

DR KINGA ANNA GAJDA

Cztery typy muzeum –
podział dokonany wedle modeli edukacji

MGR ANETA PAZIK

Strony internetowe muzeów jako
narzędzie promocyjne, źródło informacji
czy przestrzeń do nauki?

Część I

Kraków 2016

SPIS TREŚCI

Dr Kinga Anna Gajda

Cztery typy muzeum –

podział dokonany wedle modeli edukacji _____ 5

Cel i metodologia _____ 7

Typy muzeów _____ 11

Podsumowanie _____ 45

Bibliografia _____ 47

Mgr Aneta Pazik

Strony internetowe muzeów jako narzędzie promocyjne,

źródło informacji czy przestrzeń do nauki? Część I _____ 51

Źródła danych _____ 57

Opis danych i metoda _____ 59

A. Ekspozycja treści związanych z edukacją muzealną _____ 61

B. Koncepcja edukacji muzealnej _____ 71

C. Analiza ofert edukacji muzealnej _____ 79

Zakończenie _____ 91

Bibliografia _____ 93

Dr Kinga Anna Gajda

Cztery typy muzeum – podział dokonany wedle modeli edukacji

Mgr Aneta Pazik

Strony internetowe muzeów jako narzędzie promocyjne, źródło informacji czy przestrzeń do nauki? Część I

Kraków 2016

Projekt typograficzny, skład i łamanie By Mouse | www.bymouse.pl

Drugi raport cząstkowy z badań przeprowadzonych w ramach projektu

„Regionalna czy transregionalna edukacja kulturalna na przykładzie muzeów”

finansowanego ze środków Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego

Ministerstwo
Kultury
i Dziedzictwa
Narodowego.

DR KINGA ANNA GAJDA

Cztery typy muzeum –
podział dokonany wedle modeli edukacji

Cel i metodologia

Celem drugiego cząstkowego raportu powstałego w ramach projektu *Regionalna czy transregionalna edukacja kulturowa na przykładzie muzeów finansowanego przez Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego* jest ukazanie zależności między edukacją a typem muzeum. Niniejszy raport jest rozwinięciem zdania z pierwszego raportu: „O formach (...) edukacji, jej poziomie, zakresie, dynamice decyduje specyfika muzeum, rodzaje jego działalności, forma finansowania, jego wielkość, miejsce, w którym się ono znajduje a przede wszystkim ludzie”. W ramach raportu zostanie przedstawionych pięć typów specyfiki muzeów oraz omówiony sposób postrzegania w nich edukacji.

Typy zostały opracowane na podstawie badania w wybranych muzeach. Stosowano przede wszystkim metody jakościowe, zdaniem Mieczysława Łobockiego zajmującego się metodami pedagogicznymi – w przeciwieństwie do metod ilościowych – charakteryzują się tym, że dotyczą opisu i analizy badanych zjawisk bez odwoływania się do jakiegokolwiek ich pomiaru¹. Na początku wytypowano muzea z miejscowości w województwie małopolskim i śląskim. Starano się, aby w projekcie znalazły się muzea z małych i dużych miejscowości oraz różne muzea: regionalne, narodowe, tematyczne, zamki, martyrologiczne, jednoddziałowe i wieloddziałowe, duże i małe. Następnie nawiązano kontakt z dyrekcją muzeum i zaproszono do udziału w projekcie. Niektóre muzea odmówiły zasłaniając się brakiem czasu, chorobą dyrektora, brakiem wiary w badania dotyczące edukacji muzealnej, niechęcią do badań ankietowych, objęciem tajemnicą taktów zwiększających frekwencję etc. Zauważono, że wiele muzeów niechętnie nawiązuje kontakt z osobami, które nie reprezentują „ich branży”, są tylko teoretykami, ich zadaniem

1 Mieczysław Łobocki, *Metody badań pedagogicznych*, Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Naukowe 1978.

jest analiza, obserwacja i ocena a nie wymiana wiedzy i praktyk. W miejsce muzeów, które nie zgodziły się na udział w projekcie, zaproszono inne ośrodki. Były i takie sytuacje, że pracownicy zgodzili się na rozmowę, nawet poza gmachem muzeum, gdyż dla istotne było dla nich przedstawienie prawdziwego wizerunku edukacji muzealnej i kondycji muzeum, a dyrekcja nie wyraziła zgody na oficjalne przystąpienie do projektu. Wzięto wówczas pod uwagę tylko wypowiedzi edukatorów.

Następnie poproszono muzea, które oficjalnie przystąpiły do projektu, o udostępnienie raportów rocznych, danych statystycznych, informatorów o ofercie edukacyjnej w latach 2010–2015, materiałów edukacyjnych etc. W wybranych muzeach odbyto wizyty studyjne w celu przeprowadzenia kwerendy oraz rozmowy wstępnej. Podczas rozmów nawiązano bezpośredni kontakt z pracownikami Działu Edukacji, kierownikami Działu Edukacji, edukatorami (w niektórych muzeach wciąż nie ma Działu Edukacji) lub dyrekcją. W niektórych wypadkach była to rozmowa indywidualna, z jedną osobą, czasami zbiorowa z kilkoma osobami z działu równocześnie. Jak zauważa Łobocki: „Niebagatelną rolę w badaniach pedagogicznych spełniają (...) rozmowa i wywiad. Wartość poznawcza tych metod jest niewątpliwie wyższa niż (...) ankiet i kwestionariuszy. (...) Rozmowa i wywiad są metodami bardziej złożonymi, wymagającymi – oprócz stawiania pytań – również dużego osobistego zaangażowania i subtelności podejścia do osób badanych”². I dalej pisze: „Rozmowa i wywiad jako metody badań nie są sposobami porozumiewania się, które mają miejsce »na co dzień«. Stanowią one odpowiednio ukierunkowany proces interakcji (wzajemnego oddziaływania), polegający na swobodnej wymianie ustnych wypowiedzi pomiędzy osobą przeprowadzającą rozmowę lub wywiad a osobą badaną lub informującą o badanej osobie”³. Spostrzeżenia badacza stały się myślą przewodnią tej części badania. Rozmowa prowadzona była w sposób jawny, a zatem informowano respondenta o podstawowym celu nawiązania z nim kontaktu. W jawny sposób protokolowano jego wypowiedzi. Podczas przeprowadzania rozmowy, jak i potem wywiadu pogłębionego, a właściwie należałoby powiedzieć rozmowy pogłębionej – albowiem i wówczas nawiązany został bezpośredni kontakt z osobą badaną, a nie jak w przypadku wywiadu bezpośredni kontakt z osobami,

² *Ibidem*, s. 286.

³ *Ibidem*, s. 288–289.

które informują o badanych osobach-, dbano o to, aby wszystkie funkcje rozmowy zostały zachowane. A zatem zwracano uwagę na zgodność zasłyszanej wypowiedzi z tym, co rzeczywiście chciano przekazać (funkcja komunikacyjna), zakładano szczerłość wypowiedzi (funkcja ekspresyjna) oraz wartość poznawczą otrzymanych informacji (funkcja informacyjna). W oparciu o wstępne rozmowy przygotowano ankietę, które umożliwiły przeprowadzenie badania ankietowego CAWI, wśród edukatorów muzeów zaproszonych do projektu. Na prośbę edukatorów, zdecydowano się na badanie on-line. Początkowo przeprowadzone badanie ankietowe w wersji papierowej, ale edukatorzy w niektórych ośrodkach nie zgodzili się na wypełnianie takich ankiet. Wazna dla nich była anonimowość. Metoda CAWI. W niektórych ośrodkach ankietę wypełniano indywidualnie, w innych grupowo, wychodząc z założenia, że odpowiedzi pracowników jednego działu będą tożsame. Ze względu na fakt, iż trudno było sprawdzić, pracownicy, której instytucji wypełnili ankietę, oraz chcąc dotrzeć do jak najszerszego grona respondentów i poznać opinię wielu edukatorów, zaproszono do współpracy Forum Edukatorów Muzealnych, które na swojej stronie oraz fanpage'u opublikowało ankietę z prośbą o jej wypełnienie. Zwiększyło to zakres odpowiedzi oraz skalę badania ankietowego. Jak zauważa Łobocki a nie są nigdy celem samym w sobie, są podporządkowane określonym celom badawczym⁴. W ankietach zastosowano kafeterie zamknięte i półotwarte, alternatywne, dysjunktywne, jak i koniunktywne oraz pytania otwarte, filtrujące i kontrolne. Wyniki ankiet pozwoliły na stworzenie pierwszych hipotez badawczych i wniosków, które sprawdzano podczas rozmowy pogłębionej przeprowadzonej w innych ośrodkach niż wstępne rozmowy. Jej celem była weryfikacja i dookreślenie hipotez, zbudowanie definicji, skorygowanie wniosków. Wyróżniono jakościowe części składowe i zachodzących między nimi związki i zależności, jak i ich funkcje oraz przysługujące im właściwości. Przeprowadzono analizę celów wychowania, interpretacji uznawanych społecznie wartości, norm i wzorców moralnych oraz uzasadnienia efektywności nauczania.

Równocześnie przeprowadzono badanie metodą zasadniczego *desk research*, czyli tak zwaną metodą „zza biurka”. Jej celem było rozeznanie się w tematyce badawczej oraz znalezienie odpowiedzi na pytania badawcze. Z jednej strony,

⁴ *Ibidem*, s. 271

dokonano przeglądu literatury (*state of the art*), a z drugiej, badania danych zastanych, analiz wywiadów, analiz statystycznych oraz analiz sprawozdań i źródeł internetowych. Badania te zostały uzupełnione przez obserwację aktywną podczas spotkań muzealników i nauczycieli, konferencji, szkoleniach organizowanych przez muzea. Wyniki badań i pierwsze wnioski (zaznaczone pogrubieniem) zwerfikowano podczas międzynarodowej konferencji a następnie zaprezentowano w niniejszym raporcie.

Typy muzeów

Edukatorzy muzealni zrzeszeni w Forum Edukatorów Muzealnych powstałym w 2006 roku wypełniając cele, jakie sobie wyznaczyli, a mianowicie integrację środowiska edukatorów, wymianę doświadczeń i wiedzy, wsparcie rozwoju czy promocję działalności edukacyjnej, organizują corocznie konferencje. Podobne przygotowywane są na zlecenie Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego. Ponadto organizowane są doroczne konferencje muzealników danego miasta czy województwa. Na corocznych spotkaniach obradują również członkowie Porozumienia Społeczeństwo i Nauka SPiN. Do SPiNu należą różnego rodzaju instytucje – między innymi muzea. Wszelkiego typu konferencje mają charakter otwarty, mogą w nich uczestniczyć edukatorzy muzealni, nauczyciele, przedstawiciele ngosów, naukowcy czy postronni obserwatorzy. Zazwyczaj przeważają na nich – z wyjątkiem SPiN – edukatorzy muzealni z dużych ośrodków. Z rzadka pojawiają się nauczyciele, a jeśli już, to często są, byli lub zamierzają być związani z muzeum. Ucho uczestników cieszy wymiana efektywnych doświadczeń, opisy zrealizowanych projektów, omówienie pomysłów na rozszerzanie i szerzenie edukacji muzealnej. Obraz edukacji muzealnej jawi się jako postmodernistyczny, dobrze prosperujący. Wynika to za pewne z tego, iż prezentują się przede wszystkim duże ośrodki, umiejscowione często w obszarach o rozwiniętej bazie i dużym ruchu turystycznym, dotowane przez miasto, będące częścią ngos'ów lub umiające same znaleźć sobie dotacje na konkretne projekty. Obraz tejże edukacji zmienia się diametralnie, gdy rozpocznie się wizytacje i rozmowy z pracownikami mniejszych jednostek. Często rozmowy te przybierają ton desperackiego wołania o pomoc. Problemy wydają się tam mnożyć bez liku, są różnorakie. Przede wszystkim dotyczą stereotypowego postrzegania instytucji muzeum, braku zainteresowania, a czasem i wrogiej postawy społeczności lokalnej, problemów finansowych, kadrowych i wielu, wielu innych. Uwzględniając prośbę o anonimowość osób, z którymi przeprowadzono wywiady oraz wywiady pogłębione, wypowiedzi będą cytowane bez podawania danych respondenta oraz

jego afiliacji. Ważne jest jednak, aby niektóre wypowiedzi przytoczyć. Jedna z relacji brzmi następująco:

Nasze muzeum to efekt uboczny dotacji z UE na remont części zabudowań. W naszym mieście od początku XX wieku było i funkcjonowało muzeum do lat osiemdziesiątych. To było muzeum PTTK. Potem zostało zamknięte. Na planie miasta pojawiło się po raz kolejny w 2013 roku. Od samego początku, od 2013 roku, prowadzona jest działalność edukacyjna. Za edukację, dział wystawienniczy i inne aktywności związane z pracą muzealnika odpowiedzialne są trzy osoby. Dofinansowanie renowacji kościoła dotyczyło również działalności muzealnej. Zapowiedziano nam, że będziemy istnieć do czasu zakończenia finansowania unijnego. Potem muzeum najprawdopodobniej zostanie zamknięte. Lokalni odwiedzający przede wszystkim decydują się na zwiedzanie z oprowadzaniem. Okazuje się bowiem, że mieszkańcy (...) przybywający do kościoła czy zabudowań klasztornych nie znają historii miasta. Z edukacji korzystają przede wszystkim grupy przedszkolne, dużo rzadziej szkolne – w szkole nauczyciele narzekają na brak czasu, niemożliwość bycia elastycznym. Tymczasem grupy przedszkolne nastawione są na edukowanie w zakresie historii lokalnej, tradycji, pracy muzealnika czy wreszcie ukazanie muzeum jako instytucji kultury. (...) Zdarza się, że po zajęciach przedszkolak przyprawdza babcię lub rodzica. Okazuje się wówczas, iż dorośli nawet nie wie, że w mieście jest muzeum. Dorośli przychodzą do muzeum, jeżeli w ogóle, to głównie na Noc Muzeów oraz podczas darmowych Dni Seniorów. Pracownicy starają się zachęcić miejscowe szkoły do odwiedzania muzeum, dzwonią do przedszkoli i szkół, przypominają o swoim istnieniu dyrektorom i nauczycielom, rozwieszają plakaty, ale to nie zawsze przynosi efekty. Nawet organizacja wystaw tematycznych nie podnosi frekwencji. Muzeum wypożyczyło również wystawę z krakowskiego IPN, której towarzyszył odczyt. Mimo tego że do szkół zostały wysłane informacje o tym wydarzeniu, tylko jedna klasa była zainteresowana wystawą. Co więcej, nauczycielem tej klasy był teść sekretarki pracującej w muzeum. Pojawiła się również możliwość, aby to nauczyciele zaproponowali własny temat zajęć muzealnych, ale nie robili tego. Problem stanowi również fakt, że w muzeum pracują trzy osoby. Pracownicy muzeum myśleli o zorganizowaniu sobotnich zajęć dla starszych

grup szkolnych, ale nie miałyby kto ich poprowadzić. Z tych samych względów niemożliwe jest zorganizowanie zajęć po godzinie 16. Muzeum cieszy się zainteresowaniem tylko w okolicach świąt. Zajęcia, jeżeli się odbywają, prowadzone są w sali zastępczej, ponieważ w pomieszczeniu przewidzianym na warsztaty nie działa prawidłowo ogrzewanie. Muzeum nie stać na nowinki technologiczne, nie posiada multimedii. Mieszkańcy miasta nie oswoili się jeszcze z tym, że w ich mieście jest muzeum. Miejscowi praktycznie nie odwiedzają muzeum, sezonowo pojawiają się grupy z zewnątrz. Z czasem muzeum zaczęło być nawet niekorzystnie postrzegane przez mieszkańców miasta, odkąd podczas jednej z wystaw czasowych postawiono narzędzia rolnicze i siano w budynku, gdzie niegdyś mieszkało wysoko postawione duchowieństwo. W prasie lokalnej pojawiły się niekorzystne artykuły. Ludzie tu mają określone oczekiwania wobec muzeów. A my, ich zdaniem, ich nie spełniamy. Chcieliśmy też pozyskiwać granty, ale rozbijamy się zawsze o wkład własny, a organizatorzy nie chcą się dokładać.

Kolejna relacja wygląda następująco:

Edukacja muzealna funkcjonuje w naszym muzeum na dziwnych zasadach. W 2010 roku zostaliśmy włączeni w struktury Miejskiego Ośrodka Kultury. Zmienił się wówczas status muzeum. Zyskaliśmy finansowe możliwości prowadzenia zajęć warsztatowych i lekcji muzealnych. Wcześniej nasze muzeum prowadzone było przez PTTK, ciągle brakowało na wszystko środków. Czynimy wszystko, aby naszą działalnością zainteresować uczniów, to nasi jedyni odbiorcy. Z tego względu staramy się na utrzymywanie bliskich relacji z nauczycielami a zajęcia są bardzo tanie. Aby zjednać sobie nauczycieli, organizowaliśmy nawet coroczne spotkania z nimi na zakończenie roku szkolnego, i tych, którzy z nami współpracowali, ale nie tylko przyprowadzali uczniów, ale angażowali się w tę współpracę, nagradzaliśmy dyplomami czy listami z podziękowaniem. Ale okazało się, że prowadziło to do tego, że w ogóle przestali się starać. Kiedy zainteresowanie naszą działalnością jest nikłe, proponujemy nawet darmowe wejścia. Mamy grupę nauczycieli, którzy nas odwiedzają.

Wszystko zależy od nauczyciela. Jak on nie przyprowadzi uczniów do muzeum, nie odwiedzą nas z rodzicami. Sporadycznie dziecko odwiedza muzeum z babcią czy dziadkiem podczas ferii. Ale to raczej dziecko przyprowadza dziadków, bo było ze szkołą i wie, co można robić w muzeum. Dorośli często mają blokadę przed wejściem do naszego gmachu. Nie mają świadomości, że można do muzeum przyjść. Uważają, że trzeba mieć zaproszenia, że muzeum działa tylko w czasie wernisażu. Niejednokrotnie pytali, czy w ogóle można przyjść na wystawę z dziećmi. Nie odwiedzają nas również turyści. Nasze miasto dopiero aspiruje do bycia miastem turystycznym, które będzie oferowało bazę noclegową. Dopiero otwiera się pierwszy hotel. Zatem w grę wchodzi tylko jednodniowa wycieczka. Najwięcej turystów, w tym przede wszystkim zagranicznych, odwiedziło nas ostatniego lata, co pewnie było spowodowane obchodami Światowych Dni Młodzieży w Polsce.

Nasza wystawa zorganizowana jest wedle dawnych zasad. Posiadamy jedynie telewizor z prezentacją multimedialną, który zakupiliśmy podczas projektu dofinansowanego z UE. Na dwóch wystawach czasowych mieliśmy mp3, ale wykonane one były metodą chałupniczą. Nie mamy na nic środków. Wystawa jednak ma charakter otwarty, co prowadzi do tego, że odwiedzający dotykają eksponatów, zaczynają je używać, a jest to część ekspozycji. Wypadałoby stworzyć jakąś formę bariery. Wszystko mają na wyciągnięcie ręki i przez to niszczą ekspozycję. Czasami nauczani bywaniem w innych muzeach, które stwarzają odmienne do nas warunki pracy, nie mają szacunku do przedmiotów.

Muzeum jest małe, nie ma przestrzeni na prowadzenie zajęć dla dużej ilości osób. Budynek jest nieprzystosowany do potrzeb osób niepełnosprawnych. Nieraz zdarzało się, że jak osoba niepełnosprawna była zdesperowana, żeby wejść do muzeum, to musieliśmy ją wynosić.

Nasz główny i najbardziej naglący problem jednak, to status. Nie funkcjonujemy jako muzeum, nie jesteśmy wpisani na listę. Przez co nie dostajemy środków na konserwację eksponatów. Składowane są one w magazynach, ale nie tak, jak powinny. W ogóle nie traktowane są jako eksponaty, a jak

przedmioty, które, jak się popsują, są wyrzuca. Robi się wypis i udaje się, że wszystko jest ok. A my jednak czujemy się odpowiedzialni za te muzealia. Niestety osoby zarządzające nie mają tej świadomości. Toteż nasza praca, to często walka o eksponaty. Jedynym ratunkiem jest oddzielenie się muzeum, ale wątpię w to, aby miasto powołało do życia muzeum, bo wówczas finansowanie spadłoby na miasto, a to duże koszty.

Innym problemem jest status pracownika muzealnego. Przepisy powinny zostać zmodyfikowane tak, aby nie były to osoby przypadkowe. Ale nie chcę rozwijać tego tematu.

I jeszcze jedna:

Nasze muzeum ma specyficzny format. Jest to małe, prywatne muzeum parafialne (mimo niezwykle cennych zbiorów), obsługą zajmuje się tylko jedna osoba, ale to jest raczej praca powiedziałbym z „do skoku”, ponieważ parafia posiada pokaźną, zabytkową bibliotekę i archiwum, którą opiekuje się ta sama osoba. Ilość odwiedzających obecnie nie przekracza dwa tysiące osób (grup mniejszych bądź większych – tj. od jednej osoby, bo i takie „grupy” są oprowadzane, do pięćdziesięciu–sześćdziesięciu osób – w sumie odwiedzających jest około sto osób rocznie). W związku z tym typowe lekcje muzealne nie są prowadzone, chociaż zdarzają się sporadyczne lekcje/prelekcje, ale głównie biblioteczno-archiwalne oczywiście z wykorzystaniem przestrzeni muzealnej. Nie prowadzimy typowej edukacji muzealnej, priorytetem jest odpowiednie zabezpieczenie zbiorów oraz ich udostępnienie, gdyż z tym nie było zbyt dobrze przez lata. Oczywiście kwestia to fundusze, których parafia nie ma, a ponadto cele.

Kolejna brzmi:

Nasze muzeum to atrakcja plenerowa. To specyficzne miejsce. Bardzo rzadko odwiedzają nas grupy. Zwiedzanie naszego obiektu to szybkie przejście turystów przez gmach. To nietypowa jednostka muzealna. Nie posiadamy działu oświatowego ani pracownika, który zajmowałby się edukacją. Próbowaliśmy

wprowadzić lekcje muzealne, ale bezskutecznie. Generalnie poza sezonem wakacyjnym nic się u nas nie dzieje. Jesienią zdarza się, ale sporadycznie, że odwiedza nas jakaś klasa. Ale zajęcia prowadzi nauczyciele. Przede wszystkim są to zajęcia poruszające zagadnienia etnograficzne. Gdy zgłosi się ktoś do nas, że potrzebuje zorganizować spotkanie, jesteśmy na to otwarci. Ale i takie zapotrzebowania są marginalne, jeżeli już to zgłaszają się, ale naprawdę z rzadka, okoliczne dzieci. Stąd poza sezonem wakacyjnym muzeum praktycznie nie funkcjonuje. Nie prowadzimy żadnych lekcji. Przygotowujemy się wówczas do kolejnego sezonu. W sezonie natomiast oferujemy tylko oprowadzanie grup, bo nie ma sensu przygotowywać oferty edukacyjnej.

Nasze muzeum w ogóle nie przypomina dużych muzeów, które posiadają dział oświatowy. Utrzymujemy się z tego, co zarobimy podczas sezonu wakacyjnego. Nie posiadamy dotacji państwa, a szkoda, bo nasze muzeum nie tylko przedstawia historię regionu, ale również kraju, pokazujemy, czym jest kultura regionu i kultura ludowa. W pobliskiej miejscowości mieliśmy jeszcze oddział w Dworze, ale został zamknięty, ponieważ pojawiły się problemy z właścicielem.

Trudno mówić o muzeach jako takich, nie można ująć ich w żadne sztywne ramy. My egzystujemy od sezonu do sezonu.

Warto przytoczyć jeszcze jedną krótką wypowiedź:

Ważna jest specyfika miejsca, gdzie znajduje się muzeum. Nasze miasto ma historię przemysłową. Tradycja muzealna, spędzanie czasu z kulturą, turystyka do lat siedemdziesiątych i osiemdziesiątych ograniczała się do zakładowych domów kultury i muzeum miejskiego Towarzystwa Miłośników Miasta. Pierwotnie muzeum miało służyć upamiętnianiu polskości tych ziem. Takie było pierwotne założenie. Potem powstało muzeum regionalne, etnograficzne, które poruszało zagadnienia od rolnictwa do przemysłu. Ma tradycyjną formę. To nieduża placówka. Powstał budynek muzeum, ale nie ma miejsca dla pracowników. Nie ma w pobliżu lokali. Toteż pracujemy w starym budynku szpitalnym, który został przekazany w użytkowanie

muzeum na potrzeby magazynowe i administracyjne. Magazyny są na górze. Budynek nadaje się do kapitalnego remontu, leje się do środka przez dach. Miasto nie chce jednak dać na remont kolejnego obiektu, dało już na budynek na ekspozycję. Nie mamy powierzchni magazynowych. Borykamy się z trudnościami lokalowymi. Zajęcia odbywają się na ekspozycji, bo nie mamy gdzie się podziać. W tych godzinach sale te wyłączone są ze zwiedzania.

Potrzeba istnienia takiego muzeum nie przekonuje wszystkich mieszkańców. Większość uważa, że muzeum tu jest niepotrzebne, bo generuje koszty a można w zamian na chodniki wydać. Miejscowi zatem nas omijają. Pytają po co u nas muzeum, skoro jest obok w miejscowości. Osoby przyjezdne odwiedzają jedną nas, a nie tamto muzeum. Dlaczego? Bo my mamy parking i dobre oznakowanie, a ludzie sobie to cenią. Takie niuanse czasem decydują. Nie temat, historia miejsca, eksponaty, oferta edukacyjna a parking i oznakowanie.

