

Anna Górska

Oczekiwania i postawy wobec placówki muzealnej w niektórych kręgach środowiska kieleckiego

Rocznik Muzeum Świętokrzyskiego 7, 313-336

1971

Artykuł został zdigitalizowany i 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.

ANNA GÓRSKA

OCZEKIWANIA I POSTAWY WOBEC PLACÓWKI MUZEALNEJ W NIEKTÓRYCH KRĘGACH ŚRODOWISKA KIELECKIEGO

Praca niniejsza opiera się na jednym z podstawowych założeń w naszej polityce kulturalnej, uzależniającym skuteczność upowszechniania od znajomości potrzeb oraz możliwości percepcyjnych środowiska, w którym mamy działać.

Upowszechnianie rozumiane jest tu jako przekazywanie treści i metod, różnicowanych zależnie od potrzeb, możliwości i gustów. Ma ono na celu uwrażliwianie na wartości kultury, wyrabianie samodzielnego krytycyzmu, przekazywanie faktów i symboli stanowiących treści kulturowe. Miarą skuteczności tak rozumianego upowszechniania nie mogą być li tylko wyniki statystyczne, jak np. frekwencja czy popyt na rynku wydawniczym. Efekty te wymagają weryfikacji przyczynowej, stwierdzenia, czy odzwierciedlają one świadome, autentyczne zainteresowania.

Przedstawione wyżej funkcjonalne pojmowanie terminu „upowszechnianie” przy rozpatrywaniu ekspozycji muzealnej wymaga uwzględnienia problemu dwojakiego jej oddziaływania: informacyjnego i estetyczno-emocjonalnego. Pierwsze dotyczy zawartości ekspozycji, która w tym aspekcie stanowi zespół zobiektywizowanych przedmiotów, symboli należących do określonych dziedzin kultury. Skutkiem oddziaływania informacyjnego jest wiedza. Stopień przyswojenia jej zależy od jakości ekspozycji oraz wszystkich czynników warunkujących u odbiorcy aktualną zdolność zapamiętywania¹. Ekspozycja muzealna jako zespół zabytków (w tym szczególnie dzieł sztuki) oddziałują również na sferę emocjonalną osobowości widza. W tym aspekcie skala jej oddziaływania jest uzależniona w głównej mierze od subiektywnych, często nie uświadamianych predyspozycji².

Upraszczać można powiedzieć, że w oddziaływaniu informacyjnym efekt zależny jest od występowania potrzeby na percypowanie określonej ekspozycji. Potrzeba może być uświadamiana lub też obudzona w okresie kontaktu

¹ Metodą badania efektów wymienionego oddziaływania ekspozycji muzealnej jest metoda panelowa, polegająca w tym wypadku na zebraniu informacji dotyczących wiedzy o ekspozycji przed i po jej zwiedzeniu. *Metody badań socjologicznych* pod red. M. S. Nowaka, rozdz. XIII, Warszawa 1965.

² A. Osęka *Spojrzenie na sztukę*, Warszawa 1964.

z ekspozycją. Miarą efektu jest ilość wiedzy zdobytej podczas zapoznawania się z wystawą. Oddziaływanie estetyczno-emocjonalne zaś zależy od wielu różnorodnych potrzeb pozostających w sferze osobistych przeżyć odbiorcy. Jego skutkiem są postawy.

Sformułowany w tytule przedmiot badań zainteresował autorkę szczególnie dlatego, że Muzeum Świętokrzyskie w tym okresie przygotowywało się do otwarcia stałych ekspozycji po remoncie trwającym sześć lat. W okresie remontu prowadzona była działalność odczytowa, filmowa i wystawiennicza w Uniwersytecie Kultury³. Miała ona na celu przekazywanie informacji z różnych dziedzin kultury. Podstawowy zakres problematyki dotyczył regionu i tych dziedzin, z których zbiory są gromadzone i upowszechniane w przewidywanych ekspozycjach muzeum (sztuka, archeologia, etnografia, historia, przyroda).

I. CEL BADAŃ

Praca niniejsza posiada dwojaki cel:

1 — uzyskanie informacji na temat wiedzy respondentów o muzeach w ogóle, w tym o interesującej nas placówce. Wiedza ta może pochodzić z doświadczeń bezpośrednich (kontakty muzealne) oraz informacji pośrednich uzyskanych poprzez środki masowego przekazu, prelekcje, relacje innych ludzi itp. Interesować nas będzie zasięg rozpowszechnienia informacji o Uniwersytecie Kultury. Podjęta też będzie próba określenia „idei muzeum”, wyobrażeń o tym, co stanowi istotę placówki, co w tych wyobrażeniach oceniane jest jako „muzealne”, a co nie odpowiada temu kryterium. Dla pracy oświatowej, pośredniczącej między ekspozycją a odbiorcą, istotna będzie informacja o zainteresowaniach respondentów formami tej działalności.

2 — przedstawiona tu będzie próba opracowania materiałów, nazwana analizą „10 pytań”. Jej celem jest określenie stopnia internalizacji postaw wyrażanych przez respondentów⁴.

II. KRYTERIA DOBORU I CHARAKTERYSTYKA BADANEJ ZBIOROWOŚCI

Wspomniana wyżej działalność Uniwersytetu Kultury znajdowała odbiorców w stałej grupie, niereprezentatywnej dla środowiska. Brak w niej było robotników i inteligencji z wyższym wykształceniem. Dominowała inteligencja urzędnicza. Marginesowa fluktuacja (10%) dotyczyła środowiska młodzieży

³ J. Kuczyński *Kronika muzealna*, „Rocznik Muzeum Świętokrzyskiego” t. II, Kraków 1964, s. 386—387; A. Oborny *Kronika muzealna*, „Rocznik Muzeum Świętokrzyskiego”, t. III, Kraków 1966, s. 454—460; tenże *Kronika muzealna*, „Rocznik Muzeum Świętokrzyskiego”, t. IV, Kraków 1967, s. 426—430; tenże *Kronika muzealna*, „Rocznik Muzeum Świętokrzyskiego”, t. IV, Kraków 1967, s. 466—474.

⁴ Inaczej — uwewnętrznienie. Postawa zinternalizowana to taka, której treść wynika z wewnętrznych subiektywnych motywacji. Jej przeciwieństwem jest postawa wyrażana na przykład pod wpływem nacisku opinii publicznej.

szkolnej i inteligencji twórczej. Wiązała się ona z wyborem różnych tematów prezentowanych w UK. Kilkuletnia obserwacja dostarczyła wniosków, że reprezentanci środowiska urzędniczego to stali bywalcy imprez i spotkań organizowanych przez różne placówki kulturalne miasta, jak Orkiestra Symfoniczna, ZPAP, kluby środowiskowe. Są to niezawodni uczestnicy uroczystości (wernisaże, otwarcia itp.) oraz sesji naukowych odbywających się w Kielcach. Spostrzeżenia powyższe, nie wystarczające do wyciągania wniosków ogólnych, poddyktowały wybór badanej zbiorowości. Skoncentrowano się mianowicie na środowisku dorosłych (ze względu na odmienną problematyki metodycznej w upowszechnianiu zrezygnowano z młodzieży) i wybrano do badań trzy grupy środowiskowe, zawodowe: robotników, inteligencję urzędniczą i inteligencję z wyższym wykształceniem. Dla uproszczenia wymienione grupy oznaczane będą w dalszym ciągu tekstu następującymi skrótami: R, IU, IWW. O wyborze tym zdecydowały zarówno doświadczenia działalności oświatowej muzeum, sugerujące możliwość potraktowania IU jako grupy porównawczej wobec pozostałych, jak i fakt, że te właśnie kręgi zawodowe głównie tworzą środowisko mieszkańców Kielc.

Badana zbiorowość składa się z 300 respondentów, po 100 z każdej typowanej grupy. Kryterium wyboru do badań było zatrudnienie w określonej kategorii oraz aktualne zamieszkanie w obrębie Kielc. Grupa urzędników wybrana została z dokumentacji Wydziału Kwaterunkowego Prezydium MRN (50 ulic z obrębu miasta, po 2 osoby z każdej ulicy); robotnicy — z dwu kieleckich zakładów przemysłowych; inteligencja z wyższym wykształceniem — z wymienionych zakładów oraz środowiska nauczycielskiego i kieleckich instytucji kulturalnych.

Fakt, że przynależność do kręgu zawodowego była jedynym, oprócz miejsca zamieszkania, kryterium wyboru do grupy respondentów, powoduje, że podstawowe cechy brane pod uwagę w środowiskowym doborze reprezentatywnym (wiek, płeć, wykształcenie) ułożyły się w sposób przypadkowy i nie będą traktowane jako punkty odniesienia w niniejszym opracowaniu. Tabela I przedstawia dane dotyczące wieku i płci.

