

**Michał Filip Świdwa**

Pułtusk

## **Muzealnik – zawód o bogatej tradycji wobec wyzwań współczesności**

### **Słowa kluczowe**

muzealnik, marketing muzealny, zmiany w muzealnictwie

### **Streszczenie**

Artykuł dotyczy zmian zachodzących we współczesnym muzealnictwie. Opisuje w syntetyczny sposób podstawowe wyzwania, przed jakimi stają pracownicy muzeów podczas pracy ze zbiorami, a także publicznością odwiedzającą ich placówki. W artykule zawarto również opis podstawowych problemów wynikających z działalności muzeów oraz ukierunkowania na współczesnym rynku turystyczno-kulturalnym.

Nauka historii, jako forma zachowania pamięci, przebiega na wielu płaszczyznach. Sposób, w jaki wiedza o minionych czasach jest przekazywana, może przyjmować postać zarówno materialną, jak też niematerialną. Każdy z nas od najmłodszych lat był wychowywany wśród znamion przeszłości. Najwcześniejszą i niematerialną formą poznawczą były z pewnością wspomnienia o przodkach lub wspomnienia najstarszego pokolenia naszych rodzin. Poprzez werbalną formę kontaktu z przeszłością mogło zrodzić się zainteresowanie wydarzeniami minionych lat lub nawet wieków. Słowo mówione, jednakże, nie umożliwia doświadczenia historii w pełni.

Znamiona przeszłości zawarte są także w pamiątkach rodzinnych, fotografiach lub innych przedmiotach, często stanowiących artefakty przekazywane pomiędzy pokoleniami. Stanowią one materialną postać historii, namacalny dowód upływu czasu. Umożliwiają wstępne poznanie, ustanowienie kontekstu, a także zrozumienie historii.

W każdej rodzinie istnieją zbiory obiektów, które dotyczą minionych pokoleń. Pieczętowanie przechowywane osobiste przedmioty przodków, często związane z ich militarną przeszłością, fragmenty umundurowania, odznaczenia, niekiedy nawet broń, tworzą swoistą i unikalną kolekcję obiektów historycznych. Zbiory te często mają charakter sentymentalny, stanowią zarazem ułamek większej całości. Rodzinne zbiory, poprzez ich bliższe poznanie, pozwalają ukształtować własny stosunek do przeszłości i tradycji. Umożliwiają jednocześnie poznanie przeszłości rodu na tle minionych wydarzeń.

Obszerne zbiory obiektów pochodzących z dawnych czasów, dotyczących nie tylko przeszłości jednostkowej, ale i społeczeństwa, gromadzą i przechowują specjalnie do tego powołane instytucje – muzea. Są to jednostki organizacyjne, których funkcjonowanie nie jest nastawione na zysk, a jednym z głównych założeń jest „gromadzenie i trwała ochrona dóbr naturalnego i kulturalnego dziedzictwa ludzkości”<sup>1</sup>. Muzea realizują cele w postaci przechowywania i ochrony zabytków, katalogowania oraz naukowego ich opracowania. Odbywa się to poprzez działalność pracowników tychże instytucji, określanych mianem muzealników.

Według definicji przytoczonej przez Mirosława Borusewicza w artykule *O kustosz-detektywie uwag kilka*<sup>2</sup>, muzealnik jest osobą odpowiedzialną za opiekę, naukową interpretację i badanie zbiorów. Mimo iż definicja dotyczy osoby określanej mianem „kustosza”, według Borusewicza dotyczy każdego pracownika muzeum. Praca, jaką wykonują muzealnicy, szczegól-

---

<sup>1</sup> Dz.U. z 2012 r. poz. 987, Ustawa o muzeach z dnia 21 listopada 1996 r., art. 1.

<sup>2</sup> M. Borusewicz, *O kustosz-detektywie uwag kilka*, „Muzealnictwo” 2013, nr 54, s. 98.

nie w czasach postępu technologicznego i wszechobecnej informacji, wydaje się być żmudną i mozolną. Jest to jednak odczucie złudne. Z tego powodu warto przyjrzeć się bliżej, jakie zadania i wyzwania stawia przed nimi praca z obiektami przeszłości, określanymi również „muzealiami”<sup>3</sup>. W Polsce, szczególnie po transformacji systemowej z początku lat 90., muzealnicy zostali postawieni przed nowymi wyzwaniami.