Powyższe cytaty świadczą o tym, że kondycja muzeów na terenie województwa małopolskiego i śląskiego jest bardzo zróżnicowana. Jak zauważa edukatorka z Muzeum Narodowego w Krakowie: „Nie można mówić o muzeum ogólnie – czym innym jest małe muzeum, muzeum jednej wystawy, czym innym wielodziałowy moloch”. Na różnorodność kondycji muzeów należy nałożyć różnorodność tematyczną muzeów, która, zdaniem Renaty Pater, „jest odpowiednikiem działań człowieka w świecie przyrody i kultury. Muzea są obrazem: estetyzacji życia w poszczególnych epokach”¹. Tę różnorodność, jak i tę wynikającą z położenia, wiedzy i świadomości otoczenia, ilości pracowników oraz celowości powołania muzeum dodatkowo komplikuje fakt, iż muzea podlegają pod różne instytucje. Niektóre pod Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego – są to wówczas instytucje kultury (muzea narodowe, zamki królewskie, muzea specjalistyczne, martyrologiczne podległe ministrowi i kierownikowi urzędów centralnych). Inne pod samorządy terytorialne – to muzea samorządowe (wojewódzkie podlegające wojewodom,

1 Renata Pater, *Miejsce muzeum w edukacji kulturalnej dzieci i młodzieży*, [w:] *Kultura artystyczna w przestrzeni wychowania*, red. Bogusław Żurawski, Kraków: Wydawnictwo UJ 2001, s. 156.

miejskie prezydentom miasta, powiatowe starostwom i gminne wójtom). Ponadto wyróżnia się muzea współprowadzone (samorządowo-państwowe) oraz podległe i tworzone przez inne podmioty, na przykład uczelnie wyższe, ngo'sy, osoby prawne lub fizyczne. Ponadto sam nadzór nad muzeami dzieli się na bezpośredni (dyrektor lub kurator podległy organizatorowi na szczeblu organizacji, czyli ministrowi, wojewodzie, burmistrzowi, rektorowi etc.) oraz pośredni (organizator nie jest jedynym nadzorcą a dzieli tę funkcję z radą, która pełni funkcję doradczą, kontrolującą lub sterującą). Kolejną formą nadzoru jest nadzór rady działającej na rzecz ngo'su oraz nadzór prywatny. W obliczu tak skomplikowanej formy zależności muzeów trudno mówić o edukacji muzealnej w znaczeniu globalnym. Trudno także ją ogólnie opisywać. Gdy przedstawia się modele, skupia się przede wszystkim na dobrych praktykach, efektywnych metodach poszukiwania interaktywnej edukacji. Trzeba jednak mieć na względzie, iż wciąż istnieją w wymienionych województwach muzea, które należą do modernistycznego, drugiego pokolenia muzeów, a nawet i funkcjonują takie, które przypominają muzeum pierwszego pokolenia. Co więcej, istnieją również takie muzea, które prowadzą działalność edukacyjną w ramach Miejskiego Ośrodka Kultury oraz takie, które w ogóle nie prowadzą działalności edukacyjnej, czy to ze względu na brak zainteresowania odbiorców czy – a zdają się i takie muzea – brak wiary w celowość tejże edukacji. Toteż stosowanie kategorii edukacji muzealnej jest trudne. Nie można ująć jej w precyzyjne definicje ani ramy poza stwierdzeniem, że to edukacja, która odbywa się w muzeum lub prowadzona jest przez edukatorów muzealnych oraz że jej głównym narzędziem jest eksponat lub jego kopia. Trudność ta wynika z różnorodności warunków, sytuacji i źródeł finansowania a także odmiennej dynamiki działań edukacyjnych. Fakt, iż działania te podejmowane są indywidualnie przez muzea, każde muzeum poszukuje samodzielnie drogi na uatrakcyjnienie oferty edukacyjnej. Brak skonkretyzowanych kryteriów edukacji a także jednolitego zapotrzebowania na tę edukację powoduje, że niektóre muzea, poszukując jedynie sposobu na dojście do klienta, bo i tak bywa określany odbiorca muzealny, podążyły w stronę disneylandyzacji i uczyniły z instytucji kultury plac zabaw, zapominając o misji nauczania i upowszechniania wiedzy. Odchodząc od idei edukacji poprzez zabawę w stronę tylko i wyłącznie zabawy. Jak pisze Janusz Byszewski: „Ciągłe poszerzające się pole aktywności edukacyjnej, nowe idee, autorskie metody działania, koncepty daleko wykraczające poza stereotypowe i rutynowe działania, wychodzenie z aktywnością

poza „biały sześcian” i wreszcie osoby, które wkraczają na to pole: artyści, często ci najaktywniejsi, najbardziej poszukujący, antropolodzy kultury, teoretycy, krytycy – a nie tylko pracownicy, tzw. działów oświatowych”² – to wszystko powoduje, że kategoria edukacji muzealnej jest trudna do precyzyjnego opisu. Co więcej, jak podkreślają Grzegorz Karwasz i Jolanta Kruk w raporcie stanowiącym wynik badań prowadzonych przez autorów w latach 2007–2009 w ramach grantu Ministerstwa Nauki i Szkolnictwa Wyższego zatytułowanego *Strategie edukacyjne realizowane w centrach nauki, eksperymentariach i muzeach interaktywnych*: „Trudności we współczesnych realizacjach pedagogiki muzealnych wynikają nie tylko z różnorodności stawianych zadań, ale przede wszystkim z niehomogeniczności grupy odbiorców i różnorodności proponowanych tematów”³. Widać zatem, jak wiele czynników wpływa na kondycję i sposób realizowania zajęć muzealnych.

Andrzej Rottermund w tekście *Muzeum jako przestrzeń edukacyjna, czyli edukacja dla wspólnej Europy* podkreśla, że w dyskusji nad modelami muzealnymi „nie bierze się pod uwagę ani charakteru instytucji muzealnej, w której prowadzi się działalność edukacyjną, ani charakteru publiczności, która ma przejść tę edukację”⁴. I dalej: „Mówiąc o roli edukacji, należałoby zacząć od sprecyzowania obszaru, po którym będzie się poruszać”⁵. Stąd należałoby przede wszystkim zdefiniować pięć typów podejścia do muzeum. Potraktowanie muzeum jako placu zabaw, atrakcji turystycznej, firmy, miejsca nieistniejącego, zapomnianego oraz miejsca edukacji nieformalnej.

Pierwszy typ muzeum to **muzeum potraktowane jako przedstawiciel środowiska biznesu**. W broszurze materiałów szkoleniowych przygotowanych

2 Janusz Byszewski, *Muzeum jako „rzeźba społeczna”*, [w:] *Muzeum XXI wieku. Teoria i Praxis. Materiały z sesji naukowej, organizowanej przez Muzeum Początków Państwa Polskiego i Polski Komitet Narodowy ICOM. Gniezno, 25–27 listopada 2009. Księga pamiątkowa poświęcona Profesorowi Krzysztofowi Pomianowi*, Gniezno: Muzeum Początków Państwa Polskiego 2010, s. 64.

3 Grzegorz Karwasz, Jolanta Kruk, *Idee i realizacje dydaktyki interaktywnej – wystawy, muzea i centra nauki*, Toruń: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika 2012, s. 13.

4 Andrzej Rottermund, *Muzeum jako przestrzeń edukacyjna, czyli edukacja dla wspólnej Europy*, [w:] *50/20 Szkice i eseje na dwudziestolecie Międzynarodowego Centrum Kultury*, koncepcja i opieka merytoryczna: Jacek Purchla, Kraków: Międzynarodowe Centrum Kultury 2011, s. 449.

5 *Ibidem*, s. 450.

w ramach trzyletniego projektu finansowanego ze środków Unii Europejskiej z programu Leonard Echocast Polska, a mianowicie *European Cultural Heritage Oranisations Customers Awareness Staff Training*, można przeczytać: „Muzea i inne instytucje kultury są w dzisiejszym świecie częścią przemysłu – kulturalnego, turystycznego, edukacyjnego, rozrywkowego, sektora GLAM (z angielskiego: galerie, biblioteki, archiwa, muzea). (...) To sytuacja, w której panuje konkurencja o klienta. Klienta, który w swoim wolnym czasie chce zazwyczaj przeżyć coś miłego lub ciekawego. (...) Wysokie standardy kontaktów ze zwiedzającymi pozwalają wyróżnić się wśród konkurencji i uzyskiwać w ten sposób wizerunkową i biznesową przewagę. Kluczem do wysokiej jakości obsługi jest właściwa ocena potrzeb klienta”⁶. Głównym rezultatem projektu zakończonego w 2006 roku, w którym początkowo uczestniczyły obok kilku zagranicznych ośrodków⁷ tylko dwie instytucje z Polski: Międzynarodowe Centrum Kultury w Krakowie oraz Muzeum Zamkowe w Malborku, było przygotowanie programu szkoleń dla personelu instytucji dziedzictwa kulturalnego, którzy mieli nauczyć się być przyjaźni i budować pozytywny wizerunek, czy może lepiej powiedzieć pozytywną markę instytucji muzealnych. Uczestnicy projektu przekonani są bowiem, że „przyjazna atmosfera przekłada się bezpośrednio na zwiększenie frekwencji oraz zyski ze sprzedaży biletów”⁸. W 2011 roku do projektu dołączyło Muzeum Pałacu Króla Jana III w Wilanowie, które rozpoczęło wówczas prace na zlecenie Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego nad pilotażowym programem zatytułowanym *Akademia Zarządzania Muzeum*, w ramach którego za zgodą polskich partnerów projektu oraz Schloss Schönbrunn Kultur und Betriebsgesellschaft m.b.H., aktualizuje się, modyfikuje

6 *Materiały szkoleniowe ECHOCAST. Narzędzie wspierające rozwój kompetencji społecznych pracowników i budowanie standardów obsługi klienta w instytucjach kultury*, European Cultural Heritage Organisations Customers Awareness Staff Training, Warszawa: Muzeum Pałacu Króla Jana III w Wilanowie 2015.

7 Pozostali partnerzy projektu to instytucje kultury i ośrodki uniwersyteckie: Lancaster University Department of Continuing Education (lider), Historic Royal Palaces Agency z Hampton Court, Historic Scotland w Edynburgu, Schloss Schönbrunn Kultur und Betriebsges GmbH z Wiednia, Staatliche Museen zu Berlin Preussischer Kulturbesitz, Rzymska Associazione Civita oraz PIN Servizi Didattici e Scientifici per l'Università di Firenze.

8 <http://mck.krakow.pl/artikul/echocast> (dostęp: 12.11.2016).

i rozwija materiały stworzone przez ECHOCAST. Obecnym celem projektu, jak zauważyła podczas XI Konferencji Forum Edukatorów Muzealnych⁹ Katarzyna Liwak-Rybak w czasie wystąpienia *Różne potrzeby zwiedzających. O programie szkoleń ECHOCAST Polska* jest budowanie standardów obsługi klientów instytucji kultury oraz przygotowywanie edukatorów i osób pracujących w pierwszej linii styczności z gośćmi muzealnymi do właściwej oceny potrzeb klienta poprzez uważne słuchanie, właściwe zadawanie pytań, zachęcanie gości instytucji kultury do wyrażania opinii, zdolność przyjmowania także tych negatywnych, umiejętność szukania rozwiązań. Zadaniem nadrzędnym projektu jest osiągnięcie celów organizacji za pośrednictwem pracowników. Wedle tej filozofii, ludzie są zasobami organizacji, a zasobami ludzi są kompetencje, w tym umiejętności społeczne. To one pozwalają prawidłowo wykonywać zadania na danym stanowisku pracy.

Co istotne w niniejszych rozważaniach, a co dobitnie uwypukla cytat z materiałów szkoleniowych zamieszczony powyżej, **muzeum** w ramach tego projektu – ale z podobną opinią i obrazem instytucji muzealnej można było spotkać się podczas wywiadów z edukatorami – **traktowane jest jako część przemysłu kultury. Jednym z jego zadań jest zjednywanie sobie i konkurowanie z innymi muzeami o klientów, którzy winni być obsłużeni z zachowaniem najwyższych standardów.** Muzeum zatem zostaje zrównane w swoich działaniach z inicjatywami takich instytucji, jak choćby banki. **Zadaniem edukacji w tak pojmowanych muzeach-firmach jest przyciąganie klientów a współczynnik sukcesu mierzy się zyskiem oraz ilością odwiedzających.** Edukator ponadto powinien znać różne typy i potrzeby odwiedzających: osób w niepełnosprawnością, seniorów, dzieci i młodzież, osób z innych kręgów kulturowych i krajów. Pozyskiwać wiedzę o istnieniu odpowiednich aktów prawnych oraz kwestii związanych z dostępnością własnej placówki, zastanawiać się nad polityką swojej instytucji, w tym również dotyczącej równego traktowania każdego gościa. **Celem muzeum-firmy będzie bowiem pozyskanie i utrzymanie klienta.** Z taki podejście nie zgadzają się często edukatorzy, którzy podobnie jak Katarzyna Barańska, twierdzą, że muzealna edukacja nie może być traktowana jako sztuczka marketingowa¹⁰.

9 14–15 grudnia 2016 roku, Warszawa.

10 Katarzyna Barańska, *Pozegnanie z Edukacją*, „Muzealnictwo”, nr 51, 2010.

Drugi typ muzeum: **muzeum-plac zabaw** to instytucja, której uwaga również skupiona jest na przyciągnięciu klientów, tym razem przede wszystkim definiowanych w kategoriach wiekowych. Będą to głównie dzieci i młodzież. Sposobem na przyciągnięcie ich nie będzie wysoki standard obsługi, ale **zjednywanie sobie sympatii odbiorców poprzez wciąganie ich w zabawę**. Podobnie czynnikiem sukcesu będzie **wskaźnik ilościowy a głównym motorem napędzającym działania publikotopia**. Muzeum stanie się placem zabaw, a celem edukacji sama zabawa, która nie zawsze ma prowadzić do nauczania. W muzeach tych często urządzone są na przykład imprezy urodzinowe. Nie jest to bowiem *edutainment*, ale *entertainment*. Nie chodzi zatem o zaangażowanie uczniów w pracę i poprzez różne działania przekazanie im informacji, ale o satysfakcję odbiorców i mile spędzony czas. Uczeń ma tak dobrze się bawić w instytucji, żeby chcieć do niej powrócić. Dydaktyczna radość, o której wspominał twórca metody *edutainment*, Jan Amos Komeniusz propagując ideę szkoły jako zabawy, uległa transformacji i stała się zwykłą radością.

Podjęcie, określane w literaturze przedmiotu **disneylandyzacją muzeów**, spotyka się obecnie z krytyką edukatorów przede wszystkim dlatego, że muzea takie stają się tylko i wyłącznie atrakcją dla najszerszej publiczności. Warto podkreślić, o czym przypomina Krzysztof J. Jakubowski, że **zjawisko to nie dotyczy tylko edukacji, ale w ogóle organizacji muzeum**. Autor tekstu *Muzea i upowszechnianie nauki – między tradycją a nowoczesnością* pisze: „Niektóre wystawy muzealne zaczynają się przekształcać w widowiska – spektakle rodem ze świata Disneylandu, połączone z agresywną reklamą. Przyciągają one wprawdzie tłumy publiczności, ale zawężają pole przekazu informacji, będących nośnikami najistotniejszych wartości. Pogoń za sukcesem wystawienniczym za wszelką cenę prowadzi niekiedy do sytuacji, które nie mają nic wspólnego z przekazem wiedzy, a pozostają jedynie bardziej lub mniej udanym happeningiem”¹¹. Innym przejawem tego zjawiska jest nagminne, przesadne stosowanie multimediów, nowinek technologicznych czy gadżetów.

11 Krzysztof J. Jakubowski, *Muzea i upowszechnianie nauki – między tradycją a nowoczesnością*, [w:] *Teoria i praktyka upowszechniania nauki. Wczoraj i dzisiaj*, red. Franciszek Grucza, Wojciech Wiśniewski, Warszawa: Polska Akademia Nauk. Rada Upowszechniania Nauki przy Prezydium PAN 2005, s. 199.

Multimedia nie do końca sprawdzają się w muzeum, lepiej inspirować uczniów od postaw – bardziej efektywna jest praca manualna.

Kolejny typ muzeum to **muzeum-atrakcja turystyczna**. Działania edukacyjne podejmowane przez tego typu instytucje nie będą nakierowane na proces kształcenia, ale na **incydentalność, chwilowość i przyciągnięcie turystów**. **Wskaźnikiem aktywności tego typu muzeów będzie ilość odwiedzających**, którzy z definicji z rzadka wrócą do tego muzeum. Tak postrzegane instytucje stają się elementem turystyki kulturowej czy też turystyki muzealnej. Która to turystyka wpisuje się w nowy trend turystyki łączącej edukację (*education*), rozrywkę (*entertainment*), emocję (*emotions*) i ekscytację (*excitement*), czyli tak zwane 4E. Tadeusz Jędrzyak opisuje ją jako podróżowanie w celach poszerzania wiedzy, zdobywania nowych doświadczeń czy zaspakajania potrzeb poznawczych¹². Podczas gdy turystyka kulturowa skupia się na obiektach muzealnych, najczęściej skierowana jest ona do zamków, rezydencji i skansenów, a ponadto do muzeów archeologicznych, etnograficznych, historycznych, biograficznych, martyrologicznych, geologicznych, przyrodniczych, nauki. To turystyka uprawiana głównie przez trzy grupy odbiorców: specjalistów, pasjonatów, koneserów; turystów indywidualnych czy grupy autokarowe oraz liczniejsze grupy turystów¹³. Podział ten można porównać do rozróżnienia przywołanego przez Rottermunda, który wspomina, że teoretycy muzealnictwa wyróżniają dwa rodzaje percepcji publiczności: *scholarly perception* i *visitor perception*. „W pierwszym przypadku wizyta w muzeum wzbogacić na bardzo specjalistyczną wiedzę naukowca, w drugim może mieć tylko i wyłącznie cele towarzyskie”¹⁴. Trójpodział zaprezentowany przez Karolinę Buczkowską można sprowadzić do tego dwupodziału. Specjaliści to z pewnością reprezentaci *scholarly perception* a turyści bez względu na ich masowość to przedstawiciele *visitor perception*. Warto w tym miejscu zacytować jeszcze inny podział publiczności muzealnej, zaproponowany przez holenderskiego muzeologa Riemera Knopa, który wyróżnia poszukiwaczy emocji chcących w muzeum doświadczać, chętnych do

12 Tadeusz Jędrzyak, *Turystyka kulturowa*, Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne 2008.

13 Zobacz: Karolina Buczkowska, *Turystyka kulturowa – przewodnik metodyczny*, Poznań: Akademia Wychowania Fizycznego 2008, s. 40.

14 Andrzej Rottermund, *Nowy kształt instytucji muzealnej*, „Rocznik lubuski”, tom 31, cz. 1, 2005, s. 14.

używania gadżetów, zadowolonych z multimediiów; romantyków, którzy chcą zmysłowo przeżywać a nie oczekują gruntownych wyjaśnień oraz chłonnych wiedzy specjalistów krytycznie nastawionych wobec nowinek technologicznych i świetnie czujących się w muzeum modernistycznym¹⁵. Odwiedzający muzea-atrakcje turystyczne czy muzea-obiekty w Disneylandzie, które zapomniały o innej misji niż tylko kuszeniu widzów, to z pewnością pierwszy tym odbiorców. Tymczasem muzea, które łączą funkcję atrakcji turystycznej, rozrywki z edukacją i wykorzystują *edutainment* czy atrakcyjną turystycznie lokalizację mogą spodziewać się odwiedzających reprezentujących wszystkie typy publiczności.

Muzea-atrakcje turystyczne często stawiają na dodatkowe atrakcje poza samym obiektem czy edukacją – organizują koncerty, *eventy*, stają się elementem promocji miasta i podnoszą prestiż miejscowości. Odwołują się również do interaktywności pojmowana jednak często nie jako narracja i kontakt z widzem, ale jako naszpikowanie wystawy multimediami i nowinkami technologicznymi, a następnie wykorzystanie ich w edukacji. Jednym z pierwszych takich muzeów w Polsce, ale pierwszym na terenie województwa małopolskiego i śląskiego było Tyskie Muzeum Piwowarstwa. Dzisiaj takich muzeów jest już wiele. Zdarza się, że ich zaangażowanie w multimedia jest przez zwiedzających wypatrzane. Podczas wywiadu dyrektor Domu Rodzinnego Jana Pawła II w Wadowicach wyznał, że zdarza się, że nauczyciele przyjeżdżając z klasą do muzeum nie skupiają się na życiu papieża a raczej na nowinkach technologicznych, których w Domu Jana Pawła II jest wiele – bo aż sto osiemdziesiąt urządzeń, w tym piętnastometrowa ściana z ekranów. Dyrektor przytoczył rozmowę z nauczycielką z Pszczyny, która chciała odwiedzić muzeum, aby przeprowadzić w nim lekcję informatyki, pokazać możliwości techniczne, jakie posiada muzeum. Podejście tej anonimowej nauczycielki okazuje się nieodosobnione – multimedia stają się istotnym czynnikiem przyciągającym odbiorców. Jak wskazują badania przeprowadzone w 2013 roku przez Magdalenę Stefanik i Martę Kamel na terenie placówek muzeów interaktywnych, w tym również w Podziemiach Runku w Krakowie oraz Fabryce Emalia Oskara Schindlera w Krakowie (oba to oddziały Muzeum Historyczne Miasta Krakowa),

15 Zobacz: Riemer Knoop, *World of museums. An ideal pact with a pluriform devil*, „Museum Management and Curatorship”, nr 2 (16) June 1997, ss. 192–197.

Muzeum Uniwersytetu Jagiellońskiego w Krakowie oraz Muzeum Inżynierii Miejskiej w Krakowie ponad połowa respondentów stwierdziła, że muzea interaktywne są ciekawsze niż tradycyjne. Muzea te spotykają się z bardzo lub pozytywną oceną zwiedzających. Ankietowani podkreślają ciekawe rozwiązania technologiczne, różnorodność środków przekazu, oddziaływanie na wyobraźnię i wiele zmysłów, możliwość samodzielnego wykonywania doświadczeń oraz bliskość eksponatów¹⁶. Badania Kamili Ziółkowskiej-Weiss¹⁷ przeprowadzone w narracyjnym muzeum Fabryka Emalia Oskara Schindlera potwierdzają wyniki badań Stefanik i Kamel. Respondenci Ziółkowskiej-Weiss jako motyw odwiedzenia muzeum przede wszystkim wymieniali multimedialność wystawy oraz chęć zapoznania się z nowoczesnym zwiedzaniem muzeum i jako jakość wyniesioną z muzeum wskazywali na nową wiedzę na temat środków multimedialnych.

Edukacja w interaktywnych muzeach sięga do koncepcji dydaktyki interaktywnej, która zakłada interaktywność nie tylko na poziomie odbiorca–muzealium, ale również odbiorca–edukator oraz odbiorca–odbiorca. Wszelkie gadżety, techniczne innowacje wymuszają na odbiorcy postawę aktywną, równocześnie pozwalają na doświadczenie, samodzielną interpretację i zmysłowy kontakt w eksponacie. Grzegorz Karwasz i Jolanta Kruk przedstawiają modelowe typy edukacji interaktywnej. Pierwszy z nich to oszczędność środków wyrazu, który pozwala na skupienie się na ekspozycji i przeprowadzanym doświadczeniu. Cechą charakterystyczną strategii opartej na prezentacjach realistycznych jest dystans między odbiorcą a ekspozycją oraz odwołanie się do koncepcji wiedzy. Druga, tak zwana strategia rekonstrukcyjna, polega na wykorzystaniu zarówno ekspozycji, jak i techniki wirtualnej oraz zachęceniu odbiorcy do snucia samodzielnej refleksji. Według autorów strategia ta jest najczęściej wykorzystywana w muzeach interaktywnych. Trzecia strategia oparta na symulacjach zakłada digitalizację przekazu. Wykorzystywana jest przede wszystkim w muzeach, które posiadają ofertę interaktywną, ale same w sobie nie są interaktywne. Oraz strategia ludyczna, która nastawiona jest

16 Zobacz: Magdalena Stefanik, Marta Kamel, *Muzea i wystawy interaktywne w Polsce – współczesna atrakcja turystyczna*, „Turystyka Kulturowa” nr 8, 2013.

17 Kamila Ziółkowska-Weiss, *Ewolucja tradycyjnych funkcji muzeum w narracyjne muzea multimedialne na przykładzie muzeum Fabryka Emalia Oskara Schindlera*, „Przedsiębiorczość-Edukacja”, nr 9, 2013.

na dużą liczbę zwiedzających kosztem zaniechania pogłębionej wiedzy i zakłada uproszczoną formę przekazu¹⁸. **Edukatorzy stosujący model edukacji interaktywnej uwzględniają w swojej ofercie zdanie publiczności. Do koncepcji tej często nawiązują zarówno edukatorzy w muzeach-objektach turystycznych, jak i muzeach-parkach rozrywki.** Koncepcja edukacji interaktywnej sprowadzona jedynie do epatowania multimediami i zastępowaniu kontaktu z eksponatem czy edukatorem samodzielnym wykonywaniem czynności na laptopach, ekranach etc, mając służyć schlebaniu oczekiwaniom publiczności, spotka się z krytyką edukatorów. Jak słusznie zauważa Wojciech Bonowicz, muzeum może i powinno stawiać wymagania przed odbiorcą, narzucać mu „określoną wizję, prowokować, kształtować potrzeby i postawy”¹⁹. **To edukatorzy powinni proponować odbiorcom metody pracy oraz wymagać od nich zaangażowania, wiedzy i otwartości.** Stwarzać warunki do efektywnej pracy i uczenia się poprzez zabawę i przeżywanie a nie zamieniać się w park rozrywki, gdzie odbiorcy bezmyślnie bawią się, dotykają eksponatów oraz oglądają multimedia. Jolanta Kruk w artykule *Model dydaktyki interaktywnej w centrach i muzeach nauki i możliwość jego stosowania w szkolnej edukacji* przedstawia cechy tego modelu: przewidywane są tylko warunki a nie przebieg procesu poznawczego, brak podziału na rolę nauczyciela i ucznia, „istotne jest poznawcze nastawienie uczestników”, strategie edukacyjne wbudowane są w eksponaty i stanowiska²⁰.