TABELA I

Wiek	R			IU			IWW			razem
	M	K	razem	M	K	razem	M	K	razem	
do 25 lat	17	7	24	5	4	9	2	6	8	41
26—35	30	20	50	38	10	48	19	27	46	144
36—45	11	6	17	25	6	31	23	15	38	86
46—55	5	2	7	4	7	11	6	—	6	24
56 i więcej	2	—	2	1	—	1	2	—	2	5
Razem	65	35	100	73	27	100	52	48	100	300

Zestawienie według wykształcenia pokazuje, że ta cecha jest elementem różnicującym badaną zbiorowość zgodnie z dominującymi jej poziomami w poszczególnych kręgach środowiskowych.

TABELA II

Robotnicy			Inteligencja urzędnicza		
Wykształcenie	M	K	Wykształcenie	M	K
Niepełne podstawowe	4	7	Niepełne średnie	1	2
Podstawowe	15	24	Średnie	67	23
Niepełne średnie (zawodowe)	45	4	Niepełne wyższe	5	2
Średnie techniczne	1	—	R a z e m	73	27
R a z e m	65	35			

Inteligencja
z wyższym wykształceniem

Wykształcenie	M	K
Techniczne	42	30
Humanistyczne	10	18
R a z e m	52	48

Zastrzec należy, że dobrana grupa respondentów nie stanowi próby reprezentatywnej, wobec czego wnioski przedstawione traktowane są opisowo i odnoszą się do badanej zbiorowości, nie zaś do całego środowiska. Ich reprezentatywność mogłyby potwierdzić szersze badania, na które nie pozwoliły warunki, w jakich podjęta została niniejsza praca.

III. METODA BADAŃ

Techniką badawczą był wywiad kwestionariuszowy⁵. Wartość tej techniki w badaniu postaw i opinii polega na możliwości nawiązania bezpośredniego kontaktu z respondentem, dokonywania obserwacji w czasie rozmowy. Wszelkie bowiem wnioski w badaniach postaw traktować należy hipotetycznie, ponieważ:

— respondent świadomie udzielać może informacji zgodnych ze spodziewanymi oczekiwaniami pytającego;

— nie mając własnej postawy wypowiada opinie funkcjonujące w środowisku.

Materiał obserwacyjny jest szczególnie istotny. Pozwala określić stopień wiarygodności odpowiedzi, rozgraniczyć między postawami „własnymi”, stereotypowymi i modelowymi⁶.

⁵ Por. załączony na końcu kwestionariusz.

⁶ Pojęcie modelu, wzoru — por. A. Kłosowska *Wzory i modele w socjologicznych badaniach rodziny*, „Studia Socjologiczne” 1962, nr 2.

Metoda dziesięciu pytań

Niezależnie od obserwacji podjęta została próba wspomnianego wyżej rozgraniczenia postaw w oparciu o analizę merytoryczną każdego kwestionariusza osobno. Celem analizy było stwierdzenie, czy deklaracja oczekiwań wobec Muzeum Świętokrzyskiego (odpowiedź na pytanie 4) jest przypadkowa, czy też ma ona określoną motywację. Analizie poddane zostały odpowiedzi na pytania: 4, 5, 7, 8, 9, 11, 15, 18, 19. Sondują one informacje o zainteresowaniach respondenta w różnych aspektach. W odpowiedziach na pytania dotyczące: oczekiwań wobec muzeum, porównania muzeum kieleckiego z innymi, tego, co zapamiętał w innym muzeum, oceny „muzealności” wymienionych przedmiotów, wyboru przedmiotu, który respondent chciałby mieć na własność (4, 5, 7, 8, 9) — respondent może wyrazić zainteresowania kojarzone z muzeami; w pytaniu 11 — zainteresowanie regionem, w którym mieszka. Odpowiadając na pytania 14 i 15 ma możliwość sprecyzowania dziedziny wiedzy, która go specjalnie interesuje. Wymienione w nich dziedziny wiedzy uogólniają „zawartość” pytania o muzealność przedmiotów (8) i odpowiadają projektowanej ekspozycji Muzeum Świętokrzyskiego. Pytania 18 i 19 dotyczą zainteresowań zaspokajanych aktualnie lub nie zaspokajanych ze względu na brak możliwości.

Istniała możliwość, że respondent we wszystkich odpowiedziach wyrazi zainteresowanie jedną dziedziną, np. archeologią. Wiarygodność takiego materiału podważyć można by stwierdzeniem, że odpowiadający świadomie udzielał mylnych informacji, chcąc tym mocniej podkreślić sprecyzowane zainteresowania. W takiej sytuacji przeprowadzający rozmowę miał obowiązek poczynienia dodatkowych obserwacji, jak również sprowokowania do szczegółowych informacji, weryfikując w ten sposób uzyskane dane. W materiale z 300 kwestionariuszy nie stwierdzono takiej zbieżności odpowiedzi. Przyjęto natomiast, że wyrażenie dziedziny zainteresowań w pytaniu o oczekiwania wobec kieleckiego muzeum (4) i tej samej w innych pytaniach „dziesiątki” można traktować jako zbieżność, wskazującą na motywację odpowiedzi udzielonej na pytanie 4. Przedstawione niżej trzy warianty zbieżności w grupie dziesięciu pytań posłużą do wyselekcjonowania tych kwestionariuszy, w których oczekiwania wobec Muzeum Świętokrzyskiego wiążą się z zainteresowaniami, upodobaniami i doświadczeniami respondentów. Można je więc określić mianem postaw posiadających pewien stopień internalizacji. Pozostałe deklaracje oczekiwań, w których nie stwierdzono zbieżności, uznano za nie świadczące o rzeczywistych zainteresowaniach respondentów, co najwyżej o zainteresowaniach marginesowych. Wszystkie kwestionariusze podane zostały ogólnemu opracowaniu treści odpowiedzi na poszczególne pytania. A oto warianty odpowiedzi i ich interpretacja:

1. Jednakowa treść odpowiedzi na pytania: o oczekiwania wobec muzeum, zainteresowania regionem, innymi dziedzinami wiedzy i zainteresowania dotyczące spędzania czasu wolnego (pytania nr 4, 5, 11, 14, 15, 18, 19). Respondent interesuje się regionem lub wybraną dziedziną z nim związaną. Zainteresowania jego mają charakter praktyczny (studiuje literaturę, kolekcjonuje itp.). Wiedzę w zakresie interesującej go dziedziny chciałby pogłębiać również poprzez ekspozycję muzealną.

2. Jednakowa treść odpowiedzi na pytania o oczekiwania wobec muzeum oraz pozostałe, związane z innymi muzeami (pytania nr 4, 5, 7, 8, 9). Oczekiwania wobec Muzeum Świętokrzyskiego wynikają z dotychczasowych doświad-

czeń muzealnych. Respondent chciałby mieć w muzeum dla siebie coś, co podobało mu się w innym. Może to być również chęć widzenia muzeum w całości podobnym do tego, które mu się szczególnie podobało.

3. Jednakowa treść odpowiedzi na pytania 4, 5, 7, 8, 9 różna od treści jednakowych odpowiedzi na pytania nr 11, 14, 15, 18, 19. Postawy takie oznaczają: brak dostatecznej wiedzy o miejscowym muzeum, niezaliczanie muzeum do instytucji, w których można pogłębiać wiedzę. Jeżeli w pytaniu o zainteresowania regionem (11) uzyskamy odpowiedź „walory turystyczne”, w pytaniach o zainteresowania innymi dziedzinami (14 i 15) — „przyroda”, w pytaniach o zainteresowania w ramach czasu wolnego (18 i 19) — „wycieczki”, „podróże” — oznaczać to może deklarację zainteresowań wypoczynkowo-rekreacyjnych, a nie poznawczych. W omówionym przypadku interpretacja oczekiwań wobec muzeum (4, 5, 7, 8, 9) taka sama jak w wariancie drugim.

IV. WYNIKI ANALIZY „10 PYTAŃ”

Tabela IV przedstawia materiał uzyskany w tym zakresie.

Przed przystąpieniem do wymienionej analizy przyjęto założenie, że postawy dotyczące muzeów warunkowane są doświadczeniami z nimi związanymi. Przyjęto więc następujący podział badanej zbiorowości⁷:

- a — respondenci, którzy byli w Muzeum Świętokrzyskim i w innych muzeach (przynajmniej w jednym);
- b — respondenci, którzy nigdy nie byli w muzeum;
- c — respondenci, którzy byli tylko w Muzeum Świętokrzyskim;
- d — respondenci, którzy nie byli w Muzeum Świętokrzyskim, natomiast byli w innych muzeach (przynajmniej w jednym).