Aby w szerszym kontekście zrozumieć trudności, z jakimi borykają się pracownicy współczesnych placówek muzealnych, warto przyjrzeć się początkom tych instytucji. Tradycje zawodu muzealnika przebiegają równoległe z rozwojem muzeów. Sięgają wieku XIV i założenia pierwszego nowożytnego muzeum powołanego przez Sykstusa IV w 1471 roku. Ofiarował on mieszkańcom Rzymu pomniki dawnej świetności, które służyły udokumentowaniu przeszłości. Wyeksponowane zbiory miały na celu połączenie teraźniejszości z przyszłością, a zarazem zachowanie przeszłości dla następnych pokoleń. Z powyższego powodu pojawiła się konieczność doglądania, a także zabezpieczenia i konserwacji tychże. Można zatem uznać, iż świadoma działalność muzealników rozpoczęła się w wieku XIV na terenie Italii<sup>4</sup>.

Muzea nie są jednakże tworem nowożytnym. Ich pierwotna geneza może wywodzić się z chęci człowieka do zabezpieczenia i zachowania pamięci. Przykładem posłużyć może starożytny Egipt lub Mezopotamia, gdzie władcy pragnęli unieśmiertelnić swoje dokonania oraz imię<sup>5</sup>. Z tego powodu powstawały plastyczne przedstawienia, często zawierające inskrypcje imienne, magiczne, informacje o życiu codziennym, a także przedstawienia wielkich wydarzeń, jak bitwy lub polowania. Powstawały w formie steli, obelisków lub reliefów.

Gdyby nie instytucje muzealne, których celem jest gromadzenie, przechowywanie i zabezpieczanie, wiele z unikatowych obiektów lub zabytków mogłoby ulec zniszczeniu. Niewykluczone, iż część zostałaby bezpowrotnie rozgrabiona podczas licznych wojen i konfliktów. Wydarzenia z roku 2016 są tego najlepszym dowodem, kiedy bojownicy tzw. Państwa Islamskiego dokonali zniszczeń zabytkowych budowli świątynnych w Palmirze w Syrii<sup>6</sup>. Część zabytków znalazła się już wcześniej w zbiorach m.in. British Museum czy

---

<sup>3</sup> „Muzealiami są rzeczy ruchome i nieruchomości stanowiące własność muzeum i wpisane do inwentarza muzealiów. Muzealia stanowią dobro narodowe”. Dz.U. z 2012 r. poz. 987, Ustawa o muzeach z dnia 21 listopada 1996 r., art. 21, ust. 1.

<sup>4</sup> K. Pomian, *Muzeum: Kryteria Sukcesu*, „Muzealnictwo” 2009, nr 50, s. 58.

<sup>5</sup> J. Le Goff, *Historia i Pamięć*, Warszawa, 2007, s. 110.

<sup>6</sup> Źródło: <https://www.tvn24.pl/wiadomosci-ze-swiata,2/syria-slynnne-zabytki-pal-miry-zniszczone-przez-dzihadystow,708626.html> [dostęp: 18.11.2019].

w Luwrze<sup>7</sup>. Dzięki temu nadal mamy możliwość kontaktu z historią i przejawami kultury, której pozostałości „rebelianci” usilnie starali się zatrzeć.

Najstarsze znane muzeum zostało założone w Aleksandrii około 295 r. p.n.e. przez Ptolomeusza I Sotera<sup>8</sup>. Ośrodek ten realizował założenia Akademii Platńskiej oraz arystotelejskiego *Lycaeum*<sup>9</sup>, w rzeczywistości mógł stanowić ośrodek naukowy służący badaniom, a nie tylko gromadzeniu czy przechowywaniu obiektów i zbiorów bibliotecznych<sup>10</sup>.

W przypadku Europy geneza muzeów jest uzależniona od kraju oraz systemu wierzeń i władzy. Wraz z chrystianizacją naszego kontynentu i schyłkiem wieków średnich, gdzie historia i pamięć służyły głównie celom sakralnym, rozwój instytucji gromadzących i upowszechniających historię przypada na okres włoskiego Odrodzenia. Ze względu na postęp w dziedzinie sztuki oraz większą troskę o ukulturalnienie społeczeństwa, w przeciwieństwie do wieków poprzednich, powstawały galerie oraz muzea, np. muzea papieskie – Museo Pio-Clementino, Museo Chiaramonti i inne<sup>11</sup>.

Podążając przykładem papieży – zwolenników sztuki, np. Sykstusa IV, Juliusza II – europejscy władcy fundowali galerie sztuki, które stanowiły podwaliny pod największe w dzisiejszych czasach placówki muzealne. Należy zaznaczyć, iż w rezultacie konfliktów zbrojnych, m.in. wojny trzydziestoletniej 1618–1648, oraz licznych grabieży, wynikających ze zmiany charakteru wojsk z rycerskiego na zaciężne, jak również „prawa wojny i łupu”, niewiele z tych ośrodków miało szansę przetrwać.