Potraktowanie muzeum tylko jako obiektu turystycznego z pominięciem specyfiki interaktywnej dydaktyki spotyka się z szeroką krytyką edukatorów. Dorota Folga-Januszewska w raporcie *Muzea w Polsce 1989–2008* opracowanym na zlecenie Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego wskazuje na współczesne powiązanie muzeów z turysmem. „Jednym z narzędzi finansowych – pisze – jest włączenie muzeów w sieć usług turystycznych, zwłaszcza w rozwój tzw. turystyki kulturowej. Pełnienie funkcji ogniwa w sieci prezentacji turystycznej nakłada na muzea szereg czynności innych niż miejscowe udostępnianie zbiorów i organizacji

18 Grzegorz Karwasz, Jolanta Kruk, *Idee i realizacje dydaktyki*, op. cit., s. 112–113.

19 Wojciech Bonowicz, *Muzeum nas wszystkich*, „Znak” nr 3, 1997, s. 172.

20 Jolanta Kruk, *Model dydaktyki interaktywnej w centrach i muzeach nauki i możliwość jego stosowania w szkolnej edukacji*, „Problemy współczesnej edukacji”, nr 3(15), rok VII 2011, s. 58–59.

edukacji dla regionów”²¹. **Muzea, z jednej strony, stają się marką miejsca** – zdarza się, że w celu zyskania odbiorców podejmują współpracę z biurami pośrednictwa turystycznego, które organizując wycieczkę określonej grupie, wpisuje w trasę zwiedzania muzeum – to zazwyczaj krótka, pobieżna wizyta. Jak zauważa Andrzej Stasiak: „Szczególny przypadek muzeum polega na dość częstym przenoszeniu opinii o placówce na obszar (miejscowość), w którym się ono znajduje. W ten sposób wizerunek muzeum staje się istotnym składnikiem turystycznego wizerunku obszaru (z całą pewnością jednym z ważniejszych jego elementów). Nierzadko nawet jest z nim wręcz utożsamiany. (...) Muzea charakteryzują się dużą atrakcyjnością turystyczną, która decyduje o wielkości ruchu turystycznego i sile oddziaływania na świadomość turystów. Nie można chyba sobie wyobrazić pełnego obrazu Krakowa bez Zamku Królewskiego na Wawelu. (...) Powstanie muzeum w wielu niewielkich miejscowościach oznacza „wpisanie” ich na turystyczną mapę. (...) Ze względu na brak innych walorów znalazły się one w przewodnikach turystycznych tylko i wyłącznie dzięki placówce muzealnej. Stąd łatwość stawiania znaku równości pomiędzy muzeum i miejscowością. Dobra ilustracją tej tezy może być np. Muzeum Żup Solnych w Wieliczce”²². **Muzeum dla społeczności lokalnej może stać się promocją, dumą, ale i źródłem dochodów.**

Gmach muzeum może być destynacją turystów samą w sobie. Tak dzieje się na przykład w Muzeum w Raciborzu, którego budynek stanowi atrakcję turystyczną miasta. Górnośląski Park Etnograficzny w Chorzowie jest istotnym punktem Szlaku architektury drewnianej województwa śląskiego. Stanowi placówkę rekreacyjną, którą, jak wskazują badania Stasiaka²³, goście odwiedzają chcąc odpocząć a nie zaciekawieni jego tematyką i dziedzictwem, które prezentuje. Warto

21 Dorota Folga-Januszewska, *Muzea w Polsce 1989–2008. Stan, zachodzące zmiany i kierunki rozwoju muzeów w Europie oraz rekomendacje dla muzeów polskich*, Raport opracowany na zlecenie MKiDN, 2008, s. 40.

22 Za: Andrzej Stasiak, *Muzeum jako produkt turystyczny*, [w:] *Przemysł turystyczny*, red. Aleksander Szwichtenberg, Elżbieta Dziegieć, Koszalin: Politechnika Koszalińska, Katedra Turystyki, Uniwersytet Łódzki, Katedra Geografii Miast i Turyzmu oraz Zakład Geografii Turyzmu 2000, s. 180.

23 Za: Damian Adamczak, *Górnośląski Park Etnograficzny w Chorzowie na szlaku turystycznym*, [w:] *Rola muzeów w turystyce i krajoznawstwie*, red. Andrzej Toczewski, Zielona Góra: Muzeum Ziemi Lubuskiej w Zielonej Górze 2006, s. 181.

w tym miejscu przytoczyć najczęściej wymieniane powody odwiedzania muzeów. Wśród nich pojawia się potrzeba doznawania wrażeń estetycznych, zaspokojenia ciekawości i uzupełnienia wiedzy, kształtowania światopoglądu oraz przyjemnego i wartościowego spędzania czasu wolnego, relaksu oraz zabawy²⁴. Na liście sporządzonej przez Stasiaka w ślad za badaniami Wiktora Kowalczyka²⁵ pojawia się **chęć odpoczynku i zabawy jako motywator odwiedzenia muzeum**. W oparciu o oczekiwania odbiorców Stasiak dokonał podziału muzeów na muzea wrażeń, wiedzy, postaw i rozrywki. Podobne motywy wymienia Borusiewicz²⁶, który pisze o ciekawości nowości, chęci uzupełnienia wiedzy lub zilustrowania zasobu wiadomości teoretycznych oraz poszukiwanie rozrywki – wartościowej i satysfakcjonującej.

Zadaniem muzeów-objektów turystycznych, które zaliczyć można do muzeum rozrywki, jest przedstawienie regionu i dziedzictwa lokalnego w zwartej formie. Z drugiej strony stają się li tylko atrakcją turystyczną, w której nie ma miejsca na skupienie, edukację *sensu stricte*. A odwiedzenie muzeum to wydarzenie chwilowe, element turystyki kultowej, odhaczenie punktu podróży i sfotografowanie wybranych obiektów. Niektórzy muzealnicy jednak traktują współpracę z biurami pośrednictwa turystycznego jako formę zaradności i pozyskiwania odbiorcy z zewnątrz, albowiem ich rdzenny odbiorca nie jest zainteresowany odwiedzeniem instytucji.

Aby zyskać odbiorców weszliśmy we współpracę z przewodnikami z PTTK. Przygotowaliśmy cykl spotkań. Przewodnicy przyprowadzali swoje grupy w trakcie planowanych wycieczek. To procentowało i dla nas, i dla nich. W zależności od poziomu zainteresowania i grupy organizowaliśmy też rozszerzone oprowadzanie. Zdarzało się, że takie zajęcia stawały się ciekawym polem do dyskusji. Na przykład odwiedził nas kiedyś pan, który poopowiadał o swoim dziadku powstańcu.

Inni utyskują na klientów-turystów, którzy nie pozwalają im na zrealizowanie celów edukacyjnych. Ta odmienność recepcji wynika z faktu różnego zaintere-

24 Za: Andrzej Stasiak, *Muzeum jako produkt turystyczny*, op. cit., s. 173.

25 Wiktor Kowalczyk, *Marketing w muzeum*, „Muzealnictwo”, nr 37, 1995.

26 Mirosław Borusiewicz, *Nauka czy rozrywka? Nowa muzeologia w europejskich definicjach muzeum*, Kraków: Universitas 2012, s. 145.

sowania ofertą muzealną w danym miejscu. Muzea w dużych miastach, które stanowią ośrodki turystyczne spotykają się z odbiorcami jednorazowego wydarzenia na trasie turystycznej i ze stałym odbiorcą oferty edukacyjne. Muzea-objekty zabytkowe, typu kopalnie, zamki etc. znajdujące się na szlakach turystycznych spotykają się zazwyczaj z tym pierwszym odbiorcą, niektóre celowo nastawiają swoją ofertę na takiego właśnie gościa. Tymczasem muzea w małych ośrodkach (z nielicznymi wyjątkami), odsuniętych od skupisk turystycznych narzekają na brak wizytujących każdego typu, ale bardziej ukierunkowują się i starają się pozyskać lokalnego odbiorcę.

Powyższe trzy typy podejścia do instytucji muzealnej wynikają z faktu, że muzea starały się jak najszybciej dostosować do zmieniającej się rzeczywistości w Polsce na początku XXI wieku. Sytuacja polskich muzeów nie jest jednak odosobniona. Muzea w Europie z podobnymi problemami zmagają się w drugiej połowie XX wieku. Jak zauważa brytyjski edukator, Jack Lohman: „Czasami wygląda to tak, jakby muzea nie miały wyboru: albo przyjąć tradycyjną postawę, ignorując to, co się dzieje wokół i działać tak samo jak przez lata, nie zważając na liczbę zwiedzających czy niechętną krytykę, albo wkroczyć na drogę unowocześniania. Ten drugi wybór czasem grozi przekształceniem się muzeum w tematyczny park rozrywkowy, z gwizdkami, dzwonkami, mało znaczącymi pokazami oraz wieloma przyciskami dla zabawiania dzieci, które nie muszą oglądać nudnych starych map czy zakurzonych toporków z krzemienia. **W obecnej sytuacji ciągle spieszącej się kultury masowej wydaje się, że nie ma pośredniego udanego wyjścia – albo muzea zatrzymują się i będą staroświeckie, albo pójdą do przodu i staną się zbyt technologiczne**”²⁷. Andrzej Stasiak, Franciszek Cemka i Andrzej Rottermund przenoszą tezy Lohmana na grunt polski. Cemka pisze, że finansowanie muzeów przez organizatorów lub właścicieli, „skąpe budżety muzeów państwowych i samorządowych prawie wyłącznie zaspokajają bieżące koszty utrzymania i płace pracowników przy prawie całkowitym braku środków na tzw. działania i zadania merytoryczne”. I dalej: „W ostatnich latach polskie muzea podjęły wiele prób, by zwiększyć liczbę zwiedzających i tym samym dochody. Niezbędna jest ścisła współpraca z biurami i instytucjami organizującymi ruch turystycznym. (...) Zadanie to

27 Jack Lohman, *Wyzwania dla współczesnych muzeów*, „Spotkania z zabytkami” nr 2008, 2008, s. 3.

(...) jest obecnie w centrum uwagi muzealnej społeczności”²⁸. W 2006 roku ekspert w zakresie muzealnictwa widział remedium na taką sytuację we wprowadzaniu wizyt muzealnych w kalendarz biur podróży.

Stasiak zauważa: „na początku XXI w. mamy w Polsce do czynienia z dwoma przeciwstawnymi tendencjami: wzrostowi liczny muzeów i muzealnych ekspozycji towarzyszy spadek liczby odwiedzających. Innymi słowy: mamy coraz więcej muzeów, do których coraz rzadziej zaglądamy”²⁹. Spadek ten autor tłumaczy pojawieniem się w kraju runku czasu wolnego oraz konkurencją, jaką stworzyły muzeom multikina, Internet, telewizja, parki rozrywki, hipermarkety, obiekty sportowe. Muzea nie tylko stały się jedną z wielu opcji, ale także były postrzegane stereotypowo jako przestarzałe i nudne ośrodki. Musiały zatem nie tylko znaleźć środki na rozwój i stanięcie do wyścigów w pozyskiwaniu klienta, ale również otworzyć się na widza. Zaczęły zatem zachowywać jak inne komercyjne formy rozrywki czy poszerzać ofertę edukacyjną przez dodanie elementów rozrywki³⁰, stosować *Market Repositioning Toward Entertainment* oraz postrzegać odbiorcę oferty muzealnej jako klienta czy segment docelowy³¹, a ekspozycję i edukację jako produkt. Jak zauważa Stasiak dokonały „twórczej adaptacji podstawowych zasad i narzędzi marketingowych do działalności instytucji *non profit*”³². W ramach procesu zmian muzea zaczęły koncentrować się na kliencie i jego potrzebach, prowadziły z nim dialog nie tylko dotyczący merytorycznych kwestii, ale również formy i oprawy muzealiów. Oferowały odbiorcy nie tylko wiedzę i możliwość obcowania z muzealiami, ale przede wszystkim zapewniały mu przeżycie emocji. Sięgały zatem po ideę muzeologii przeżyć (*Erlebnismuseologie*), inwestowały w multimedia. W ten

28 Franciszek Cemka, *Współczesne muzealnictwo a rozwój turystyki w Polsce*, [w:] *Rola muzeów w turystyce i krajoznawstwie*, red. Andrzej Toczewski, Zielona Góra: Muzeum Ziemi Lubuskiej w Zielonej Górze 2006, s. 14–15.

29 Andrzej Stasiak, *O potrzebie rewolucji w polskim muzealnictwie XXI wieku*, [w:] *Kultura i turystyka – razem czy oddzielne?*, red. Andrzej Stasiak, Łódź: Wydawnictwo Wyższej Szkoły Turystyki i Hotelarstwa w Łodzi 2007, s. 119.

30 Zobacz: Andrzej Rottermund, *Muzeum przyszłości*, [w:] *Spotkania z muzeami. Dwieście lat muzeów w Polsce*, Warszawa: Spotkanie z zabytkami.

31 *Ibidem*, s. 126.

32 *Ibidem*, s. 122.

sposób realizowały założenia *edutainment*, z czasem odchodząc od „edu” w stronę tendencji *stricte* turystycznych: *entertainment* oraz *excitement*. Innym zjawiskiem, które wspomina Stasiak, było ukierunkowanie się muzeów na obsługę ruchu turystycznego. „Dominującą grupą wśród odwiedzających placówki muzealne są turyści” – pisze autor. „Odsetek stałych mieszkańców wśród gości muzealnych jest stosunkowo niewielki. Dlatego traktowanie muzeum jako obiektu turystycznego jest w pełni uzasadnione, mimo że wielu muzeologów woli myśleć o sobie jako o strażnikach narodowej skarbnicy niż pracownikach firmy turystycznej”³³. I choć Stasiak napisał swój tekst w 2007 roku uwaga dotycząca grup odwiedzających wciąż pozostaje aktualna. Niestety, jego analiza i prognoza potrzebnych zmian również stała się aktualnym faktem. Muzea faktycznie zaczęły postrzegać siebie jako firmę, park rozrywki czy instytucję turystyczną. I nie byłoby w tym nic złego, gdyby nie fakt, że niektóre muzea zagalopowały się w dążeniu do wypracowania frekwencji. Stasiak pisze: „Nie należy zapominać o względach ekonomicznych”, tymczasem obecnie należałoby powiedzieć, nie należy zapominać o względach merytorycznych. Potraktowanie kultury jako produktu, odbiorców kultury jako klientów, edukacji jako promocji, pogoń za tabelkami i uzupełnianiem statystyk to wbrew pozorom czyni małą ilość muzeów) czy też podnoszeniem frekwencji nie mogą pełnić najistotniejszej roli muzeów, których zadaniem jest upowszechnianie kultury. Jak konkluduje swój tekst Stasiak: „Wszystkie omówione działania mają na celu przyciągnięcie jak największej liczby zwiedzających, nie należy zapominać, że muzea nie są instytucjami nastawionymi wyłącznie na zysk”³⁴. W podobnym nurcie wypowiada się Rottermund w tekście dwa lata starszym do Stasiaka. Również przyznaje, że „liczba osób odwiedzających (...) i wielorakość publiczności wymusiła pewne zmiany w starym modelu instytucji muzealnej”³⁵. I dalej pisze: „Gwałtowne zmiany zachodzące we współczesnym świecie rzucają wyzwanie instytucji muzealnej i wpływają na zmianę jej kształtu”³⁶. Omawia w swoim tekście nowe podejście do muzealiów i zmienione obcowanie z oryginałem, które często zostaje zastąpione

33 *Ibidem*, s. 128.

34 *Ibidem*, s. 132.

35 Andrzej Rottermund, *Nowy kształt instytucji muzealnej*, op. cit., s. 12.

36 *Ibidem*, s. 14.

kopią czy obrazem wirtualnym³⁷. Podobnie do Stasiaka wskazuje na potrzebę badania opinii publiczności i stosowania strategii marketingowych. Mimo wszystko podkreśla, że muzea nie winny iść tylko w stronę traktowania swojej oferty jako części *entertainment*, businessu czy turystyki, zapominając o tym, co istotne: tworzeniu enklawy dla kontemplacji i autentyczności. I mimo że uważa, że muzea muszą czerpać z doświadczeń parków tematycznych i nowoczesnych technologii audiowizualnych, muszą nauczyć się „dostrzegać granice swojego gatunku”³⁸. To jest jednak trudność, z którą wiele muzeów w pogoni za odbiorcą, sobie nie poradziła. I choć Rottermund wspomina o sukcesie frekwencyjnym, do którego muzeum winno dążyć, nie zapomina o tym, że „zysk instytucji muzealnej mierzony może być jedynie w kategoriach efektów społecznych i etycznych”³⁹. O tym ostatnim wspominają obecnie edukatorzy, którym przeszkadza to, że ich praca rozliczana jest za pomocą paradygmatu ilościowego a nie jakościowego. Postulują nawet, aby zastąpić czynnik ilościowy czynnikiem wracalności.

Statystyk nie musimy prowadzić, ale i tak to robimy. Korzystamy z ankiety NIMOZu, odkąd powstała. Miesięczne statystyki przygotowujemy dla Urzędu Miasta. Pozostałe dane zbieramy dla siebie. Chcemy zobaczyć, ile osób nas odwiedza, czy jest to tendencja wzrostowa czy malejąca. Nie chodzi nam o wyrobienie statystyk. Statystyki nie są zatem bez sensu, coś pokazują. Można mówić, że są bez sensu wówczas, gdy krzewienie edukacji przelicza się tylko na ilość osób. Mają one tylko pokazywać, jak wydawać pieniądze. Jeżeli przygotowuje się warsztat dla piętnastu osób, a przychodzi jedna, to statystyka pokazuje, że czternaście miejsc zostało puste, a więc pieniądze mogły być lepiej wydane. Statystyki dają więc sygnał, że temat, termin czy godzina były nie trafione. Temu powinny służyć, a nie wypełnianiu słupków i przeliczaniu efektu zajęć na ilość osób.

37 Porównaj: Magdalena Stefanik, Marta Kamel, *op. cit.*, s. 6; http://www.turystykakulturowa.org/pdf/2013_08_01.pdf (dostęp: 10.11.2016).

38 *Ibidem*, s. 15.

39 *Ibidem*, s. 16.

Celem edukacji jest promocja, uświadamianie i uwrażliwianie na inną kulturę. Toteż edukacji nie powinno się postrzegać i oceniać za pomocą kryterium ilościowego – ilości uczestników. Póki co rocznie przez muzeum przewija się około pięć tysięcy osób w grupach zorganizowanych, w tym przedszkolaki, uczniowie wszystkich etapów edukacji, studenci i seniorzy. Bardzo licznie odwiedzają muzea przedszkola – spowodowane to jest również ich walką o pozyskanie klienta. Wychodzenie do muzeum na zajęcia podnosi prestiż przedszkola. Rok 2015 można uznać za przełomowy, jeśli chodzi o ilość uczestników zajęć edukacyjnych, a to z tej racji, że pojawił się budynek z salą edukacyjną. Wielu osobom jednak wciąż trzeba odmawiać a zajęcia należy rezerwować z dwumiesięcznym wyprzedzeniem. Duża ilość uczestników wraca – szczególnie nauczyciele z nowymi grupami. Sami też polecają sobie między sobą zajęcia – w ten sposób muzeum buduje bliską relację z nauczycielami. Stąd muzeum nie prowadzi promocji działalności edukacyjnej. Podobnie nie rozdaje ankiet ewaluacyjnych, raczej preferuje się u nas rozmowę z nauczycielami po zajęciach. Zresztą nauczyciele chętnie komentują zajęcia. Kryterium oceniania edukacji powinna być „wracalność” – ilość osób, które zostały zainteresowane tematem i samodzielnie lub z innymi grupami wracają do muzeum.

Statystyki nie są miarodajne, otworzymy nową wystawę – uczniowie przychodzą, a bez wystawy ciężko zachęcić młodzież. Miarą może być wracalność. Nie można wszystkich przekonać, aby wrócili. Ale to miara sukcesu, jak widzę, że przychodzi uczeń na dni otwarte, na dodatkowe zajęcia.

Przejawem wracalności może być powrót nauczyciela do muzeum z nową klasą, uczestnika zajęć w przyszłości ze swoim dzieckiem, ale także polecenie zajęć przez nauczycieli kolegom/koleżankom.

Podobnie wypowiadają się również teoretycy. Doktor muzeologii, Mirosław Borusiewicz pisze: „Wysoka frekwencja ma świadczyć o sukcesie edukacyjnym, komercyjnym, o sprawności organizacyjnej oraz poziomie i kompetencjach kierownictwa”. Takie podejście zdaniem badacza uprzywilejowuje „uczenie się przez zabawę, w sposób niewymagający zbytniego zaangażowania intelektualne-

go, kładący nacisk na rozrywkową, ludyczną stronę procesu poznawania. Mutacją tego przekonania jest poszukiwanie sukcesu frekwencyjnego przez wykorzystanie technik elektronicznych, wizualizacji, filmu czy scenografii⁴⁰.

Powyższe trzy typy muzeów zakładają, że edukacja jest częścią strategii pozyskiwania klientów. Jest w ten sposób przygotowywana, aby wabiła odbiorcę i aby ten czuł się w muzeum oczekiwanym gościem, interlokutorem wystawy i procesu edukacji. **Wiele zależy od zespołu działu edukacji, który, albo z edukacji czynni tylko element promocji i zamienia muzeum w plac zabaw lub obiekt-turystyczny, albo stara się edukować. Coraz częściej edukatorzy mówią jednak o świadomym nauczaniu i kształtowaniu przyszłych odbiorców i powoli zaczynają wydostawać się z pętli komercji, wypełniania statystyk ilościowych i traktowaniu odbiorcy jako klienta. Coraz częściej edukator staje się mediatorem, który posiada określoną wiedzę, kompetencje zawodowe, odbywa szkolenia z kontaktu z odbiorcą. Coraz częściej edukatorem jest z wykształcenia nauczyciel lub osoba posiadająca przygotowanie pedagogiczne. Według większości edukatorów konieczne jest, aby muzealnicy przygotowujący ofertę edukacyjną i biorący udział w procesie nauczania posiadali przygotowanie pedagogiczne.** Pomaga ono, wedle nich, nie tylko w przygotowaniu zajęć, ale umożliwia stworzenie profesjonalnego sylabusu zajęć, rozpisanie efektywności, umiejętności, kompetencji, które uczeń powinien osiągnąć podczas wizyty i zajęć muzealnych. Ponadto taki edukator zna specyfikę pracy nauczyciela, potrafi go zrozumieć i umiejętnie z nim współpracować. Wie również, jak zapanować nad grupą. Zawód edukatora bowiem wymaga wielu kompetencji – nie tylko specjalistycznej wiedzy, ale również wiedzy dotyczącej modeli edukacji, umiejętności mobilizowania uczniów do wiedzy. Często zdarza się, że edukatorzy porównują swoją pracę do *corridy*. Muszą zwabić ucznia, przykuć jego uwagę, zainteresować go a następnie dbać o stały poziom zaangażowania. Stąd istotne jest, aby edukator był świadomym przewodnikiem po meandrach wiedzy i doświadczenia⁴¹. Jak pisze Elisabeth Cailliet w artykule, w którym przedstawia mediację w muzeach jako element polityki zorien-

40 Mirosław Borusiewicz, *op. cit.*, s. 122–123.

41 Elisabeth Cailliet, *Polityka zorientowana na publiczność muzealną*, [w:] *Edukacja muzealna: Antologia tłumaczeń*, red. Marcin Szelaąg, Jolanta Skutnik, Poznań: Muzeum Narodowe 2010, s. 192.

towanej na publiczność muzealną, dla edukatora-mediatora zajęcia muzealne to okazja do spotkania, dialogu z odbiorcą. Edukator bowiem to, wedle niej, osoba, która czyni widza obserwatorem, „doprowadzając go do stanu głębokiego skupienia uwagi, do określonego stanu dyspozycyjności sprzyjającej percepcji, do recepcji dzieła”⁴². Cailliet podkreśla dwa istotne elementy tej edukacji: nastawienie na stymulowanie samo-edukacji odbiorcy oraz kontakt z eksponatem. Obecnie należy skupić się na pierwszym aspekcie pracy edukatora. Podczas szkolenia *Edukacja w muzeach wielooddziałowych i wielodyscyplinarnych* zorganizowanego przez Muzeum Narodowe w Szczecinie we współpracy z Narodowym Instytutem Muzealnictwa i Ochrony Zbiorów w Muzeum Narodowym w Szczecinie⁴³ uczestnicy przygotowali zestawienie cech dobrego edukatora. Podkreślają oni również kwestię kontaktu z odbiorcą. Zauważają, że dobry edukator powinien szanować i znać potrzeby odbiorców, być punktualny i elastyczny, przygotowany merytorycznie i ciągle się uczyć oraz podnosić swoje kompetencje, przekazywać wiedzę z pasją, poszukiwać nowych sposobów uczenia, doskonalić swój warsztat edukatora, pamiętać o specyfice pracy grupowej. Co istotne piszą: powinien posiadać przygotowanie pedagogiczne i lubić pracę z drugim człowiekiem. Być gotowy do przełamywania stereotypów w myśleniu i działaniu, posługiwać się starannym, poprawnym językiem, odpowiednio wykorzystywać muzealia, zabytki w procesie poznawczym uczestników, pomagać ludziom zrozumieć samych siebie, uczyć ich, że przyszłość należy do tych, którzy ją tworzą⁴⁴.

