Jolanta Rosłon

Muzeum Budownictwa Ludowego - Park Etnograficzny w Olsztynku jako produkt turystyczny

Ekonomiczne Problemy Usług nr 86, 187-198

2012

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

MUZEUM HISTORII POLSKI

ZESZYTY NAUKOWE UNIWERSYTETU SZCZECIŃSKIEGO
NR 701 EKONOMICZNE PROBLEMY USŁUG NR 86 2012

JOLANTA ROSŁON
Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie

MUZEUM BUDOWNICTWA LUDOWEGO – PARK ETNOGRAFICZNY W OLSZTYNKU JAKO PRODUKT TURYSTYCZNY

Wprowadzenie

Produkt turystyczny ma złożoną strukturę, jego elementy nie zawsze są wymierne, kwantyfikowalne, możliwe do zaplanowania, a efekt bardzo często bywa przeżyciem czysto subiektywnym[1]. W literaturze przedmiotu produkt turystyczny definiowany jest w różny sposób. Najczęściej autorzy prezentują podejście strukturalne, zwracając szczególną uwagę na dużą pojemność i elastyczność tego pojęcia. W mniejszym stopniu akcentuje się natomiast znaczenie emocji, doświadczeń i satysfakcji klienta, które niewątpliwie wpływają na kształt produktu turystycznego, a w efekcie na bardziej dynamiczny rozwój rynku usług turystycznych. Nie oznacza to jednak pomijania tak istotnych kwestii na płaszczyźnie naukowej i praktycznej, czego najlepszym dowodem jest książka Marciszewskiej pt. *Produkt turystyczny a ekonomia doświadczeń*, w której podjęto zagadnienia dotyczące turystyki w nowym ujęciu nauk ekonomicznych, eksponując znaczenie emocji, odczuć w procesie kształtowania popytu i podaży produktów turystycznych. Doświadczenia i emocje turystów stanowią zatem istotne komponenty produktu turystycznego, determinując jedno-

[1] J. Kaczmarek, A. Stasiak, B. Włodarczyk, *Produkt turystyczny. Pomysł, organizacja, zarządzanie*, PWE, Warszawa 2010, s. 70.

cześnie popyt turystyczny. Pozytywne doświadczenia klientów wynikające z konsumpcji nabytych dóbr (produktów, usług) wpływają odpowiednio (stymulująco lub destymulująco) na decyzje podejmowane w przyszłości (pozytywne emocje = ponowna konsumpcja, negatywne odczucia = ograniczenie lub zaniechanie konsumpcji w przyszłości, wybór innego produktu). Marciszewska uważa, iż „doświadczenia z konsumpcji usług o wysokim nasileniu cech niematerialnych są wartością samą w sobie i zwiększają satysfakcję klienta”[2].

Złożoność, wieloaspektowość i wieloznaczność „produktu turystycznego” sprawia, że trudno pokusić się o przytoczenie jednej ścisłej definicji tego pojęcia. Jak napisała Tomczyk-Miczka[3], „spór o definicję produktu turystycznego trwa.” Niniejszego artykułu nie należy jednak traktować w kategoriach głosu w dyskusji, a raczej jako próbę usystematyzowania dotychczasowego „aparatu pojęciowego”.

Produkt turystyczny może obejmować miejsce (kierunek wyjazdu), usługę (pakiet operatora turystycznego) i pewne produkty materialne[4]. Gołembski[5] produktem turystycznym określa „wszystkie dobra i usługi tworzone i kupowane w związku z wyjazdem poza miejsce stałego zamieszkania i to zarówno przed rozpoczęciem podróży, w trakcie podróży i w czasie pobytu poza swoją rodzinną miejscowością”. Krippendorf[6] przez pojęcie to rozumie czynniki naturalne (florę, faunę, pejzaż, klimat), ogólne czynniki egzystencji i aktywności społecznej (język, folklor, kulturę, ekonomię, politykę), infrastrukturę ogólną (komunikację, zaopatrzenie w wodę, energię elektryczną) oraz wyposażenie turystyczne (transport turystyczny, urządzenia do prowadzenia działalności noclegowej, żywieniowej, rozrywkowej, informacyjnej). Altkorn[7] uważa, że produkt turystyczny może mieć różny zakres rzeczowy. Najczęściej jest jednak kompozycją kilku usług tworzących pakiet. Zdaniem autora podstawę projektowania pakietu stanowi rdzeń korzyści rozumiany jako cel turystyczny budzą-

---

[2] B. Marciszewska, *Produkt turystyczny a ekonomia doświadczeń*, Wyd. C.H. Beck, Warszawa 2010, s. 12.

