmniejszego polskiego muzeum dla potrzeb nawet najliczniejszej grupy, która gotowa była z naddatkiem pokryć koszty personelu, zużycia prądu i reszty, żeby tylko móc zobaczyć wystawę świetnie wpasowującą się w koncepcję wyprawy. A sam przynajmniej kilkanaście razy zwracałem się o taką zgodę, deklarując w imieniu moich klientów sowite wynagrodzenie dla instytucji. Zawsze były oczywiście uzasadnienia: regulamin, kodeks pracy, wyższe władze, bezpieczeństwo zbiorów, precedens (jakie to groźne, prawda?) i co tam jeszcze dało się wymyślić. A nie chodziło bynajmniej o jakieś nocne zwiedzanie, tylko o przedłużenie czasu o godzinę, gdy podczas wakacji muzeum było otwarte do 18-tej, co dla grupy turystycznej w lecie wypada jakoś tak w 70% jej programu dnia. I tu przyznam rację prof. Dąbrowskiemu z jego postulatem zmiany czasu pracy muzeów. W lecie dzień jest długi, a turystów w drodze jest znacznie więcej. W publikowanym w tym numerze „TK” wywiadzie o muzeum w Koszalinie (zachęcam do jego lektury) właśnie się dowiadujemy, że jego gospodarze już to zauważyli. Trochę późno, ale cieszy i to... A taki Szlak Piastowski czy Cysterski? Muzeum - obiekt szlaku ludzie w lecie chcieliby pozwiedzać do – dajmy na to - pół do dziewiątej. W końcu do następnego obiektu szlaku mają czasem kilkanaście kilometrów i mogą tam już nie zdążyć, miejscowość może być mała i nie mieć innych znaczących atrakcji. Z drugiej strony odniosę się nieco inaczej do postulatu podnoszenia kompetencji pracowników. Nie mnie oceniać ich kompetencje w dziedzinie muzealnictwa, ale na pewno łatwiej już w dziedzinie stosunków międzyludzkich i zwykłej uprzejmości. Z mojego doświadczenia turysty i organizatora turystyki wynika, że to właśnie pracownicy muzeów są drugą grupą po personelu kościelnym (!), którą organizatorzy turystyki darzą powszechną i zasłużoną niechęcią za ich „nieużycie”. Prysłowiowego śledzenia zwiedzających turystów i niegrzecznych, apodyktycznych odzywek nie chcę już tutaj przytaczać, powiem tylko, że potrafią one naprawdę szokować obcokrajowców, co przynosi nam wstyd. Choć muszę przyznać, że akurat w ostatnim tygodniu spotkałem się z kimś i z czymś zupełnie innym, o czym relacjonuję z niekłamanym entuzjazmem: W MPPP w Gnieźnie nie znana mi z nazwiska pani wykazała naprawdę najwyższe poziomy gościnności, szczerą uprzejmości i indywidualnego podejścia wobec mnie i osoby, którą tam przyprowadziłem. Więcej takich! I szkoda, że nie miała identyfikatora ☺. Na wymienioną placówkę w sumie nigdy nie miałem powodów się skarżyć, ale ta ostatnia informacja i opieka podczas multimedialnego zwiedzania była wzorcowa i tak bardzo... zachodnia. Czy jednak



nasze muzea uczą się od innych, z sukcesem współpracujących z turystyką kulturową? Przyjmuję w tej kwestii opinię Sz. Czajkowskiego którą trochę doprecyzuję: za mało jest wyjazdów naprawdę studyjnych z rzetelnym programem podglądania dobrych praktyk, właśnie nie tylko w zakresie ekspozycji, ale także obsługi zwiedzających, wśród nich turystów. Nie wiem także, jak wyglądają reprezentatywne dla polskich muzeów dane na temat odwiedzających ich turystów, bo nie znane mi są wyniki takich badań.