Taki typ edukatora najczęściej spotykany jest w **muzeach-ośrodkach edukacyjnych**. To takie muzea, które stawiają na edukację i czynią z niej prymarną funkcję, traktują ją jako istotną i celową działalność. Mają rozbudowany dział edukacyjny, zatrudniają osoby chcące pracować jako edukator, przygotowane do zawodu, poszukują środków na poszerzanie oferty edukacyjnej, kierują edukację do coraz szerszego grona odbiorców. Należy w tym miejscu podkreślić,

42 Ibidem., s. 281.

43 23–25 września 2015 r.

44 Krystyna Milewska, Dariusz Kacprzak, *Edukacja w muzeum wielooddziałowym i wielodyscyplinarnym*, [w:] *ABC edukacji w muzeum Muzea sztuki współczesnej, rezydencjonalne, wielooddziałowe i interdyscyplinarne*, „Szkolenia Narodowego Instytutu Muzealnictwa i Ochrony Zbiorów” nr 8, 2015, s. 77.

iż osoby te, to osoby, które często kończyły studia o profilu nauczycielskim lub same się douczały. Warto zatem z całą mocą powtórzyć rekomendację, że **należy stworzyć pełnowymiarowe studia muzeologiczne ze standardami nauczania na poziomie licencjatu i magisterium na wydziałach historycznych, społecznych lub kulturoznawczych**⁴⁵. Rekomendację tę Folga-Januszewska przedstawiła w raporcie w 2008 roku. Przez ostatnie osiem lat praktycznie nic się nie zmieniło. Wciąż w Polsce wyższe studia muzeologiczne przede wszystkim prowadzone są w trybie niestacjonarnym⁴⁶. Senat Uniwersytetu Rzeszowskiego ma mocy uchwały nr 287/03/2014 z 27 marca 2014 roku powołała studia I stopnia na kierunku *muzeologia*, a uchwałą nr 289/03/2014 z tego samego dnia utworzył studia II stopnia na kierunku *muzeologia*. W roku akademickim 2016/2017 pojawiła się specjalność muzeologia na stacjonarnych studiach I stopnia na Wydziale Nauk Humanistycznych Uniwersytetu Stefana Karola Wyszyńskiego w Warszawie we współpracy z Narodowym Instytutem Muzealnictwa i Ochrony Zbiorów. Również w Dolnośląskiej Szkole Wyższej na Wydziale Nauk Pedagogicznych na studiach stacjonarnych I stopnia można studiować Animację kultury i edukację muzealną. Na Akademii Pedagogiki Specjalnej na Wydziale Nauk Pedagogicznych pojawiły się studia niestacjonarne II stopnia specjalności nienauczyielskie – Edukacja muzealna. Edukatorzy pracujący w muzeach na terenie województwa małopolskiego i śląskiego, z racji wieku, nie są absolwentami wyżej wymienionych studiów. W rozmowach większość z nich powtarzała, iż **takie studia** należące do subdyscypliny pedagogiki **powinny być powszechnie oferowane a zawód edukatora muzealnego powinien stać się wyspecjalizowany** a nie podejmowany przez przypadkowe osoby. Podobny postulat stawiają autorzy raportu *Kongres kultury 2016. Podsumowanie. Diagnoza. Rekomendacje*. Stwierdzają oni, że nie ma spójnego programu przygotowania zawodowego edukatorów kultury i uważają, że „należy dokonać zmian programowych na kierunkach, z których rekrutują się w większości edukatorzy kultury (...). Koordynowane zmiany winny uwzględniać realne potrzeby dotyczące ich przygotowania do zawodu oraz zmieniających się wymagań rynku pracy

45 Dorota Folga-Januszewska, *Muzea w Polsce 1989–2008*, op. cit., s. 69.

46 http://nimosz.pl/upload/edukacja/Kopia_Baza_danych-studia_muzealnizce-rok_akademicki_2015_2016-wersja_2-0.pdf (dostęp: 12.12.2016).

(edukacji nie tylko dzieci i młodzieży, lecz także dorosłych, seniorów, środowisk w różny sposób wykluczonych z udziału w kulturze). Zmiany muszą mieć charakter elastyczny, otwarty na korekty i rewizje”. Jako spodziewany efekt przewidują „**podniesienie rangi edukacji kulturowej (jak to się dzieje w muzeach) do niezwykle ważnej dziedziny pedagogiki społecznej, kształtującej otwarte i światłe podstawy wobec współczesnego świata**”⁴⁷.

Edukatorzy bardzo często podczas rozmów podkreślają, iż brakuje studiów dla nich ukierunkowanych, ale również **obowiązku wykształcenia pedagogicznego u edukatorów, które, ich zdaniem, jest konieczne i powinno być obowiązkowe**.

Edukator powinien mieć wykształcenie pedagogiczne. Mieć warsztat. Większość edukatorów konstruuąc zajęcia nie zadaje sobie podstawowego i priorytarnego pytania: po co są te zajęcia? Nie wyznaczają celów ogólnych i szczegółowych. Nie wiedzą, po co robią zajęcia, co młodzież ma z nich zapamiętać, jakie umiejętności osiąść. Edukator z wykształceniem pedagogicznym stara się odpowiadać na te wszystkie pytania. Edukacja nie sprowadza się bowiem do zajęć plastycznych po obejrzeniu wystawy, bo one wówczas nic nie wnoszą.

Edukatorami powinny być osoby posiadające niezbędne doświadczenie pedagogiczne i umiejętności, kompetencji nabiera się w trakcie pracy. Zadaniem edukatora jest nie tylko przygotowanie zajęć, ale również przekazywanie wiedzy, panowanie nad grupą. Edukator powinien wiedzieć, że każda grupa jest inna i potrafić dostosować sposób i tempo mówienia do konkretnej grupy, odpowiednio podać materiał. Do tego potrzebne są zdolności pedagogiczne, jak i do opanowania grupy.

Wśród olbrzymiej oferty edukacyjnej, kiedy klient jest rozchwytywany, możemy wygrać tylko poziomem. Musimy być mega profesjonalni.

47 *Edukacja przez kulturę/edukacja artystyczna/edukacja muzealna*, [w:] *Kongres kultury 2016. Podsumowanie. Diagnoza. Rekomendacje. Zbierzmy się*, Warszawa: Teatr Powszechny im. Zygmunta Hübnera 2016, s.144.

Wykształcenie pedagogiczne pozwala na zrozumienie, jak budować zajęcia, jak planować lekcje. Edukator musi uzmysłwić sobie cel lekcji, metody realizacji. Stąd powinien znać ABC dydaktyka. Nie jest to jednak wymóg oficjalny, ale zaczyna być w niektórych muzeach. Jeśli nie jakiś formalny papier, to doświadczenie. U nas na pięć osób w dziale, cztery mają przygotowanie pedagogiczne, studia na kierunku pedagogiki – polonistyka, geografia, plastyka. A jedna osoba ma kurs pedagogiczny.

Edukatorzy muzealni muszą być pedagogami! W przeciwnym wypadku nie potrafią pracować z dziećmi, używają nieprawidłowego języka.

W ślad za wymienioną rekomendacją pojawia się kolejna, którą również należy podkreślić za Folgą-Januszkowską. „W sytuacji polskich muzeów, w których mamy do czynienia z dużą różnorodnością organizatorów i nie zawsze możliwym do realizacji nadzorem Ministra Kultury nad działalnością instytucji, ważnym elementem strategii dotyczącej dziedzictwa powinno być **utworzenie wyspecjalizowanego ośrodka muzeologicznego**. Jego zadaniem byłoby: administrowanie stale uaktualnianą bazą danych o zbiorach i muzealiach istniejących w Polsce; wpływ na kształtowanie programu studiów wyższych i edukacji w zakresie muzealnictwa (promocja dobrych praktyk i standardów); prowadzenie szkoleń dla już zatrudnionego w muzeach personelu w zakresie wdrażania standardów; prowadzenie wymiany międzynarodowej w zakresie pozyskiwania specjalistów, świadczenie usług doradczych w zakresie muzealnictwa; pomoc instytucjom muzealnym w negocjacjach przy międzynarodowej wymianie zbiorów i wystaw; tworzenie bazy danych dotyczących ekspertów i specjalistów w zakresie usług muzealnych”⁴⁸. Sam fakt, iż edukatorzy jednoczą się w rozmaitych zrzeszeniach, forach etc, dążą do wymiany doświadczeń i praktyk, szukają sposobności na wspólne szkolenia czy organizują takie szkolenia dowodzą, iż potrzebują takiego ośrodka. Na takie zapotrzebowanie wskazywało wielu edukatorów. Istnieje zatem potrzeba **powołania centrum lub utworzenia platformy wymiany informacji o zbiorach i muzeach**, z której mogliby korzystać zarówno muzealnicy, jak i nauczyciele. **Centrum Edukacji Edukatorów**

48 Dorota Folga-Januszkowska, *Muzea w Polsce 1989–2008*, op. cit., s. 69.

mogłoby stanowić podobną funkcję jak Centra Doskonalenia Nauczycieli, które istnieją w każdym województwie.

Stworzenie specjalizacji zawodowej edukatorów oraz umożliwienie im ciągłego (nie koniecznie samodzielnego) podnoszenia kwalifikacji jest bardzo ważne. Edukator muzealny powinien mieć taką samą szansę jak nauczyciele szkolni udziału w wielu szkoleniach. Oczywiście, jak to bywa w przypadku nauczycieli, jest to działalność dobrowolna, dla pasjonatów swojego zawodu, ale istnieje potrzeba stworzenia warunków do samo-edukacji. Tymczasem wielu edukatorów skarży się na to, że nie biorą udziału w szkoleniach z powodów finansowych, kadrowych (nie ma kto ich zastąpić) oraz czasowych (nie mogą zamknąć na dwa dni muzeum). Tymczasem budowanie zespołu świadomych edukatorów spowoduje, że edukator w muzeum nie będzie przypadkową osobą. Muzea-centra edukacji, w której edukację nie sprowadza się do warsztatów plastycznych. Nie twierdzi, że najważniejsze jest przejście przez ekspozycję a późniejsze zajęcia artystyczne to tylko chwila relaksu. Dowodzą, że edukacja świadoma może przebiegać na bardzo wysokim poziomie, dynamicznie się rozwijać i równocześnie stanowić element strategii promocyjnej. Jak wykazały wywiady **edukacja obecnie przyciąga większe rzesze odbiorców niż wystawa**. Częściej i liczniej do muzeum przychodzą uczestnicy zajęć niż osoby oglądające ekspozycję. Autorzy raportu *Kongres kultury 2016* podkreślają, że w związku z rosnącym zapotrzebowaniem na zajęcia z edukacji kulturowej, „**aby środowiska zaangażowane w kształcenie edukatorów kultury porozumiały się z sobą i zaczęły współpracować, należy stworzyć sieć i płaszczyznę do tego porozumienia**. Należy wykorzystać dotychczasowe osiągnięcia (szczególnie te dotyczące edukacji muzealnej), aby doskonalić metody pracy edukatorów pracujących w szkołach, ośrodkach kultury itp.”⁴⁹.

Edukatorzy skupiają się na swojej codzienności, na hic et nunc. Z innymi edukatorami spotykają się w trakcie szkoleń, spotkań organizowanych przez rozmaite zrzeszające ich stowarzyszenia, których jest bardzo wiele, konferencji, ale przede wszystkim ich zadania oscylują wokół generowania wyników.

49 *Edukacja przez kulturę/edukacja artystyczna/edukacja muzealna*, op. cit., s. 143.

Warto podkreślić zbieżność trzech rekomendacji – Folgi-Januszewskiej z 2008 roku, autorów raportu z 2016 oraz wyników wywiadów przeprowadzonych wśród edukatorów muzealnych i badań dotyczących edukacji muzealnej w latach 2010–2015. Zbieżność ta nie tylko dowodzi istoty kwestii, ale również wykazuje, że na przełomie ostatnich ośmiu lat nie wiele się zmieniło w sytuacji edukacji kulturowej, nie podjęto wysiłków podniesienia jej rangi oraz dostosowaniu jej metod do potrzeb współczesnych odbiorców, którzy nie tylko powinni się bawić w instytucjach kultury, licznie je odwiedzać, ale traktować je jako centra samo-edukacji i samodoskonalenia, pozwania historii i dziedzictwa lokalnego, regionalnego, narodowego i międzykulturowego, europejskiego.

Co istotne, zbieżność tych rekomendacji wydaje się bardziej globalnym problemem. Wojciech Kowalik podczas seminarium wokół raportów badawczych „Lokalne centra kultury – działania a diagnozy” oraz „Diagnoza stanu i perspektyw edukacji kulturowej w Małopolsce” w Małopolskim Instytucie Kultury w Krakowie⁵⁰ zaprezentował wyniki analizy dwudziestu raportów powstałych w ramach programu Obserwatorium Kultury w latach 2009–2013. Badania Kowalika dowiodły, że rekomendacje przedstawiane w raportach są podobne i korespondują z tymi, które zostały wyżej wyszczególnione w punktach: **Inwestowanie w wiedzę, kwalifikacje, doskonalenie kompetencji pracowników kadry kultury. Istotną rekomendacją zatem wydaje się potrzeba rozpowszechniania wyników badań oraz brania ich pod uwagę przez gremia rządzące.** Co istotne wśród rekomendacji wymienionych przez Kowalika pojawiły się również trzy, które zostały zrealizowane w niektórych muzeach przez edukatorów-specjalistów oraz muzeach-centrach edukacji. Są to: **1. tworzenie strategii współpracy z najszerzym udziałem interesariuszy – a zatem z udziałem odbiorców edukacji; 2. diagnozowanie potrzeb i oczekiwań odbiorców społeczności lokalnej oraz 3. wprowadzenie ewaluacji działalności instytucji kultury oraz oceny opartej na aktywnym kontakcie z odbiorcą – zamiast ilościowych.** Edukacja muzealna bardzo mocno nastawiona jest na potrzeby i zainteresowania publiczności (zobacz: modele edukacji muzealnej). W niektórych muzeach, typu park rozrywki, obiekt-turystyczny czasami nawet

50 28 grudnia 2016 roku.

nadmiernie, gdyż zaczyna przede wszystkim kierować się gustem odbiorcy a nie potrzebą edukowania.

Muzeum powinno być brane trochę na poważnie. To w końcu kultura wysoka. Wprowadzanie dodatkowych aktywności podczas zajęć – jestem za, ale nie róbmy z muzeum cyrku. Wszystko trzeba wyważyć. Są miejsce w muzeach, gdzie dzieci mogą pozwolić sobie na więcej, ale są i takie, gdzie powinni słuchać, patrzeć i się uczyć. To jest dalej muzeum nie plac zabaw – nie chodzi o samo przebywanie tu, to jednak jest miejsce edukacji. Muzeum to miejsce, gdzie uczymy kultury, zachowywania się w muzeum. Uczniowie mają tu nacieszyć się sztuką i coś z tego wynieść. W muzeach uczymy zachowania, które będzie skutkowało też w innych miejscach.

Z pewnością kontakt z odbiorcą oraz bezpośrednia ewaluacja zajęć podczas rozmów z nauczycielami i uczniami zaowocowała pomysłem edukatorów na powołanie wskaźnika wracalności.

Autorzy raportu z 2016 roku opisują spodziewane rezultaty współpracy edukatorów: „dzięki zachowaniu różnorodności metod edukacji kulturowej, adresowanej do bardzo odmiennych grup społecznych, stworzenie wspólnej teoretyczno-praktycznej podstawy pracy edukacyjnej, opartej na zasadach dialogu i współpracy nauczających i nauczanych, partnerskiej dyskusji, nauce krytycznego myślenia. Partnerska edukacja kulturowa stwarza szanse przełamania barier konsumpcji dóbr kultury, rozbudzaniu ciekawości i kształtowaniu postaw sprzyjających czynnemu, twórczemu uczestnictwu w kulturze i życiu obywatelskim”. Takie funkcje spełnia muzeum-centrum edukacji. Muzea te, sięgając do nomenklatury Carmen Mörsch⁵¹, stosują transformacyjny model edukacji. Mörsch wymienia bowiem cztery dyskursy edukacji muzealnej. **Edukacja afirmatywna** traktuje przekaz edukatora jako specjalistyczną wiedzę. Słuchacze wykładu edukatora to przede wszystkim specjaliści, odznaczający się *scholarly perception*. **Stosowana jest głównie w muzeach tak**

51 Carmen Mörsch, *At a Crossroads of Four Discourses documenta 12 Gallery Education in between Affirmation, Reproduction, Deconstruction, and Transformation*, doi_10.4472_9783037342909.0001%20; Carmen Mörsch, *Eine kurze Geschichte von KünstlerInnen in Schulen*, <http://www.kultur-vermittlung.ch/zeit-fuer-vermittlung/download/materialpool/MFV0105.pdf> (dostęp: 09.10.2016);

zwanej pierwszej generacji, muzeach modernistycznych, które albo nie przykuwają uwagi do rozwoju, albo są muzeami zapomnianymi, nieistniejącymi. Istnieje bowiem piąty typ muzeów, obok muzeum-businessu, muzeum-parku rozrywki, muzeum-obiektu turystycznego i muzeum-centrum nauki, **muzeum nie-miejsce**. To muzeum, które **stanowi obcy element w architekturze i strukturze miejscowości. Jest nieodwiedzane, pomijane a wielokrotnie i negowane**. Mieszkańcy nie uznają go za istotne, potrzebne, nie widzą potrzeby chodzenia do muzeum lub obawiają się go, nie wiedzą, jak się w nim zachować, jak kupić bilet, z kim można go odwiedzić. Muzeum to często miejsce postrzegane jako narzucające określony schemat postrzegania rzeczywistości, *sacrum* niedostępne dla „zwykłego człowieka”.

Muzea-firmy, parki rozrywki i obiekty turystyczne często stosują dyskurs reprodukcyjny, który nie zakłada przygotowania odbiorcy, może nim być przypadkowy przechodzień a celem edukacji jest kształcenie przyszłych odbiorców i przede wszystkim kieruje swoją ofertą do grup szkolnych, rodzin oraz organizuje rozmaite *eventy*, jak Noc Muzeum, aby tych odbiorców przyciągnąć. Takie podejście okazuje się często pułapką. Katarzyna Barańska żegnając się w edukacją muzealną wspomina słowa dyrektorki Muzeum Archeologicznego w Krakowie, Marii Zachorowskiej, która wierzyła, że poprzez stworzenie przyjaznej przestrzeni dla młodych odbiorców, można „wychować sobie przyszłych zwiedzających”. I podkreśla, że jej doświadczenie, jak i doświadczenie muzealników zaprzecza tej idei – dzieci chodzące do muzeum jako studenci już tego nie robią⁵².

Nie chodzi o to, aby wychować sobie odbiorcę. Tego się nie da zrobić. Raczej o wywołanie nawyku u odbiorcy, że muzeum jest przestrzenią bezpieczną, gdzie można spędzać czas, spotykać ciekawe osoby, rozwijać zdolności manualne i wiedzę. Trzeba im pokazać, że muzeum to nie tylko miejsce, gdzie pokazywane są eksponaty, ale miejsce żywe. Zajęcia z małymi dziećmi, zachęcanie ich do dialogu, rozmowy mają spowodować, że dla nich **naturalne będzie obcowanie z muzeum**. Że będą postrzegać, że muzeum to miejsce, gdzie się chodzi. **To zatem nie tyle wychowanie sobie odbiorców, co zmiana stereotypu muzeum.**

52 Katarzyna Barańska, *Pożegnanie z edukacją*, „Muzealnictwo”, nr....

Nie można wychować sobie odbiorców choćby z tego względu, że pokolenia się zmieniają. Temat i język trzeba dopasowywać do uczestników. Teraz dziecko w muzeum to naturalne zjawisko, kiedyś tak nie było. W niektórych muzeach wciąż nie ma warsztatów dla maluchów, wpuszczają uczniów od szóstej klasy, bo uważają się, że nie ma sensu wcześniej z nimi pracować. Jedynie możemy tak zaczarować dzieci, aby wrócili do nas jako dorośli ze swoimi dziećmi. Dzieci, które przychodziły do nas na zajęcia jako jedenastolatki, teraz są rodzicami i przychodzą ze swoimi dziećmi. **Zatem nie wychowujemy sobie tych samych odbiorców, ale zamykamy obieg.** Jako seniorzy wrócą może z wnukami. Choć może się zdarzyć, że i sami, żeby zobaczyć, jak wyglądają zajęcia dla seniorów. **Teraz próbujemy wychować sobie singli około trzydziestki.** Nie mają planów ani obowiązków, a mają czas i pieniądze. Więc może zainteresują się naszą ofertą. **Nie jest to wychowywanie na zapas a na teraz.**

Wychowywanie przyszłych odbiorców. To nie ładne stwierdzenie, żeby wychować klientów – **muzeum ma misję, musi kształcić, zachęcać.** Lepiej powiedzieć, że zjawia, ma zainteresować, rozbudzić ciekawość.

Wracając do klasyfikacji Mörsh wymienia – analiza krytyczna, interpretacja w porozumieniu z odbiorcą charakteryzuje dyskurs dekonstrukcyjny. Odbiorcą tego typu edukacji są przede wszystkim grupy wykluczone, dyskryminowane. Ostatni dyskurs to dyskurs transformacyjny, w ramach którego edukacja traktowana jest jako czynnik zmian społecznych. **Muzeum-centrum edukacji nawiązuje właśnie do tych dwóch dyskursów, przy czym dekonstrukcji i transformacji podlegają nie tylko charakter muzeum, ale i metody pracy edukatorów. Edukacja opiera się na dialogu, wzajemnej wymianie wiedzy, świadomym kształtowaniu kompetencji miękkich, przygotowywaniu sylabusów zajęć oraz efektywnym kształceniu konkretnych umiejętności.** Edukator staje się przewodnikiem, mediatorem, partnerem w procesie samo-edukacji odbiorców. To oni podejmują się krytycznej analizy i interpretacji muzealiów oraz ich funkcji. Samodzielnie dochodzą do pewnych prawd, poznają detale historii, doświadczają dziedzictwa. Edukacja odbywa się czasem przez zabawę, ale zabawa nie stanowi celu samego w sobie a jedynie środek inicjujący proces edukacji. Co ważne, inicjujący a nie zastępujący.

Muzea-centra edukacji najłatwiej rozpoznać po ofercie – nie będzie tam stałych elementów: moja pierwsza wizyta w muzeum, zabawa w rycerzy i księżniczki, robienie sobie pamiątkowych zdjęć w strojach czy właśnie nieśmiertelne warsztaty plastyczne. W miejsce warsztatów plastycznych pojawi się świadomie zaplanowany cykl zajęć, które nawiązują do wystawy, pozwalają ją zrozumieć, opracować, interpretować (zobacz: raport dotyczący modeli nauczania). Nie stosowana w tych muzeach jest zatem pedagogika transmisyjna utożsamiana z dydaktyką tradycyjną, a raczej model odnoszący się do kompetencji poznawczej, intuicji i swobody twórczej oraz „samodzielności w procesie uczenia się pojmowanego jako działanie zbliżone do badania naukowego”⁵³. Tradycyjny model przemieniany jest w aktywność hermeneutyczną⁵⁴.

Muzea te to zaproszenie odbiorcy w każdym wieku, niezależnie od sprawności do wspólnego obcowania z muzealiami oraz dziedzictwem i przeszłością, czytania historii i rozumienia jej w odniesieniu do współczesności.

Podsumowanie

Powyższy opis różnych podejść do muzeów dowodzi, że muzea pełnią rozmaite funkcje, czasem traktowane są jako element promocji miasta, a czasem jako zbędny balast finansowy. Wciąż zatem **należy zmieniać stereotyp muzeum wśród muzealników, ale i społeczeństwa**. Lansować definicję uknutą przez Folgę-Januszewską w raporcie z 2008 roku, która zaznacza: „Muzeum współczesne bywa stale jeszcze instytucją trwałą, musi przynosić dochody, aby przetrwać, służy społeczeństwu i ich polityce określania tożsamości i wartości, jest dostępne publicznie także przez Internet, prowadzi badania nad świadectwami działalności człowieka i jego otoczeniem, gromadzi zbiory i symulakra, konserwuje i zabezpiecza zbiory lub nośniki, na których są one zapisane, udostępnia je i prezentuje, tworzy nowe rzeczywistości oraz wartości edukacyjne i fikcyjne, służy rozrywce”. **Należałoby podkreślać, iż misja edukacyjna, wchodzenia w dialog z publicznością, otwieranie się na odbiorców nie powinno stanowić strategii przetrwania i generowania dochodów a działalnością samą w sobie, służącą edukacji obywatelskiej. Tam bowiem, gdzie misja muzeum postrzegana jest jako upowszechnianie wiedzy a edukacja traktowana jest jako uzupełnienie działania szkolnego, można wskazywać na społeczno-polityczny charakter muzeum.** Edukacyjna działalność muzealna – a za taką niektórzy teoretycy uważają każdą aktywność muzeów – jest działalnością obywatelską i obywatelskotwórczą. Jak podkreśla George H. Hein edukacja, która stanowi najważniejszy komponent muzeum, jest społecznym konstruktem. Podczas wystąpienia *Why museum educators?*¹ edukację muzealną nazywa **edukacją dla demokracji**. Uważa, że jej głównym celem jest kształtowanie aktywnych obywateli demokratycznego społeczeństwa. Nie istnieje politycznie i społecznie neutralna

53 Grzegorz Karwasz, Jolanta Kruk, *Jak współcześnie stosować – dwugłos interdyscyplinarny*, [w:] *Współczesne odniesienia edukacyjne do pedagogiki Kazimierza Sośnickiego*, red. Bronisław Siemieniecki, Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek 2009, s. 110–112.