Bezpośrednią przyczyną ograniczenia rozwoju ówczesnych instytucji muzealnych, szczególnie o charakterze sakralnym, była reformacja. Niszczenie dzieł sztuki było uzasadnione według doktryn Marcina Lutra i Jana Kalwina, a grabież i profanacja stała się metodą walki z „papieżnictwem”<sup>12</sup>.

We Francji sztuka i obiekty o znaczeniu historycznym używane były do ozdabiania pałaców królewskich. Wraz ze wzbogaceniem dworu królewskiego, a także posiadłości arystokracji, pojawiła się chęć pozyskania wiedzy na temat zgromadzonych zbiorów. Dzięki temu instytucje ówczesnie

---

<sup>7</sup> Źródło: <https://www.apollo-magazine.com/treasures-palmyra-preserved-worlds-museums/> [dostęp: 18.11.2019].

<sup>8</sup> J. Pruszyński, *Muzea. Muzealnictwo. Prawo Muzeów*, „Santander Art and Culture Law Review” 2015, nr 1, s. 13.

<sup>9</sup> *Lycaeum* – pierwowzór instytucji naukowych.

<sup>10</sup> J. Pruszyński, op. cit., s. 14.

<sup>11</sup> Ibidem.

<sup>12</sup> Ibidem, s. 15.

istniejące o charakterze muzealnym ponownie zyskały znanie „warsztatu naukowego”. Jednakże obserwując wydarzenia XVIII-wiecznej Europy na przykładzie Francji, uwzględniając rewolucję francuską, a następnie okres napoleoński, można odnieść wrażenie pojawienia się wahań społeczno-kulturowych w odniesieniu do obiektów historycznych i sztuki. Reformacja i podążająca za nią destrukcyjna desakralizacja sztuki, monarchia oświecona Ludwika XIV i otwarcie Luvru dla społeczeństwa, następnie rewolucja i dalsze niszczenie mienia kościelnego przyczyniły się do bezpowrotnej utraty pewnej części obiektów historycznych lub dzieł sztuki. Ponowny rozwój w kierunku gromadzenia obiektów historycznych pojawił się dopiero pod rządami Napoleona I, „którego zainteresowania naukowe były równe brakowi szacunku dla kultury krajów podbitych”<sup>13</sup>.

Powstawanie muzeów lub instytucji gromadzących zbiory historyczne oraz sztukę można także powiązać z regionalizmem. Odnosi się to szczególnie do federacji niezależnych księstw, biskupstw i wolnych miast wchodzących w skład Rzeszy Niemieckiej. Pojawiały się tam placówki gromadzące zbiory tematycznie obejmujące pamiątki po wybitnych osobistościach związanych z kulturą, sztuką, jak również obiektami z dziedziny techniki<sup>14</sup>.

Muzea tworzone były również ze względu na rozwój podróżnictwa, co było następstwem postępu technicznego. W rozumieniu angielskim istotne było to co egzotyczne. Podróżnicy, kupcy, wykonawcy wolnych zawodów stykali się z odmiennością, szczególnie w koloniach należących do Korony, przywożąc najciekawsze obiekty i przekazując je społeczeństwu. Dzięki temu już na przełomie XVIII i XIX wieku powstało British Museum, którego zbiór muzealiów związanych z historią Egiptu, Mezopotamii, Grecji i Rzymu po dziś dzień należy do największego na świecie<sup>15</sup>.

W przypadku muzeów polskich, szczególnie w końcu XVIII wieku, pojawiły się pobudki narodowościowe, zmierzające do zachowania dobra narodowego. Okres zaborów nie sprzyjał jawnemu propagowaniu tożsamości narodowej, jednakże już w 1800 roku w Warszawie powstało Towarzystwo Przyjaciół Nauk. Poprzez działalność tego typu związków dążono do gromadzenia, inwentaryzacji i ochrony polskiego dziedzictwa kulturowego. Aby podtrzymać ducha patriotycznego, powstawały prywatne muzea, a wszelkiego rodzaju działalność kulturalna była wspierana przez liczne towarzystwa regionalne, katolickie, sportowe, turystyczne, jak również medyczne i wie-

---

<sup>13</sup> J. Pruszyński, op. cit., s. 16.

<sup>14</sup> Ibidem, s. 17.

<sup>15</sup> *The British Museum and its Collections*, London 1986; Ibidem, s. 16.

le innych. Według Bohdana Rymaszewskiego w kraju pod zaborami w XIX wieku społeczeństwo wykazywało „niemal biologiczne dążenie większości Polaków do podtrzymania kultu tradycji jako instrumentu kształtującego postawy”<sup>16</sup>.