[3] www.aktualnosciturystyczne.pl.

[4] J.Ch. Holloway, Ch. Robinson, *Marketing w turystyce*, PWE, Warszawa 1997, s. 114.

[5] G. Gołembski, *Przedsiębiorstwo turystyczne w gospodarce wolnorynkowej*, Wyd. AE w Poznaniu, Poznań 1998, s. 22.

[6] J. Krippendorf, *Marketing im Fremdenverker*, Bern-Frankfurt 1971, s. 124.

[7] J. Altkorn, *Marketing w turystyce*, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa 2006, s. 20.

cy zadowolenie wynikające z zaspokojenia podstawowej potrzeby determinującej zakup produktu. Usługi i dobra umożliwiające satysfakcjonujące zaspokojenie podstawowej potrzeby tworzą produkt rzeczywisty. Produkt poszerzony (wzbogacony) natomiast obejmuje wszystkie formy dodatkowych korzyści, które można wbudować w produkty rzeczywiste w celu ich uatrakcyjnienia. Oleksiuk[8] pisze o produkcie turystycznym w wąskim („różnego rodzaju atrakcje przyciągające turystów") i w szerokim znaczeniu („zestaw dóbr materialnych i usług umożliwiających turyście przybycie do miejsca występowania atrakcji turystycznych, pobyt i ich wykorzystanie"). Kietlińska z kolei uważa, że „produktem turystycznym jest zarówno miejsce noclegowe, jak i wyżywienie, podróż, wycieczki, wszelkie atrakcje prezentowane i organizowane w trakcie pobytu turystycznego".[9] Zgodnie z *Marketingową strategią Polski w sektorze turystyki na lata 2008–2015*[10] produkt turystyczny jest definiowany jako „dostępny na rynku pakiet materialnych i niematerialnych składników, umożliwiających realizację celu wyjazdu turystycznego. Produkt ten stanowią naturalne i stworzone przez człowieka dobra turystyczne, towary i usługi umożliwiające przybycie, pobyt i korzystanie z walorów turystycznych oraz atrakcyjne spędzanie czasu". Wśród głównych komponentów produktu turystycznego można wyróżnić: atrakcje i środowisko miejsca docelowego, infrastrukturę i usługi miejsca docelowego, dostępność miejsca docelowego, wizerunek (postrzeganie) miejsca docelowego, cenę płaconą przez konsumentów. Trafną, a zarazem pojemną definicję produktu turystycznego prezentują Kaczmarek, Stasiak i Włodarczyk[11]. Według nich produkt turystyczny to „zbiór użyteczności związanych z podróżami turystycznymi, czyli dostępne na rynku dobra i usługi turystyczne umożliwiające ich planowanie, odbywanie, przeżywanie i gromadzenie doświadczeń". Z punktu widzenia nabywcy produkt turystyczny jest „zintegrowanym układem oczekiwań, korzyści i wrażeń tworzących unikalną (niepowtarzalną) kompozycję trzech podróży: wyobrażonej, rzeczywistej i zapamiętanej".

---

[8] A. Oleksiuk, *Marketing usług turystycznych*, Difin, Warszawa 2009, s. 122.

[9] A. Kietlińska, *Marketing w agroturystyce*, w: *Gospodarstwo agroturystyczne. Poradnik*, Zakład Wydawniczo-Poligraficzny Ministerstwa Pracy i Polityki Socjalnej, Warszawa 1998, s. 85.

[10] www.pot.gov.pl.

[11] J. Kaczmarek, A . Stasiak, B. Włodarczyk, *Produkt turystyczny albo jak organizować poznawanie świata. Podręcznik,* Wyd. UŁ w Łodzi, Łódź 2002, s. 24.