54 Jolanta Kruk, *Wędrówki po muzeach i milcząca pedagogika*, [w:] *Przestrzenie teraźniejszości i ich społeczno-edukacyjne sensy*, red. Maria Szczepka-Pustkowska, Małgorzata Lewartowska-Zychowicz, Adela Kozyrkowska, Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek 2010, s. 317.

1 *Why museum educators?* – Keynote paper George Heina podczas ICOM-CECA Annual Conference 2011 w Zagrzebiu, 18 września 2011.

edukacja. Zawsze jest interpretacją przeszłości i teraźniejszości, i w tym sensie realizuje program rozwoju społecznego. A jej celem jest progresywna (postępowa) misja zmieniania społeczeństwa. Edukacja ma bowiem za zadanie dokonywanie zmian społecznych. Jak zaznacza Borusiewicz „Muzeum jest emanacją określonego rozwoju społecznego i kulturalnego społeczeństwa, nastawionego na aktywne pozwanie otoczenia oraz czerpanie z niego korzyści materialnych i duchowych”².

2 Mirosław Borusiewicz, *op. cit.*, s. 144.

BIBLIOGRAFIA

- Adamczak Damian, Górnośląski Park Etnograficzny w Chorzowie na szlaku turystycznym, [w:] *Rola muzeów w turystyce i krajoznawstwie*, red. Toczewski Andrzej, Zielona Góra: Muzeum Ziemi Lubuskiej w Zielonej Górze 2006.
- Barańska Katarzyna, *Pożegnanie z Edukacją*, „Muzealnictwo”, nr 51, 2010.
- Bonowicz Wojciech, *Muzeum nas wszystkich*, „Znak” nr 3, 1997.
- Borusiewicz Mirosław, *Nauka czy rozrywka? Nowa muzeologia w europejskich definicjach muzeum*, Kraków: Universitas 2012.
- Buczkowska Karolina, *Turystyka kulturowa – przewodnik metodyczny*, Poznań: Akademia Wychowania Fizycznego 2008.
- Byszewski Janusz, *Muzeum jako „rzeźba społeczna”*, [w:] *Muzeum XXI wieku. Teoria i Praxis. Materiały z sesji naukowej, organizowanej przez Muzeum Początków Państwa Polskiego i Polski Komitet Narodowy ICOM. Gniezno, 25–27 listopada 2009. Księga pamiątkowa poświęcona Profesorowi Krzysztofowi Pomianowi*, Gniezno: Muzeum Początków Państwa Polskiego 2010.
- Caillet Elisabeth, *Polityka zorientowana na publiczność muzealną*, [w:] *Edukacja muzealna: Antologia tłumaczeń*, red. Szelaż Marcin, Skutnik Jolanta, Poznań: Muzeum Narodowe 2010.
- Cemka Franciszek, *Współczesne muzealnictwo a rozwój turystyki w Polsce*, [w:] *Rola muzeów w turystyce i krajoznawstwie*, red. Toczewski Andrzej, Zielona Góra: Muzeum Ziemi Lubuskiej w Zielonej Górze 2006.
- Edukacja przez kulturę/edukacja artystyczna/edukacja muzealna*, [w:] *Kongres kultury 2016. Podsumowanie. Diagnoza. Rekomendacje. Zbierzmy się*, Warszawa: Teatr Powszechny im. Zygmunta Hübnera 2016, s.144.
- Folga-Januszewska Dorota, *Muzea w Polsce 1989–2008. Stan, zachodzące zmiany i kierunki rozwoju muzeów w Europie oraz rekomendacje dla muzeów polskich*, Raport opracowany na zlecenie MKiDN, 2008.
- Jakubowski Krzysztof J., *Muzea i upowszechnianie nauki – między tradycją a nowoczesnością*, [w:] *Teoria i praktyka upowszechniania nauki. Wczoraj i dzisiaj*, red. Grucza Franciszek, Wiśniewski Wojciech, Warszawa: Polska Akademia Nauk. Rada Upowszechniania Nauki przy Prezydium PAN 2005.

- Jędrusiak Tadeusz, *Turystyka kulturowa*, Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne 2008.
- Karwasz Grzegorz, Kruk Jolanta, *Idee i realizacje dydaktyki interaktywnej – wystawy, muzea i centra nauki*, Toruń: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika 2012.
- Karwasz Grzegorz, Kruk Jolanta, *Jak współcześnie stosować – dwugłos interdyscyplinarny*, [w:] *Współczesne odniesienia edukacyjne do pedagogiki Kazimierza Sośnickiego*, red. Siemieniecki Bronisław, Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek 2009.
- Knoop Riemer, *World of museums. An ideal pact with a pluriform devil*, „Museum Management and Curatorship”, nr 2 (16) June 1997.
- Kowalczyk Wiktor, *Marketing w muzeum*, „Muzealnictwo”, nr 37, 1995.
- Kruk Jolanta, *Model dydaktyki interaktywnej w centrach i muzeach nauki i możliwość jego stosowania w szkolnej edukacji*, „Problemy współczesnej edukacji”, nr 3(15), rok VII 2011.
- Kruk Jolanta, *Wędrówki po muzeach i milcząca pedagogika*, [w:] *Przestrzenie teraźniejszości i ich społeczno-edukacyjne sensy*, red. Szczepka-Pustkowska Maria, Lewartowska-Zychowicz Małgorzata, Kożyczkowska Adela, Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek 2010.
- Lohman Jack, *Wyzwania dla współczesnych muzeów*, „Spotkania z zabytkami” nr 2008, 2008
- Łobocki Mieczysław, *Metody badań pedagogicznych*, Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Naukowe 1978.
- Materiały szkoleniowe ECHOCAST. Narzędzie wspierające rozwój kompetencji społecznych pracowników i budowanie standardów obsługi klienta w instytucjach kultury*, European Cultural Heritage Organisations Customers Awareness Staff Training, Warszawa: Muzeum Pałacu Króla Jana III w Wilanowie 2015.
- Milewska Krystyna, Kacprzak Dariusz, *Edukacja w muzeum wielooddziałowym i wielodyscyplinarnym*, [w:] *ABC edukacji w muzeum Muzea sztuki współczesnej, rezydencjonalne, wielooddziałowe i interdyscyplinarne*, „Szkolenia Narodowego Instytutu Muzealnictwa i Ochrony Zbiorów” nr 8, 2015.
- Mörsch Carmen, *At a Crossroads of Four Discourses documenta 12 Gallery Education in between Affirmation, Reproduction, Deconstruction, and Transformation*, doi_10.4472_9783037342909.0001%20; Carmen Mörsch, Eine kurze Geschichte von

- KünstlerInnen in Schulen, <http://www.kultur-vermittlung.ch/zeit-fuer-vermittlung/download/materialpool/MFV0105.pdf>.
- Pater Renata, *Miejsce muzeum w edukacji kulturalnej dzieci i młodzieży*, [w:] *Kultura artystyczna w przestrzeni wychowania*, red. Żurawski Bogusław, Kraków: Wydawnictwo UJ 2001.
- Rottermund Andrzej, *Muzeum jako przestrzeń edukacyjna, czyli edukacja dla wspólnej Europy*, [w:] *50/20 Szkice i eseje na dwudziestolecie Międzynarodowego centrum Kultury*, koncepcja i opieka merytoryczna: Purchla Jacek, Kraków: Międzynarodowe Centrum Kultury 2011
- Rottermund Andrzej, *Muzeum przyszłości*, [w:] *Spotkania z muzeami. Dwieście lat muzeów w Polsce*, Warszawa: Spotkanie z zabytkami.
- Rottermund Andrzej, *Nowy kształt instytucji muzealnej*, „Rocznik lubuski”, tom 31, cz. 1, 2005.
- Stasiak Andrzej, *Muzeum jako produkt turystyczny*, [w:] *Przemysł turystyczny*, red. Szwichtenberg Aleksander, Dziegieć Elżbieta, Koszalin: Politechnika Koszalińska, Katedra Turystyki, Uniwersytet Łódzki, Katedra Geografii Miast i Turyzmu oraz Zakład Geografii Turyzmu 2000.
- Stasiak Andrzej, *O potrzebie rewolucji w polskim muzealnictwie XXI wieku*, [w:] *Kultura i turystyka – razem czy oddzielne?*, red. Stasiak Andrzej, Łódź: Wydawnictwo Wyższej Szkoły Turystyki i Hotelarstwa w Łodzi 2007.
- Stefanik Magdalena, Kamel Marta, *Muzea i wystawy interaktywne w Polsce – współczesna atrakcja turystyczna*, „Turystyka Kulturowa” nr 8, 2013.
- Ziółkowska-Weiss Kamila, *Ewolucja tradycyjnych funkcji muzeum w narracyjne muzea multimedialne na przykładzie muzeum Fabryka Emalia Oskara Schindlera*, „Przedsiębiorczość-Edukacja”, nr 9, 2013.

MGR ANETA PAZIK

Strony internetowe muzeów
jako narzędzie promocyjne, źródło informacji
czy przestrzeń do nauki?

Część I

Rozwój nowoczesnych technologii komunikacyjno-informacyjnych postawił przed muzeami wiele wyzwań, jak również szans promocji, szerszego udostępniania zgromadzonych zbiorów, ukazywania ich w nowy sposób, tworzenia sieci powiązań pomiędzy muzeami i innymi instytucjami kultury. W Polsce większość muzeów posiada swoje strony internetowe. Dorota Folga-Januszevska wskazała w raporcie *Muzea w Polsce 1989–2008. Stan, zachodzące zmiany i kierunki rozwoju muzeów w Europie oraz rekomendacje dla muzeów polskich*, że pod koniec pierwszej dekady XXI wieku 734 z 1025 muzeów dysponowało stronami internetowymi¹. Tendencję tę potwierdzają wyniki badań regionalnych, które dotychczas zostały przeprowadzone między innymi w województwie wielkopolskim. W 2010 roku spośród badanych tam 24 muzeów, tylko osiem z nich nie posiadało niezależnej strony internetowej, a jedno – nawet podstrony².

Strony internetowe muzeów pełnią różne funkcje. Z jednej strony są ukierunkowane na dostarczanie podstawowych informacji o działalności muzeum, przedstawianie opisów zgromadzonych eksponatów czy też wystaw stałych i czasowych. Strona internetowa może być wirtualną wizytówką. Część muzeów, zwłaszcza pełniących rolę narodowych instytucji kultury, idzie o krok dalej, umieszczając aplikacje pozwalające na przeprowadzenie wirtualnego spaceru po muzeum. Co więcej, powstają również *stricte* muzea wirtualne, jak na przykład wirtualne Muzeum Narodowe w Krakowie³, a także wirtualne muzea oderwane całkowicie od kontekstu muzeum z „cegły i zaprawy”, bazujące na sieci współpracy pomiędzy instytucjami kulturami, tworzące wirtualne kolekcje wywodzące się z zasobów różnych muzeów.

-
- 1 Dorota Folga-Januszevska, *Muzea w Polsce 1989–2008. Stan, zachodzące zmiany i kierunki rozwoju muzeów w Europie oraz rekomendacje dla muzeów polskich*, Warszawa 2008, s. 23, [http://www.kongreskultury.pl/library/File/RaportMuzea/muzea_raport_w.pelna\(1\).pdf](http://www.kongreskultury.pl/library/File/RaportMuzea/muzea_raport_w.pelna(1).pdf) (dostęp: 28.12.2016 roku).
 - 2 Anna Weronika Brzezińska, Katarzyna Linda, Małgorzata Wosińska, *Wielkopolski Projekt Badawczy MAK: Muzealna Aktywizacja Kulturowa dla Dzieci, Raport z realizacji projektu wraz z wnioskami, rekomendacjami oraz prezentacją najciekawszych działań edukacyjno-wystawienniczych muzeów wielkopolskim o profilu regionalnym, etnograficznym oraz skansenów*, Poznań 2010. http://nck.pl/media/attachments/302404/Muzealna_Aktywizacja_Kulturowa_dla_dzieci.pdf (dostęp: 28.12.2016 roku).
 - 3 *Wirtualne Muzeum Narodowe w Krakowie*, <http://www.imnk.pl> (dostęp: 28.12.2016 roku).

Zgodnie z podziałem zaproponowanym przez Wenera Schweibenza można wyróżnić cztery typy muzeów w oparciu o funkcje ich stron internetowych: muzeum broszurowe, zawartości, uczące oraz wirtualne. Te pierwsze na swoich stronach umieszczają podstawowe informacje praktyczne odnośnie do kolekcji, danych teledresowych czy też godzin otwarcia. W muzeum zawartości znajdują się bazy dostarczające informacji na temat kolekcji. Strona internetowa muzeum jest skierowana przede wszystkim do ekspertów poszukujących wiadomości na temat eksponatów. Główną funkcją strony internetowej muzeum uczącego jest przedstawienie kolekcji w kontekście wymiaru dydaktycznego. Wiedza na tych stronach jest przekazywana w sposób różnorodny adekwatnie do wieku odbiorców. Celem tego muzeum jest zachęcenie do odwiedzenia instytucji, do spotkania z zaprezentowanymi eksponatami. Ostatnim rodzajem muzeum wyróżnionym przez Schweibenza jest muzeum wirtualne, które nie stanowi już tylko strony internetowej, ale rozbudowaną, wielofunkcyjną platformę internetową, na której są przedstawione nie tylko zbiory pojedynczego muzeum, ale również eksponaty znajdujące się w kolekcjach innych instytucji⁴.

Strony internetowe stanowią narzędzie chętnie wykorzystywane przez polskie muzea, co koresponduje ze źródłami, z jakich Polacy zdobywają wiedzę na temat ofert kulturalnych. Jak pokazują badania przeprowadzone na zlecenie Narodowego Instytutu Muzealnictwa i Ochrony Zabytków (dalej: NIMOZ), 27% badanych Polaków wiedzę na temat wydarzeń oraz wystaw w galeriach i muzeach czerpie ze stron internetowych muzeów⁵. Co więcej, dwie trzecie badanych za-

4 Werner Schweibenz, *Virtual Museums. The Development of Virtual Museums*, „ICOM News”, no. 3, 2004 (http://icom.museum/fileadmin/user_upload/pdf/ICOM_News/2004-3/ENG/p3_2004-3.pdf); Werner Schweibenz, *The „Virtual Museum” 1: New Perspectives For Museums to Present Objects and Information Using Internet as a Knowledge Base and Communication System*, [w:] Harald H. Zimmermann, Volker Schramm (red.), „Knowledge Management und Kommunikationssysteme, Workflow Management, Multimedia, Knowledge Transfer. Proceedings des 6. Internationalen Symposiums für Informationswissenschaft (ISI 1998)”, UVK Verlagsgesellschaft mbH, Konstanz, s. 185–200, za: Aneta Pawłowska, Łukasz Matoga, *Wirtualne Muzea w Internecie – forma promocji i udostępniania dziedzictwa kulturowego czy nowy walor turystyczny?*, „Turystyka Kulturowa”, Nr 9/2014 (wrzesień 2014), s. 48.

5 Joanna Ciemnińska, Sławomir Pliszka, *Analiza odbiorców projektu E-muzea. Użytkownicy Interne-*

deklarowało zainteresowanie utworzeniem portalu e-muzeum, który zawierałby oferty polskich muzeów, a także udostępniałby ich cyfrowe zbiory⁶.

Dotychczas zrealizowano w Polsce kilka projektów mających na celu zwiększenie wirtualnej dostępności obiektów muzealnych w Internecie. Już w połowie latach dziewięćdziesiątych Folga-Januszewska oraz Agnieszka Jaskanis opracowały Sieciowy System Wymiany Informacji Muzealnej (dalej: SSWIM), stanowiący, z jednej strony, bazę zbiorów przechowywanych w muzeach, a z drugiej – kanał przekazujący informacje na temat kolekcji zgromadzonych w polskich muzeach⁷. W 2006 roku Minister Kultury i Dziedzictwa Narodowego powołał Zespół ds. Digitalizacji odpowiedzialny za przygotowanie wytycznych w zakresie digitalizacji w bibliotekach, muzeach i archiwach, który w 2008 roku zarekomendował SSWIM jako standard dla muzeów⁸. W 2011 roku NIMOZ, jako instytucja pełniąca rolę centrum kompetencji ds. digitalizacji muzealiów w ramach Wieloletniego Projektu Rządowego Kultura+, opublikował zalecenia dotyczące planowania i realizacji projektów digitalizacyjnych w muzealnictwie, gdzie przedstawiono najlepsze rozwiązania i praktyki związane z cyfryzacją zbiorów muzealnych⁹. Działania te zostały zorientowane między innymi na realizację platformy e-muzeum¹⁰.

Również na poziomie regionalnym są podejmowane działania na rzecz digitalizacji zbiorów, co niejednokrotnie wiąże się z wdrożeniem nowych form edukacji za pośrednictwem udostępnionych cyfrowo eksponatów. Przykładem takiego projektu są „Wirtualne Muzea Małopolski” (dalej: WMM). WMM to platforma

tu, s. 59. http://digitalizacja.nimoz.pl/uploads/zalaczniki/analizy_e_muzea/07_Analiza_odbiorcow_PBI.pdf (dostęp: 28.12.2016 roku).

6 *Ibidem*, s. 64.

7 Więcej na temat projektu, między innymi: *Państwowe Muzeum Archeologiczne w Warszawie*, <http://www.pma.pl/dzialy/komp.html> (dostęp: 28.12.2016 roku).

8 Dorota Folga-Januszewska, *op. cit.*, s. 24.

9 Eryk Bunsch, Piotr Jamski, Tomasz Kalota, Lidia Karecka, Marcin Kłos, Jacek Marciniak, Cezary Mazurek, Robert Sitnik, Marcin Szala, Marcin Werla, Tomasz Zaucha, Anna Kuśmidrowicz-Król, *Zalecenie dotyczące planowania i realizacji projektów digitalizacyjnych w muzealnictwie*, Warszawa 2011, http://digitalizacja.nimoz.pl/uploads/zalaczniki/Zalecenia_planowanie_i_realizacja_projektow_digitalizacyjnych_NIMOZ_2011.pdf (dostęp: 28.12.2016 roku).

10 Więcej na stronie Narodowego Instytutu Muzealnictwa i Ochrony Zbiorów: <http://digitalizacja.nimoz.pl/programy/polska-cyfrowa> (dostęp: 28.12.2016 roku).

internetowa, na której są umieszczane obiekty z małopolskich muzeów – zarówno tych dużych, państwowych instytucji kultury, jak i tych mniej znanych¹¹. Dzięki platformie odbiorca ma możliwość zapoznania się z bliską z przedmiotami, które dotychczas można było obserwować zza szklanej gabloty, przyjrzeć się im z każdej strony co umożliwiają trójwymiarowe wizualizacje. Platforma ta służy nie tylko zapoznaniu się z danym obiektem. Zawarte na niej materiały inspirowały użytkowników do podjęcia własnych rozważań, próby samodzielnej, nowej interpretacji dzieł znanych artystów poprzez umieszczanie ich w różnych kontekstach społecznych, kojarząc je z problemami społecznej codzienności.

Celem niniejszego raportu jest ukazanie tendencji rozwoju funkcji stron internetowych muzeów działających na terenie województwa małopolskiego i śląskiego, sprawdzenie, w jakim stopniu mamy do czynienia ze stronami pełniącymi funkcję elektronicznych wizytówek, a w jakim stopniu strona internetowa staje się niezależną przestrzenią uczenia (się). Drugim istotnym problemem, na jaki zostanie zwrócona uwaga w niniejszym raporcie, jest podejście do edukacji prezentowane na stronach internetowych. W jakim stopniu dochodzi do ukazania związków między edukacją szkolną a tą odbywającą się w muzeum? Czy edukacja jest rozumiana w kategoriach nurtu tradycyjnego, który zgodnie z typologią edukacji muzealnej skonstruowanej przez George’a Heina polega na dydaktyce? Czy można mówić o wdrożeniu modelu konstruktywistycznego, gdzie zwraca się uwagę na postawy, osobowość, a w szerszym kontekście – na doprowadzenie do zmiany społecznej?

Należy zaznaczyć, że w kontekście tego drugiego problemu strony internetowe mogą dostarczyć tylko część informacji na temat podejścia małopolskich i śląskich muzeów do modeli edukacji muzealnej. Stąd też zostaną one zestawione z wynikami ankiet przeprowadzonych wśród edukatorów muzealnych, a rezultaty analizy zostaną przedstawione w kolejnej części raportu.

Źródła danych

Dane zastosowane w niniejszym raporcie pochodzą ze stron internetowych muzeów uczestniczących w projekcie „Regionalna czy transregionalna edukacja kulturalna na przykładzie muzeów”. Sprawdzono strony internetowe 64 muzeów funkcjonujących na terenie województwa śląskiego i małopolskiego. W analizie wzięto pod uwagę cztery rodzaje ogólnodostępnych komponentów: obecność treści odwołujących się do edukacji muzealnej, ekspozycję tych treści, zakres i przejrzystość oferty oraz koncepcję edukacji muzealnej, na jakiej opiera się oferta.

Ze względu na postawione cele badawcze, które koncentrują się na związkach między edukacją szkolną i muzealną, analizie poddano te treści, które odwoływały się bezpośrednio do nauczycieli jako potencjalnych organizatorów wyjścia do muzeum (ale nie jako organizatorów zajęć). Stąd też w analizie ofert pominięto elementy odwołujące się do innych poza szkolnymi, kategoriami odbiorców, jak na przykład do rodzin. Po drugie, skoncentrowano się na ofertach zbiorowych, to jest skierowanych do zorganizowanych grup dzieci i młodzieży.

11 *Wirtualne Muzea Małopolski*, <http://muzea.malopolska.pl> (dostęp: 28.12.2016 roku).

Opis danych i metoda

Do podstawowych celów badawczych należało sprawdzenie czy treści związane z edukacją muzealną są prezentowane na stronach internetowych, a jeśli tak, to w jakim zakresie. Czy treści są dostrzegalne dla odbiorców stron internetowych? Czy edukacja muzealna jest ukazywana w kategoriach oferty edukacyjnej skierowanej do uczniów? W jaki sposób rozumiana jest edukacja muzealna? Czy mieści się ona w ramach paradygmatu tradycyjnego czy też postmodernistycznego, gdzie w centrum zainteresowania znajduje się odwiedzający?

W badaniu zastosowano metodę ilościowo-jakościową. Badanie składało się z dwóch etapów. W pierwszym z nich przeprowadzono pilotażową analizę stron internetowych badanych muzeów. Wyodrębniono klucze kategoryzacyjne, a także przyporządkowano im zestaw wskaźników. W oparciu o cele badawcze, a także analizę pilotażową skonstruowano relewantne pytania szczegółowe. Następnie przypisano wskaźnikom kategorie liczbowe. W rezultacie zostało utworzonych siedem matryc analitycznych (Informacje ogólne, Organizacja zajęć, Ekspozycja ofert edukacyjnych, Poziom szczegółowości oferty, Metody edukacyjne, Odbiorcy, Modele edukacji). Dane umieszczone w matrycach analitycznych zostały wykorzystane w analizach krzyżowych dla poszczególnych województw oraz dla całego makroregionu Polska Południowa (województwo małopolskie i śląskie razem).

Prezentowany raport zawiera pierwszą część wyników badań przeprowadzonych na stronach internetowych. W drugiej części raportu zostaną umieszczone wyniki szczegółowej analizy ofert skierowanych do różnych grup dzieci i młodzieży szkolnej we wspomnianych powyżej muzeach. W drugiej części zostanie uwzględniona przede wszystkim analiza celów zajęć muzealnych, a także ich tematyka. Zostanie sprawdzone, na ile oferty te koncentrują się na pogłębianiu wiedzy, a na ile na rozwijaniu kompetencji społecznych. Analiza zostanie zestawiona z wynikami badania ankietowego.

Niniejszy raport został podzielony na trzy sekcje. W pierwszej omówiono sposób prezentowania i ekspozycji na stronach internetowych treści związanych z edukacją muzealną, w drugiej – skupiono się na treściach związanych z koncepcją edukacji muzealnej, na jakiej opierały się oferty. W trzeciej sekcji zawarto wyniki analizy wprowadzającej odnoszącej się do zawartości ofert edukacji muzealnej.

A. Ekspozycja treści związanych z edukacją muzealną

Strona internetowa jako popularna forma prezentacji oferty edukacyjnej

Jak pokazują badania przeprowadzone na nauczycielach, strona internetowa stanowi dla nich często jedno z pierwszych źródeł informacji o ofercie edukacyjnej w danym muzeum. Jest też jednym z czynników decydujących o postrzeganiu atrakcyjności danej oferty. Również sami edukatorzy muzealni przedstawiają stronę internetową jako jeden z głównych kanałów komunikacyjnych i ważną metodę promocji realizowanej działalności edukacyjnej.

