

Artykuły

Magdalena Stefanik, Marta Kamel, Akademia Wychowania Fizycznego w Poznaniu

Muzea i wystawy interaktywne w Polsce – współczesna atrakcja turystyczna

Słowa kluczowe: muzeum, muzeum interaktywne, muzeum wirtualne, nowe tendencje w muzealnictwie

Streszczenie

Celem artykułu jest omówienie specyfiki muzeów i wystaw interaktywnych oraz wskazanie różnic między tymi placówkami a muzeami tradycyjnymi. Ekspozycje te są nastawione na widza (tak by w sposób ciekawy i wciągający przekazać zwiedzającym jak najwięcej), oddziałują na różne zmysły człowieka i są wystawami, w których widz jest aktywnym, zaangażowanym, doświadczającym zwiedzającym. W drugiej części artykułu zaprezentowano wyniki badań ankietowych. Badania przeprowadzono wśród osób zwiedzających muzea i wystawy interaktywne w Polsce. Celem badań była analiza popularności i atrakcyjności polskich muzeów i wystaw interaktywnych wśród badanych, w świetle zmieniających się oczekiwań społecznych wobec instytucji muzealnych. Odwiedzone ekspozycje podobały się niemal wszystkim ankietowanym, a najpopularniejsze okazały się: Muzeum Powstania Warszawskiego, Fabryka *Emalia* Oskara Schindlera oraz ekspozycja w Podziemiach Rynku w Krakowie. Przeprowadzone badania i ich wyniki pozwalają stwierdzić, że ekspozycje tego typu w Polsce są pożądane i mają duże perspektywy rozwoju.

Wstęp

Wobec rozwoju różnego rodzaju atrakcji kulturalno-rozrywkowych, który można zaobserwować na całym świecie od kilku już dekad, istniejące instytucje kultury, w tym muzea, muszą nieustannie dokładać starań i uatrakcyjnić swoją ofertę jeśli zależy im na przyciągnięciu widzów/odwiedzających. Muzealnicy starają się na nowo zainteresować zwiedzających ekspozycjami i przyciągnąć ich do muzealnych (nierzadko przekształconych) wnętrz, dokładając jednocześnie wszelkich starań, by nowo powstające placówki muzealne lub ekspozycje dostosować do zmieniających się oczekiwań turystów, czyniąc je bardziej dostępnymi, wciągającymi, a przez to atrakcyjniejszymi. Wykorzystując do tworzenia ekspozycji środki przekazu bazujące na nowych technologiach czy elementach scenografii teatralnej, a także odwołując się do nowej filozofii ekspozycji/placówki muzealnej (tj. ekspozycji będącej swoistą opowieścią, tworzonej z myślą o zwiedzającym, oddziałującej na jego różne zmysły) muzealnicy stworzyli nowy typ muzeów – muzea interaktywne, które jak się okazało są tym, czego oczekuje zwiedzający od muzeum w XXI w.

Związki muzeów – zarówno tych tradycyjnych, jak i interaktywnych z turystyką – są od ponad stulecia niezaprzeczalne. Muzea będące atrakcjami turystycznymi są punktem docelowym podróży wielu turystów. Z tej właśnie przyczyny (popularność muzeów jako atrakcji turystycznych) powstała i rozwija się intensywnie jedna ze specjalistycznych form turystyki kulturowej – turystyka muzealna.

Jednak wraz z nowymi trendami i zmieniającymi się oczekiwaniami turystów, turystyka muzealna też uległa przeobrażeniu.

Dawniej, muzeum odwiedzało się po to, by zobaczyć wystawę (lub konkretne eksponaty), w której oddzielano zazwyczaj od siebie różne kolekcje (np. artefakty od zbiorów przyrodniczych czy dzieł sztuki), a także poznanie naukowe od przeżyć estetycznych,

w związku z czym, na takiej ekspozycji widz był jedynie pouczany (informowany) o osiągnięciach nauki czy sztuki i mógł ją jedynie biernie oglądać [Popczyk 2010, s. 45].

We współczesnej turystyce muzealnej z kolei, muzea odwiedza się nie tylko po to, by zobaczyć wystawę, ale by poczuć i zrozumieć zagadnienie czy historię, którą ona porusza. Co równie ważne, współcześnie widz zapoznaje się w muzeum z daną historią, wydarzeniem poprzez ożywioną przestrzeń wystawienniczą, która „przemawia” do niego.

Te wszystkie zmiany we współczesnym muzealnictwie pozwalają wyróżnić cztery zasadnicze tendencje, w kierunku których ono zmierza.