Hipotetycznie przyjęto skalę aktywności dla powyższych kategorii, w której $a = 3$, $b = 0$. Kategorii c przyznano aktywność równą 2, natomiast d równą 1, odwołując się do danych o frekwencji muzealnej, z których wynika, że zwiedzający spoza środowiska są na ogół członkami grup wycieczkowych, dla których sytuacja zwiedzania ustalona jest w programie wycieczki, nie wynika zatem z indywidualnego wyboru. W stosunku do osób, które zwiedzały tylko muzeum poza miejscem zamieszkania (d), takie zaszeregowanie w skali wydaje się uzasadnione.

TABELA III

	R	IU	IWW
a	29	92	70
b	5	—	—
c	46	1	5
d	20	7	25

⁷ W tabelach III—V używam symbolów a, b, c, d na określenie poniższych grup respondentów.

Zestawienie powyższe potwierdza obserwacje frekwencji Uniwersytetu Kultury. Wynika z niego, że najaktywniejszym środowiskiem jest inteligencja urzędnicza (najwyższe a i najniższe b). Należy dodać, że tylko czterech respondentów z grupy IWW przybyło do Kielc po roku 1962, kiedy to rozpoczął się remont Muzeum Świętokrzyskiego. Pozostali respondenci mieli możliwość zwiedzenia tego muzeum.

TABELA IV
WARIANTY ZBIEŻNOŚCI WYPOWIEDZI WEDŁUG DANYCH
O KONTAKTACH MUZEALNYCH

	R			IU			IWW		
	1	2	3	1	2	3	1	2	3
a	1	7	7	8	25	7	3	5	1
b	—	—	—	—	—	—	—	—	—
c	2	2	—	—	—	—	—	—	—
d	—	3	2	—	—	—	—	12	—

Z trzystu kwestionariuszy uzyskano 85 umotywowanych oczekiwań wobec Muzeum Świętokrzyskiego. Najliczniejsze w każdej z badanych grup środowiskowych, wyrażone przez 54 respondentów, jest oczekiwanie zobaczenia w miejscowej placówce tego, co najbardziej podobało się w innych muzeach. Porównanie tabeli III i IV wskazuje, że w grupie robotników większość, a wśród inteligencji urzędniczej wszystkie wyselekcjonowane postawy wyrazili ci respondenci, którzy byli w Muzeum Świętokrzyskim i w innych muzeach. W grupie inteligencji z wyższym wykształceniem — respondenci, którzy nie byli w miejscowym, natomiast byli w innych muzeach. Porównajmy ilość wyselekcjonowanych postaw w zestawieniu z liczbą respondentów, którzy byli w muzeum (wyłączając grupę b).

54 R było w muzeum	24 postawy (44%)
99 IU było w muzeum	40 postaw (40%)
95 IWW było w muzeum	21 postaw (22%)

Biorąc za punkt wyjścia kontakt z muzeum, najwięcej postaw motywowanych deklarują robotnicy. Najmniej, i to w zdecydowanej mniejszości w stosunku do dwóch pozostałych grup — IWW.

Treść oczekiwań wobec muzeum wyrażona w omawianych 85 kwestionariuszach nie różnicuje się w poszczególnych grupach środowiskowych.

W a r i a n t 1 (4, 11, 14, 15, 18, 19) — „zwolenników” muzeum regionalnego interesuje: archeologia (trzech respondentów), historia regionu (siedmiu respondentów), folklor (czterech respondentów).

W a r i a n t 2 (4, 5, 7, 8, 9). 54 respondentów, którzy chcieliby oglądać w Muzeum Świętokrzyskim eksponaty podobne do tych, które widzieli w innych muzeach, to zwolennicy sztuki: malarstwa, meblarstwa, rzemiosła artystycznego.

W a r i a n t 3 (4, 5, 7, 8, 9 i 11, 14, 15, 18, 19). Wśród piętnastu respondentów dziesięciu oczekuje od Muzeum Świętokrzyskiego ekspozycji z zakre-

su sztuki, czterech — ekspozycji regionalnych (trzech — etnografii, jeden — historii regionu). W drugim członie pytań wszyscy deklarują zainteresowania wypoczynkowo-rekreacyjne.

V. OMÓWIENIE MATERIAŁÓW UZYSKANYCH Z OGÓLNEGO OPRACOWANIA KWESTIONARIUSZA

1. Funkcje przyznawane muzeum.

Odpowiadając na pytanie 1 respondenci postawieni zostali przed koniecznością sprecyzowania roli, jaką w ich rozumieniu pełni muzeum w środowisku. Uzyskaliśmy w ten sposób charakterystykę funkcji przypisywanych tej placówce (patrz tabela V).

- A — r e p r e z e n t a c y j n a — potrzeba muzeum argumentowana rangą miasta wojewódzkiego, na przykład „jeżeli w innych miastach wojewódzkich są muzea...”, „w takim mieście, jak Kielce...” itp.;
- B — r o z r y w k o w a — zaliczająca muzeum do koniecznych w dużym mieście instytucji rozrywkowych;
- C — u s ł u g o w a — tym mianem nazwano stwierdzenia o potrzebie muzeum jako instytucji dostarczającej materiałów pomocniczych dla młodzieży szkolnej;
- D — d o k u m e n t a c y j n a — argumentowana potrzebą gromadzenia i udostępniania materiałów dotyczących historii i współczesności regionu;
- E — t u r y s t y c z n a — podkreślająca potrzebę istnienia muzeum jako obiektu interesującego odwiedzających region.

Wśród wymienionych pierwsza i piąta to funkcje zewnętrzne: reprezentacja środowiska wobec innych, usługi dla turystów, natomiast druga, trzecia i czwarta podkreślają środowiskową rolę muzeum. Odpowiedzi negatywnych na pytanie pierwsze nie było. Odpowiedzi twierdzące nie uzasadnione uznano jako brak danych.

Deklaracje funkcji zestawione zostały z danymi o kontaktach muzealnych odbiorców.

52% respondentów odpowiadających na pytanie 1 uważa, że funkcją kieleckiego muzeum jest gromadzenie i upowszechnianie wiedzy o regionie. Opinia ta dominuje w grupach IU oraz IWW. 25% przypisuje muzeum funkcję reprezentacyjną. W grupie R jest ona deklarowana najliczniej.

2. Idee muzeum.

Pytanie 8 należy do „podchwytliwych”, respondent bowiem postawiony został przed faktem wyboru najbardziej i najmniej muzealnych eksponatów, podczas gdy wszystkie wymienione mogą podlegać tylko klasyfikacji uzależniającej ich eksponowanie od typu muzeum. Notabene, tylko jeden respondent udzielił „prawidłowej” odpowiedzi. Przypuszczać można, że respondenci, dokonując hierarchizacji eksponatów wymienionych w pytaniu, wyrażali osobistą ideę muzeum, czyli pogląd co do istoty ekspozycji muzealnej. Tabela VI przedstawia dane uzyskane z odpowiedzi na pytanie 8. Ocena „1” oznacza, że średnia ocena przyznana sztuce była najwyższa w porównaniu z pozostałymi średnimi.

Najbardziej „muzealną” dziedziną w opinii respondentów jest sztuka (obrazy, rzeźby, rzemiosło artystyczne itp.). Zarysowują się też zróżnicowania postaw związane z płcią. Dowodzi tego na przykład lokata zbroi. Zdecydowa-

TABELA V

ŚRODOWISKO funkcja sytuacja	R							IU						IWW							
	A	B	C	D	E	F	ra- zem	A	B	C	D	E	F	ra- zem	A	B	C	D	E	F	ra- zem
a	12	-	-	12	2	3	29	8	4	3	58	18	1	92	10	-	1	56	3	-	70
b	16	-	4	2	3	21	46	-	-	-	-	-	1	2 ₁	-	-	-	-	-	3	5
c	6	1	4	2	1	6	20	-	2	-	3	1	1	7	10	-	-	3	11	1	25
d	38	1	8	17	6	30	100	8	6	1	61	19	3	100	22	-	1	59	14	4	100

TABELA VI

Ekspozycje	R		I U		I W W	
	M	K	M	K	M	K
	l o k a t a					
obrazy	1	1	1	1	1	1
rzeźby	3	3	3	2	2	2
stare książki	10	9	9	9	9	10
czasopisma	11	10	11	11	12	11
skorupy garnków	8	7	10	10	10	8
zbroje	2	11	2	7	3	9
meble	5	2	4	3	4	4
sprzęty domowe	7	4	7	6	8	7
zegary	6	5	8	5	7	5
ptaki, zwierzęta	4	8	6	8	5	6
stroje ludowe	9	6	5	4	6	3
kamienie	12	12	12	12	11	12

nie ostatnie miejsca zajmują zabytki staropiśmiennictwa i geologia (kamienie). Zastrzeżenie, że na hierarchizację ekspozycji mogła mieć wpływ kolejność ich wymieniania w pytaniu.