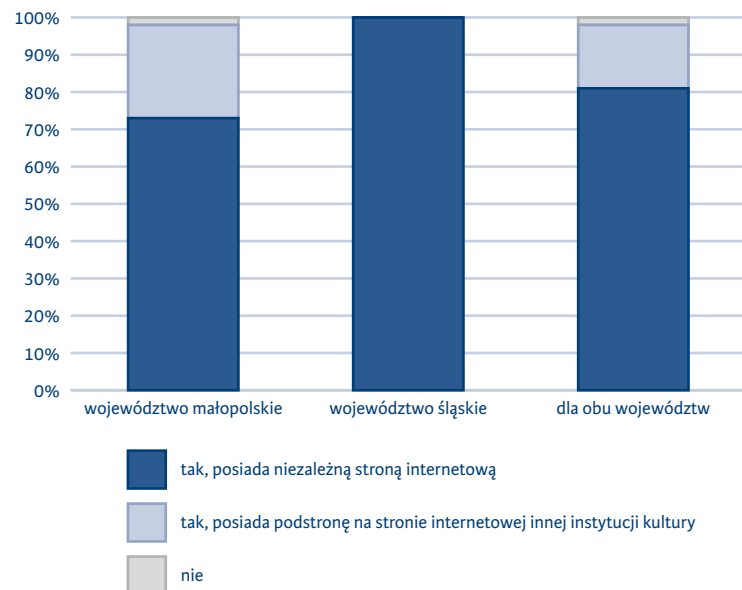
Jak się okazuje, niemal wszystkie badane muzea posiadają stronę internetową. Wśród muzeów uczestniczących w projekcie tylko jedno nie dysponuje stroną internetową. Zdecydowana większość (81%) posiada niezależną stronę internetową, a 11% – podstronę na stronie internetowej innej instytucji kultury, z którą dane muzeum jest związane, jak na przykład lokalnego domu lub centrum kultury. Zależność ta dotyczyła również muzeów uniwersyteckich czy też działających przy PTTK lub ośrodkach naukowo-badawczych.

Jednocześnie badania ukazują, że w ogólnej działalności muzeum edukacja zajmuje ważne miejsce. Na zdecydowanej większości stron internetowych (92%) jest umieszczona informacja, że muzeum prowadzi działalność edukacyjną. W zasadzie tylko na pięciu stronach taka wzmianka się nie pojawia.

Co więcej, wszystkie muzea deklarujące prowadzenie działalności edukacyjnej prezentują również swoją ofertę edukacyjną polegającą przede wszystkim na organizowaniu różnego rodzaju zajęć dla dzieci i młodzieży. Spośród nich zdecydo-

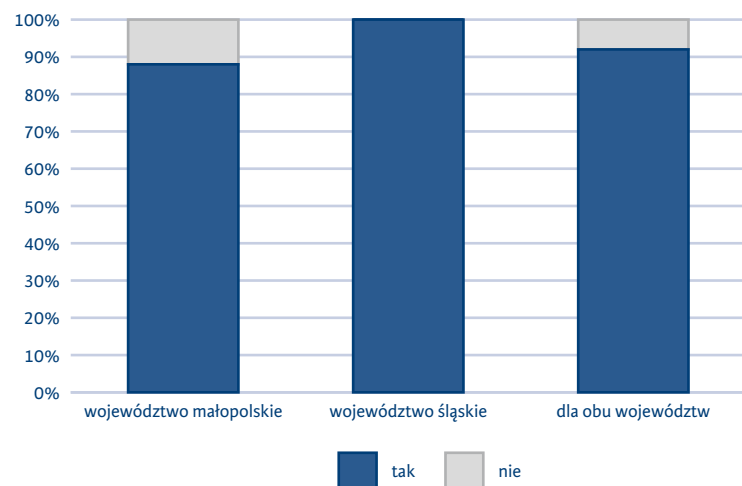
WYKRES 1. Liczba badanych muzeów posiadających stronę internetową
(N=64; obejmuje całkowitą liczbę muzeów uczestniczących w projekcie)

Źródło: Opracowanie własne



WYKRES 2. Czy na stronie internetowej została umieszczona informacja, że muzeum prowadzi działalność edukacyjną?
(N=64; obejmuje całkowitą liczbę muzeów uczestniczących w projekcie)

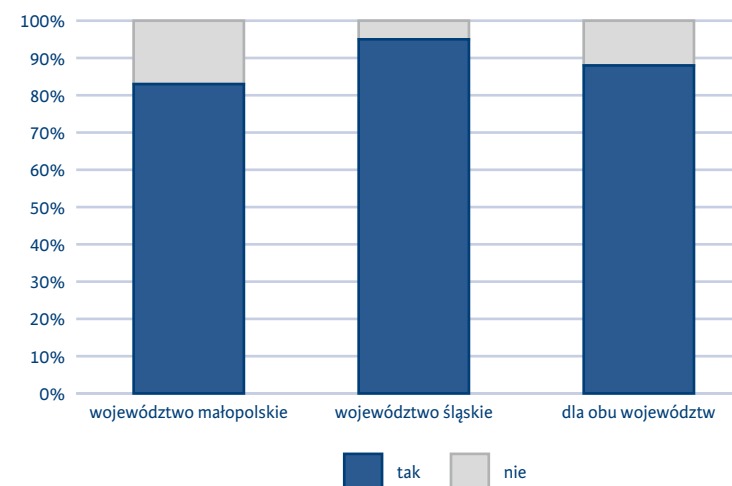
Źródło: Opracowanie własne



wana większość umieściła na swoich stronach informacje na temat prowadzonych zajęć (88% w skali obu województw). Przy czym należy mieć na uwadze, że poziom uszczegółowienia przedstawianej oferty jest bardzo zróżnicowany, co omówiono w dalszych częściach raportu.

WYKRES 3. Czy na stronach deklarujących prowadzenie działalności edukacyjnej została umieszczona oferta edukacyjna?
(N=58, nie ujęto muzeów, które nie mają strony internetowej i w przypadku których nie wiadomo czy prowadzą działalność edukacyjną)

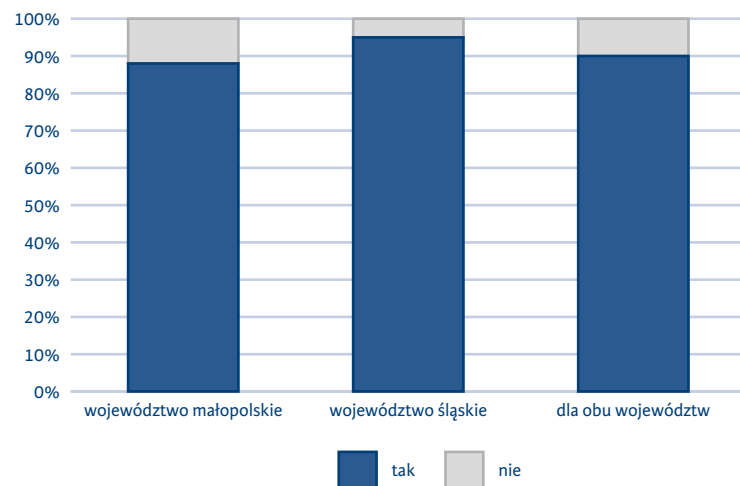
Źródło: Opracowanie własne



Obecność treści związanych z edukacją muzealną

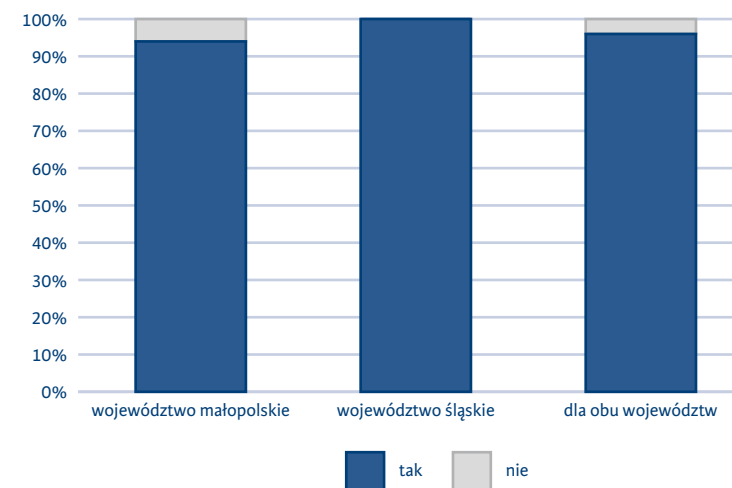
Przeprowadzona analiza wykazała, że na stronach internetowych edukacja stanowi jeden z najbardziej eksponowanych elementów działalności muzeów. Zazwyczaj treści związane z edukacją są przedstawiane w formie oferty skierowanej do szkół, jak również do rodzin lub poszczególnych grup wiekowych, jak na przykład do dorosłych, w tym do seniorów. Niekiedy są organizowane zajęcia cykliczne, które nie są adresowane bezpośrednio do zorganizowanych uprzednio grup (jak na przykład do klas). Tego rodzaju oferty, bazujące na przykład na treściach związanych z wystawami czasowymi, pojawiają się na stronach relatywnie rzadko. Najczęściej są one realizowane przez duże muzea. Oferta ma zazwyczaj charakter stały, formę usystematyzowanych zajęć opierających się na podstawowych zasobach danego muzeum, skierowanych do szkół.

WYKRES 4. Czy informacja o prowadzonej edukacji muzealnej pojawia się na stronie głównej?
(N=51, nie ujęto muzeów, które nie mają strony internetowej, w przypadku których nie wiadomo czy prowadzą działalność edukacyjną oraz które nie posiadają oferty edukacyjnej)
Źródło: Opracowanie własne



O tym, że muzea traktują działalność edukacyjną jako ważną, świadczy również sposób ich wyeksponowania na stronach internetowych. Zdecydowana większość muzeów (90%) przedstawia treści związane z działalnością edukacyjną na stronie głównej, a 96% muzeów umieszcza edukację w osobnej zakładce w menu dostępnym na stronie głównej. Edukacja znajduje się wówczas na podstronie dostępnej poprzez jedno lub dwa kliknięcia, na przykład gdy treści dotyczące edukacji zostały podporządkowane kategorii nadrzędnej „Działalność”, „Muzeum” lub też „Informacje dla zwiedzających”. To sprawia, że w zdecydowanej większości badanych muzeów treści edukacyjne są łatwo dostępne, niemal intuicyjnie. Więcej trudności może w przypadku niektórych stron sprawiać poszukiwanie konkretnego zakresu treści, co wynika między innymi ze zróżnicowanego sposobu konstruowania ofert, obszerności umieszczonych treści czy rozproszonego charakteru oferty. Niektóre muzea posiadające rozbudowaną ofertę edukacyjną umieszczają na swoich stronach broszury w formie pliku pdf.

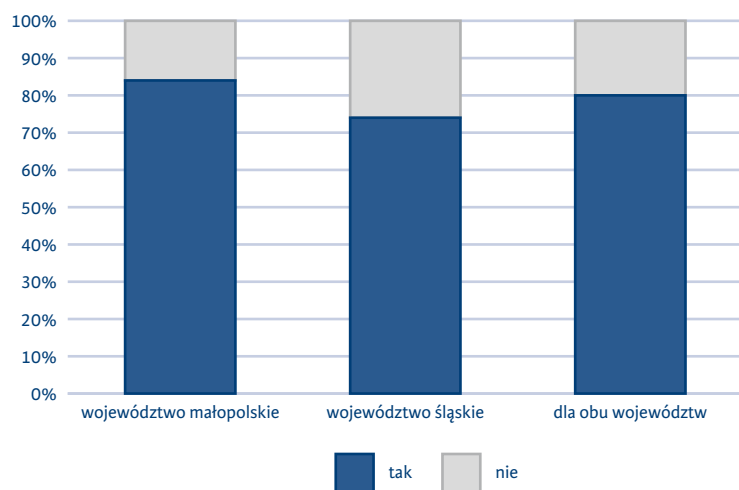
WYKRES 5. Czy oferta edukacji muzealnej znajduje się w osobnej zakładce?
(N=51, nie ujęto muzeów, które nie mają strony internetowej, w przypadku których nie wiadomo czy prowadzą działalność edukacyjną oraz które nie posiadają oferty edukacyjnej)



Narzędzia online ułatwiające zarezerwowanie zajęć

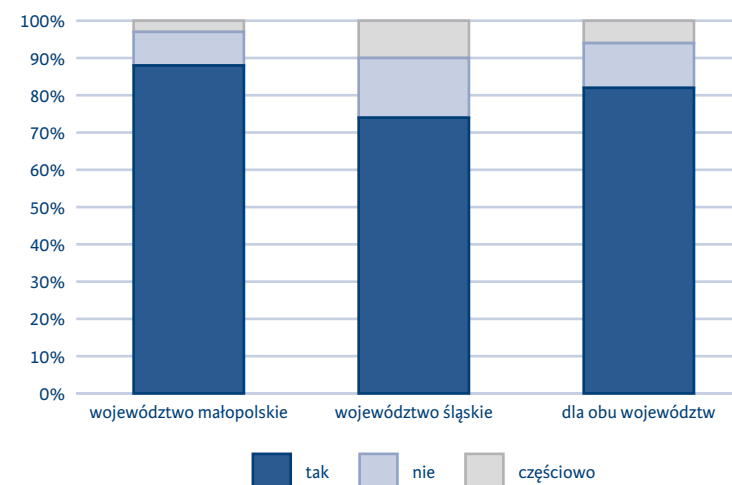
Na większości stron internetowych muzeów przedstawiających ofertę edukacyjną zamieszczono podstawowe informacje umożliwiające rezerwację zajęć. Należą do nich dane teleadresowe, jak również informacje na temat kosztów prowadzonych zajęć. Na większości stron podano wyraźnie w ofercie informacje na temat danych teleadresowych, pod którymi można dokonać rezerwacji zajęć. W przypadku niektórych muzeów nie zaznaczono jednak danych kontaktowych, pod którymi można zarezerwować zajęcia lub też uzyskać szczegółowe informacje na temat oferty edukacyjnej. W tym przypadku można skorzystać z danych umieszczonych w zakładce „Kontakt”, przy czym zdarza się, że mają one charakter ogólny, jak na przykład podany adres e-mail kieruje do zbiorczej skrzynki muzealnej. Około 20% muzeów nie wyodrębnia danych kontaktowych w ramach oferty muzealnej.

WYKRES 6. Czy w ofercie została umieszczona informacja na temat danych teleadresowych, pod którymi można dokonać rezerwacji zajęć
(N=51; nie ujęto muzeów, które nie mają strony internetowej, w przypadku których nie wiadomo czy prowadzą działalność edukacyjną oraz które nie posiadają oferty edukacyjnej)
Źródło: Opracowanie własne



Kolejną informacją praktyczną podawaną przez większość muzeów to, obok danych teleadresowych, koszt przeprowadzenia zajęć. W skali obu województw informację tę zawarło w swoich ofertach 82% muzeów. Przy czym wskaźnik ten jest wyższy w przypadku województwa małopolskiego, gdzie wynosi 88%, a w województwie śląskim – 74%.

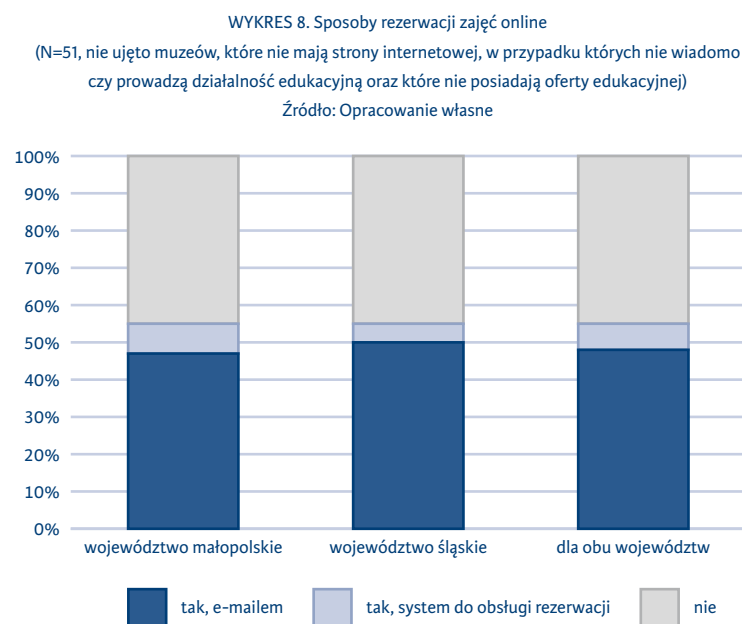
WYKRES 7. Czy w ofercie umieszczono informację o koszcie przeprowadzenia zajęć?
(N=51; nie ujęto muzeów, które nie mają strony internetowej, w przypadku których nie wiadomo czy prowadzą działalność edukacyjną i które nie mają oferty edukacyjnej na swojej stronie)
Źródło: Opracowanie własne



Badania wykazały, że muzea starają się dostosować formę rezerwacji zajęć do potrzeb grup, które nie pochodzą z miejscowości, w którym znajduje się siedziba muzeum. Dotyczy to zarówno muzeów stanowiących pomniki dziedzictwa narodowego, jak również małych muzeów lokalnych. W części przypadków rezerwacji można dokonać drogą elektroniczną poprzez wysłanie wiadomości lub telefonicznie. W obu województwach zajęcia można zarezerwować drogą mailową w niemal połowie badanych muzeów (48%). 7% muzeów posiada na swoich stronach internetowych narzędzia elektroniczne pozwalające na zarejestrowanie zajęć online. Do najprostszych narzędzi należą formularze rejestracyjne przygotowane w dokumentach tekstowych, które po wypełnieniu należy odesłać na wskazany adres email. Pojedyncze muzea posiadają zaawansowane metody rezerwacji zajęć, jak na

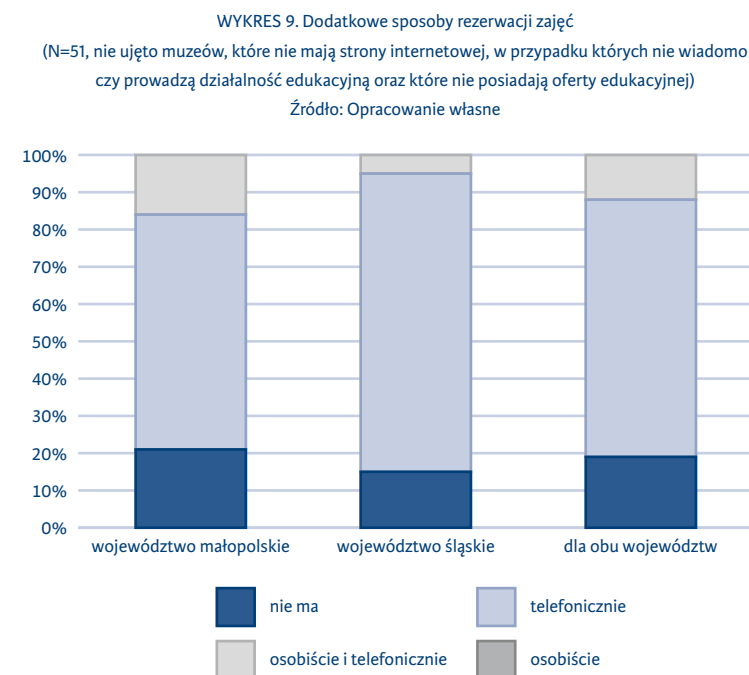
przykład elektroniczne kalendarze dostępnych terminów zajęć lub opracowane formularze rejestracyjne. Niektóre muzea dysponują wyspecjalizowanymi narzędziami elektronicznymi w formie wbudowanych systemów rezerwacji umożliwiających wybranie terminu zajęć czy też tematu lekcji z listy rozwijanej. Ten ostatni sposób jest o tyle dogodny, że zapewnia minimalne nakłady czasu wymagane dla rezerwacji zajęć. Nie jest jednak rozpowszechniony. Wśród badanych muzeów zaledwie trzy z województwa małopolskiego i jedno z województwa śląskiego stosują tę metodę rezerwacji. Problem z wdrożeniem tych rozwiązań wynika z tego, że opracowanie, wdrożenie i utrzymanie takiego narzędzia jest relatywnie kosztochłonne.

Jak się okazuje, narzędzia elektroniczne nie są powszechnie stosowane. 45% muzeów nie informuje bezpośrednio na swoich stronach internetowych o możliwości rezerwacji zajęć nawet drogą mailową.



Przeprowadzone badania pokazują, że najczęściej stosowaną metodą rezerwacji zajęć jest kontakt telefoniczny. 69% muzeum przewiduje rezerwację drogą telefoniczną, a 12% – zarówno drogą telefoniczną, jak i osobistą. Rzadko zdarza się, że muzeum rekomenduje tę ostatnią formę, co może wynikać z tego, że jest

najmniej dogodna i skierowana do względnie wąskiego grona odbiorców wywodzących się z danej miejscowości, gdzie znajduje się muzeum.



B. Koncepcja edukacji muzealnej

Na stronach internetowych rzadko pojawiały się bezpośrednie nawiązania do koncepcji edukacji muzealnej. W przypadku analizowanych muzeów zaledwie 39% z nich umieściło w swoich ofertach edukacyjnych wzmiankę dotyczącą koncepcji edukacji muzealnej realizowanej przez dane muzeum. Przy czym koncepcję należy tutaj rozumieć w sposób bardzo szeroki jako nawiązanie do celów realizowanych działań edukacyjnych, a także miejsca muzeum w procesie edukacji *sensu largo* i socjalizacji dzieci oraz młodzieży. W rozumieniu przyjętym w raporcie koncepcja wiąże się z płaszczyzną deklaratywną, co oznacza, że analizie nie podlegał sposób wdrażania deklarowanego podejścia.

Na podstawie analizy treści, można zauważyć, że nie istnieje jedna wspólna koncepcja edukacji muzealnej w skali obu województw. Po drugie, często nawet w przypadku danego muzeum trudno mówić o stosowaniu jednego modelu edukacji muzealnej, ale można raczej zauważyć występowanie podejść hybrydowych. Po trzecie, treści odwołujące się do koncepcji edukacji były umieszczane zazwyczaj w sposób bardzo zwięzły, koncentrując się na celach i stosowanych metodach, czyli na informacjach kluczowych z punktu widzenia nauczyciela.

Posługując się typologią muzeów skonstruowaną przez Carmen Mörsch¹ można zauważyć, że przeważają muzea afirmatywne, w których celem edukacji jest przede wszystkim „przekazywanie wiedzy” na dominujący w muzeum temat, ale również „pokazywanie historii”. Proces uczenia wiąże się z próbą jednostronnego wyjaśniania złożonych procesów w przystępny sposób:

1 Carmen Mörsch, *At a Crossroads of Four Discourses, Documenta 12 Gallery Education In between Affirmation, Reproduction, Deconstruction, and Transformation*, [w:] *Eadem* (red.), „documenta 12 education II Between Critical Practice and Visitor Services Results of a Research Project”, e-text. diaphanes.net/doi/10.4472/9783037342909.0001 (dostęp: 28.12.2016 roku).

[MS07]: Muzeum [...] poprzez lekcje muzealne, warsztaty, wycieczki przybliża dzieje naszego miasta.

[MM25]: Podczas tych spotkań dzieci oraz młodzież pogłębiają wiedzę na tematy związane z historią swojego regionu, uczą się pracy w grupie, wykonują ćwiczenia praktyczne.

W ramach tych modeli podkreśla się w sposób ogólny istnienie związków pomiędzy daną ofertą muzealną a programem realizowanym w ramach edukacji formalnej. Wskazuje się, że oferowane zajęcia korespondują z programem edukacji szkolnej na różnych szczeblach nauki:

[MM25]: Poruszana problematyka jest zharmonizowana z programem nauczania w szkołach a zajęcia dostosowane do poszczególnych grup wiekowych uczestników.

Niektóre muzea, wychodząc poza konwergencyjne podejście dotyczące zależności między edukacją szkolną a muzealną, wskazują na komplementarny charakter edukacji pozaformalnej odbywającej się w muzeum. Uznają one, że wiadomości przekazywane w trakcie zajęć muzealnych mają uzupełniać wiedzę dostarczaną w szkolnych murach:

[MS12]: Zajęcia edukacyjne, przygotowane przez pracowników merytorycznych Muzeum, odpowiadają założeniom szkolnych programów nauczania, a także uzupełniają i poszerzają zawarty w nich zasób wiadomości.

[MM34]: W związku ze zmianami, które zachodzą w polskim szkolnictwie ważnym aspektem działalności naszej placówki jest wspieranie uczniów w zdobywaniu wiedzy i umiejętności, które stanowią podstawę w rozumieniu dzisiejszego świata. Oferta edukacyjna Muzeum (...) jest więc dostosowana do podstawy programowej dla przedszkoli, szkół podstawowych, gimnazjów i szkół pogimnazjalnych.

Uzupełnianie wiedzy szkolnej następuje między innymi poprzez włączenie do edukacji formalnej (na przykład do lekcji historii) elementów związanych z lokalną czy też regionalną historią i przedstawianie ich w kategoriach dziejów państwa omawianych na lekcjach w szkole:

[MS07]: Nasze propozycje przygotowaliśmy w oparciu o bogate zbiory naszego Muzeum oraz podstawy programowe dla przedszkoli, szkół podstawowych, gimnazjów i szkół ponadgimnazjalnych, dlatego będą doskonałym uzupełnieniem szkolnej edukacji. Gwarantują dużą dawkę wiedzy z zakresu lokalnej historii, kultury i sztuki, ukazanej na szerokim tle porównawczym historii Polski i historii powszechnej, by uczynić toczące się tu procesy bardziej zrozumiałymi.

[MM44]: (...) serdecznie zaprasza nauczycieli i dzieci z klas IV–VI szkół podstawowych oraz młodzież gimnazjalną i licealną (...) do udziału w lekcjach muzealnych, celem pogłębienia wiedzy uczniów i uzupełnienia programu szkolnego o nowe, regionalne treści.

Cele edukacji pozaformalnej podporządkowuje się wymogom stawianym przez program szkolny. W tym rozumieniu głównym celem zajęć w muzeum jest polepszenie przez uczniów wyników w nauce. Pomija się szerszy kontekst społeczny czy też osobowość jednostki:

[MS05]: Nasi edukatorzy potrafią wyjaśnić młodym ludziom w przystępny sposób poważne zagadnienia naukowe związane z przyrodą, sztuką, archeologią, etnografią, historią (...). A wszystko to po to, aby uzyskać jak najlepsze wyniki nauczania.