Zaprezentowany przegląd ujęć definicyjnych produktu turystycznego pokazuje złożoność, elastyczność, a zarazem niejednoznaczność tego zagadnienia. Na potrzeby niniejszego opracowania przyjęto definicję i typologię produktów turystycznych opracowaną przez Kaczmarka, Stasiaka i Włodarczyka. Autorzy[12] wyróżnili dwie zasadnicze grupy produktów turystycznych:

- podstawowe (usługa, rzecz);
- zintegrowane:
    - organizacyjnie (wydarzenie, impreza);
    - organizacyjno-przestrzennie (obiekt, szlak, obszar).

Celem opracowania jest zaprezentowanie specyfiki produktu turystycznego-obiektu na przykładzie Muzeum Budownictwa Ludowego w Olsztynku. W artykule przedstawiono muzeum na wolnym powietrzu w kontekście jego atrakcyjności turystycznej, wskazując liczne jego funkcje: rekreacyjne, naukowe, dydaktyczne, kulturalne, popularyzatorskie.

Muzea skansenowskie cieszą się coraz większym zainteresowaniem i uznaniem „publiczności". *Open-air museums* są bardziej atrakcyjne dla turystów (zwiedzających) niż tradycyjne placówki muzealne. Oprócz stałych ekspozycji muzea tego typu proponują wystawy czasowe, imprezy kulturalne, patriotyczne, plenerowe, zajęcia o charakterze dydaktycznym, promujące ludową sztukę, regionalne zwyczaje, obrzędy i potrawy.

1. Muzeum na wolnym powietrzu jako produkt turystyczny – obiekt

Produkt turystyczny – obiekt charakteryzuje się występowaniem jednej głównej atrakcji (usługi) i dodatkowo kilku usług towarzyszących skupionych w jednym miejscu (obiekcie). Z punktu widzenia kartografii ma on charakter punktowy[13]. Przykładami takich produktów są: ogrody zoologiczne i botaniczne, jaskinie, parki rozrywki i wypoczynku, pomniki przyrody, budowle zabytkowe, galerie, muzea. W opracowaniu szczególny akcent położono na muzeum na wolnym powietrzu, które określane jest również skansenem. Muzeum to instytucja gromadząca eksponaty z różnych dziedzin: kultury, sztuki, nauki, techniki, której celem jest ich przechowywanie, naukowe opracowywanie, kon-

[12] *Tamże*, s. 80.

[13] *Tamże*, s. 131.

serwowanie i udostępnianie w celu badań, nauczania i rozrywki[14]. Wśród ważniejszych elementów produktu – muzeum Medlik[15] wymienił:

- zbiory (ich wielkość, tematyka, oryginalność itp.);
- ekspozycje (sposób prezentacji zbiorów, aranżacja ekspozycji, wystawy czasowe, itp.);
- siedzibę muzeum (miejsce eksponowania zbiorów: otoczenie, budynek, zagospodarowanie turystyczne);
- działalność muzeum (przewodnictwo, lekcje muzealne, warsztaty, koncerty itp.).

Muzeum na wolnym powietrzu to „placówka dydaktyczno-wychowawcza organizowana na podstawach naukowych, celowo, z zabytkowych i typowych obiektów budownictwa i architektury oraz innych okazów związanych z tradycyjną kulturą wiejską, małomiasteczkową, robotniczą i dworską lub obiektów techniki i przemysłu. Powstaje ono przez przenoszenie obiektów na określone miejsce lub pozostawienie ich i zabezpieczenie na miejscu”[16]. W muzeach tego typu prezentowane są zabudowania mieszkalne, sakralne, gospodarcze czy przemysłowe. Obiekty pokazane są w jak najbardziej zbliżonym do autentycznego krajobrazie naturalnym. W muzealnych kościołach odprawia się msze, w przydomowych ogródkach uprawia warzywa, w kuźni kuje się podkowy, gospodynie pieką chleb i przygotowują przetwory. Można powiedzieć, że to muzeum, które „żyje”. Muzea na wolnym powietrzu stanowią przykład swoistego rodzaju rezerwatu naturalnego. Roślinność pełni tu rolę niemalże równorzędną z eksponatami muzealnymi. Wiele z dziko rosnących roślin, które zniknęły ze współczesnego pejzażu na skutek zmian cywilizacyjnych, zostało odtworzonych na potrzeby ekspozycji muzealnej na wolnym powietrzu. Kompleksowy obraz ekspozycji skansenowskiej jest zatem niezwykle złożony. Powstaje on za sprawą wielu specjalistów reprezentujących różne profesje: historyków, etnografów, architektów i botaników.