Pierwsza z nich to **przejście od orientacji na obiekty muzealne do orientacji na społeczeństwo**. Jeszcze w latach 1950. najważniejsze w działalności placówek muzealnych były badania naukowe. Dekadę później w ich działalności główny nacisk zaczęto kłaść na edukację. Od lat 1980. muzea zmieniły więc intensywnie kierunek swoich działań, tak by z orientacji na ochronę, prezentację i edukację, stać się placówkami o orientacji na społeczeństwo i rynek. Taka zmiana orientacji w połączeniu z powstającymi wówczas specjalnymi programami adresowanymi do szerokiego grona odbiorców miała zachęcić społeczeństwo do samokształcenia, zwiększenia poczucia własnej godności i samorealizacji. W związku z następującymi zmianami orientacji muzeów zmieniała się też rola samych zbiorów, które z jednej strony były cennymi obiektami, eksponatami, o które należy dbać i badać je, z drugiej strony obiektami, na których muzeum powinno też zarabiać czyniąc je bardziej dostępnymi (ludzie bowiem nie chcą już tylko oglądać eksponatów, ale też dotykać i używać ich) [Idziak 2003, dok. online, s. 1].

Zmianie orientacji muzeów z placówek nastawionych na eksponaty, na placówki nastawione na społeczeństwo towarzyszyła też **zmiana orientacji muzeów na placówki o orientacji ideowej**. Muzea przestały być już tylko budynkami, które prezentują zgromadzone obiekty i eksponaty, a stały się miejscami, których zadaniem jest przekazanie jakiejś idei, przesłania [Idziak 2003, dok. online, s. 2].

Kolejną tendencją jest **poszerzanie się pojęcia obiektu muzealnego**. Wzrastające zainteresowanie społeczeństwa współczesną kulturą materialną doprowadziło do tego, że muzea coraz częściej gromadzą zbiory muzealne nowego typu. Oznacza to, iż wraz z coraz szerszymi i nowymi obszarami zainteresowań ludzkich (związanymi oczywiście z szeroko rozumianą kulturą) pojawiają się nowe kategorie przedmiotów, które nadają się do kolekcjonowania. Takich przedmiotów z uwagi na skrącający czas jaki musi upłynąć od momentu jego wytworzenia do momentu uznania go za zabytkowy czy na tyle cenny, że wart ochrony, jest coraz więcej [Idziak 2003, dok. online, s. 2].

Nadzwyczaj łatwo obserwowalnym nowym trendem w muzealnictwie jest też **nowy sposób/sposoby prezentowania obiektów**. Te spośród obiektów, które mogą być udostępniane zwiedzającym w sposób niemalże namacalny, w taki właśnie sposób są prezentowane. Jednak uwaga zwiedzającego skupia się nie tylko na eksponacie czy jego kopii, lecz angażuje go również poprzez wirtualne animacje i inne atrakcje [www.samorząd.infor.pl]. Nie są to już tradycyjne ekspozycje ze szklanymi gablotami, a niepowtarzalnie zaprojektowane wystawy, które oddziałują zarówno na zmysł wzroku, dotyku, jak i słuch widza, i których aranżacja, efekty multimedialne oraz interaktywne urządzenia pozwalają mu w pewien sposób „przenieść się” do minionego wydarzenia, okresu. [Popczyk 2010, s. 45]. Inaczej sprawa ma się z kolekcjonowaniem mitów, poezji, piosenek, tańców czy zwyczajów, które nie muszą się znajdować stale w jednym miejscu, i których przechowywanie możliwe jest poza stałą siedzibą muzeum. Kolekcje stworzone z takich właśnie eksponatów, choć nie tylko takich, mogą być i są prezentowane wirtualnie, za pomocą Internetu. Duży nacisk w prezentowaniu dziedzictwa kulturowego kładzie się dziś na takie prezentowanie obiektów muzealnych, które pozwoli bardziej na ich interpretację, niż na prezentowanie poszczególnych eksponatów jako obiektów wyjątkowych [Idziak 2003, dok. online, s. 2].

Od niedawna muzea interaktywne stają się również częścią muzealnej rzeczywistości w Polsce. W 2004 r., wzorując się na waszyngtońskim Muzeum Holocaustu (United States Holocaust Memorial Museum), powstało w stolicy naszego kraju Muzeum Powstania Warszawskiego, cieszące się od początku swojego funkcjonowania ogromnym zainteresowaniem. Duża popularność warszawskiej placówki oraz dostrzegane również w polskich muzeach potrzeby zmian stworzyły podatny grunt do tworzenia się w naszym kraju muzeów interaktywnych.

Muzeum jako instytucja kultury

Wraz ze zmianami zachodzącymi w świecie, które dotyczą zarówno ludzi i ich postaw, zjawisk, jak i rozważań naukowych z różnych dziedzin, obserwuje się również zamiany związane z działalnością i funkcjonowaniem muzeów. Na przestrzeni lat, a nawet wieków, zakres znaczeniowy pojęcia muzeum ulegał i nadal ulega przekształceniom. Potwierdza to choćby fakt, że określenie to znane było już w antyku, a do dziś funkcjonuje kilka różnych jego definicji i nie ma jednej powszechnie uznawanej za najlepszą.