Zaborzy, powstania, okres Wielkiej Wojny, następnie walki o niepodległość przyczyniły się do znacznego uszczuplenia naszego dziedzictwa. Druga wojna światowa ponownie przyniosła kradzieże i rabunki dokonywane systematycznie, z prawdziwą niemiecką pieczołowitością. Część zbiorów udało się ukryć lub uratować, co być może wynika z doświadczeń polskich muzealników działających pod zaborami. Okres powojenny, aż do transformacji systemowej 1989 roku, cechował wykorzystanie kultury i jej zabytków w celach propagandowych i politycznych. Wraz z pojawieniem się sowieckiego nadzoru nad kulturą wystąpiły nowe przesłanki wpływające na proces decyzyjny dotyczący muzealiów. Nie jest wykluczone, iż część muzealiów mogła zostać zniszczona z powodu „niezgodności politycznej”. Można postawić pytanie, czy ze względu na zmianę ustroju pamięć w postaci zabytków powinna być wykorzystywana do celów politycznych, a jeśli niezgodna z obecnym programem rządzących – niszczone bądź usuwana z przestrzeni publicznej?

Biorąc pod uwagę historię muzealnictwa, której skromny zarys przedstawiono powyżej, zatrudnieni w tej profesji, nie tylko naukowcy, przez lata mogli doskonalić swój fach. Zawód muzealnika ma zatem wielowiekową tradycję, którą, podobnie jak mentalność społeczną publiczności, kształtowały monarchie, społeczeństwa, okoliczności czy konflikty zbrojne. To właśnie muzealnicy musieli stanąć na straży przeszłości, a dzięki ich poświęceniu, niejednokrotnie kosztem własnego życia, dzisiaj wciąż możemy podziwiać cenne zabytki. Polscy muzealnicy wykazali się szczególną działalnością na przełomie XVIII i XIX wieku, w czasie zaborów. Do osobistości związanych z zachowaniem naszego narodowego dziedzictwa można zaliczyć Stanisława Augusta Poniatowskiego, Stanisława Staszica, Andrzeja Onufrego czy Stanisława Kostkę Potockiego. Ponadto zabytki sztuki gromadzono w ramach programu Czartoryskich, poprzez działalność Raczyńskich, Mielżyńskich czy Działyńskich. Wielkie osobistości tamtych lat, jak i kolekcjonerzy traktowali zachowanie dorobku polskiego narodu jako obywatelski obowiązek<sup>17</sup>.

---

<sup>16</sup> Za: T.M. Cieślak, *Znaczenie muzeów regionalnych w krzewieniu historii i kultury regionalnej na przykładzie Muzeum Regionalnego w Bobolicach*, „Przegląd Geologiczny” 2019, vol 67, nr 8, s. 682.

<sup>17</sup> T.M. Cieślak, op. cit., s. 682.

Ostatnia dekada XX wieku, demokratyzacja Polski oraz zmiana ustroju gospodarczego przyczyniły się do poprawy „upolitycznionego” muzealnictwa polskiego. Jednakże mimo upływającego czasu polscy muzealnicy wciąż borykają się z trudnościami adaptacyjnymi. Metody pracy wewnętrznej muzealnika nie uległy generalnej zmianie, a jedynie rozszerzeniu. Pojawiły się natomiast nowe wyzwania, nieobecne w czasach ubiegłych, szczególnie w okresie PRL-u. W demokratycznym i wolnym kraju nie musimy już gromadzić pamiątek, aby zabezpieczyć i ochronić przeszłość i tożsamość narodu, jak było to czynione za czasów zaborów i powstań. Zmianie natomiast uległa percepcja odbioru wartości kulturowej, cele, a także warunki, w jakich obcujemy z historią. Po transformacji systemowej, w nowo powstających placówkach, jak również już istniejących, muzealnicy stanęli przed koniecznością „odkłamania” wypaczonej socjalizmem historii. Pojawiły się natomiast delikatne i trudne kwestie związane z odrzuceniem propagowanych przez komunizm postaci przy jednoczesnym upamiętnieniu pomijanych ze względów politycznych osobistości czy wydarzeń<sup>18</sup>.