Idea tworzenia obiektów skansenowskich na ziemiach polskich posiada dość długą tradycję. Jej początków należy doszukiwać się w roku 1802, kiedy to Hugo Kołłątaj pisał o konieczności poznania obyczajów, budownictwa, ubioru,

---

[14] *Encyklopedia Powszechna PWN*, Tom 19, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa 2009, s. 24.

[15] S. Medlik, *Leksykon podróży, turystyki, hotelarstwa*, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa 1995, s. 55.

[16] Z. Żygulski, *Muzea na świecie, Wstęp do muzealnictwa*, PWN, Warszawa 1982, s. 7.

mowy i życia codziennego polskiego społeczeństwa. Pierwsze muzeum na wolnym powietrzu powstało w roku 1906 we Wdzydzach Kiszewskich, dzięki staraniom Izydora Gulgowskiego i jego żony Teodory. Urządzone zostało w XVIII-wiecznej podcieniowej chałupie wykupionej od miejscowego gospodarza. Wszechstronne zainteresowania państwa Gulgowskich i ich wieloletnia praca zaowocowały odkryciem zapomnianych źródeł kaszubskiej sztuki ludowej i twórczości rzemieślniczej. Poprzez zastosowanie warsztatowych metod pracy odrodziło się plecionkarstwo z korzenia sosny i uprawiany jest do dzisiaj haft oparty na motywach ludowych. Obecnie plenerowa część Kaszubskiego Parku Etnograficznego obejmuje 49 obiektów architektury ludowej (zagrody chłopskie, szlacheckie, chałupy, dworki, karczmy, szkoła, kościoły, wiatraki, kuźnia, tartak). Obiekty te są wyposażone w tradycyjne sprzęty i urządzenia wykorzystywane przez mieszkańców wsi[17].

2. Historia Muzeum Budownictwa Ludowego Parku Etnograficznego w Olsztynku

Olsztyneckie muzeum należy do jednych z najstarszych w kraju. Jego początki sięgają roku 1909, kiedy to władze Królewca podjęły decyzję o utworzeniu muzeum na wolnym powietrzu. Wybudowano wówczas kopie ludowych budowli drewnianych z XVIII i XIX wieku pochodzących z regionów Prus Wschodnich[18]. Pod zabudowę obiektu przeznaczono pobrzeża wąwozu z kanałem miedzy stawami na skraju Ogrodu Zoologicznego w Królewcu.

W założeniach programowych poza budownictwem ludowym przewidziano część archeologiczną. Poczynając od roku 1910, zbudowano 24 obiekty architektury i dwa archeologiczne: grodzisko z Prakwic i kurhan z grobem skrzynkowym z Sambii. Królewiecki[19] Park Etnograficzny „Dorfmuseum" otwarto w roku 1913[20].

---

[17] www.muzeum-wdzydze.gda.pl.

[18] www.muzeumolsztynek.com.pl.

[19] B. Kuźniewski, *Olsztynek. Miasto i gmina*. Towarzystwo Przyjaciół Olsztynka, Olsztynek 2007, s. 172.

[20] www.muzeumolsztynek.com.pl.