Termin muzeum ma klasyczne korzenie i wywodzi się z greckiego wyrazu *museion*, który oznacza *świątynię muz*. Ponieważ greckie muzy były opiekunkami wybranych dziedzin sztuki i nauki, greckie *museiony* były instytucjami poświęconymi tym właśnie dziedzinom, a mianowicie: literaturze, historii, muzyce, matematyce, astronomii, a także medycynie. W czasach rzymskich natomiast łacińskie zastosowanie tego słowa odnosiło się do miejsc filozoficznych dyskusji. Nowego znaczenia wyraz ten nabrał w XV-wiecznej Europie, kiedy mianem muzeum zaczęto określać kolekcje florenckiego rodu Medici – określenie to dotyczyło jednak wtedy raczej idei gromadzenia dzieł sztuki aniżeli pojęcia muzeum jako budynku – instytucji. Od tego czasu aż po wiek XVII mianem muzeum określano w Europie kolekcje osobliwości słynnych, posiadających cenne zbiory rodów, np. Ole’a Wormsa w Kopenhadze czy Johna Tradescnta w Lambeth w Anglii. Wiek XVIII, w którym powołano do życia m.in. British Museum przyniósł rozumienie terminu muzeum w takim znaczeniu w jakim pojmujemy je do dzisiaj, a mianowicie jako instytucję powołaną do gromadzenia, ochrony prezentowania zbiorów. W kolejnym stuleciu oraz przez większą część XX w. wyraz ten był już powszechnie utożsamiany z budynkiem mieszczącym materialne świadectwo działalności człowieka, do którego ludność miała dostęp, z pewnym naciskiem właśnie na budynek jako miejsce przechowywania cennych zbiorów. Nieco później, wraz z ciągłym rozwojem muzeów, coraz mniejszą rolę w pojęciu muzeum i jego rozumieniu odgrywał sam budynek (jako miejsce, w którym przechowuje się osobliwości) [Jędrysiak 2009, ss. 36-37; Żygulski 1982, s. 12; Lewis 2012, dok. online].

Wśród wielu funkcjonujących współcześnie definicji muzeum trudno wybrać jedną, która najlepiej charakteryzuje to pojęcie.

Jedną z nich, sformułowaną przez Międzynarodową Radę Muzeów (ICOM) mówi, że muzeum jest „niezarobkową i permanentnie istniejącą instytucją w służbie społeczeństwu i jego rozwojowi, otwartą dla publiczności, która prowadzi badania nad materialnymi świadectwami działalności człowieka i jego otoczenia, pozyskuje je, przechowuje, zabezpiecza, udostępnia, a zwłaszcza wystawia je celem badań, nauczania i rozrywki” [Jędrysiak 2009, s.37].

Przedstawiona powyżej definicja (oraz inne jej podobne) funkcjonuje w muzealnictwie i turystyce już od kilku, a nawet kilkunastu lat. Mając na uwadze ogromne tempo zmian obserwowanych w świecie nauki i techniki, zmian w konsumpcji turystycznej oraz konieczność dopasowywania się w dzisiejszym świecie instytucji kultury do rosnących oczekiwań turystów, można zaryzykować stwierdzenie, że definicje te zdają się być coraz mniej aktualne i coraz częściej wskazuje się potrzebę ponownego zdefiniowania pojęcia muzeum, a może nawet pojęcia współczesnego muzeum. Takiego zadania nieoficjalnie

podjęła się D. Folga-Januszewska [2008, s.54] rozważając w *Raporcie o Stanie Muzeów*¹ jaka mogłaby być definicja współczesnego muzeum. Trawestując definicję muzeum stworzoną przez ICOM zgadza się ona, iż faktycznie współcześnie muzeum bywa jeszcze (choć nie zawsze) instytucją trwałą, jednak obecnie, by przetrwać, niezbędnym jest aby przynosiło dochody. Potwierdza też, że służy ono społeczeństwu i ich polityce określania tożsamości i wartości oraz to, że cechuje je dostępność publiczna, dziś nawet szersza niż wcześniej, bowiem muzea są obecnie dostępne również przez Internet. Do głównych zadań powierzonych tej instytucji – oprócz prowadzenia badań nad świadectwami działalności ludzkiej i jej otoczenia, gromadzenia, konserwacji i zabezpieczania zbiorów lub nośników, na których są zapisane, ich udostępniania i prezentowania – badaczka dodaje tworzenie nowych rzeczywistości oraz wartości edukacyjnych i fikcyjnych.

W dużym skrócie można powiedzieć, że muzeum ma do realizacji dwie grupy zadań. Pierwsza, to zadania w stosunku do posiadanych zbiorów, a mianowicie ich kolekcjonowanie, ochrona, badanie oraz ekspozycja. Drugą grupę stanowią zadania w stosunku do społeczeństwa, takie jak: udostępnianie zbiorów, przewodnictwo oraz edukacja.