Na pytanie 8 odpowiedziało 298 respondentów, w tej liczbie ci, którzy nigdy nie byli w muzeum (patrz tabela III). Interesującym byłoby badanie motywacji przedstawionej skali ocen. Informacji w tym względzie dostarczają częściowo odpowiedzi na pytanie 9. Jeżeli ekspozycja oceniana najwyższą przez respondentów chciałaby mieć na własność, można przypuścić, że dokonując hierarchii obiektów muzealnych odpowiadał na pytanie, co mu się najbardziej wśród tych ekspozycji podoba. W 85% kwestionariuszy stwierdza się zgodność treści pytań 8 i 9.

3. Znajomość muzeów a oczekiwania wobec Muzeum Świętokrzyskiego.

W grupie R odpowiedzi uzyskane na pytanie szóste (najbardziej podobające się muzeum) przedstawiają się następująco. Na 44 respondentów najczęściej głosów uzyskało — Muzeum Narodowe w Warszawie (9), dalej Muzeum Wojska Polskiego (8), Muzeum Narodowe w Krakowie (5), Wawel (4), Wilanów (2), Oblęgorek (3), Muzeum Archeologiczne we Wrocławiu (3), Malbork (2), Łańcut (2), Sielcia (2), Muzeum Techniki (1), Jana Matejki (1), Zakopiańskie (1). Najczęstszym uzasadnieniem wyboru muzeum jest ilość ekspozycyjnych zabytków (35 głosów) lub też interesujący szczegół.

Natomiast w pytaniu 7 (zapamiętane szczegóły) na 39 odpowiedzi wymieniane są: obrazy (malarstwo polskie, Michałowski, Matejko, Chełmoński) — 14 odpowiedzi; zbroje — 12 odpowiedzi; ładne wnętrza — 6 odpowiedzi. W odniesieniu do omawianej grupy środowiskowej można mówić o bezpośrednim związku między subiektywnymi upodobaniami przy poszczególnych ekspozycjach, oglądanych w trakcie zwiedzania muzeum, a ich oceną jako obiektów muzealnych (jednakowa treść odpowiedzi na pytania 7, 8 i 9).

W środowisku IU na pytanie o najbardziej podobające się muzea odpowiedziało 88 osób wymieniając następujące muzea: Wojska Polskiego (23), Wawel (22), Muzeum Narodowe w Warszawie (20), Muzeum Narodowe w Krakowie (11), Łańcut (3), Wilanów (3). Ponadto, pojedynczo wymieniono: Mu-

zeum Pomorza Zachodniego w Szczecinie, Malbork, Muzeum Marynarki Wojennej w Gdyni, Muzeum w Kętrzynie, Muzeum w Sandomierzu, Muzeum Techniki w Warszawie, Muzeum w Zakopanem, Muzeum w Toruniu, Muzeum w Łowiczu, Muzeum Śląskie w Bytomiu, Muzeum w Kórniku, Grunwald, Muzeum w Radomiu, Muzeum w Słupsku, Muzeum w Oblęgorku, Dom Długosza w Sandomierzu. Wybór muzeum uzasadniano: ilością zbiorów (65 odpowiedzi), szczególnie interesującym eksponatem (26 odpowiedzi), zainteresowaniem pewną dziedziną eksponowaną przez muzeum (7 odpowiedzi).

Ogólnie respondenci tej grupy nie różnią się od poprzedniej w zainteresowaniach muzealnych. Zwiększa się zasięg kontaktów i ilościowa znajomość muzeów. Potwierdzają to odpowiedzi na pytanie 7. Mianowicie wśród wymienianych eksponatów znajdujemy szeroki ich wachlarz z zakresu sztuki i rzemiosła artystycznego (60 odpowiedzi), ponadto (38 odpowiedzi) wymieniane są eksponaty znamionujące zainteresowania techniczne.

W grupie IWW zarówno typy muzeów, jak i uzasadnianie ich wyboru pokrywają się z dotychczas wymienianymi. Oprócz Wawelu (14 odpowiedzi), Muzeum Narodowego w Warszawie (20 odpowiedzi), Muzeum Narodowego w Krakowie (15 odpowiedzi), Wojska Polskiego (14 odpowiedzi) i innych respondenci wymieniają muzea zagraniczne: British Museum, Galerię Tretia-kowską, Galerię Drezdeńską, Ermitaż, Muzeum Literatury w Pradze. Uzasadnieniem wyboru jest również liczba eksponatów (46 odpowiedzi), piękno zbiorów (28 odpowiedzi).

W pytaniu 7 dotyczącym zapamiętanych szczegółów z innego muzeum głównie (70 odpowiedzi) wymieniane są konkretne eksponaty z zakresu sztuki.

Interesujące będzie porównanie wyżej przedstawionych materiałów z obrazem Muzeum Świętokrzyskiego uzyskanym w świetle oczekiwań respondentów (pytania 4 i 5).

Na 43 robotników odpowiadających na pytanie 4, dotyczące oczekiwań, wszyscy wymieniają pojedyncze eksponaty, które mieszczą się w następujących dziedzinach: sztuka — 17, etnografia — 13, historia — 6, archeologia — 4, przyroda — 3. Szukając źródeł wyrażonych życzeń spojrzmy na odpowiedzi na pytania 2 i 5. W odpowiedziach na pytanie 2 (co w muzeum kieleckim podobało się najbardziej) uzyskaliśmy następujące informacje: sztuka — 17, etnografia — 1, historia — 2, archeologia — 6, przyroda — 5. Natomiast w pytaniu 5 wśród muzeów-wzorów dla Świętokrzyskiego znajdujemy: Narodowe w Warszawie (5), Narodowe w Krakowie (4), Archeologiczne w Warszawie (3), Wojska Polskiego (5), ponadto pojedynczo: Oblęgorek, Wawel, Wilanów, Morskie w Szczecinie, Archeologiczne we Wrocławiu, Jana Matejki. Wykaz ten w przybliżeniu pokrywa się z przedstawionym w odpowiedziach na pytanie 6. Jako uzasadnienie wyboru danego muzeum respondenci podają ilość, różnorodność i atrakcyjność znajdujących się w nim eksponatów.

Wynika stąd, że dla tej grupy rodzime muzeum winno dorównywać rangą muzeom czołowym pod względem zakresu prezentowanych zbiorów. Zapotrzebowanie tematyczne natomiast koncentruje się głównie na sztuce i etnografii, która w potocznym rozumieniu najczęściej identyfikowana jest z pojęciem regionalizmu.

W grupie IU 60% w odpowiedzi na pytanie 4 i 5 stwierdza, że „muzeum kieleckie winno mieć odrębny, regionalny charakter”. Ponieważ w pozostałych 40% odpowiedzi, podobnie jak i w poprzednio referowanych, wśród eksponatów oczekiwanych dominuje sztuka (21 odpowiedzi), a wykaz muzeów-wzorów obejmuje czołowe muzea polskie z uwagi na ich rangę, zajmujemy się

dominującą 60% grupą respondentów, w których deklaracjach dopatrywać się można postawy regionalnej.

Uzupełnieniem dotychczasowej interpretacji zawartych w materiałach podstaw, korespondującym z przedstawioną wyżej deklaracją, jest odpowiedź na pytanie 11. Mianowicie wśród elementów regionalnych interesujących respondentów wymieniane są: walory krajobrazowe (81), rozwój przemysłu (20), zabytki sztuki (43), zabytki przemysłu (19), folklor (17), zabytki archeologiczne (1). Dla porównania, w grupie R wymienia się: walory krajobrazowe (59), rozwój przemysłu (18), zabytki sztuki (15), zabytki przemysłu (2), folklor (2) oraz zabytki archeologiczne (1). W grupie IWW: walory krajobrazowe (55), rozwój przemysłu (11), zabytki sztuki (33), zabytki przemysłu (11), folklor (14).

W świetle powyższego zestawienia widoczna jest ogólna dla całej zbiorowości prawidłowość, polegająca na jednakowym hierarchizowaniu poszczególnych dziedzin odzwierciedlających specyfikę regionu wraz z preferencją do najwyższego wartościowania sztuki wśród dziedzin problemowo związanych z muzealiami. Można stąd wnosić, że sformułowanie „muzeum winno mieć odrębny, regionalny charakter” wyraża nie tyle osobiste zainteresowania, ile deklarację modelową, pogląd ujawniający opinię o tym, jak być powinno. Wniosek ten potwierdzają, jak wcześniej już wykazano, deklaracje w odpowiedziach na pytanie 8 i związane z nim pytania 7 i 9.