I temu chcę poświęcić jeszcze jedno przemyślenie. Szymon Czajkowski pisze, że polskie muzea powinny przeprowadzić kwerendę na temat swoich odbiorców, i w kontekście tej wiedzy zastanowić się nad dostosowaną do nich ofertą. I – jak rozumiem - nie chodzi tu o zmienianie dziedzictwa, którego muzea są gospodarzami, strażnikami i interpretatorami. Chodzi o zmianę sposobu prezentacji, języka przekazu, stylu opowiadania, doboru „mówiących” eksponatów i wiele innych szczegółów. Czy takie badania przekrojowe są prowadzone? Powtórzę: nic mi nie wiadomo o szerzej zakrojonych badaniach na linii polskie muzea-turyści kulturowi. A brak rzetelnych przedsięwzięć badawczych jest przecież również winą badaczy. Zarówno muzeologów, jak i nas, specjalistów od turystyki kulturowej. Od tych pierwszych dochodzą nas sprzeczne sygnały: z jednej strony zdarzają się publikacje zwiastujące pewien przełom. Wśród nich wymienię choćby teksty z ostatniego roku: świetny artykuł Łucji Piekarskiej-Duraj i Piotra Idziaka „Małe muzea jako miejsca spotkań istotnych” [2013] uzasadniający konieczność tematyzacji zbiorów i pasjonującej narracji, albo będący kopalnią dobrych praktyk zbiór „Lokalne muzeum w globalnym świecie” [2014], który ostatnio z dużą satysfakcją przeczytałem. Wiele pomysłów z tych publikacji jak najbardziej przystaje do turystów kulturowych w ogóle, a muzealnych w szczególności. Z drugiej jednak strony nawet szanowani eksperci problematyki muzeów wydają się nie wiedzieć, czym jest turystyka kulturowa, a nawet uważają ją za coś w rodzaju... dodatku do muzeów. Oto autorka artykułu „Turystyka kulturowa i nowe muzea w Polsce” [2013] stwierdza niefrasobliwie i bez żadnego uzasadnienia, iż nowy typ refleksji nad zadaniami muzeów z jednoczesnym wyartykułowaniem pewnych warunków wobec turystyki i turystów „zdecydowanie zmienił rozumienie pojęcia „turystyka kulturowa””. Jeśli to ma być przykład rozumienia współpracy, to czarno widzę jej przyszłość. Jakież warunki wobec turystów? Refleksja nad muzeami jako przełom w definiowaniu turystyki kulturowej? Nie bardzo wiem, o jakiej planecie mowa - bo chyba nie o tej, na której my wszyscy żyjemy. Zgodnie z takim myśleniem to muzea mają dyktować turystom, co ci mają chcieć oglądać. Jeśli w tym duchu mają być kształcone kolejne pokolenia muzealników, to mogę tylko zaproponować... zejście na ziemię. Ale winą za aktualny stan rzeczy (to jest lekceważenie przez muzea turystów i organizatorów turystyki jako partnerów) należy obarczyć także nasze środowisko: badaczy turystyki kulturowej. Zbyt mało naszego czasu i naszej aktywności naukowej poświęcamy muzeom w jej kontekście i turystom zwiedzającym muzea. Jak dotąd nie pojawiła się w języku polskim żadna monografia, ukazująca odsetek turystów kulturowych wśród odwiedzających muzea (a nie jedno czy drugie muzeum) oraz turystów muzealnych jako takich, która byłaby oparta na przekrojowych i reprezentatywnych badaniach. A tylko taka publikacja mogłaby być podstawą uzasadnienia, w jak dużym stopniu muzea są celami turystyki i czego turyści od nich naprawdę oczekują. Mało tego: pozwalamy na uprawianie pseudonauki na naszym podwórku czy też pod naszym bokiem. Jaskrawym przykładem tego jest nieudany tekst opublikowany ostatnio [Kamel M., Malchrowicz-Moško E, Piasta M 2014] który wnioski na temat turystów w muzeach w ogóle opiera na... badaniach studentów turystyki jednej uczelni. Zapytam: gdzie reprezentatywność badania? Komu i na co takie „badania” mają się przydać? Oto trójka asystentów kierunku turystycznego bada własnych studentów, należących do jednolitej grupy wiekowej (21-23), o identycznym poziomie wykształcenia, a z racji zgłębianej profesji mających nie tylko inną niż przeciętny turysta orientację w materii, ale i psi obowiązek odwiedzać takie placówki w ramach swoich zajęć, praktyk, wyjazdów, i czasem nawet konkretnych zadań. A wnioski z owego „badania” są odnoszone już to do

wszystkich turystów, już to do „młodych ludzi”. To tak, jakby pytać samych tylko uczniów szkoły kucharskiej o znajomość recept na ciasta oraz przydatność poszczególnych proszków i przypraw, a potem twierdzić, że jest to wiedza i ocena wszystkich ludzi albo danej grupy wiekowej. Po lekturze owego „dzieła” twierdzą stanowczo, że już najwyższy czas skończyć z takimi praktykami. Z takich badań nie mogą wypływać żadne wartościowe wnioski, lecz tylko - niezasłużone – tzw. punkty. Tu znów niechcący wracam do problemu jakości opracowań „naukowych” i sensu ich tworzenia, co – jak widać warte jest publicznej debaty i zmiany zasad oceny. Obiecuję Państwu, że tym tematem zajmiemy się w niedługim czasie, aby dać wyraźny sygnał, że chcemy zadbać o jakość badań naszego środowiska. Tylko wtedy będziemy mogli domagać się, żeby nasze wnioski – i w odniesieniu do muzeów, i czegokolwiek innego - były poważnie traktowane.

W mojej opinii odnoszę się do następujących publikacji:

- Folga-Januszewska D., 2013, Turystyka kulturowa i nowe muzea w Polsce, [w:] B. Krakowiak, A. Stasiak, B. Włodarczyk (red.), *Kultura i turystyka. miejsca spotkań*, Wyd. ROTWŁ, Łódź, s. 175-185,
- Hajduk J., Piekarska-Duraj Ł., Idziak P., Wacięga S., 2014, *Lokalne muzeum w globalnym świecie. Poradnik praktyczny*, Wyd. MIK, Kraków,
- Kamel M., Malchrowicz-Moško E., Piasta M., 2014, *Actual Trends in Tourism to Museums* [w:] F. Dias i inni (red.) *New Trends in Tourism Research – a Polish Perspective*, Wyd. GITUR, Peniche-Leiria, s. 20-41,
- Piekarska-Duraj Ł., Idziak P., 2013, *Małe muzea jako miejsca spotkań istotnych* [w:] B. Krakowiak, A. Stasiak, B. Włodarczyk (red.), *Kultura i turystyka. miejsca spotkań*, ROTWŁ, s. 187-206,

**Prof. dr hab. Andrzej Kowalczyk, UW, Warszawa**

Ponieważ jestem geografem, do pytania dotyczącego muzeów ustosunkuję się patrząc na problem z perspektywy przestrzeni.