Do ustawowo określonych zadań muzeów, umożliwiających realizację celów, dla których powołano do życia te instytucje należą [Czopek 2000, s. 176; Toczewski 2006, s. 4; *Ustawa o muzeach*]:

- pozyskiwanie dóbr kultury w zakresie ustalonym przez statut muzeum (statuty określają teren na jakim muzea działają, a także rodzaj materiałów jakie mogą gromadzić, np. zabytki sztuki, archeologiczne, przyrodnicze itd.);
- katalogowanie i naukowe opracowywanie zgromadzonych muzealiów (umożliwia to lepszą znajomość zgromadzonych zbiorów oraz zdobycie wiedzy o tym, które z eksponatów i w jaki sposób należy chronić oraz udostępniać);
- przechowywanie posiadanych zbiorów, zabytków w sposób zapewniający im odpowiedni stan zachowania, a także bezpieczeństwo oraz magazynowanie ich w sposób umożliwiający realizację celów naukowych;
- zabezpieczanie i konserwacja muzealiów, a także, o ile to możliwe, zabezpieczanie stanowisk archeologicznych i innych nieruchomych obiektów kultury materialnej i przyrody;
- organizowanie wystaw (to podstawowa forma działań muzealnych, najbardziej charakterystyczna dla muzeów);
- organizowanie i prowadzenie badań, ekspedycji naukowych oraz prac wykopaliskowych;
- prowadzenie działalności edukacyjnej innej niż wystawiennictwo (najczęściej stanowi ona poszerzenie oferty muzeum i służy propagowaniu sztuki i nauki);
- udostępnianie zbiorów do celów naukowych i edukacyjnych;
- zapewnienie właściwych warunków zwiedzania i korzystania ze zbiorów;
- prowadzenie działalności wydawniczej (jako efekt działań edukacyjnych i naukowo-badawczych muzeum).

Muzea różnią się między sobą nie tylko rodzajami eksponatów, lecz również formą ich prezentacji. Mają także różne podmioty organizujące, które znacząco wpływają na to jak funkcjonuje dana placówka. Stąd w literaturze przedmiotu nietrudno znaleźć przeróżne klasyfikacje muzeów, które ze względu na przyjęte kryterium przydzielają muzea do stworzonych przez siebie kategorii.

Wszechobecny postęp techniki i technologii informatycznych oraz stopień ich zastosowania w prezentowaniu eksponatów stwarza również możliwość podziału muzeów na:

¹ *Raport o Stanie Muzeów* jest częścią *Raportu o Stanie Kultury* powstałego w 2008 r. na zlecenie Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego.

- **muzea tradycyjne** – zlokalizowane w przestrzeni rzeczywistej (tj. w konkretnym budynku), prezentujące swoje eksponaty w sposób tradycyjny; eksponaty znajdują się w pewnej odległości od zwiedzających (nie można ich dotykać);
- **muzea interaktywne** – muzea zlokalizowane w przestrzeni rzeczywistej (tj. w konkretnym budynku), do prezentacji swoich eksponatów wykorzystujące najnowsze technologie multimedialne i/lub stwarzające możliwość bezpośredniego namacalnego kontaktu z eksponatami – szczegółowa definicja przytoczona zostanie w dalszej części artykułu;
- **muzea wirtualne** – placówki, których eksponaty (lub wnętrza i eksponaty) są udostępniane do oglądania drogą elektroniczną (w Internecie) – muzea istnieją albo jako samoistne placówki, albo są uzupełnieniem dla muzeów rzeczywistych.

Ze względu na temat niniejszego artykułu w dalszej części artykułu zostanie przedstawiona specyfika muzeów interaktywnych oraz wirtualnych.

Muzea interaktywne i wirtualne jako nowatorski sposób ekspozycji

O tym, że muzea muszą „iść z duchem czasu”, być placówkami „żywymi” i przede wszystkim dostosowanymi do potrzeb i oczekiwań współczesnych zwiedzających (zwłaszcza ludzi młodych, wychowanych na komputerowych nowinkach), mówiło i mówi się od dawna. Część muzealników, poza dyskusjami na ten temat podjęła również działania w tym zakresie, przekształcając placówki, którymi zarządzają, w nowoczesne muzea interaktywne. Dzięki temu oprócz tradycyjnych muzeów, pełnych szklanych gablot z napisem „Nie dotykać”, których sale coraz częściej „świecą pustkami”, funkcjonuje na świecie również wiele bardzo nowoczesnych cieszących się ogromnym powodzeniem muzeów.