Praca muzealnika osiągnęła zatem nowy poziom, szczególnie poprzez zmianę stosunku odwiedzającej publiczności. Muzea, wciąż stanowiąc ośrodki naukowe, stały się elementem „kultury turystycznej”, atrakcją, do której zwracają także indywidualni goście, a nie tylko zorganizowane wycieczki w celach edukacyjnych bądź propagandowych. Z powyższego wynikają nowe potrzeby i oczekiwania społeczeństwa. Tym samym odwiedzający wpływają na charakter działalności zewnętrznej tych instytucji. Wraz z rozwojem gospodarki, w której publiczność stała się bardziej doświadczona, wymagająca, nielojalna, niecierpliwa i wręcz domagająca się nowych bodźców, muzea zaczęły zmieniać swoją strategię.

Założenia kierujące pracą muzealnika dotyczą promocji zbiorów, udostępniania, przygotowywania wystaw, ponadto prowadzenia działalności artystycznej i upowszechniania kultury<sup>19</sup>. W dynamicznej gospodarce jedyną możliwością zabezpieczającą zewnętrzną formę funkcjonowania muzeum stała się działalność marketingowa. Doświadczenie ekspozycji, muzealiów oraz sposób ich prezentacji stały się wobec tego „produktem”, który należy dostosować do mentalności społecznej.

---

<sup>18</sup> A. Stasiak, *O potrzebie rewolucji w polskim muzealnictwie XXI wieku*, s., 121; Źródło: [www.academia.edu/18489468/o\\_potrzebie\\_rewolucji\\_w\\_polskim\\_muzealnictwie\\_XXI\\_wieku](http://www.academia.edu/18489468/o_potrzebie_rewolucji_w_polskim_muzealnictwie_XXI_wieku) [dostęp: 18.11.2019].

<sup>19</sup> Dz.U. z 2012 r. poz. 987, Ustawa o muzeach z dnia 21 listopada 1996 r., art. 2, ust. 5, 7a, 8.

Uplasowanie owego produktu działalności muzealnej nie wymaga znaczącej zmiany, a jedynie dążenia do zmiany percepcji w odniesieniu do postrzegania konkurencyjnych atrakcji. Plasowanie związane jest zatem z takim zaprezentowaniem oferty przedstawianej przez poszczególne placówki muzealne, dzięki któremu zajmie ona w świadomości publiczności wyróżniające się miejsce na tle innych<sup>20</sup>.

Aby osiągnąć zmianę na poziomie postrzegania, szczególnie w wieku „digitalizmu”, muzealnicy powinni wykorzystywać nowe rozwiązania technologiczne. W znacznym stopniu wizerunek muzeum wstępnie jest już kreowany przez platformę internetową. Wielu spośród odwiedzających muzea przegląda oferty dostępne w Internecie i niejednokrotnie na podstawie informacji zawartych na stronach placówek muzealnych podejmuje decyzję. Świadczy to również o konieczności rozbudowania tejże platformy, wyposażenia jej w informacje dotyczące nie tylko godzin funkcjonowania, ale zamieszczenie informacji dotyczących zbiorów, ekspozycji stałych, czasowych, wystaw plenerowych bądź innych wydarzeń, w tym kulturalnych. Dzięki zaistnieniu na platformie internetowej muzealnicy są w stanie rozszerzyć kontakt z zainteresowanymi, jak również wykreować zamierzony wizerunek placówki.

Wyzwanie stanowi jednakże charakter przemian, jakim podlegają muzea w XXI wieku. Dotyczą one głównie reformy mentalności oraz zrozumienia potrzeb publiczności. Chodzi również o odrzucenie starych, głęboko zakorzenionych przez lata PRL-u nawyków. Nie oznacza to jednak, iż wyzwania, naprzeciw którym stają współcześni muzealnicy, będą pokonane natychmiastowo. Jest to proces zajmujący lata, wynikający w znacznym stopniu z możliwości finansowych poszczególnych muzeów<sup>21</sup>.

Biorąc pod uwagę doświadczenia własne autora z licznych odwiedzin w muzeach polskich i angielskich, można zaznaczyć, iż pierwszy kontakt z efektywnym marketingiem muzeum rozpoczyna się już w momencie zakupu biletu. Jest to element, który stanowi często jedyną pamiątkę z wizyty. Bilet także może stać się obiektem kolekcjonerskim. Ponadto pozwala do pewnego stopnia prześledzić liczbę zwiedzających daną placówkę<sup>22</sup>. Stano-

---

<sup>20</sup> L. Garbowski, I. Rutkowski, W. Wrzosek, *Marketing Punkt Zwrotny Nowoczesnej Firmy*, Warszawa 1998, s. 174.

<sup>21</sup> A. Stasiak, op. cit., s. 122.