W roku 1937 zarząd administracyjny prowincji wschodniopruskiej zdecydował przenieść muzealne obiekty z Królewca pod Olsztynek, przeznaczając na ten cel teren o powierzchni 35 ha. Wiązało się to ze zlokalizowaniem w okolicach Olsztynka Pomnika Tannenberg, który stał się miejscem masowych wycieczek z całej Rzeszy. Translokację królewieckich obiektów i prace montażowe w Olsztynku rozpoczęto w roku 1938, a zakończono w roku 1942. Z tamtego założenia zachowanych jest obecnie 12 obiektów architektury. Pod koniec lat 40. XX wieku przystąpiono do prac zabezpieczających i remontowo-konserwatorskich, które trwały do połowy lat 50. Wykonywane były one na zlecenie i pod merytorycznym nadzorem Wojewódzkiego Konserwatora Zabytków w Olsztynie. Gorącym zwolennikiem rozwoju skansenu był Hieronim Skurpski, który postulował utworzenie trzech działów: prehistorycznego, archeologicznego i przyrodniczego. Dzięki staraniom takich ludzi, jak: Hieronim Skurpski, Zbigniew Rewski, Cecylia Vetulani, Eugeniusz Zawadzki, Franciszek Klonowski i Lucjan Czubiel, w 1962 roku powstał Park Etnograficzny jako Oddział Muzeum Mazurskiego w Olsztynie. Jego pierwszym kierownikiem został dr Józef Wieczerzak. W roku 1969 skansen przekształcono w autonomiczną placówkę pod nazwą Muzeum Budownictwa Ludowego Park Etnograficzny w Olsztynku. Usamodzielnienie się olsztyneckiego skansenu przyczyniło się do jego dynamiczniejszego i wszechstronniejszego rozwoju. Nastąpiła możliwość gromadzenia muzealiów ruchomych oraz organizowania biblioteki o charakterze naukowym i popularnonaukowym. W latach 70. XX wieku zespół obiektów budownictwa ludowego powiększył się niemal dwukrotnie. Największą zasługę w tym dziele należy przypisać ówczesnemu dyrektorowi – Eugeniuszowi Oleszczukowi. Od stycznia 1985 roku włączono do muzeum dwa obiekty: Dom Mrongowiusza i Salon Wystawowy w odbudowanym na cele muzealne dawnym kościele ewangelickim. W Domu Mrongowiusza znajduje się stała ekspozycja poświęcona Krzysztofowi Celestynowi Mrongowiuszowi. W Salonie Wystawowym organizowane są ekspozycje czasowe o zróżnicowanej problematyce[21]. Dnia 30 grudnia 2008 roku muzeum zostało wpisane do Państwowego Rejestru Muzeów prowadzonego przez Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego. W roku 2009 wyróżniono je honorową nagrodą im. Oskara Kol-

[21] B. Kuźniewski, *Olsztynek…*, s. 172–176.

berga za dorobek w popularyzacji kultury ludowej i folkloru[22]. Muzeum Budownictwa Ludowego Park Etnograficzny w Olsztynku jest członkiem-założycielem Stowarzyszenia Muzeów na Wolnym Powietrzu w Polsce[23]. Rocznie olsztynecki skansen odwiedza około 80 tysięcy turystów z kraju i zagranicy[24].

3. Zasoby Muzeum Budownictwa Ludowego w Olsztynku

O merytorycznej wartości muzeum w największym stopniu decydują zasoby zbiorów i ich różnorodność. Zgromadzono je w czterech działach: Architektury, Kultury Materialnej, Sztuki Ludowej i Folkloru oraz w Bibliotece i Archiwum. Według danych z 2006 roku stan liczebny przedstawiał się następująco:

- budownictwo ludowe (wraz z małą architekturą) – 54 obiekty, kolejne w trakcie prac budowlano-montażowych;
- muzealia prezentujące kulturę materialną (ponad 8000 obiektów);
- prace twórców ludowych i rękodzieła (ponad 2000 obiektów);
- zbiory biblioteczne (około 6000 woluminów)[25].

Muzeum Budownictwa Ludowego dysponuje obecnie terenem o powierzchni 96 ha, posiada bogate zbiory muzealiów ruchomych i nieruchomych. W Parku Etnograficznym zgromadzono 68 obiektów dużej i małej architektury wiejskiej z Warmii, Mazur, Powiśla i Małej Litwy. Są one zróżnicowane architektonicznie, tworząc jeden z najciekawszych zespołów skansenowskich w Polsce (domy mieszkalne, obiekty inwentarskie, budynki gospodarcze, sakralne, przemysłowe, np.: młyn wodny, wiatraki, olejarnia, kuźnia, wędzarnia, garncarnia). Szczegółowy wykaz obiektów architektury wzbogacony fotografiami znajduje się na stronie internetowej muzeum.