Z powodu braku istnienia definicji tego rodzaju placówki muzealnej M. Stefanik [2012, ss. 54-55] na potrzeby swojej pracy magisterskiej zmuszona była samodzielnie ją sformułować. Według niej **muzeum interaktywne rozumiane jest jako zlokalizowane w przestrzeni rzeczywistej (tj. w konkretnym budynku lub pomieszczeniu) nowoczesne muzeum, którego głównym zadaniem jest wieloperspektywiczne przekazanie zwiedzającym jakiejś idei, zdarzeń, zagadnień, które wykorzystuje do tego celu ekspozycje stworzone z różnych środków przekazu, takich jak: multimedia (filmy, muzyka, prezentacje multimedialne, wizualizacje), oryginalne eksponaty i fotografie, czy interaktywne formy prezentacji (scenografia, repliki, makiety, których każdy może dotknąć). To, co charakteryzuje muzea interaktywne, to również bezpośredni kontakt (interakcja) między widzem a ekspozycją, która oddziałuje na różne zmysły zwiedzającego (wzrok, słuch, węch, zapach, smak), angażuje go do aktywnego zwiedzania wystawy oraz skłania do dociekań, zadawania pytań i samodzielnego poszukiwania odpowiedzi na nie.**

Siła przyciągania i oddziaływania muzeów (wystaw) interaktywnych na widzów tkwi w nowatorskim sposobie tworzenia ekspozycji z jakimi mamy do czynienia w tych placówkach. Nowatorskość ekspozycji muzeów interaktywnych składa się z wielu elementów. Po pierwsze, **nastawienie na widza**. Dawniej, podczas tworzenia ekspozycji, najważniejszy był eksponat. To on był w centrum uwagi i to z myślą o tym, jak najlepiej go zaprezentować, tworzona była ekspozycja. Dziś to widz jest najważniejszy i to jakby „pod niego” tworzona jest wystawa. Zmianie uległ w związku z tym sposób układania eksponatów. W muzeum interaktywnym nie spotkamy już zbiorów ułożonych chronologicznie w gablotach czy według typów gromadzonych obiektów. Teraz eksponaty tworzą przestrzenie opowiadające i pozwalające zanurzyć się w jakąś konkretną historię czy zjawisko. Poza tym, dzięki nowym formom prezentacji oraz replikom cenniejszych lub mogących łatwo ulec zniszczeniu obiektów, muzeum stało się miejscem bardziej przyjaznym. Nie ma już bowiem w muzealnych wnętrzach aż tylu pań czujnie śledzących nasze ruchy i poczynania, gotowych co chwila krzyknąć: „Proszę nie dotykać eksponatów!” lub „Proszę nie stać zbyt blisko gablot

bo włączy się alarm!”. Zniknęły też zakazy fotografowania i głośnych rozmów. Dziś idąc do muzeum interaktywnego możemy swobodnie przemierzać muzealne wnętrza, robić tyle zdjęć ile nam się podobna (jednakże bez flesza) i śmiało dzielić się z pozostałymi zwiedzającymi naszymi odczuciami i wrażeniami z wizyty w muzeum na miarę XXI w. – „żywym” i otwartym na widza [www.muzhp.pl/artykuly/].

Druga nowość to **narracja**, czyli tworzenie poprzez odpowiednio dobrane eksponaty i pozostałe elementy ekspozycji, spójnej i logicznej opowieści dotyczącej konkretnego wydarzenia, zjawiska czy problemu, które muzeum ma prezentować. Ekspozycja ma zarazem dostarczać informacji i wrażeń, rozbudzać emocje oraz wciągać do „dialogu”. To właśnie tej opowieści podporządkowany jest wybór eksponatów, które mają ilustrować wybrane zjawisko, zagadnienie. W muzeum interaktywnym (i jego ekspozycjach) ważniejsza od samych eksponatów jest bowiem historia, opowieść którą ono obrazuje i którą zwiedzający mają dosłownie poczuć różnymi zmysłami. Środków do jej stworzenia – co widać po muzealnych ekspozycjach – jest aż nadmiar. Muzea, do przeniesienia widza i umieszczenia go w dawnej epoce czy minionym wydarzeniu, używają bowiem zarówno środków scenograficznych, fotografii, autentycznych eksponatów, obrazów, dźwięków, zapachów, jak i multimedialnych prezentacji operujących efektami specjalnymi, graficznymi, efektami 3D, modelami 3D czy replikami [Jędrzyak 2009, ss. 52-53; www.muzhp.pl/artykuly/].

Jednym z ważniejszych elementów wyróżniających i nadających ekspozycjom w muzeach interaktywnych nowatorski charakter jest też **nacisk na edukację**. Od zawsze muzea są placówkami, które edukują, ale odbywało się to raczej poprzez lekcje muzealne czy warsztaty. W muzeach interaktywnych – poprzez wystawę, w którą widz zostaje wciągnięty – edukacja następuje samoczynnie. Ekspozycje muzeów interaktywnych mają opracowane różne scenariusze konkretnej opowieści i w tych właśnie muzeach zwiedzający – z uwagi na to, do jakiej grupy osób się zaliczają: dzieci lub młodzież, dorośli, fachowcy, turyści zagraniczni czy osoby niepełnosprawne – poruszają się różnymi trasami zwiedzania lub też ekspozycja jakby sama się do nich dostosowuje. Tę ostatnią sytuację można zaobserwować m.in. w Muzeum Chopina, w którym dzięki elektronicznemu biletowi z zakodowanym na nim językiem i profilem zwiedzania oraz czujnikom w salach (wykrywającym bilet i zakodowane na nim informacje) w poszczególnych przestrzeniach muzeum podświetlają się właściwe dla danych grup zwiedzających części ekspozycji. Wszystko po to, by każdy zwiedzający – czy to uczeń szkoły podstawowej, nieposiadający jeszcze zbyt rozległej wiedzy, czy profesor uniwersytecki posiadający spory jej багаż – wynieśli dzięki ekspozycji jakieś przydatne i ciekawe dla nich informacje. Celowi edukacji sprzyjają też w muzeum różne warstwy narracji. Są takie, które dają widzowi możliwość zwiedzenia ekspozycji w godzinę i są też warstwy pogłębione (z szufladkami, kioskami multimedialnymi, ekranami dotykowymi – odkrywającymi przed zwiedzającymi kolejne fakty i informacje) – dla tych, którzy mogą i chcą spędzić w muzeum dwie, trzy a może i więcej godzin [www.muzhp.pl/artykuly/].