<sup>22</sup> W niektórych polskich muzeach bilety niebędące paragonami są numerowane. Przykładem mogą posłużyć bilety płatnego wstępu do Muzeum Wojska Polskiego w Warszawie ze zbiorów autora z następujących po sobie wizyt w latach 2015–2019 mają



wi zarówno element informacyjny, jak i promocyjny. Jest tym samym pierwszym wskaźnikiem rzetelności oferty przygotowanej dla publiczności przez muzealników.

Pracownicy placówek muzealnych ze względu na zmieniające się warunki rynkowe przestali być jedynie naukowcami badającymi historię poszczególnych obiektów. W XXI wieku nie każdy z muzealników musi być wyedukowanym historykiem. Ze względów wynikających z podanych powyżej argumentów, konieczne jest ukierunkowanie muzealników oraz ich niezbędne wyszkolenie w konkretnych dziedzinach działalności, często według standardów obowiązujących w przedsiębiorstwach komercyjnych. Część z nich niewątpliwie powinna posiadać wykształcenie historyczne, archeologiczne lub muzealne. Nie jest jednak konieczne, aby wszyscy byli specjalistami w tych dziedzinach.

Jednym z istotnych wyzwań, przed którymi stają muzealnicy, jest odtworzenie obiektów z niewielkich fragmentów. Jest to niewątpliwie umiejętność z zakresu artystycznych, wymagająca zarówno wiedzy, wyobraźni, jak i zdolności manualnych. Działalność archeologiczna rzadko pozwala na odnalezienie kompletnych zabytków, w znacznej mierze znaleziska są rozczłonkowane i niekompletne. W celach naukowych oraz poznawczych obiekty te mogą zostać odtworzone w technologii wirtualnej bądź za pomocą specjalnych technik rzemieślniczo-artystycznych. Obecna technologia pozwala na skrócenie czasu pracy odtwórczej, a w skrajnych przypadkach na stworzenie wysokiej klasy reprodukcji.

W celu prowadzenia swojej działalności na rynku współczesnym muzea potrzebują rzetelnej, otwartej i fachowo opracowanej oferty. Dzięki temu muzealnicy są w stanie zaprezentować swój produkt w postaci muzealiów, które umieszczone na nowej wystawie czasowej przyciągną szerszą publiczność. W zakres takiej działalności marketingowej wchodzi opracowanie drukowanych przewodników, ulotek, katalogów. Ponadto usługi w postaci dodatkowych, specjalnych programów, wielojęzycznych przewodników-muzealników bądź „otwarcia kulisów” również należą do oferty. Doskonałym przykładem może posłużyć forma reklamy stosowana przez brytyjskie Muzeum Zimnej Wojny RAF Cosford. Pracownicy tegoż muzeum są obecni na platformach internetowych i na portalach społecznościowych. Są to również specjaliści od kontaktu z klientem, którzy przez ukierunkowane podej-

---

numery: 049862, 067605, 077491, 097322 Sugeruje to, iż na przestrzeni 4 lat Muzeum Wojska Polskiego odwiedziło 47460 osób. Bilety bezpłatne wynikające z dni wolnego wstępu, mają zwykle inną numerację.

ście, nastawione na bezpośredni kontakt i sprzedaż, nakłaniają publiczność do odwiedzin. Proponują, w określonym czasie, ponadprogramowe atrakcje w postaci Dni Otwartych Warsztatu Konserwatorskiego lub Wieczory Otwartego Kokpitu. Każde z tych wydarzeń jest oczywiście odpłatne, co nie zmienia faktu, iż nawet odbywając się w nietypowych godzinach, cieszą się maksymalną frekwencją<sup>23</sup>.

Dzięki dodatkowym usługom, muzealnicy pozyskują nowych zwiedzających, oferując tym samym niespotykane dotąd przeżycia, niedostępne w ciągu normalnych godzin pracy placówki. Autor wielokrotnie był na takich wydarzeniach, a obsługa, jaką dostarczyli muzealnicy, jest godna polecenia. Warto podjąć próby zastosowania tychże rozwiązań w wielu polskich muzeach, szczególnie dysponującymi obiektami spełniających podobne warunki. Z pewnością przy organizacji tego typu wydarzeń zainteresowanie publiczności dopisze, zapewniając dodatkową atrakcję, rozszerzenie usług, jak i dodatkowe fundusze.

Współczesna publiczność także stanowi wyzwanie dla muzealników. Pojawienie się potrzeb duchowych, chęć emocjonalnego podejścia do ekspozycji i kreowanych wystaw oraz przeżycia związanego z odwiedzinami wymusza konieczność zaakceptowania psychologii we własnej pracy, która również może zostać wykorzystana w promocji i sprzedaży. Muzeum zatem powinno działać jak przedsiębiorstwo, traktować zbiory jako produkt, wykorzystywać zabiegi reklamowe, organizować dodatkowe atrakcje, które należy sprzedać<sup>24</sup>.