Wśród IWW oczekiwania wobec kieleckiego muzeum dyktowane są, podobnie jak w grupie R, zarówno zainteresowaniami osobistymi, jak i rozumieniem obiektywnej funkcji muzeum regionalnego, na co wskazuje poniższe zestawienie: sztuka (42), zbiory regionalne (28), etnografia (15), przyroda (8) oraz historia (3). Natomiast na pytanie o muzeum-wzór 31 respondentów stwierdza, że porównanie takie wymaga znajomości przedmiotu, 18 postuluje regionalne oblicze placówki, 9 wymienia muzea: w Lublinie, Szczecinie, Łowiczu, Jeleń Górze, jako typowe muzea regionalne. Pozostali wskazują na czołowe muzea polskie ze względów poprzednio wymienionych.

Osobiste zainteresowania muzeami ilustrują też odpowiedzi na pytanie 10. Za zwiedzeniem pałacu opowiada się 60 R, 82 IU oraz 58 IWW; muzeum wiodłowego — kolejno 28, 17, 32. Motywacje wyboru pałacu są jednoznaczne: nastrój, atrakcyjność, autentyzm. Bez względu na rodzaj muzeum 80% IU i 92% IWW woli indywidualne zwiedzanie, lecz z przewodnikiem. Może to świadczyć o rozumieniu potrzeby informacji w trakcie zwiedzania. W grupie R 80% opowiedziało się za zwiedzeniem muzeum w grupie kierowanej przez przewodnika. Postawa ta może wiązać się ze stosunkowo nielicznymi kontaktami z muzeami stwierdzonymi w tej grupie.

4. Zainteresowanie ogólne.

Omówione tu zostaną odpowiedzi na pytania 14 i 15. Są to jedyne w kwestionariuszu pytania formułujące ogólnie sondowany dotychczas zakres problematyki. W brzmieniu swym nie wiążą się bezpośrednio z zainteresowaniami muzealnymi. Przypuszcza się, że respondent po ich wysłuchaniu mógł odczuć zmianę tematu, to znaczy mógł zrozumieć, że jest pytany o zainteresowania na innej płaszczyźnie. Pamiętać przy tym należy, że w odpowiedziach na temat muzeum badani używali pojęć szczegółowych (eskponaty, zespoły zabytków), nie wymieniając ogólnie dziedzin. Dane liczbowe obrazujące treść odpowiedzi na pytanie 14 i 15 przedstawia tabela VII.

Na pytanie 14 odpowiedzi udzieliło: 20% R, 60% IU oraz 43% IWW. Jeden respondent wymienił trzy dziedziny (10 kwestionariuszy), dwie dziedziny wymieniło trzydziestu respondentów. Wszyscy ze środowiska IU. Pozostali —

TABELA VII

		Deklarowane formy kontaktu z daną dziedziną			Stwierdzenie głębszego zainteresowania daną dziedziną
		szkoła	formy autentyczne (wycieczka, wystawa)	środki masowego przekazu	
archeologia	R	—	2	3	2
	IU	2	17	3	17
	IWW	—	3	—	9
sztuka	R	—	2	2	4
	IU	—	9	1	2
	IWW	2	6	—	1
historia	R	—	3	1	3
	IU	23	34	4	16
	IWW	18	21	—	16
etnografia	R	—	1	—	—
	IU	1	2	—	—
	IWW	—	3	—	2
przyroda	R	1	13	1	6
	IU	22	36	2	12
	IWW	6	21	—	22

jedną dziedzinę. W pytaniu 15 poza dwoma respondentami wszyscy wymie-
niali jedną dziedzinę.

Przyjmuje się, że stwierdzenie kontaktu z daną dziedziną wyraża o niej ogólną orientację respondenta. Z tabeli wynika, że najbardziej znanymi są przyroda i historia, głównie z wiadomości szkolnych. Bowiern tylko one są wydzielone w programach szkolnych jako odrębne przedmioty. Następne miejsca zajmują archeologia, sztuka i etnografia. Porównanie powyższych danych z informacją o wiedzy respondentów wyniesionej z muzeów nasuwa przypuszczenie, że wiedza muzealna nie jest identyfikowana z określonymi dyscyplinami nauki. Jako przykład służyć tu może sztuka, która, najlepiej znana i najbardziej lubiana przez respondentów, w tabeli VII zajmuje przedostatnie miejsce. Być może, wynika to z faktu, że pojęcie sztuki jest bardzo szerokie i może wywoływać dużo więcej skojarzeń niż przyroda.

5. Ocena form popularyzacji.

Jednym z istotnych elementów kształtowania się pojęcia o funkcji muzeum jest zespół form upowszechniania prowadzonego przez nie. Sprawa nabiera szczególnej wagi w miarę wzrostu zasięgu działalności środków masowego przekazu, konkurujących z wszelkimi formami bezpośredniego oddziaływania. Atutem tych środków jest łatwość odbioru, która może decydować wstępnie

o ich wyborze. Atrakcyjność form działania muzeum jest pierwotnym kryterium powstawania wobec niej określonych postaw. Często też przypisywanie danej instytucji upowszechnieniowej pewnych form pracy poprzedza ewentualne zainteresowanie jej wartościami. Dowodem — materiał uzyskany z pytań 12 i 13 (ocena i znajomość zajęć Uniwersytetu Kultury).

W zajęciach Uniwersytetu Kultury brało udział 17 reprezentantów IU oraz 13 — IWW, ani jeden przedstawiciel grupy R. Słyszało o zajęciach Uniwersytetu Kultury: z prasy — 57 respondentów, z radia — 13, od znajomych — 3, z plakatów — 1; 40% respondentów w pytaniu 12 wymienia wystawy, motywując: „jeżeli muzeum, to oczywiście, że wystawy”.

Wnioski dotyczące popularyzacji działalności muzealnej znajdują miejsce w podsumowaniu niniejszego opracowania. Tu zaś interesować nas będą oceny różnych form upowszechniania pod kątem zorientowania się w ocenianiu poszczególnych form. Wśród sposobów upowszechniania poddanych ocenie znalazły się: środki masowego przekazu (film, telewizja, radio), bezpośredniego oddziaływania (książka, wykład) oraz wystawa traktowana jako metoda *stricto* muzealna i, jak się okazuje, wyłącznie muzealna w opinii dwóch trzecich badanych. Zaproponowano trzy równie pozytywne kryteria oceny, spodziewając się w określeniu:

- „najprzyjemniejsza” — wywołać skojarzenia łatwości i atrakcyjności;
- „najciekawsza” — atrakcyjności intelektualnej;
- „najskuteczniejsza” — uzyskać deklarację własnych doświadczeń zdobytych w efekcie korzystania z danej formy, poprzez którą respondent najwięcej się dowiedział.

Uzyskany materiał przedstawia tabela VIII.

TABELA VIII

	R	IU	IWW
najprzyjemniejsza	film (42) tv (33)	film (38) tv (27)	film (41) tv (27)
najciekawsza	film (40) tv (22)	wystawa (48) książka (33)	wystawa (45) książka (29)
najskuteczniejsza	tv (33) film (31)	tv (54) książka (34)	tv (40) film (27)

Pozostałe formy, to znaczy radio i wykład, wymieniane były przez znikomą ilość respondentów.

Przyznanie wystawie oceny „najciekawsza” można interpretować jako deklarację osobistą lub też, co bardziej prawdopodobne, przyznanie intelektualnej rangi tej formie. Wydaje się ponadto, że określenie „najciekawsza” w porównaniu z pozostałymi jest najmniej zobowiązujące i najmniej osobiste.

6. Terminy wymieniane w związku z muzeami.

Załączony na końcu niniejszego opracowania wykaz zawiera wszystkie terminy i określenia użyte przez respondentów w odpowiedziach na pytania związane z muzeami w ich oryginalnym brzmieniu. Jak z niego wynika, zróżnicowanie określeń w zakresie stopnia ogólności jest duże. W dziedzinie malarstwa na przykład jeden respondent wymienia *Bitwę pod Grunwaldem*, inny zaś po prostu „malarstwo”. Na podstawie wyrażonego sformułowania

TABELA IX

Dziedzina	Terminy	R	IU	IWW
malarstwo	obrazy	4	1	—
	twórcy	9	18	1
	malarstwo danego narodu	—	3	8
	określenia ogólne	18	23	34
rzeźba	indywidualne dzieła	—	—	—
	twórcy	—	—	2
	określenia ogólne	—	4	7
architektura	określenia szczegółowe	—	—	3
	określenia ogólne	—	2	5
rzemiosło artystyczne	meble (ogólnie)	3	6	2
	pojedyncze sprzęty	—	8	6
	tkaniny dekoracyjne	—	4	3
	inne, pojedyncze przedmioty	—	2	6
	zbroje (ogólnie)	6	18	24
historia	uzbrojenie danego okresu historycznego	2	29	35
	dokumenty pisane	—	13	9
	inne zabytki historyczne	3	10	8
	określenia ogólne	—	6	8
etnografia	pojedyncze eksponaty	2	4	3
	określenia ogólne	—	6	8
archeologia	pojedyncze eksponaty	2	2	3
	określenia ogólne	—	4	1
zoologia	pojedyncze eksponaty	1	8	6
	określenia ogólne	—	—	—
geologia	pojedyncze eksponaty	—	1	—
	określenia ogólne	—	—	—

nie można wnioskować jeszcze o wiedzy muzealnej respondenta, jedynie o bezpośrednich skojarzeniach wiążących się z oglądanymi muzeami.