Ekspozycje w muzeach interaktywnych są nowoczesne i nowatorskie także dzięki swojej **interaktywności**. Interaktywności tej nie powinniśmy jednak mylić z multimedialnością. Jeśli mówimy, że ekspozycje są interaktywne, oznacza to, że tworzą one (i to na różnych poziomach) interakcje pomiędzy widzem a opowiadaną historią, aktywizują go i wciągają do dyskusji, zadawania pytań i samodzielnego poszukiwania odpowiedzi na nie. W dzisiejszych czasach widz nie chce być już bowiem tylko biernym odbiorcą, chce działać, tworzyć, być aktywnym w muzeum. Nie jest to jednak zadanie łatwe dla organizatorów wystawy. Uczynienie wystawy interaktywną odbywa się na kilku płaszczyznach. Najłatwiej aktywizować widza, zmuszając go do pewnego fizycznego wysiłku, np. poszukania czegoś w jednej z szuflad szafki czy biurka lub schylenia się (co bywa konieczne np. przy oglądaniu zdjęć poprzez fotoplastykon). Wykorzystuje się do tego również rozwiązanie multimedialne w postaci kiosków multimedialnych, monitorów dotykowych, ekranów parowych czy choćby

projektorów multimedialnych i wiele innych nowoczesnych urządzeń [www.muzhp.pl/artykuly/].

To, co czyni ekspozycje w muzeach interaktywnych (zwłaszcza muzeach odnoszących się do historii) nowatorskimi, to również **wolność interpretacyjna oraz wieloperspektywiczność**. Ekspozycje w nich mają bowiem pomóc zwiedzającym zrozumieć przeszłość, przybliżyć im zjawisko. Mają stanowić fundamenty wiedzy, podstawy do tworzenia swojej własnej opinii o czymś, interpretacji wydarzenia, a nie narzucać stare prawdy, z góry określone wnioski, które widz ma biernie przyjmować i popierać. Stąd też placówki interaktywne tworząc ekspozycje, prezentujące np. wydarzenia z przeszłości, starają się przedstawiać fakty bez ujawniania ich własnej czy powszechnie przyjmowanej oceny wydarzeń, z drugiej strony starają się też przedstawić je z perspektywy i w narracji różnych stron w nich uczestniczących. W wystawach tych chodzi o to, by podtrzymywać i pielęgnować pamięć o zjawiskach, wydarzeniach, które porusza ekspozycja, by pobudzać do dyskusowania o nich i spierania się o ich interpretację [www.muzhp.pl/artykuly/].

Wyróżnikiem i rzeczą charakterystyczną dla ekspozycji w muzeach interaktywnych jest też **różnorodność środków wyrazu** wykorzystywanych przez muzealników do przekazania idei, opowieści danej ekspozycji. Środki wyrazu i elementy wykorzystywane do tworzenia tych ekspozycji przedstawia tab. 1 [www.muzhp.pl/artykuly/].

Tab. 1. Elementy wykorzystywane do tworzenia ekspozycji w muzeach interaktywnych

Elementy wykorzystywane do tworzenia ekspozycji w muzeach interaktywnych	
Nie związane z nowoczesnymi technologiami	Związane z nowoczesnymi technologiami i multimediami
zabytki, repliki, rekonstrukcje, makiety, scenografia, fotoplastykony, odtworzone ziemianki partyzanckie czy barykady, plastyczne mapy, manekiny, gabloty, wielkoformatowe zdjęcia	ekrany ledowe (LCD), ekrany plazmowe, ściany wizyjne, projektory holograficzne, interaktywne podłogi lub stoły, rzutniki o dużej jasności, reflektory, stanowiska komputerowe, infokioski, projektory na folii 3M lub szkłe, efekty 3D, modele 3D, iluzje scenograficzne, interaktywne modele lub makiety, prezentacje multimedialne, projekcje filmowe, wizualizacje, elektroniczne odwzorowania zabytków, rekonstrukcje cyfrowe 3D, kamery cyfrowe, playery, konwertery sygnału, projektory multimedialne, monitory dotykowe, ekrany projekcyjne, ekrany parowe, hologramy