Muzeum posiada około 10 tysięcy muzealiów ruchomych z zakresu materialnej kultury ludowej XIX i XX wieku oraz współczesnej sztuki i rękodzieła

---

[22] A. Czyżewska, A. Wiklak, *Muzeum Budownictwa Ludowego Park Etnograficzny w Olsztynku*, www.skanseny.net/skansen/Olsztynek.

[23] www.turystyka.wp.pl.

[24] www.olsztynek.bil-wm.pl.

[25] B. Kuźniewski, *Olsztynek...*, s. 177.

ludowego (40% z nich eksponowanych jest w obiektach udostępnianych do zwiedzania). Wśród muzealiów ruchomych, ilustrujących kulturę materialną, Kuźniewski[26] zwraca uwagę na: wóz Romów, kolekcję malowanych mebli i kamionki, zbiory tradycyjnych narzędzi kowalskich, stolarskich, ciesielskich, narzędzi rolniczych, sprzętu gospodarczego i kuchennego. Natomiast wśród zbiorów sztuki i rękodzielnictwa ludowego najliczniejszą grupę stanowią: rzeźby i płaskorzeźby z drewna, rzeźby w glinie, wycinanki, a w dalszej kolejności tkanina, ceramika i haft.

Muzeum przypomina również o pierwszych mieszkańcach regionu. W części archeologicznej zrekonstruowany został kurhan z wczesnej epoki żelaza, budowana jest też wczesnośredniowieczna osada rzemieślnicza pod nazwą Amalang. Autentyczności krajobrazowi kulturowemu przydają, oprócz obiektów architektonicznych, zwierzęta hodowlane, przydomowe ogrody oraz tradycyjne zasiewy. Turyści mogą podziwiać konie, kozy (alpejska i mieszane) i owce Skuddy – uważane za najstarszą z udomowionych nordyckich ras owiec[27]. W bieżącym roku hodowane w muzeum konie zostały nagrodzone oraz wyróżnione podczas odbywającej się w Warmińsko-Mazurskim Ośrodku Doradztwa Rolniczego w Olsztynie Wystawy Zwierząt Hodowlanych (v-ce champion wystawy i 6. lokata); wystawa odbyła się w dniach 3–4 września 2011 roku[28].

4. Działalność kulturalna i edukacyjna skansenu

Muzeum posiada bogatą ofertę lekcji muzealnych i warsztatów plastycznych, świadczy również usługi przewodnickie (odpłatnie). Zajęcia edukacyjne prowadzone są w obiektach Parku Etnograficznego oraz w Salonie Wystawowym przez pracowników muzeum: etnografów, historyków sztuki, historyków oraz artystów plastyków. Charakter i zakres zajęć uzależniony jest od wieku uczestników. W programie znajdują się m.in.: „Stroje ludowe na Warmii i Mazurach", „Jak kiedyś pisano: kaligrafia", malarstwo na szkle, architektura regionalna, pszczelarstwo, zwierzęta gospodarskie, warsztaty ceramiczne, bożonaro-

[26] B. Kuźniewski, *Olsztynek…*, s. 178.

[27] www.muzeumolsztynek.com.pl.

[28] www.w-modr.pl.

dzeniowe i wielkanocne warsztaty świąteczne, „Wycinanka polska", „Spotkania z baśnią i legendą Warmii i Mazur". Zajęcia trwają od 45 do 90 minut, są odpłatne (5–8 zł od osoby w zależności od rodzaju i czasu trwania zajęć). W sezonie letnim działa Galeria Sztuki Ludowej, gdzie można nabyć prace regionalnych twórców: rzeźbiarzy, malarzy, ceramików, wikliniarzy, hafciarek i koronczarek.

Na terenie parku organizowanych jest wiele imprez z myślą o turystach i mieszkańcach miasta. Są to m.in.: Regionalny Jarmark Wielkanocny, Majówka w skansenie, Regionalne Ekologiczne Targi Chłopskie, Festyn Zielonoświątkowy, Dni Olsztynka, Regionalne Święto Ziół, Festiwal Bałtyjski – w kręgu kultury Prusów, Targi Chłopskie, Europejskie Dni Dziedzictwa, Olsztyńskie Dni Nauki, Festiwal Kabaretów Wiejskich, Jarmark Zwierzęcy, Regionalny Jarmark Wigilijny[29].