Z punktu widzenia teorii zagospodarowania turystycznego muzeum bywa na ogół elementem towarzyszącym miejscom i obiektom, które są głównym celem przyjazdów turystycznych.

Są oczywiście turyści przyjeżdżający do British Museum, Luwru, Prado czy Ermitażu, ale znacznie więcej przyjeżdża do Londynu, Paryża, Madrytu, czy Sankt Petersburga. Dlatego też uważam, że to czy muzeum będzie częściej, czy też rzadziej odwiedzane przez turystów zależy w znacznym stopniu od jego lokalizacji względem innych obiektów chętnie oglądanych przez turystów.

Oto przykład z Lizbony. W zachodniej części miasta, w dzielnicy Belem, jest kilka muzeów. Oczywiście najwięcej turystów odwiedza muzeum w Wieży Belem oraz w Klasztorze Hieronimitów i w jego bezpośrednim sąsiedztwie (np. muzeum powozów, muzeum sztuki nowoczesnej, muzeum morskie). Trochę turystów przychodzi również do położonego bardzo blisko Wieży Belem Muzeum Kombatantów (wojskowego). To ostatnie muzeum przyciąga turystów również tym, iż bez kupowania biletu można odwiedzić "muzealną" kawiarnię i zrobić zakupy w sklepiki. Wiele osób kupuje bilet dopiero po napieniu się kawy i podziwianiu widoku ujścia Tagu.

Natomiast mniejszy jest udział zagranicznych turystów odwiedzających bardzo ciekawe Muzeum Elektryczności (w dawnej elektrowni), które znajduje się ok. 1 km bliżej centrum Lizbony, czyli poza strefą stricte turystyczną w Belem.

Drugi przykład jest z Warszawy. Jednym z "flagowych" muzeów jest obecnie niewątpliwie Muzeum Powstania Warszawskiego. Zostało ono urządzone w dawnej elektrowni tramwajów warszawskich, a więc sama inicjatywa jest godna uwagi również z punktu widzenia turystyki postindustrialnej. Ale jest pewna niedogodność - muzeum znajduje się kilka kilometrów od centrum Warszawy, a jeszcze dalej od głównych atrakcji

miasta - Starego Miasta, Traktu Królewskiego i Łazienek. To sprawia, że jest ono względnie trudno dostępne dla turystów zagranicznych, którzy przyjeżdżają do Warszawy na 1-2 dni i nie mają w pakiecie odwiedzenia Muzeum Powstania Warszawskiego. Jak już wspomniałem jednym z miejsc, które turysta zagraniczny "must to see" w Warszawie jest Stare Miasto. W czasie zwiedzania Starego Miasta - obojętnie, czy samemu, czy z przewodnikiem - turysta otrzymuje wiele informacji o Powstaniu Warszawskim. Pojawia się u niego naturalna chęć odwiedzenia poświęconego tym wydarzeniom muzeum. I tutaj okazuje się, że jest ono nie tylko zupełnie gdzie indziej, ale nie ma możliwości dojechania do niego bezpośrednio transportem publicznym. Wielu turystów, którzy np. przyjeżdżają do Warszawy na krótko i w dodatku w celach biznesowych, rezygnuje wówczas z odwiedzenia Muzeum Powstania Warszawskiego.

Trzeci przykład - Pałac na Wyspie Pawiej w Berlinie. Mimo że jest na liście UNESCO, z racji swojego peryferyjnego położenie względem innych atrakcji turystycznych Berlina (poza willą w Wannsee) jest rzadko odwiedzany przez turystów.

Reasumując, nie proponuję oczywiście przeniesienia podanych muzeów w miejsca, w których jest większe natężenie ruchu turystycznego, ale należy zwracać uwagę na fakt, iż dostępność przestrzenna jest jedną z ważniejszych zmiennych wyjaśniających odwiedzanie danego obiektu przez turystów.

Co więcej - powstawanie kolejnych placówek muzealnych może powodować ich mniejszą dostępność, gdyż często powstają one poza "utartymi szlakami" i pozostają w cieniu konkurencji (czyli już istniejących muzeów). Czasami ich powstanie budzi ciekawość turystów, którzy początkowo chętnie je odwiedzają, ale po pewnym czasie okazuje się, że przestają one być aż takimi "hitami", jak się wydawało.

A więc mówiąc o muzeach pamiętajmy nie tylko o tym, co w nich jest i jak są zorganizowane, ale jak wygląda ich **lokalizacja i dostępność przestrzenna**.