W tabeli IX dokonano zestawienia tych materiałów w rozbiciu na dziedziny wiedzy, które dokumentują, oraz na ich stopień ogólności.

W pozycji „określenia ogólne” uwzględnione są sformułowania w przybliżeniu nawet określające daną dziedzinę.

Najbardziej zróżnicowany i najliczniejszy zakres pojęć wiąże się ze sztuką. Charakterystyczny brak terminów chronologicznych (okresy, epoki, style) pozwala przypuszczać, że eksponaty z tego zakresu mają dla respondentów współczesną, dekoracyjno-użytkową wartość (szczególnie malarstwo, meble, tkaniny dekoracyjne itp.). Podobają się jako obiekty nie tyle muzealne, ile takie, które chciałoby się mieć na własność. Dla porównania — terminy dotyczące uzbrojenia w większości kojarzone są z określoną epoką. Zapamiętywane są więc jako zabytki historyczne.

PODSUMOWANIE I WNIOSKI

Na wstępie rozważań końcowych istotne będzie wymienienie programowych funkcji Muzeum Świętokrzyskiego:

1. Regionalny charakter muzeum. Wynika stąd konieczność gromadzenia, opracowywania i upowszechniania wiedzy o regionie, prezentowania jego wartości historycznych i współczesnych w zróżnicowanym wachlarzu dziedzin. Potrzeba różnorodności z punktu widzenia percepcji wynika z odmienności zainteresowań tematycznych, możliwości intelektualnych, potrzeb estetyczno-emocjonalnych odbiorców.

2. Muzeum w okresie przeprowadzania badań (1965—1966) było jedyną w środowisku kieleckim instytucją badawczo-naukową, dokumentującą i opracowującą wymienione na wstępie dziedziny wiedzy o regionie. Fakt ten mógł powodować przypisywanie placówce autorytetu profesjonalnego.

3. Usytuowanie muzeum w Kielcach, turystycznym centrum regionu świętokrzyskiego, dyktuje inne niż dotychczas wymienione zadania informacyjne i reprezentacyjne. Odbiorca z innego województwa w czasie zwiedzania muzeum powinien uzyskać podstawowy zakres wiedzy o regionie. Realizacja tego założenia wymaga form diametralnie różnych niż te, które zapewniają skuteczność oddziaływania we własnym środowisku.

4. Należy uwzględnić formalny aspekt roli muzeum wpływający na postawy. Placówka resortowo powiązana jest z instytucjami upowszechnienia kultury (filharmonia, teatr, Wojewódzki Dom Kultury, kina, biblioteki, kluby itp.). Każda z nich posiada wprawdzie własną specyfikę, w pewnym jednak zakresie formy i treści się zająbiają. Stanowi to dla odbiorców tych instytucji płaszczyznę dla porównań mogących decydować o postawie nie opartej na ocenie istotnych wartości.

Przedstawione aspekty funkcji muzeum wyznaczają mu jak najszerszy zasięg oddziaływania. Jego celem, jak już powiedziano, jest uczenie określonych treści kulturowych oraz wyrabianie umiejętności oceny samodzielnej, autentycznego odbioru intelektualnego i estetyczno-emocjonalnego. Zadania te wydają się nieosiągalne w obliczu różnorodności potrzeb, gustów i upodobań odbiorców. Toteż realizacja tych zadań nie polega na dostosowywaniu się do nich. Konieczne jest natomiast ich rozpoznanie, co było dodatkowym przedsięwzięciem niniejszego opracowania.

Wybór właściwych form oddziaływania wymaga znajomości mechanizmu kształtowania się postaw i potrzeb. W omawianej dziedzinie powstają one w grupach społecznych — zbiorowościach ludzkich, w których zachodzą bezpośrednie kontakty między ich członkami. Przyjęty lub narzucony system kontroli (uznawane w grupie normy postępowania, nakazy i zakazy) działa silniej i skuteczniej niż oficjalnie uznane prawo. Każda z grup posiada własny

system wartości, w tym i wartości kulturowych. Co najmniej jeden element w tym systemie różnicuje grupę wobec innych. Elementem więzi grupy jest wspólne uznawanie przynależności.

Wywód ten odnosi się do większości grup społecznych, w tym: rodziny, kręgu rówieśniczego, koleżeńskiego, zawodowego, grupy sąsiedzkiej itp. Ważne jest również, iż poszczególne grupy zająbiają się. Jednostka uczestniczy również w kilku, a nawet kilkunastu grupach. Ich systemy wartości, bo te nas aktualnie interesują, są często odmienne, czasem nawet sprzeczne.

Przypomnienia powyższe mają na celu wykazanie, że warunkiem skuteczności wszelkiej działalności upowszechnieniowej, w tym i muzealnej, jest prowadzenie jej wśród grup społecznych pojmowanych w przedstawionym znaczeniu. W środowisku dużego miasta skuteczne jest adresowanie tej działalności do grup zawodowych i rówieśniczych, na przykład młodzieży. Przypisywanie określonej wartości danej placówce w opinii kręgu (uznanie, neutralność, dezaprobata) wpływa na indywidualne postawy jej członków. W pojęciu adresowania upowszechniania do poszczególnych grup mieści się różnicowanie metod oddziaływania, w uzależnieniu od odrębności uznawanych wartości, możliwości intelektualnych oraz możliwości nawiązania kontaktu z grupą.

Charakterystyka środowiska, w którym działa Muzeum Świętokrzyskie, uzyskana na podstawie badania przedstawicieli trzech kręgów wykazuje następujące prawidłowości.

Badane środowiska nie różnią się między sobą w treści wyrażanego stosunku do Muzeum Świętokrzyskiego. Ogólna opinia o muzeum nie zawiera określeń oceniających. Można ją uznać za neutralną. Indywidualne postawy wyrażane przez 50% badanej zbiorowości nie znamionują subiektywnego zainteresowania. Nie wykazują też dostatecznego zainteresowania ich wyraziciele istotną rolę muzeum, świadcząc tym samym o braku dostatecznej wiedzy o placówce. Genezą postaw są doznania i informacje ilościowe i jakościowe, uzyskane w trakcie zwiedzania innych muzeów. Oznacza to, że im większe są doświadczenia muzealne, tym bardziej sprecyzowane wywołują postawy. Ich treść uzależniona jest od konfrontacji różnych typów muzeów oraz od wyniesionych z nich doznań estetyczno-emocjonalnych. Brak zróżnicowań środowiskowych, jak też zindywidualizowany charakter wyrażanych deklaracji świadczy o tym, że w badanej zbiorowości nie funkcjonują ogólne normy kształtujące postawy wobec muzeum, które by wiązały się z potrzebami grupowymi. Dlatego właśnie w przedstawionym materiale znajdujemy tak urozmaiconą i obszerną skalę oczekiwań dotyczących treści ekspozycji muzealnej, wyrażanych, jak wykazano, pod wpływem indywidualnych motywacji. Zróżnicowanie deklaracji wynika z wiedzy wyniesionej w czasie zwiedzania muzeów, doznań estetyczno-emocjonalnych, jak i różnic w poziomie intelektualnym respondentów, z potrzeb kulturalnych, zasygnalizowanych w tym opracowaniu w materiale dotyczącym spędzania wolnego czasu, oraz z korzystania z powszechnych środków informacji. Można przypuszczać, w związku ze stwierdzonym wyżej brakiem norm grupowych decydujących o postawach wobec muzeum, że o indywidualnych postawach i ocenach decydują głównie indywidualne predyspozycje. Wśród nich najbardziej wrażliwe są receptory estetyczno-emocjonalne. Najsilniej działającym bodźcem jest autentyk.

Wnioski te odnoszą się wyłącznie do badanej zbiorowości. Co więcej, uogólniają uzyskane materiały. Traktować je można jako hipotezy przydatne w pełniejszych, reprezentatywnych badaniach.