Kolejnym wyzwaniem i zarazem istotnym czynnikiem rozwojowym, na który muzealnicy powinni zwrócić uwagę, może być wykorzystanie osiągnięć nowoczesnej techniki dla celów merytorycznych. Multimedia w postaci filmów, dźwięków, interaktywnych paneli przyczyniają się do szybkiego przyswojenia i poszerzenia informacji na temat prezentowanych obiektów. Ponadto platformy multimedialne pozwalają na skondensowanie informacji w jednym panelu – znika zatem konieczność umieszczania licznych tabliczek z rozległymi opisami. Dane w zapisie cyfrowym są łatwiejsze do zredagowania i przystępniejsze, szczególnie dla młodszego pokolenia. Dzięki za-

---

<sup>23</sup> Wieczór Otwartego Kokpitu ma ograniczoną liczbę biletów (300 sztuk), wynika to z zasad bezpieczeństwa. Ze względu na czas otwarcia angielskich muzeów przez cały tydzień (z wyłączeniem świąt i ustawowych dni wolnych od pracy) wydarzenia te odbywają się głównie w godzinach wieczornych, po oficjalnym zamknięciu placówki.

<sup>24</sup> Mimo iż wg ustawy o muzeach są to instytucje nienastawione na zysk, dodatkowy przychód wynikający z tejsze działalności może posłużyć do celów inwestycyjno-rozwojowych: A. Stasiak, op. cit., s. 124.

stosowaniu nowoczesnych technologii percepcja obiektów na ekspozycjach może ulec zmianie. Wynika to z możliwości prezentacji eksponatu w formie cyfrowej, która jest praktycznie nieograniczona – od przedstawienia graficznego, siatki obiektu, prześwietlenia, planu, kubatury – do opisu fizycznego umieszczonego w kontekście historycznym.

W XXI wieku, muzeum przestało być podstarzałą placówką, gdzie snujący się po parkietach „opiekunowie ekspozycji” bacznie przyglądają się rozrabiającym, mało zainteresowanym wycieczkom szkolnym. Muzealnicy, którzy spełniają tę funkcję, stają przed niezwykle trudnym wyzwaniem, gdyż obcowanie z kapitalistyczną publicznością wymaga interpersonalnych predyspozycji oraz szerokiej wiedzy. „Opiekunowie ekspozycji” dbają o wizerunek placówki. Stanowią też fizyczną ochronę zbiorów w przypadku prób podejmowania działalności kryminalnej. Często zawierają pierwszy kontakt z publicznością, która właśnie do nich będzie kierowała pytania czy wątpliwości. Odpowiadają za informacje związane nie tylko z ekspozycją, ale za generalną recepcję, opiekę nad publicznością, jak również jej bezpieczeństwo. Poza spełnianiem funkcji społecznej „opiekunowie ekspozycji” mogą również zajmować się konserwacją eksponatów, zabezpieczeniem gablot, monitorowaniem przepływu publiczności. Ponadto kontrolują zachowanie odpowiednich warunków, m.in. temperatury lub nasłonecznienia, które mogą wpłynąć na stan zachowania muzealiów. Są to zatem pracownicy muzeum w pełni zaangażowani w działalność zewnętrzną, jak i zabezpieczenie gromadzonych zbiorów<sup>25</sup>.

Muzea stały się obiektami edukacyjnymi, przeznaczonymi dla całego społeczeństwa, które już bez nacisku odwiedza i interesuje się zbiorami. Muzealnicy zatem mają za zadanie spełnić oczekiwania, bez wyznaczania trendów lub kanonów w sztuce lub historii. Muzealnik musi w przystępny sposób dotrzeć do publiczności, umożliwić jej doświadczenie oraz przedstawić jak najszerszą ofertę edukacyjną. Często przyjmuje to formę zabawy, szczególnie w przypadku najmłodszej publiczności, która poprzez fizyczną interakcję uczy się najszybciej.

Wyzwania, z jakimi spotykają się współcześni muzealnicy, polegają również na kreatywności, zmianie podejścia do zwiedzającego oraz zastosowaniu osiągnięć technicznych dla zwiększenia podaży informacji. Muzealnicy, którzy osiągnęli swój cel w XXI wieku, pokonali trudności, prowadzą muzea, do których wraca się wielokrotnie. Spełniają tym samym swój obowią-

---

<sup>25</sup> S. Kocewiak, *Poradnik Opiekuna Ekspozycji w Muzeum*, „Szkolenia Narodowego Instytutu Muzealnictwa i Ochrony Zbiorów” 2015, nr 6, s. 7–8.

zek działalności zewnętrznej, promując i przekazując wiedzę oraz pamięć o zgromadzonych zbiorach.