Zajęcia muzealne mają również na celu wsparcie uczniów w utrwalaniu wiedzy zdobytej na lekcjach szkolnych:

[MM43]: Zajęcia muzealne mogą być uzupełnieniem programu nauczania historii, regionalizmu, języka polskiego i sądzimy, że pomogą utrwalić wiedzę przekazywaną przez nauczycieli na lekcjach.

[MS19]: Realizacja wybranych zagadnień programowych w oparciu o muzealia i ekspozycje muzealne ma ogromne znaczenie dydaktyczne i wychowawczo – estetyczne. Bezpośredni kontakt ucznia z relikami przeszłości pozostawia silne, niezapomniane wrażenie i przyczynia się do lepszego zapamiętania nabytych w szkole wiadomości.

Pojawia się jednak pytanie, na ile są to faktyczne cele realizowanych zajęć, a na ile jest to próba dostosowania języka przekazu do odbiorcy oferty umieszczonej na stronie, którym jest przede wszystkim nauczyciel dokonujący wyboru danych zajęć. W tym przypadku muzea starają się bowiem mówić językiem nauczyciela szkolnego, wskazując na korzyści, jakie można osiągnąć dzięki uczestnictwu w zajęciach.

Oprócz wsparcia i uzupełniania edukacji szkolnej, muzea wskazują, że realizacja programu edukacyjnego wiąże się również z długoterminowymi celami ich własnych działań. Jak się okazuje, w ramach oferty edukacyjnej muzea starają się kształtować przyszłych odbiorców muzeów, co wpisuje się w model reprodukcyjny muzeum skonstruowany przez Carmen Mörsch. Można bowiem zauważyć, że muzea konstruując swoją ofertę starają się oswajać uczniów z muzeum oraz z pracą muzealnika:

[MS07]: Dodatkowo muzealnicy, oprowadzając po pracowniach, magazynach i ekspozycjach, pokażą jak od kuchni wygląda praca w Muzeum.

Jednocześnie w ramach modelu reprodukcyjnego, muzealnicy starają się zerwać z negatywnym stereotypem muzeum kojarzącym się z miejscem nudnym, w którym obowiązują zakazy, są pełne niedostępnych obszarów:

[MM32]: Mamy nadzieję, że zajęcia zorganizowane poza szkołą przemówią do wyobraźni, sprawią, że „martwe” treści nabiorą „życia” i rozbudzą zainteresowanie naszych odbiorców.

Muzea dokonują redefinicji swojego społecznego *milieu*. Stają się bowiem nie tylko rezerwuarem zgromadzonych eksponatów, ale mają na celu odgrywanie nowej roli w lokalnych społecznościach między innymi poprzez prowadzenie

działalności edukacyjnej. Stąd też poza przywołanymi powyżej funkcjami, gdzie edukatorzy stoją na pozycji uczącego, osoby przekazującej wiedzę w sposób jednostronny, ekspercki, muzeum staje się przestrzenią aktywnego (współ)działania uczestników zajęć:

[MM09]: Nowoczesne muzea koncentrują się na wypełnieniu funkcji publicznej, dzięki której mogą znaleźć swoje miejsce w centrum życia społecznego, stając się aktywnym ośrodkiem szeroko rozumianej kultury. Najważniejszym elementem polityki zmierzającej do unowocześnienia placówek muzealnych stało się zintegrowanie muzeum z życiem i realną aktywnością społeczną. Dlatego muzea stały się też ważnymi ośrodkami zdobywania wiedzy.

[MM19]: Dział Edukacji (...) poprzez swoją działalność stara się upowszechnić ideę społeczeństwa otwartego na sztukę, w którym każdy, bez względu na wiek czy status społeczny, może wziąć udział w rozmowie na jej temat. Umożliwiamy aktywne spotkania zarówno ze sztuką współczesną, jak i z jej twórcami, kolekcjonerami i komentatorami.

Niektóre muzea odchodzą od modelu edukacji rozumianej wyłącznie w sposób wąski jako dydaktyka opierająca się na jednostronnym podawaniu wiedzy. Rolą tych muzeów jest bowiem nie tylko przekazywanie tak zwanej twardej wiedzy, ale również kształtowanie postaw krytycznych, uczenie samodzielnego myślenia, niezależnego konstruowania opinii. W tym rozumieniu edukacja ma charakter holistyczny, jest ukierunkowana na osobowość jednostki, na jej autonomię:

[MS19]: Poprzez eksponowanie zabytków kultury materialnej i sztuki, ukazywanie specyfiki i charakterystycznych cech naszej ziemi, muzeum realizuje różnorodne funkcje edukacyjne, przez co staje się jedną z wielu instytucji wychowania społecznego, wpływającą na wszechstronny rozwój osobowości młodych jednostek w procesie socjalizacji. Muzeum jest doskonałym miejscem pozwalającym na rozwijanie się u młodych odbiorców zdolności samodzielnego myślenia, obserwacji i spostrzegania, wpływającym na kształtowanie się podstaw, naukowego poglądu na świat.

Analiza pokazuje, że muzea wpisują swoje działania edukacyjne również w tak zwany dyskurs transformacyjny. Chcą być jednym z podmiotów zmiany społecznej. Niektóre muzea precyzują idee społeczne, jakim chcą służyć. Stawiają sobie za cel wzmocnienie poprzez edukację dialogu międzypokoleniowego:

[MS20]: Wspólne pasje jednoczą nie tylko rodzinę – zapraszamy do międzypokoleniowego uczenia się od siebie (oprowadzania kuratorskie, warsztaty, spotkania).

Edukacja muzealna ma przyczynić się do postępu społecznego. Jednym z przykładów takiego podejścia jest powiązanie edukacji muzealnej z koncepcją „uczenia się przez całe życie”, co w sposób pośredni znajduje swoje odzwierciedlenie w ofertach skierowanych nie tylko do dzieci i młodzieży, ale również do osób dorosłych:

[MM19]: Projekty edukacyjne realizowane przez Muzeum mają na celu eksplorowanie świata sztuki współczesnej przez ich uczestników oraz spróbowanie własnych sił w twórczych działaniach. (...) proponuje warsztaty dla różnych grup wiekowych – od przedszkolaków po seniorów. Projekty edukacyjne Muzeum mają za zadanie otwierać i uwarżliwiać na sztukę już od najmłodszych lat, a jednocześnie pokazywać, że na edukację nigdy nie jest za późno.

Wskazuje się, że rolą muzeów jest również uczenie do uczestnictwa w szeroko rozumianej kulturze:

[MM18]: Zachęcamy do zapoznania się z naszą ofertą lekcji muzealnych opracowanych dla dzieci i młodzieży szkolnej. Chcielibyśmy, przygotowując ich do aktywnego uczestnictwa w kulturze, rozwijać zainteresowania różnymi dziedzinami kultury, jak również kształtować hierarchię wartości, wrażliwości, gusta artystyczne, poczucie własnej tożsamości, postawy poszanowania tradycji i kultury.

W ramach modelu transformacyjnego podkreśla się konieczność stosowania aktywnych metod nauczania. Aktywność wiąże się z otwartością, przełamaniem

schematycznego podziału na „uczących” i „uczonych”, a bazą do nauki staje się swobodna wymiana poglądów, dyskusja na tematy, które nie zawsze są związane bezpośrednio z daną wystawą. Pozwala to na podejmowanie tych zagadnień, do których dana wystawa inspirowa (ale niekoniecznie nawiązuje). Przy czym ta „inspiracja”, działania twórcze rozumiane nie tylko przez pryzmat muzeum, ale również w odniesieniu do innych elementów społecznej rzeczywistości, stają się istotną wartością działalności edukacyjnej:

[MS04]: W roku szkolnym 2016/2017 przygotowaliśmy lekcje i warsztaty poświęcone różnym dziedzinom kultury. Wszystkie zajęcia zakładają aktywny udział uczniów i są okazją do połączenia nauki z pasją tworzenia, samodzielnymi poszukiwaniami, ćwiczeniem umiejętności pracy w grupach. Uzupełniają program nauczania, a przede wszystkim inspirują do własnych działań twórczych.

Aktywne formy kształcenia, zgodnie ze stanowiskiem konstruktivistycznym, polegają na „tworzeniu wiedzy przez poznającego”². Muzeum i znajdujące się w nim obiekty nie stanowią wartości autotelicznej, ale są punktem wyjścia do dalszych rozmów na tematy ważne społecznie, rozważań nad własną tożsamością:

[MS12]: Zabytek to punkt wyjścia i zaczepienia – dzięki niemu docieramy do takich abstrakcyjnych wątków jak historia, sztuka, pamięć, tradycja czy też – najogólniej – to, co cenne. Ich uchwycenie pozwala lepiej rozumieć otaczający nas świat, sprzyja świadomemu kreowaniu tożsamości, pogłębia wrażliwość...

Zajęcia w muzeum nie mają dostarczać sztywnej, zastanej wiedzy, ale stanowić proces, „poszukiwanie” poprzez aktywizowanie uczniów i jednocześnie pogłębianie ich kompetencji społecznych:

2 Leszek Karczewski, *Konstruowanie edukacji. Uwagi po szkoleniu „Edukacja w muzeum sztuki współczesnej” ABC o edukacji w muzeum. Muzea sztuki współczesnej, rezydencjonalne, wielooddziałowe i interdyscyplinarne. Szkolenia Narodowego Instytutu Muzealnictwa i Ochrony Zabytków*, 8/2015, s. 25.

[MM31]: Przedstawiamy poniżej naszą nową ofertę edukacyjną, w której odeszliśmy od metod podających, a przeszliśmy do kształcenia poszukującego z wykorzystaniem metod aktywnych. Uczniowie zaangażowani w proces dydaktyczny uczą się poprzez współpracę i współdziałanie z sobą oraz nawiązując relacje z otoczeniem.

Analiza pokazuje, że badane muzea nie deklarują stosowania jednego modelu edukacji muzealnej, ale można mówić raczej o podejściu hybrydowym, gdzie, z jednej strony, podkreśla się konieczność powiązania edukacji muzealnej z programem szkolnym, z uzupełnianiem wiedzy przekazywanej przez nauczycieli i podręczniki (w tym między innymi poprzez włączenie aspektu lokalnego lub regionalnego do treści edukacyjnych), a z drugiej – cele edukacyjne konstruuje się w odniesieniu do szerszych problemów społecznych. Zgodnie z tym drugim podejściem, muzeum staje się otwartą przestrzenią eksperymentowania (a nie narzuconym schematem wiedzy) pozwalającą na rozwijanie umiejętności i kompetencji społecznych. W tym pierwszym rozumieniu można mówić raczej o działaniach dydaktycznych, które zgodnie z teorią dydaktyki polegają na rozpowszechnianiu wiedzy. W tym drugim rozumieniu, muzea przyjmują rolę ważnego podmiotu odpowiedzialnego za edukację kulturalną *per se*. Temu, z jednej strony, służy wykorzystywanie w trakcie zajęć metod dydaktycznych przynależnych do różnych obszarów kultury (sztuki plastyczne, film), ale również – poprzez uczenie, jak ważna jest szeroko rozumiana kultura w ulepszaniu życia społecznego. W tym rozumieniu edukacja zostaje sprzęgnięta z definicją edukacji Międzynarodowej Rady Muzeów (ang. *International Council of Museums*, ICOM), w której centrum znajduje się autonomiczna jednostka, dokonująca samodzielnych spostrzeżeń, podejmująca interakcje, przyswajająca indywidualnie dany obiekt, co prowadzi do nabycia wiedzy, rozwoju umiejętności lub postaw³.

3 *Education*, André Desvallées, François Mairesse, „Key Concepts of Museology”, Paris 2010, s. 31–32. Wersja online: http://icom.museum/fileadmin/user_upload/pdf/Key_Concepts_of_Museology/Museologie_Anglais_BD.pdf (dostęp: 28.12.2016 roku).

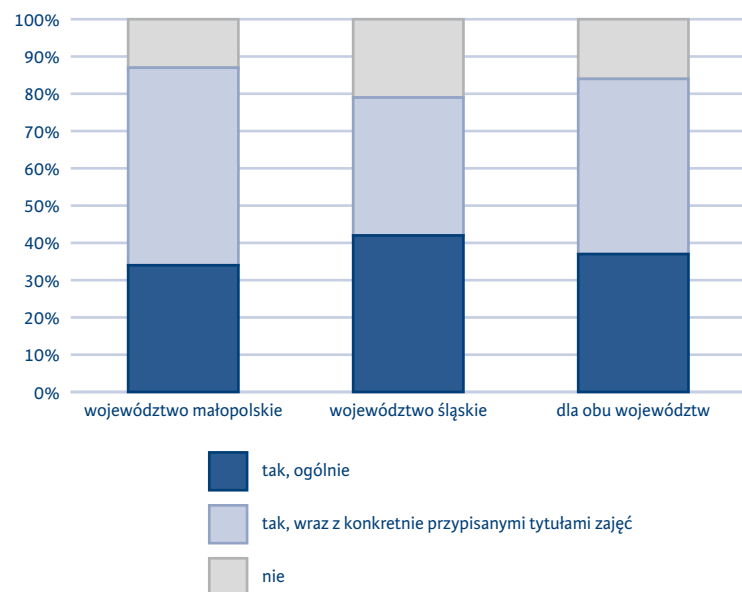
C. Analiza ofert edukacji muzealnej

Odbiorcy zajęć

Bardzo często oferty prezentowane przez muzea są konstruowane dla poszczególnych grup odbiorców. W większości ofert, zarówno tych ogólnych, jak i szczegółowych, grupy odbiorców zajęć zostają wyraźnie sformułowane. W zasadzie tylko 16% badanych muzeów dysponujących ofertą edukacji muzealnej na stronie internetowej w żaden sposób nie precyzuje odbiorców zajęć. Przy czym w prawie połowie ofert (47%) przypisuje się konkretne zajęcia do danej grupy. W sposób ogólny grupę odbiorców określa 37% badanych ofert. W tym ostatnim przypadku na stronach pojawia się generalizujące stwierdzenie bez wskazywania, które z zajęć zostały skierowane do danej grupy.

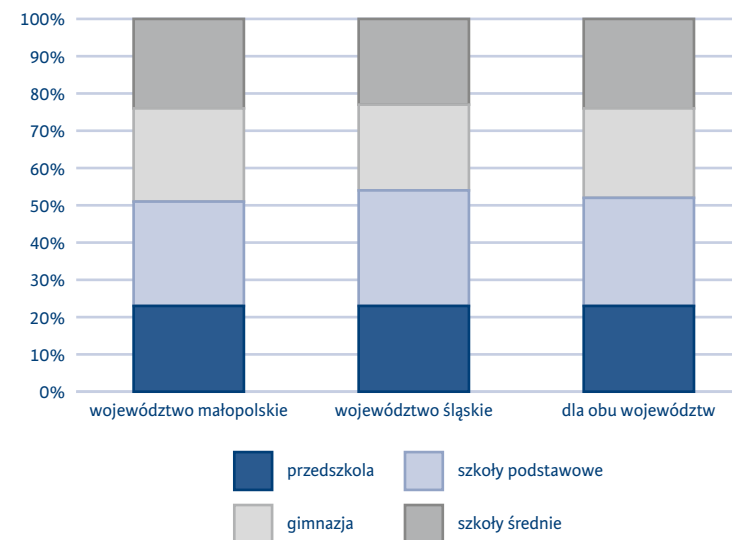
W obu województwach muzea układają swoją ofertę w taki sposób, aby mogli z niej skorzystać uczniowie na wszystkich poziomach edukacji szkolnej. Przy czym należy zauważyć, że ze względu na brak ustandaryzowanych opisów ofert nie można było dokonać w badaniu szczegółowych obliczeń dotyczących liczby zajęć przypisanych do danej grupy. W analizie binarnej uwzględniono zatem, czy w danym muzeum oferowano danej grupie odbiorców przynajmniej jedno zajęcia. Należy również podkreślić, że wyniki te nie przekładają się na rzeczywisty poziom uczestnictwa danych grup w zajęciach, co potwierdzają wyniki wywiadów przeprowadzonych z edukatorami muzealnymi, gdzie wskazywano, że w zajęciach najczęściej biorą udział uczniowie szkół podstawowych. Jak pokazują wyniki wywiadów i ankiet, to właśnie nauczyciele szkół podstawowych dysponują względnie najbardziej elastycznym czasem. W przypadku szkół średnich okazuje się, że często brakuje czasu na zrealizowanie podstawowego materiału dydaktycznego, a cele edukacji są podporządkowane bezpośrednio egzaminom maturalnym.

WYKRES 10. Czy oferta zawiera informacje dla kogo przeznaczone są zajęcia?
(N=51, nie ujęto muzeów, które nie mają strony internetowej, w przypadku których nie wiadomo czy prowadzą działalność edukacyjną oraz które nie posiadają oferty edukacyjnej)
Źródło: Opracowanie własne



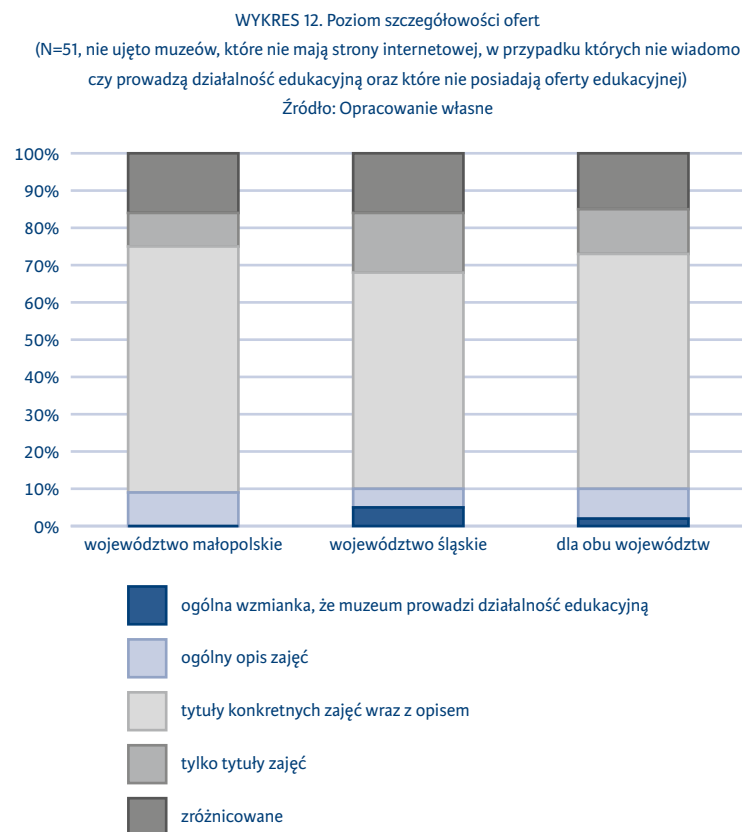
Trend ten potwierdzają wyniki przeprowadzonych badań, jako że szkoły podstawowe to najczęściej określana grupa odbiorców. W województwie małopolskim do uczniów szkół podstawowych swoje oferty skierowało 28% muzeów, a w województwie śląskim – 31%. Na najniższym poziomie zaprezentowano ofertę dla przedszkoli (w obu województwach 23% muzeów). W podobnym stopniu prezentowano ofertę dla szkół średnich (23–24% w zależności od województwa) oraz dla szkół gimnazjalnych (24% muzeów w obu województwach).

WYKRES 11. Do jakich grup wiekowych są skierowane zajęcia?
(N=51, nie ujęto muzeów, które nie mają strony internetowej, w przypadku których nie wiadomo czy prowadzą działalność edukacyjną oraz które nie posiadają oferty edukacyjnej)
Źródło: Opracowanie własne



Poziom szczegółowości ofert

Przeprowadzona analiza wskazała, że muzea przedstawiają swoje oferty w zróżnicowany sposób. Rozbieżności te dotyczą przede wszystkim poziomu szczegółowości ofert. Na podstawie wyników przeprowadzonej analizy można zaobserwować, że muzea, prezentując tematykę oferty, posługują się nie tylko tytułami zajęć, ale również umieszczają krótki opis dotyczący ich zakresu merytorycznego. W obu województwach tym sposobem prezentacji posługuje się 63% badanych muzeów. Z kolei 22% muzeów bazuje na zwięzłych sformułowaniach, ograniczając się do podania tytułów zajęć, ogólnego opisu zajęć (bez wyodrębnienia tytułów) czy też do ogólnej wzmianki, że muzeum prowadzi działalność edukacyjną:



Materiały dydaktyczne

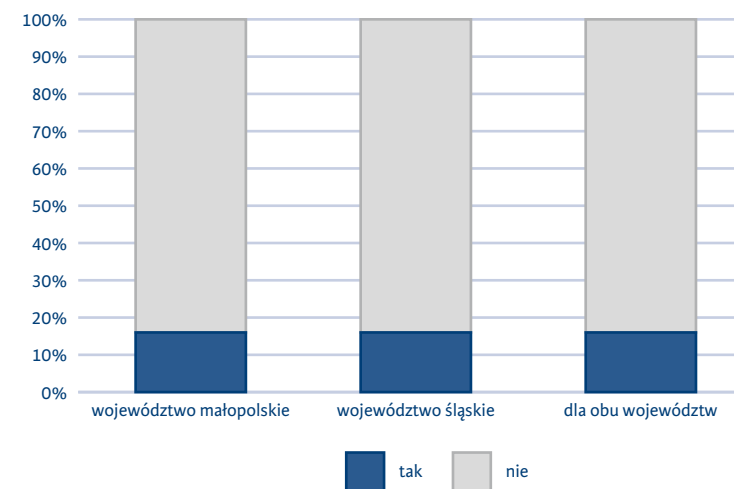
Materiały dydaktyczne są rozumiane w niniejszym raporcie jako środki dydaktyczne umieszczone na stronach internetowych ułatwiające proces dydaktyczny, związane bezpośrednio z daną ofertą edukacyjną, a nie ogólnie z ofertą wystawową. Środki te, skierowane do nauczycieli, mogą służyć zarówno przygotowaniu uczniów do wizyty w muzeum, jak również pomóc w lepszym przyswojeniu

lub uporządkowaniu informacji czy też przeprowadzeniu dodatkowej dyskusji nad danym zagadnieniem w szkolnych murach. Sprawdzono również, czy na stronach umieszczono przykładowe materiały wykorzystywane przez edukatorów muzealnych w trakcie prowadzonych zajęć, co może być traktowane jako forma uszczegółowienia lub promocji prezentowanej oferty.

Jak się okazuje, na zaledwie 16% stron internetowych znajdują się dodatkowe materiały dydaktyczne. Do oferowanych materiałów należą między innymi dokumenty źródłowe, filmy, quizy, kolorowanki, słowniczki lub komentarze eksperckie. Czasami użytkownik jest odsyłany do bazy eksponatów umieszczonej wraz z opisem w innym miejscu na stronie internetowej. W jednym z muzeów istnieje również możliwość otrzymania płyty CD z materiałami po uprzednim kontakcie z pracownikami muzeum.

84% stron internetowych nie zawiera materiałów dydaktycznych przypisanych do oferty. Przy czym w obu województwach proporcje te układają się identycznie. Nie świadczy to jednak o tym, że edukatorzy nie stosują dodatkowych materiałów dydaktycznych, co potwierdzają cząstkowe wyniki ankiet, jak również wywiady z edukatorami.

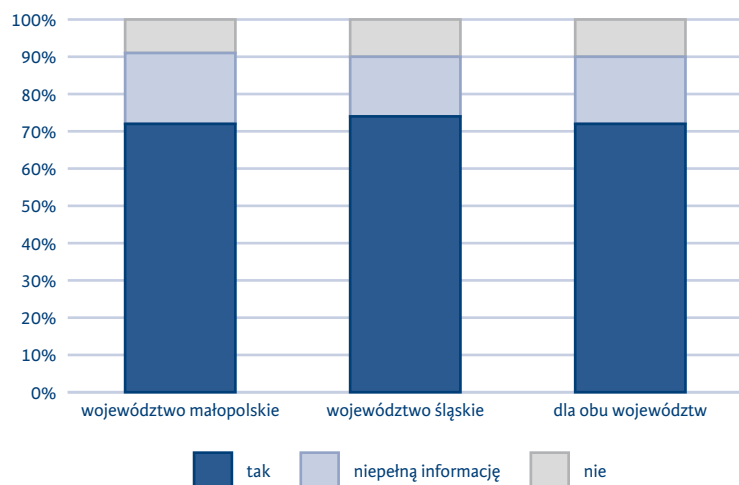
WYKRES 13. Czy na stronach zostały umieszczone materiały edukacyjne przypisane do poszczególnych ofert?
(N=51, nie ujęto muzeów, które nie mają strony internetowej, w przypadku których nie wiadomo czy prowadzą działalność edukacyjną oraz które nie posiadają oferty edukacyjnej)
Źródło: Opracowanie własne



Metody dydaktyczne

Jedną z podstawowych informacji umieszczanych w ramach ofert edukacyjnych są stosowane metody dydaktyczne. W obu województwach informacja ta jest zawarta na stronach internetowych 73% badanych muzeów. 18% muzeów podaje informację niepełną, co wiąże się z tym, że z opisu zajęć wynika, iż edukatorzy stosują różne metody (jak na przykład samoedukację z wykorzystaniem narzędzi multimedialnych, czy pokazy), ale *explicite* wskazywano, że jedyną metodą są lekcje muzealne. Ze względu na zróżnicowany sposób definiowania metod, brak możliwości obiektywnego ich pomiaru (ze względu na brak ich ustandaryzowania) w niniejszym raporcie uwzględniono metody deklarowane na stronach internetowych. W zdecydowanej większości ofert zabrakło bowiem opisów stosowanych metod, a najczęściej posługiwano się ogólnymi pojęciami, takimi jak lekcja muzealna i warsztat. Co więcej, lekcja muzealna jest traktowana czasami jako kategoria nadrzędna mieszcząca w sobie inne metody edukacyjne, jak na przykład warsztaty, czy prelekcje.