W Muzeum Budownictwa Ludowego funkcjonuje Biuro Obsługi Ruchu Turystycznego, które udziela informacji dotyczących działalności placówki (ceny biletów, działalność edukacyjna, rezerwacja przewodników). Muzeum nie prowadzi natomiast współpracy z centrami „it" (jedynie kontakty telefoniczne). Na gości czeka również dwustuletnia karczma, w której podawane są regionalne dania. Dobrym wstępem do osobistego odwiedzenia muzeum jest wirtualna wycieczka po skansenie. W trakcie jej odbywania można wejść między innymi do starych chałup, szkoły wiejskiej, zakładu szewskiego, karczmy, kościoła ewangelickiego. To połączenie tradycji z nowoczesnością (wykorzystanie technik multimedialnych) szczególnie docenia młodsze pokolenie (dzieci i młodzież).

Uwagi końcowe

Muzea na wolnym powietrzu można określić wyjątkowymi produktami turystycznymi. Prezentują one bowiem niezwykłe bogactwo i autentyzm dziedzictwa kulturowego, pełniąc funkcje rekreacyjne, naukowe, edukacyjne i kulturalne. Muzea typu *open-air* cieszą się dużym uznaniem i popularnością wśród odwiedzających. To nie tylko obiekty architektury wiejskiej, stałe ekspozycje, ale również bogactwo wystaw czasowych, imprezy nawiązujące do roku gospodarskiego (obrzędowego), to lekcje muzealne, imprezy patriotyczne i kultural-

[29] www.muzeumolsztynek.com.pl.

ne, pokazy zanikających rzemiosł, tradycyjna sztuka kulinarna. To ośrodki mające duże znaczenie w procesie aktywizacji środowisk lokalnych. Kompozycja tych elementów w połączeniu z wrażeniami, emocjami, doświadczeniami nabywców tworzy pewien spójny produkt (pakiet materialnych i niematerialnych komponentów, pozwalający konsumentom na zaspokojenie zróżnicowanych potrzeb, przy zaangażowaniu określonej kwoty zasobów finansowych).

Popularność placówek skansenowskich wynika również z faktu, że przełamują one „stereotyp uroczystego zwiedzania z przewodnikiem i w niewygodnych pantoflach, wielkich budynków muzealnych (…)”[30]. Tutaj przeszłość przeplata się z teraźniejszością. Stare łączy się z nowoczesnością. Tradycja i kultura muszą zmierzyć się z oczekiwaniami rynku. Okazuje się, że sama ekspozycja architektoniczna już nie wystarczy. Oferta powinna być bogata, zróżnicowana, atrakcyjna dla odbiorców w różnym wieku i odpowiednio wypromowana.

Taką właśnie ofertę proponuje turystom Muzeum Budownictwa Ludowego Park Etnograficzny w Olsztynku. Zwiedzający olsztynecki skansen mają wrażenie, że „przenieśli się do sielskiej wioski sprzed lat. Podwórka wypełnione gdakaniem, beczeniem inwentarza, a wnętrza domostw wyglądają tak, jakby domownicy opuścili je na moment”. Zimą „uśpiona wioska – muzeum tworzy niemal doskonałą iluzję krajobrazu sprzed setek lat”[31].

THE MUSEUM OF THE FOLK ARCHITECTURE – ETHNOGRAPHIC PARK IN OLSZTYNEK AS THE EXAMPLE OF THE TOURIST PRODUCT

Summary

In the publication definitions of tourist product and its specific features were under discussion. The article presents an open-air museum, its characteristics, history and educational, cultural and popularizing role (the example of Museum of the Folk Architecture – Ethnographic Park in Olsztynek). Today the open-air ethnographic park features several dozen original and reconstructed houses from Warmia, Masuria and Lithuania. Visitors can admire old houses, wind-mills, farm outbuildings, granaries, a coun-

[30] www.forumakad.pl.

[31] www.polskaniezwykla.pl.

try-inn, a school, a smithy and a church. The museum in Olsztynek uses authentic buildings, objects, plants, animals, true stories to bring the past to life. A visit to the museum is an unforgettable experience for children, parents and grandparents.

Translated by Jolanta Rosłon