Materiał uzyskany w odpowiedziach na pytanie 1 (52%) — i w grupie IU — na pytanie 4 (60%) wymaga komentarza. Świadczy on mianowicie o tym, że znaczny procent badanej zbiorowości deklaruje rozumienie funkcji muzeum jako placówki regionalnej. Analiza 10 pytań wyselekcjonowała tylko czternaście postaw motywowanych w tym zakresie. Niemniej liczebność deklaracji „regionalnych” podbudowuje opinie obserwowane w środowisku kieleckim. W środowisku tym, a także w opiniach outsiderów wyrażany jest pogląd o regionalizmie charakteryzującym jego mieszkańców. Pojęcie to zawiera *ex definitione* zasadniczy element: aktywność społeczną zmierzającą do rozwijania środowiska z zachowaniem jego cech regionalnych. W rzeczywistości społecznej postawa taka może wyrażać kultywowanie wartości historycznych, geograficznych, przyrodniczych i społecznych. Przedstawiony materiał pozwala przypuszczać, że deklaracje „regionalne” tłumaczyć można głównie eksponowaniem geograficznych walorów regionu.

Informacje powyższe pozwalają wnioskować, że płaszczyzną, na której można rozwijać zainteresowania i zbliżyć odbiorcę do muzeum, jest potrzeba uznania dla własnego regionu.

Naczelną wydaje się konieczność szczegółowego poinformowania środowiska kieleckiego o roli Muzeum Świętokrzyskiego, wynikających z niej kierunkach działalności, posiadanych zbiorach i możliwościach korzystania z nich. Zadanie to jest szczególnie ważne w związku z otwarciem ekspozycji po kilkuletnim remoncie. Informacje te powinny dotrzeć bezpośrednio kanałami do poszczególnych grup środowiskowych. Szczególnie tych, z którymi muzeum nie utrzymuje stałego kontaktu.

Specyfika ekspozycji wielodziałowej nastęrcza odbiorcom trudności w uogólnianiu wrażeń i wiedzy wyniesionych ze zwiedzania poszczególnych działów, zwłaszcza przy zwiedzaniu grupowym. Z tego punktu widzenia celem jest zorganizowanie zwiedzania dla grup miejscowych w formie lekcji przy jednej ekspozycji. Forma ta wydaje się najwłaściwszą w odniesieniu do dzieci i młodzieży szkolnej, dla której możliwe jest określenie w porozumieniu ze szkołami stałych dni tygodnia dla zwiedzania poszczególnych ekspozycji.

W związku z potrzebą obszernego informowania oprowadzający powinni poświęcać dużo uwagi omawianiu szerszego kontekstu wiedzy o eksponatach, a także wyjaśnianiu używanej terminologii.

Działalność oświatowa muzeum winna rozszerzać i uzupełniać ekspozycję. W związku z tym wydaje się szczególnie skuteczne wygłaszanie odczytów, prelekcji i spotkań w bezpośrednim kontakcie z ekspozycją. Forma ta zyskuje w ten sposób na atrakcyjności i dokumentuje równocześnie teoretyczne wywody.

Szczególnie skuteczną formą upowszechniania jest bezpośrednio docieranie do różnych środowisk z eksponatami muzealnymi komentowanymi krótką informacją (wystawy w zakładach pracy). Forma ta może dać znaczne efekty w środowiskach, które dotychczas pozostają poza zasięgiem oddziaływania muzeum.

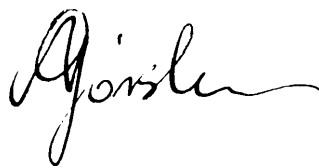
Naczelną zasadą stosowaną we wszystkich formach powinno być dążenie do nawiązywania bezpośredniego kontaktu z odbiorcami. Tym bliższego, im mniejsze są możliwości percepcyjne oraz im bardziej ogólna jest płaszczyzna przedstawiania danego problemu. Formą aktywizującą odbiorcę może być dyskusja, kierowana na temat np. prezentowanego dzieła sztuki w środowi-

sku aktualnie wprowadzanym w tę dziedzinę. Tego rodzaju działanie spełnia wieloraką rolę:

- pozwala korygować błędy w przyswajaniu;
- wyzwala z oporów i zahamowań wobec oficjalnego wypowiedzania się na specjalistyczny, ogólnie nie znany temat;
- utrwała wśród odbiorców zdobyte wiadomości, a kierującemu daje możliwość sprawdzenia skuteczności stosowanej metody popularyzacji.

Badanie efektów oddziaływania jest zadaniem koniecznym przy podejmowaniu przez muzeum założenia skuteczności działania. Formy tego sondażu powinny być atrakcyjne dla odbiorców i stosowane w zależności od wieku i zainteresowań. Może to być quiz, konkurs, ankieta.

Na zakończenie jeszcze raz trzeba zaznaczyć, że praca niniejsza ma charakter czysto opisowy, wnioski w niej przedstawione nie są reprezentatywne dla całego środowiska. Dotyczą wyłącznie badanej zbiorowości. Mogą więc być traktowane jako hipotezy. W formułowaniu wniosków uzyskanych w materiałach uderza ich ogólność, zamierzona, celem pracy bowiem było określenie ogólnej płaszczyzny oddziaływania Muzeum Świętokrzyskiego w środowisku kieleckim.



KWESTIONARIUSZ

1. Jak Pan sądzi: czy w takim mieście, jak Kielce, muzeum jest potrzebne? tak — nie. Dlaczego?
2. Co w kieleckim muzeum interesuje Pana najbardziej?
- Dlaczego?
3. Kiedy ostatnio był Pan w muzeum?
4. Co chciałby Pan w nim oglądać?
5. Do którego ze znanych Panu muzeów, które Pan zwiedzał, powinno być podobne kieleckie?
- Dlaczego?
6. Jeżeli któreś z muzeów, które Pan zwiedzał, podobało się Panu szczególnie, to jakie to muzeum?
- Dlaczego?
7. Co Panu szczególnie utkwiło tam w pamięci?
8. Mam tu wymienione niektóre rodzaje przedmiotów i proszę, aby Pan ustawił je w kolejności według tego, które, Pana zdaniem, najbardziej nadają się do pokazywania w muzeum, a które najmniej: obrazy, rzeźby, stare książki, czasopisma, skorupy garnków, zbroje, meble, sprzęty domowe (naczynia, zegary), ptaki, zwierzęta, stroje ludowe, kamienie.
9. Gdyby mógł Pan mieć któreś z tych przedmiotów na własność, co by Pan wybrał?

10. Gdyby Panu dano do wyboru cały dzień swobodnego zwiedzania:
 a — pałacu, tak jak gdyby wczoraj pozostawionego przez mieszkańców, pełnego mebli, sprzętów, różnych przedmiotów;
 b — muzeum, w którym byłyby eksponaty z wielu różnych dziedzin;
 które wolałby Pan w ciągu jednego dnia zwiedzić? Dlaczego?
 Samemu, czy też z wycieczką, z przewodnikiem (odpowiednie podkreślić)?
11. Czy zna Pan dobrze Kielecczynę? tak — nie. Co w niej Pana najbardziej interesuje?
12. A jeszcze wracając do muzeum, którą z form działalności Muzeum Świętokrzyskiego uważa Pan za najbardziej pożyteczną?
 Skąd o niej wie
13. Czy uczestniczył Pan w jakiejś imprezie organizowanej przez Muzeum? tak — nie. Jeśli tak — w jakiej? Kiedy?
14. Wymienię tu kilka dziedzin nauki: a. archeologia, b. historia, c. sztuka, d. etnografia, e. przyroda; z którą z tych dziedzin zetknął się Pan bliżej?
 W jakiej formie?
15. Czy któraś z nich Pana specjalnie interesuje?
16. W jaki sposób chciałby Pan poznać coś — co Pana interesuje, jakąś dziedzinę wiedzy — życia — poprzez: a. książkę, b. wystawę, c. film, d. wykład, pogadankę, e. radio, f. telewizję.
17. Która z tych form jest Pana zdaniem:
 najprzyjemniejsza w odbiorze
 najciekawsza
 najskuteczniejsza
18. A może teraz takie ogólne pytanie: Co Pan najchętniej robi w czasie wolnym od pracy?
19. Gdyby miał Pan możliwości czasowe i finansowe — jak chciałby Pan spędzać czas wolny od pracy?
20. Czy ma Pan w domu: a. własne książki? — ile? b. radio? c. telewizor?
 d. czy kupuje prasę? tak — nie; jeżeli tak — jaką?
 wiek, płęć, wykształcenie, zawód: U — F.
 Od jak dawna mieszka w Kielcach?, Ulica