Źródło: opracowanie własne na podstawie www.krakow.pl/podziemia-rynku/; www.krakow.gazeta.pl/krakow; www.uml.lodz.pl/miasto/projekty_unijne

Szybko postępujący rozwój technologii informacyjnych przyczynił się również do powstania jeszcze jednego, nowego sposobu prezentowania zabytków, a mianowicie **wystaw (oraz muzeów wirtualnych)**, które polegają na prezentowaniu eksponatów w postaci elektronicznych obrazów, dostępnych w formie on-line lub na nośnikach typu CD. W tym jednak przypadku termin „elektroniczny obraz” należy rozumieć nieco szerzej niż tylko jako fotografie cyfrowe – także jako cyfrowe pliki filmowe, muzyczne oraz inne bardziej zaawansowane formy prezentacji. Co ciekawe, muzea i wystawy interaktywne niekoniecznie muszą być wystawami muzealnymi ponieważ do ich stworzenia nie jest konieczne posiadanie fizycznych obiektów zabytkowych, a wystarczą ich elektroniczne odpowiedniki. Muzea wirtualne mogą stwarzać użytkownikom sieci wyjątkowe, niepowtarzalne okazje do podziwiania wystaw składających się z eksponatów, na co dzień znajdujących się w siedzibach najróżniejszych muzeów, które wystawy w świecie rzeczywistym, zapewne nie byłyby możliwe do zrealizowania [Jędrysiak 2009, ss. 55-56].

Wirtualne muzea mogą występować w dwóch postaciach: jako część, uzupełnienie muzeum tradycyjnego (np. w postaci witryny internetowej) lub jako muzeum całkowicie wirtualne – niezależna jednostka, nieposiadająca stałej, fizycznej siedziby, funkcjonująca tylko w cyberprzestrzeni [Jędrysiak 2009, s. 55].

Warto również wspomnieć o tym, że muzea wirtualne mogą pełnić wiele funkcji. Dla tych, którzy fizycznie odwiedzili już konkretne muzeum (istniejące w przestrzeni rzeczywistej) muzeum wirtualne może być doskonałym uzupełnieniem wizyty w placówce,

dzięki któremu w zaciszu własnego domu zwiedzający może jeszcze bardziej pogłębić swoją wiedzę lub też jeszcze raz (może z innej perspektywy, a może z jeszcze większą dokładnością i szczegółowością) przyrzeć się eksponatom). Tych, którzy być może autopsyjnej wizyty w siedzibie muzeum nie planowali, wirtualne muzeum może do tego zainspirować, a także stać się fundamentem wiedzy o zabytkach i dziełach jakie ono gromadzi. Z całą pewnością zaletą umieszczenia wystaw i muzeów w przestrzeni wirtualnej jest również to, że dzięki temu wystawy mogą oglądać osoby niepełnosprawne ruchowo, które ze względu na brak przystosowania do ich potrzeb znacznej części placówek muzealnych, często nie mają możliwości ich zwiedzania. Wirtualizacja muzeów umożliwia również zwiedzanie osobom mieszkającym daleko od siedziby muzeum lub nieposiadającym środków finansowych na odbycie podróży do wybranej placówki [Jędrzyak 2009, s. 48].

Optymizmem napawa również fakt, iż coraz częściej strony internetowe największych muzeów świata z pólamatorskich elektronicznych broszurek stają się bardzo zaawansowanymi informatycznie witrynami udostępniającymi ogromne bazy danych, setki i tysiące reprodukcji oraz dzieł sztuki, a także wiele innych cennych informacji. Pierwszym, światowej klasy muzeum, które zainicjowało wirtualne funkcjonowanie tych placówek był paryski Luwr. Dziś niemal wszystkie wielkie muzea świata oraz znacząca część także tych mniejszych i mniej znanych funkcjonuje w sieci.