WYKRES 14. Czy w ofercie została umieszczona informacja o stosowanych metodach?
(N=51, nie ujęto muzeów, które nie mają strony internetowej, w przypadku których nie wiadomo czy prowadzą działalność edukacyjną oraz które nie posiadają oferty edukacyjnej)
Źródło: Opracowanie własne



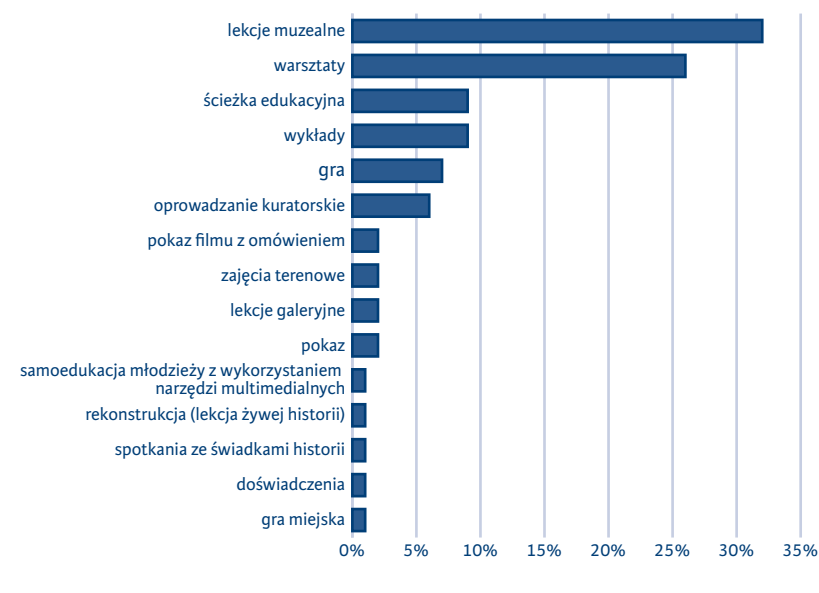
Ze względu na wyżej przedstawione powody, do najczęściej wskazywanych metod należy „lekcja muzealna”, która może być rozumiana dwojako. W obu województwach jej stosowanie deklaruje prawie jedna trzecia muzeów. Znaczna część muzeów korzysta także z warsztatów, w których zwraca się uwagę na pracę samodzielną uczniów, na ich aktywizację połączoną często z rozwojem kreatywności. Warsztaty mają wówczas formę zajęć artystycznych¹, choć nie ograniczają się tylko do nich. Do kolejnych metod należą: ścieżka edukacyjna (9% muzeów), a także wykłady (9%) oraz gry (7%). Nieznacznie mniej muzeów stosuje oprowadzanie kuratorskie (6%).

Pozostałe metody są wykorzystywane w niewielkim stopniu. 2% badanych muzeów organizuje pokazy filmów z omówieniem, zajęcia terenowe, lekcje galeryjne, pokazy. 1% muzeów deklarowało na swoich stronach stosowanie samoedukacji młodzieży z wykorzystaniem narzędzi multimedialnych, rekonstrukcję (lekcję żywej historii), spotkania ze świadkami historii czy też grę miejską.

WYKRES 15. Metody edukacyjne najczęściej umieszczane w ofertach edukacyjnych

(N=129)

Źródło: Opracowanie własne



1 Opis szczegółowy metod zostanie uwzględniony w drugiej części raportu.

Muzeum jako organizator zajęć czy przestrzeń edukacyjna?

W przeprowadzonych badaniach muzeum potraktowano nie tylko jako bezpośredniego organizatora zajęć edukacyjnych, ale również jako przestrzeń, w jakiej zajęcia mogą być realizowane. W tym drugim rozumieniu muzeum zakłada otwartość, umożliwienie nauczycielom przeprowadzenia własnych zajęć lub oddanie przestrzeni muzeum na cele edukacyjne bezpośrednio uczniom, którzy w ten sposób mogą również wchodzić w rolę kuratora.

Badania wykazały, że w prezentowanych na stronach internetowych treściach to muzea przejmują rolę organizatorów zajęć. Bardzo rzadko umieszczono w ofertach informację o udostępnianiu przestrzeni muzeum nauczycielom czy też uczniom w celach edukacyjnych. Zazwyczaj dopuszczano jedynie możliwość dostosowania zakresu treści do wieku, zainteresowań uczniów.

Jak się okazuje, na większości badanych stron (78%) nie umieszczono żadnej informacji dotyczącej możliwości przeprowadzenia przez nauczyciela zajęć (lub tylko ich części) czy też nawet dostosowania zajęć do danej grupy. W obu województwach 10% muzeów informuje, że zajęcia w ramach oferty mogą być zmodyfikowane w zależności od potrzeb danej grupy, przy czym w niektórych przypadkach sugerowano tę możliwość w kontekście potrzeb uczestników niepełnosprawnych. Na 12% stron internetowych zaprasza się nauczycieli i uczniów do samodzielnego przeprowadzenia zajęć w muzeum. Przykładem jest między innymi Muzeum Narodowe w Krakowie, które wskazuje, że w przypadku tego rodzaju zajęć, to nauczyciel decyduje o tym, gdzie je przeprowadzić:

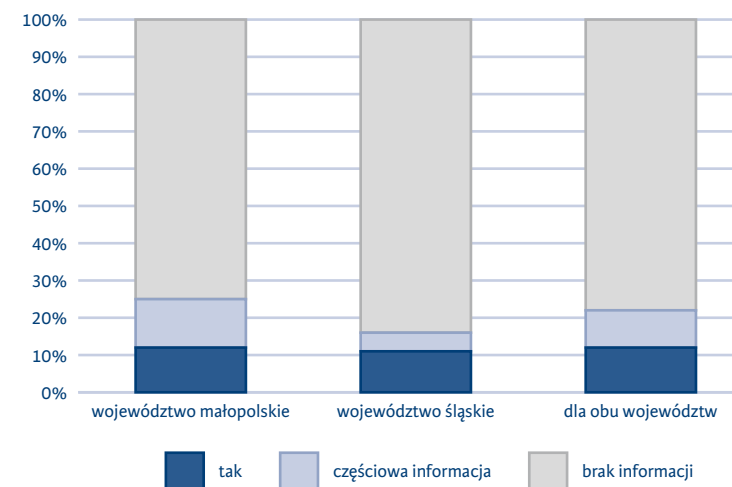
Zapraszamy nauczycieli, żeby ze swoimi uczniami przyszli do naszego Muzeum i poprowadzili lekcję w jednym z naszych oddziałów. Na chętnych czeka 400 bezpłatnych klasowych biletów.

W MNK można przeprowadzać lekcje z różnych przedmiotów – np. z języka polskiego, literatury w Pawilonie Czapskiego, z historii – w Galerii „Broń i Barwa” w Gmachu Głównym, z przedsiębiorczości w Muzeum im. Hutten-Czapskiego, a w Pałacu Biskupa Erazma Ciołka – z historii sztuki, wiedzy

o społeczeństwie czy katechezy. Wybór oddziału i przedmiotu zależy od nauczyciela².

WYKRES 16. Czy na stronie zawarto informację o możliwości realizacji własnego programu edukacyjnego w muzeum?
(N=51, nie ujęto muzeów, które nie mają strony internetowej, w przypadku których nie wiadomo czy prowadzą działalność edukacyjną oraz które nie posiadają oferty edukacyjnej)

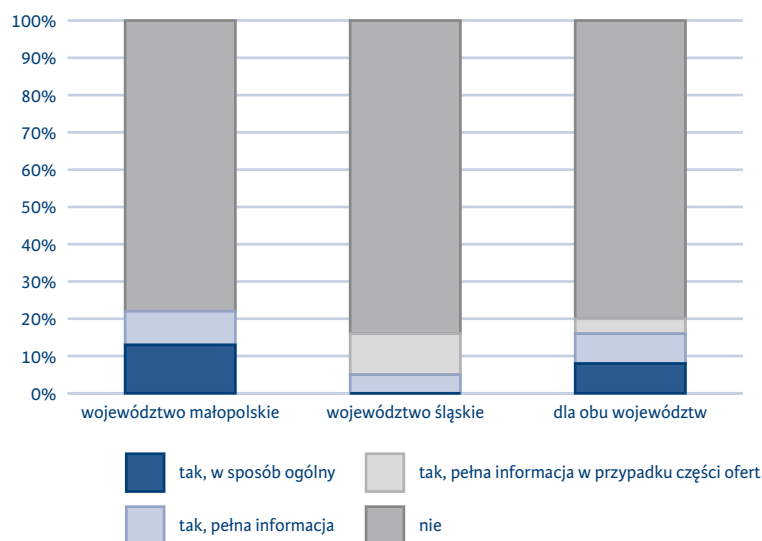
Źródło: Opracowanie własne



Oferta edukacyjna a szkolna podstawa programowa

Jak się okazuje muzealnicy rzadko ukazują, w jaki sposób oferowane zajęcia korespondują ze szkolną podstawą programową. Zdecydowana większość (80% badanych muzeów w skali obu województw) nie posiada na swoich stronach żadnych informacji, które ukazywałyby związki między realizowanymi zajęciami a szkolną podstawą programową. 8% muzeów udziela bardzo ogólnej informacji, wspominając na przykład, że zajęcia korespondują z kilkoma przedmiotami szkolnymi. Przy czym nie wymienia się tytułów poszczególnych zajęć ani zakresu, w jakim te zajęcia są spójne ze szkolną podstawą programową. 4% muzeów przedstawia na swoich stronach pełną informację w odniesieniu do części oferty (na przykład do wybranych zajęć), a 8% badanych muzeów czyni to w odniesieniu do pełnej oferty.

WYKRES 17. Czy umieszczona została informacja odnośnie powiązania oferty z programem edukacji szkolnej?
(N=51, nie ujęto muzeów, które nie mają strony internetowej, w przypadku których nie wiadomo czy prowadzą działalność edukacyjną oraz które nie posiadają oferty edukacyjnej)
Źródło: Opracowanie własne



Jednym z przykładów zaprezentowania oferty edukacyjnej muzeum w kontekście szkolnej podstawy programowej jest strona Muzeum Historycznego Miasta Krakowa, na której zostały przedstawione poszczególne zajęcia w ramach schematu: przedmiot, z jakimi dane zajęcia korespondują, etap edukacyjny, poruszane elementy podstawy programowej (w oparciu o tematy i treści nauczania)³.

Wyniki analizy stron wpisują się w szerszy problem relacji muzeum – szkoła. Autorzy raportu *Edukacja muzealna w Polsce. Sytuacja, kontekst, perspektywy rozwoju. Raport o stanie edukacji muzealnej w Polsce* przygotowanego pod redakcją Marcina Szeląga wskazali, że jedną ze słabości edukacji muzealnej w rozumieniu systemowym był jej niski poziom powiązania z edukacją szkolną. Wynikało to z niechęci edukatorów muzealnych do tworzenia programów zajęć, które byłyby koherentne z programem edukacji szkolnej. Zwrócono uwagę, że muzea preferują często dostarczanie zabawy, rozrywki w celu sprowadzenia nowych odbiorców aniżeli dostosowanie zakresu treści do wymogów stawianych przez programy edukacji formalnej. Zdaniem autorów raportu, wynikało z tego zagrożenie, że muzea będą widziały swoją rolę jako „przerywnika” edukacji szkolnej, a nie jej kontynuację. Wyjście do muzeum w tym rozumieniu miało stanowić wydarzenie szczególne, rozrywkę, a nie powielanie schematów szkolnych, co mogłoby potencjalnie zniechęcić publiczność. To podejście może skutkować wzmocnieniem dystansu istniejącego między szkołą a muzeum w odniesieniu do płaszczyzny programowej⁴.

Z drugiej jednak strony, należy uwzględnić, że stworzenie ofert, które byłyby spójne z programem edukacji szkolnej wymaga również współdziałania pomiędzy instytucjami odpowiedzialnymi za konstruowanie szkolnej podstawy programowej z instytucjami zarządzającymi kulturą. Dla edukatorów muzealnych jeden z głównych punktów odniesienia w tworzeniu scenariuszy zajęć stanowią bowiem ekspozycje, posiadane zbiory czy też temat danego muzeum. Brakuje koordynacji na szczeblach centralnych, jak również samorządowych w odniesieniu do szeroko rozumianej edukacji kulturalnej. Na ten problem wskazali już zresztą

3 Przykład: oferta dla szkół podstawowych, klasy I–III, *Muzeum Historyczne Miasta Krakowa*, <http://www.mhk.pl/szkoly-podstawowe-klasy-i-iii> (dostęp: 28.12.2016 roku).

4 Marcin Szeląg (red.), *Edukacja muzealna w Polsce. Sytuacja, kontekst, perspektywy rozwoju. Raport o stanie edukacji muzealnej w Polsce*, Warszawa 2012, http://kultura.gminick.megiteam.pl/download/is_www/Edukacja_muzealna.pdf (dostęp: 28.12.2016 roku).

uczestnicy panelu „Edukacja artystyczna – edukacja kulturalna. Gdzie jesteśmy?” obradującego pod przewodnictwem Bogdana Zdrojewskiego w ramach Kongresu Kultury 2016. Podkreślono, że do jednego z najbardziej istotnych problemów związanych z edukacją kulturalną w Polsce należy dezintegracja podstawy programowej kształcenia, jej fragmentaryczność, a także brak strategicznego podejścia. Stąd też, zarekomendowano zbudowanie silniejszych ośrodków koordynacji programowych w zakresie edukacji formalnej i pozaformalnej, stworzenie dobrych podstaw metodologicznych dla wdrażania tych programów edukacyjnych. W procesie tym powinny uczestniczyć różne kategorie podmiotów działających w obszarze edukacji kulturalnej, jak również MEN, MNiSW czy też samorządy⁵.

Zakończenie

Internet dostarcza możliwości polepszenia jakości edukacji muzealnej, wdrożenia nowych narzędzi interaktywnych pozwalających na samodzielną naukę, interpretację, przygotowanie uczniów i nauczycieli do wizyty do muzeum, jak również promocji tej formy edukacji. Strony internetowe muzeów stanowią dla nauczycieli jedno z ważnych źródeł informacji na temat oferty edukacyjnej danego muzeum. Stąd też muzea chętnie sięgają do tej formy komunikacji z odbiorcą. Należy jednak zauważyć, że strony internetowe muzeów mają zróżnicowany charakter, co wynika z tego, że ich stworzenie, umieszczenie dodatkowych aplikacji, a także utrzymanie stron wymaga relatywnie wysokich nakładów finansowych.

Bazując na przywołanym we wstępie modelu rozwoju muzeum wirtualnego skonstruowanego przez Wernera Schweibenza oraz ze względu na zakres przedstawiania oferty edukacyjnej, analizowane strony można zaklasyfikować w następujący sposób:

1. Strona – wizytówka; zawiera podstawowe informacje na temat edukacji muzealnej. Oferta ma zwięzły charakter, bazuje w zasadzie na enumeratywnej liście zajęć, pomija jednak ich opisy. W ofercie są ogólnie określone grupy odbiorców. Rezerwacja zajęć odbywa się drogą telefoniczną lub poprzez wysłanie wiadomości elektronicznej.
2. Strona – oferta; oprócz tytułów zajęć i przypisanych do nich grup odbiorców, oferta przedstawia stosowane metody dydaktyczne, a także cele zajęć. Na tych stronach są czasami umieszczane bardziej zaawansowane narzędzia rezerwacji zajęć, jak na przykład formularze online.
3. Strona zawartości dydaktycznej; oprócz wyżej wspomnianych elementów znajdujących się na stronie – ofercie jest ona wyposażona w materiały dy-

5 Kongres Kultury 2016, 7–9 października, Warszawa. Podsumowanie, diagnoza, rekomendacje, s. 141 <http://www.kongreskultury2016.pl/wp-content/uploads/2016/publikacja/mobile/index.html#p=143> (dostęp: 28.12.2016 roku).

daktyczne mające na celu wsparcie edukacji muzealnej. Materiały te nie funkcjonują jednak w sposób niezależny od danej oferty muzealnej. Mają one bowiem na celu przygotowanie uczniów do wizyty w muzeum, utrwalenie lub poszerzenie wiedzy nabytej w trakcie zajęć w muzeum. Materiały te mogą również pełnić funkcję promocyjną jako przykład zadań realizowanych przez uczestników zajęć w muzeum.

4. Strona ucząca; jest wyposażona w zaawansowane narzędzia interaktywne ukazujące eksponaty z innej strony, a nie tylko w sztywnym kontekście wiedzy eksperckiej. Ich celem nie jest przekazywanie twardej wiedzy, ale kształtowanie umiejętności społecznych poprzez twórcze działania w przestrzeni wirtualnej. Może funkcjonować niezależnie od oferty działań edukacyjnych realizowanych w danym muzeum.

BIBLIOGRAFIA

- Brzezińska Anna Weronika, Linda Katarzyna, Wosińska Małgorzata, *Wielkopolski Projekt Badawczy MAK: Muzealna Aktywizacja Kulturowa dla Dzieci, Raport z realizacji projektu wraz z wnioskami, rekomendacjami oraz prezentacją najciekawszych działań edukacyjno-wystawienniczych muzeów wielkopolskim o profilu regionalnym, etnograficznym oraz skansenów*, Poznań 2010, http://nck.pl/media/attachments/302404/Muzealna_Aktywizacja_Kulturowa_dla_dzieci.pdf.
- Eryk Bunsch, Piotr Jamski, Tomasz Kalota, Lidia Karecka, Marcin Kłós, Jacek Marciniak, Cezary Mazurek, Robert Sitnik, Marcin Szala, Marcin Werla, Tomasz Zaucha, Anna Kuśmidrowicz-Król, *Zalecenie dotyczące planowania i realizacji projektów digitalizacyjnych w muzealnictwie*, Warszawa 2011, http://digitalizacja.nimoz.pl/uploads/zalaczniki/Zalecenia_planowanie_i_realizacja_projektow_digitalizacyjnych_NIMOZ_2011.pdf.
- Ciemniewska Joanna, Pliszka Sławomir, *Analiza odbiorców projektu E-muzea. Użytkownicy Internetu*, http://digitalizacja.nimoz.pl/uploads/zalaczniki/analizy_e_muzea/07_Analiza_odbiorcow_PBI.pdf.
- André Desvallées, François Mairesse, *Education, „Key Concepts of Museology”*, Paris 2010, s. 31–32. Wersja online: http://icom.museum/fileadmin/user_upload/pdf/Key_Concepts_of_Museology/Museologie_Anglais_BD.pdf.
- Folga-Januszewska Dorota, *Muzea w Polsce 1989–2008. Stan, zachodzące zmiany i kierunki rozwoju muzeów w Europie oraz rekomendacje dla muzeów polskich*, Warszawa 2008, [http://www.kongreskultury.pl/library/File/RaportMuzea/muzea_raport_w.pelna\(1\).pdf](http://www.kongreskultury.pl/library/File/RaportMuzea/muzea_raport_w.pelna(1).pdf).
- Karczewski Leszek, *Konstruowanie edukacji. Uwagi po szkoleniu „Edukacja w muzeum sztuki współczesnej” ABC o edukacji w muzeum. Muzea sztuki współczesnej, rezydencjonalne, wielooddziałowe i interdyscyplinarne. Szkolenia Narodowego Instytutu Muzealnictwa i Ochrony Zabytków*, 8/2015.
- Kongres Kultury 2016, 7–9 października, Warszawa. Podsumowanie, diagnoza, rekomendacje*, s. 141 <http://www.kongreskultury2016.pl/wp-content/uploads/2016/publikacja/mobile/index.html#p=143>
- Muzeum Historyczne Miasta Krakowa*, <http://www.mhk.pl/szkoly-podstawowe-klasy-i-iii>.

- Muzeum Narodowe w Krakowie*, <http://mnk.pl/artukul/szkola-w-muzeum-bilety-klasowe>. Pawłowska Aneta, Matoga Łukasz, *Wirtualne Muzea w Internecie – forma promocji i udostępniania dziedzictwa kulturowego czy nowy walor turystyczny?*, „Turystyka Kulturowa”, Nr 9/2014 (wrzesień 2014).
- Narodowy Instytut Muzealnictwa i Ochrony Zbiorów*, <http://digitalizacja.nimoz.pl/programy/polska-cyfrowa>
- Państwowe Muzeum Archeologiczne w Warszawie*, <http://www.pma.pl/dzialy/komp.html>.
- Schweibenz Werner, *Virtual Museums. The Development of Virtual Museums*, “ICOM News”, no. 3, 2004 (http://icom.museum/fileadmin/user_upload/pdf/ICOM_News/2004-3/ENG/p3_2004-3.pdf).
- Schweibenz Werner, *The „Virtual Museum” 1: New Perspectives For Museums to Present Objects and Information Using Internet as a Knowledge Base and Communication System*, [w:] Harald H. Zimmermann, Volker Schramm (red.), “Knowledge Management und Kommunikationssysteme, Workflow Management, Multimedia, Knowledge Transfer. Proceedings des 6. Internationalen Symposiums für Informationswissenschaft (ISI 1998)”, UVK Verlagsgesellschaft mbH, Konstanz.
- Szeląg Marcin (red.), *Edukacja muzealna w Polsce. Sytuacja, kontekst, perspektywy rozwoju. Raport o stanie edukacji muzealnej w Polsce*, Warszawa 2012, http://kultura.gminick.megiteam.pl/download/is_www/Edukacja_muzealna.pdf.
- Wirtualne Muzea Małopolski*, <http://muzea.malopolska.pl>.
- Wirtualne Muzeum Narodowe w Krakowie*, <http://www.imnk.pl>.

ZAŁĄCZNIK. LISTA ANALIZOWANYCH STRON INTERNETOWYCH

1. <http://domjp2.pl/>
2. <http://www.mok.olkusz.pl/index.php/muzea/19-muzea/28-afryka.html>
3. <http://www.mok.olkusz.pl/index.php/muzea/19-muzea/29-wiklina.html>
4. <http://www.mok.olkusz.pl/index.php/muzea/19-muzea/30-mineraly.html>
5. http://muzeum.bielsko.pl/pl/strona_glowna
6. <http://www.muzeumtg.pl/>
7. <http://www.muzeum.tarnow.pl/>
8. <http://www.auschwitz.org/>

9. <http://www.muzeum-ak.pl/>
10. <http://www.zsylkiwypedzenia.up.krakow.pl/>
11. <http://mck.krakow.pl/>
12. <http://www.galiciajewishmuseum.org/>
13. <http://www.muzeum.limanowa.pl/pl>
14. <http://www.ma.krakow.pl/>
15. <http://www.muzeum-zbojnikow.pl/>
16. <http://www.mocak.pl/>
17. <http://muzeum-zamek.pl/>
18. <http://www.muzeumtatrzańskie.pl/>
19. <http://mnk.pl/>
20. <http://www.maius.uj.edu.pl/>
21. <http://www.mhk.pl/>
22. <http://muzeum.sucha-beskidzka.pl/>
23. <http://www.muzeum.tychy.pl/>
24. <http://www.muzeumslaskie.pl/>
25. <http://muzeum.bytom.pl/>
26. <http://www.gorlice.pttk.pl/>
27. <http://www.isez.pan.krakow.pl/muzeum.html>
28. <http://www.muzeum.chrzanow.pl/>
29. <http://www.ambermuseum.eu/>
30. <http://mgckslomniki.pl>
31. <http://www.muzeumczestochowa.pl/>
32. <http://www.muzeum.jaw.pl/sklep/>
33. <http://www.muzeum.rybnik.pl/>
34. <http://www.muzeumlotnictwa.pl/>
35. <http://www.oies.up.krakow.pl/>
36. <http://www.mhk.katowice.pl/>
37. <http://manggha.pl/>
38. <http://www.jp2muzeum.pl/>
39. <http://www.mimk.com.pl/>
40. <http://www.muzeumwisla.pl/>
41. <http://www.muzeum.gliwice.pl/>
42. <http://muzeum-dabrowa.pl/>

43. <http://www.mhf.krakow.pl/>
44. <http://www.shs.pl/?projects=pozycja-1>
45. <http://www.muzeum.kety.pl/>
46. <http://www.muzeum.niepolomice.pl/>
47. <http://muzeumgpe-chorzow.pl/>
48. <http://muzeumwitrazu.pl/>
49. <http://www.cricoteka.pl/pl/>
50. <http://www.muzeumpowstanslaskich.pl/>
51. <http://www.muzeum.org.pl/>
52. <http://www.muzeum.chorzow.pl/>
53. <http://muzeumcieszyn.pl/>
54. <https://www.asp.krakow.pl/index.php/akademia/jednostki-ogolnuczelniane-struktura-107/muzeum-struktura-61>
55. <http://www.ing.pan.pl/muzeum/indeksm.htm>
56. <http://www.albertyni.opoka.org.pl/index.html>
57. <http://www.harenda.com.pl/>
58. <http://www.muzeum.nowytarg.pl/>
59. <http://muzeum.bochnia.pl/>
60. <http://www.muzeum-miejskie-zabrze.pl/>
61. <http://muzeum.raciborz.pl>
62. <http://www.zamek-pszczyna.pl>
63. <http://muzeum.miechow.pl>
64. <http://wck.wadowice.pl/muzeum>