WYKAZ TERMINÓW WYMIENIONYCH W ZWIĄZKU Z MUZEAMI

ROBOTNICZY

o b i e k t y

obrazy, portrety
 obrazy Chełmońskiego
 obrazy Michałowskiego
 obrazy Matejki
Bitwa pod Grunwaldem
 freski z Farras
 meble
 powozy
 namiot turecki

uzbrojenie z II wojny światowej
 przyrządy nawigacyjne
 urządzenia techniczne
 urządzenia okrętowe
 maszyna parowa
 hutnictwo
 stara zbroja
 mundury
 pistolety

chata góralska
stroje
ptaki
zabytki z paleolitu

ciekawe naczynia
urny
ciekawe monety
dużo książek

pojęcia ogólne

interesująca tematyka
ciekawa ekspozycja
ładne urządzenie

bogactwo wnętrza
dużo zabytków
bogate zbiory

INTELIGENCJA URZĘDNICZA

obiekty

obrazy
malarstwo
Bitwa pod Grunwaldem
obrazy Matejki
kolekcja obrazów
rzeźba
galeria rzeźb
obrazy Chełmońskiego
ładne sprzęty i tkaniny
meble
Biała Dama
komnaty i karety
stół z sęków
sprzęty z królewskich komnat
biurko pisarza
stare książki
listy
rękopisy
pierwsza książka drukowana
dokumenty historyczne
mundur Karola Świerczewskiego
średniowieczna zbroja
broń z powstania
broń z okresu Chrobrego
zbroja polska i krzyżacka
zbroja rycerska
zdobyte sztandary niemieckie
pamiątki po Kościuszcze
zbroja
mundury
rozwój lotnictwa
młyn, który obsługiwali Polacy dręczeni
przez Krzyżaków

arrasy
tkaniny
insygnia królewskie
ceramika
folklor
stroje ludowe
tradycje ludowe
sztuka ludowa
tkaniny regionalne
namiot turecki
wozownia
izba góralska
saska porcelana
sztandary
luneta marynarska
makiety okrętów
eksponaty z II wojny światowej
dawny przemysł
eksponaty dawnego przemysłu
wykopaliska
znaleziska archeologiczne
łodzie przodków
monety
numizmatyka
monety z okresu Sobieskiego
zbiory bursztynów
skały
ptaki
motyle
zwierzęta
głowa jelenia

pojęcia ogólne

możliwość porównania broni dawnej i dzisiejszej	estetyczne wnętrze
rozwój dziejów Wojska Polskiego	bogate wyposażenie
dzieje narodu polskiego	bogactwo ekspozycji
swoista architektura	stare zabytki
ciekawe płótna	dobrze utrzymane (muzeum)
ładne wnętrza	jednorodność problematyki
	nastrój

INTELIGENCJA Z WYŻSZYM WYKSZTAŁCENIEM

obiekty

architektura	typy zabudowań
grobowce w katedrze	skarbiec
strop w sali poselskiej	biurko, na którym Sienkiewicz pisał <i>Quo vadis</i>
obrazy	arrasy
malarstwo polskie	książki
obrazy Jana Matejki	stare dokumenty
ciekawe obrazy	dawna literatura
galeria malarstwa polskiego	rękopisy Sienkiewicza
obrazy mistrzów polskich	stroje ludowe
wykopaliska z Farras	twórczość ludowa
malarstwo włoskie i holenderskie	rzemiosło ludowe
malarstwo Riepina	sztuka ludowa
malarstwo Wyspiańskiego	wycinanki
rzeźby	pisanki
rzeźby Dunikowskiego	świętki
meble	ule
zegary	pierwsza moneta polska
karety	monety z epoki Piłsudskiego
zbiór zegarów z różnych epok	zbroja średniowieczna
herby szlachty polskiej	zbroja rycerska
powozy	zbroja husarska z czasów Sobieskiego
namiot Mustafy zdobyty przez Sobieskiego	broń z powstania styczniowego i listopadowego
ptaki	kosy żołnierzy Kościuszki
zwierzęta	broń z II wojny światowej
motyle	broń partyzancka z II wojny światowej
stare maszyny	broń XIX-wieczna
zbiory monet	

pojęcia ogólne

historia polskości	historia rozwoju miasta
rozwój przemysłu	duża ilość obrazów
bogactwo zbiorów	ciekawe zbiory
regionalizm	sposób ustawienia ekspozycji
przyjemna ekspozycja	wygoda zwiedzania

НАДЕЖДЫ И ТРЕБОВАНИЯ КЕЛЕЦКОЙ ОБЩЕСТВЕННОСТИ
ПО ОТНОШЕНИЮ К МУЗЕЮ

Исследования, представленные в статье, проводились во время подготовки Свентокшиского музея к открытию экспозиции после продолжавшегося пять лет ремонта.

Исследования опирались на опрос, которому было подвергнуто триста человек — представителей трех слоев общественности г. Кельце: рабочих, служащих и интеллигенции с высшим образованием. Подбор опрошенных был случайный.

Автора интересовали вопросы влияния Свентокшиского музея на определенную общественную среду, в частности вопросы ознакомления с этим учреждением и другими музеями, а также источники ознакомления с ними. Кроме того, автор ищет ответа на вопрос, каковы представления общества о функциях музея. Не менее важной является другая, методологическая цель настоящей работы. Помещенный в статье анализ „десяти ответов” — это попытка определить, являются ли ожидания по отношению к Свентокшискому музею случайными или же мотивированными. Оказалось, что в результате опроса было получено 85 мотивированных заявлений, 40 из которых принадлежит представителям среды служащих. Этим подтверждаются наблюдения, согласно которым в различного рода мероприятиях (лекции, просмотры кинофильмов, выставки), организованных музеем во время ремонта здания, принимали участие преимущественно служащие.

Материалы опроса говорят о том, что в исследуемых кругах общества отсутствуют определенные нормы, по которым формировалось бы единое отношение к музею. Наоборот, ожидания общества по отношению к музею очень неоднородны. Представляется, что они обусловлены индивидуальными особенностями опрошенных.

Большая часть опрошенных (около 60%) считает, что музей должен иметь региональный характер. Этот „региональный сепаратизм” касается прежде всего местных природных условий; он вызван стремлением выразить любовь к родному краю.

Материалы опроса послужили основой для предложений, касающихся программы популяризаторской деятельности музея; предложения эти даны в заключении статьи.

Следует подчеркнуть, что результаты реферируемых исследований не подлежат обобщению из-за их случайности. В будущем они могут послужить материалом для создания рабочих гипотез более глубоких исследований по интересующему нас вопросу.

К работе прилагается текст опросного листа, а также список специальных терминов, связанных с музееведением.

THE ROLE AND IMPORTANCE OF THE KIELCE MUSEUM:
OPINIONS AND EXPECTATIONS

The public opinion test discussed in the article was carried out at the time when the Świętokrzyskie Museum in Kielce was about to be re-opened after six years' repairs and renovation works had been finalized.

The system applied was the questionnaire investigation. There were three hundred respondents tested, from three separate social groups of the Kielce community: workers (primary education), white collar workers (secondary education) and the intelligentsia (higher education). The test was based on the principle of random selection samples.

The author of the article has been investigating the problem of the Museum's range of influence on the population of the town, the amount and the sources of the information they received about the activities of the Kielce Museum and of those of other museums. She was also interested in the public's opinion about the idea and the role of a museum as such.

No less important is the analysis of the results of the "Ten Questions" test which was an attempt at finding out whether the respondents' statements of their expectations concerning the role of the Museum could really be taken as the expression of their active interest in the problem. All in all, eighty-five of those declarations were found to be supported with sound and well thought-out motives and reasons; out of those, forty had been submitted by respondents from the 'white collars' group. The recorded ratio of attendance at various lectures, film shows and exhibitions organized by the Museum even before the repairs were completed confirms the conclusion that that group has shown the liveliest interest in the cultural life of the town.

The findings of the test show that there is no uniform set of expectations connected with the Museum within the whole group of the respondents. There appears to exist an extremely wide range of demands and expectations, corresponding probably to the large variety of individual interests and tastes of the respondents.

Some sixty per cent of them state that their idea of a museum is that of a special centre for propagating and popularising the "regional values". Most of them appear to understand the term as connected mainly with the natural scenery of the region, and the reason why they stress it so is because, for emotional reasons, they feel the need for winning their region a more general appreciation.

The materials obtained in the test have been extremely useful in the planning of the future work of the Museum. An outline of those plans is given in the conclusion of the article. It must, however, be stressed at this point that, since the range of the test was not wide enough and therefore it is not known whether the results would be representative of any other community or any other social group, the conclusions drawn from the examination of the materials obtained in the test cannot be generalized. But they certainly can be treated as working hypotheses in any truly representative investigation in this field.

The form of the questionnaire and an index of terms and topics mentioned in the article are given in the appendices.