Tradycyjna praca badawczo-naukowa, jaką charakteryzuje się praca muzealników, ulega powolnej zmianie. Muzealnicy już nie tylko gromadzą, przechowują i zabezpieczają, ale także edukują poprzez swoją działalność. Nie oznacza to, iż powinni oni odcinać się od korzeni, gdyż ewolucji ulega głównie forma przekazu. Od wieków zaangażowanie ludzi związanych i zainteresowanych obiektami historycznymi ma kluczowe znaczenie dla stosunku społeczeństwa do własnej przeszłości.

Michał Filip Świdwa

## Bibliografia

### Opracowania

- Borusewicz M., *O kustosz-detektywie uwag kilka*, „Muzealnictwo” 2013, nr 54.
- Cieślak T.M., *Znaczenie muzeów regionalnych w krzewieniu historii i kultury regionalnej na przykładzie Muzeum Regionalnego w Bobolicach*, „Przegląd Geologiczny” 2019, vol 67, nr 8.
- Garbowski L., Rutkowski I., Wrzosek W., *Marketing punkt zwrotny nowoczesnej firmy*, Warszawa 1998.
- Kocewiak S., *Poradnik opiekuna ekspozycji w muzeum*, „Szkolenia Narodowego Instytutu Muzealnictwa i Ochrony Zbiorów” 2015, nr 6.
- Le Goff J., *Historia i pamięć*, Warszawa 2007.
- Pruszyński J., *Muzea. Muzealnictwo. Prawo muzeów*, „Santander Art and Culture Law Review” 2015, nr 1.
- The British Museum and its Collections*, London 1986.
- Pomian K., *Muzeum: kryteria sukcesu*, „Muzealnictwo” 2009, nr 50.

### Inne materiały źródłowe

Dz.U. z 2012 r. poz. 987, Ustawa o muzeach z dnia 21 listopada 1996 r.

### Strony internetowe

- Academia.edu, Stasiak A., *O potrzebie rewolucji w polskim muzealnictwie XXI wieku*, [www.academia.edu/18489468/o\\_potrzebie\\_rewolucji\\_w\\_polskim\\_muzealnictwie\\_XXI\\_wieku](http://www.academia.edu/18489468/o_potrzebie_rewolucji_w_polskim_muzealnictwie_XXI_wieku) [dostęp: 18.11.2019].
- Wiadomości TVN24: <https://www.tvn24.pl/wiadomosci-ze-swiate,2/syria-slynn-zabytki-palmyry-zniszczone-przez-dzihadystow,708626.html> [dostęp 18.11.2019]
- Apollo Magazine: <https://www.apollo-magazine.com/treasures-palmyra-preserved-worlds-museums/> [dostęp: 18.11.2019].

## **Museologist – a profession with a rich tradition in the face of the challenges of today**

### **Keywords**

museologist, museum marketing, changes in museology

### **Abstract**

The article concerns the changes that are taking place in contemporary museology. In a synthetic way, it describes the basic challenges faced by museum employees when working with collections, as well as with the audiences that visit their facilities. The article also contains a description of the basic problems arising from the activities of museums and the focus on the contemporary touristic-cultural market.

## **Museumsmitarbeiter – ein Beruf mit reicher Tradition angesichts der Herausforderungen der Gegenwart**

### **Schlüsselwörter**

Museumsmitarbeiter, Museumsmarketing, Veränderungen im Museumswesen

### **Kurzfassung**

Der Artikel befasst sich mit den Veränderungen, die sich im zeitgenössischen Museumswesen vollziehen. Er beschreibt auf synthetische Weise die grundlegenden Herausforderungen, vor denen die Museumsmitarbeiter bei der Arbeit mit Sammlungen sowie mit dem Publikum, das ihre Einrichtungen besucht, stehen. Der Artikel enthält auch eine Beschreibung der grundlegenden Probleme, die sich aus der Tätigkeit der Museen sowie dem Fokus auf den zeitgenössischen Touristik- und Kulturmarkt ergeben.

## **Музейщик – богатая традиция профессии и вызовы современности**

### **Ключевые слова**

Музейщик, музейный маркетинг, изменения в музейном деле

### **Резюме**

В статье описываются изменения, происходящие в современном музейном деле. Представляется синтез основных вызовов, с которыми сталкиваются музейщики во время работы с собраниями и посетителями. Статья содержит также список базовых проблем, связанных с деятельностью музеев и тенденциями на современном рынке культуры и туризма.