Jednym z przykładów światowej klasy muzeum dostępnego w przestrzeni wirtualnej jest największe muzeum Rosji, petersburski Ermitaż (www.hermitagemuseum.org/). Dwujęzyczna (angielska i rosyjska) wersja witryny tego znanego muzeum to prawdziwa kopalnia informacji i materiałów związanych z placówką oraz gromadzonymi przez nią dziełami. Dzięki panoramicznym zdjęciom sal wystawowych oraz ich opisom można tu odbyć wirtualny spacer po wszystkich lub wybranych przez siebie wnętrzach Małego i Dużego Ermitażu. Podziwiać widoki z dachu budynku, a także „rzucić wirtualnym okiem” na historyczne centrum Petersburga, z kilku różnych miejsc, np. z pałacowego dziedzińca, mostu Trinity czy Pałacu Menshikov. Szczegółowo przybliżana gościom wirtualnego muzeum jest też historia Ermitażu oraz dzięki zakładce *collections* wszystkie, gromadzone przez muzeum kolekcje, prezentowane poprzez opisy samych kolekcji oraz kultur, w których powstały oraz fotografie wybranych dzieł. Wirtualny Ermitaż stwarza też zwiedzającym możliwość zapoznania się po kolei ze wszystkimi dziełami lub określonym typem eksponatów jakie gromadzi to muzeum. Poczytać i przyrzeć się w powiększeniu eksponatom można poprzez zakładkę *digital collection*, która umożliwia wyszukanie odpowiadających naszym kryteriom eksponatów i przybliżyć nam informacje o nich. Nie brak tu również informacji o aktualnych, minionych i przyszłych wystawach muzeum, a bardzo przydatnym narzędziem wirtualnego muzeum jest też zakładka *on tour*, z której można dowiedzieć się gdzie poza Ermitażem (na jakiej wystawie i w jakim mieście) można znaleźć dzieła wypożyczone z tego muzeum na cele ekspozycyjne. Osoby planujące wizytę tutaj, znajdą na stronie również wiele przydatnych, praktycznych informacji dotyczących zwiedzania tego miejsca, które dostępne są w pięciu językach [Jędrzyak 2009, s. 56]. W wirtualną podróż po Ermitażu można też udać się oglądając, dostępną do nabycia w wirtualnym sklepie muzeum płytę CD. Na płycie *Wirtualny Ermitaż* prezentowanych jest w trójwymiarze około 50 sal wystawowych muzeum, a na całą podróż po nim składa się jeszcze ponad 1000 zdjęć, 600 opisów, schematy budynku muzeum oraz interaktywne panoramy placówki oraz jej otoczenia [www.hermitageshop.org/store/].

Spośród polskich muzeów, posiadających swoje wirtualne odpowiedniki, na uwagę z całą pewnością zasługuje to najpopularniejsze i najbardziej zaawansowane technicznie – Muzeum Powstania Warszawskiego. Już w ciągu pierwszych 3 miesięcy funkcjonowania Wirtualnego Muzeum PW, otwartego w 2008 r., odwiedziło je 400 000 internautów. Było ono pierwszym w Polsce projektem, który umożliwiał interaktywny spacer po salach wystawienniczych. Dzięki niemu i zastosowanym w nim najnowszym technologiom goście

nie mający na razie możliwości osobistego odwiedzenia obiektu mogą go poznać i poczuć przez Internet. Mało tego, odwiedzając wirtualne muzeum można nie tylko odbyć spacer po jego korytarzach, ale też oglądając ekspozycje jednocześnie wysłuchać historii powstania oraz przyjrzeć się bliżej zbiorom tego muzeum. Historię powstania prócz tekstowej i czytanej opowieści oraz także panoramicznych zdjęć ekspozycji przybliżają również archiwalia: zdjęcia, dokumenty, biografie, pliki muzyczne z żołnierskimi piosenkami czy archiwalne nagrania. Jest też kalendarium powstania, dzięki któremu bardzo dokładnie można prześledzić dzień po dniu, 63 doby walk. Ponadto, jak przystało na nowoczesne, interaktywne muzeum, również tutaj trasa zwiedzania muzeum pozostaje w gestii zwiedzających, to oni bowiem decydują czy oglądają po kolei wszystkie sale muzeum, czy korzystając z jego planu decydują się tylko na wybrane przestrzenie, tematy lub eksponaty. Możliwość zagłębienia się w wybrany temat czy eksponat, czyli oglądanie go i uzyskiwanie szczegółowych informacji o nim, czy możliwość uzupełnienia opisu oglądanego eksponatu o dodatkowe szczegóły (weryfikowane później przez historyków) to tylko część możliwości jakie stwarza zwiedzającym Muzeum. Wirtualne Muzeum to także artykuły, fora internetowe i czaty umożliwiające dyskusję na temat ekspozycji, encyklopedia powstańcza, niepublikowane wcześniej wywiady z powstańcami oraz wiele innych, z pewnością wartych wizyty na stronie materiałów. By zobaczyć i poczuć historię powstania warszawskiego bez wychodzenia z domu wystarczy odnaleźć w Internecie witrynę www.1944.pl/o_muzeum/wirtualne_muzeum/ [Jędrzyak 2009, ss. 56-57].

Muzea i wystawy interaktywne w Polsce w opinii zwiedzających – wyniki badań ankietowych

Realizacja badań nastąpiła przez wykorzystanie metody sondażu diagnostycznego, która umożliwiła zapoznanie się z poglądami i opinią osób na temat muzeów i wystaw interaktywnych w Polsce. Wykorzystane w badaniu techniki to obserwacja i ankieta.

Badania przeprowadzono wśród zwiedzających muzea i wystawy interaktywne w Polsce. Celem badań była analiza popularności i atrakcyjności polskich muzeów i wystaw interaktywnych wśród badanych, w świetle zmieniających się oczekiwań społecznych wobec instytucji muzealnych.

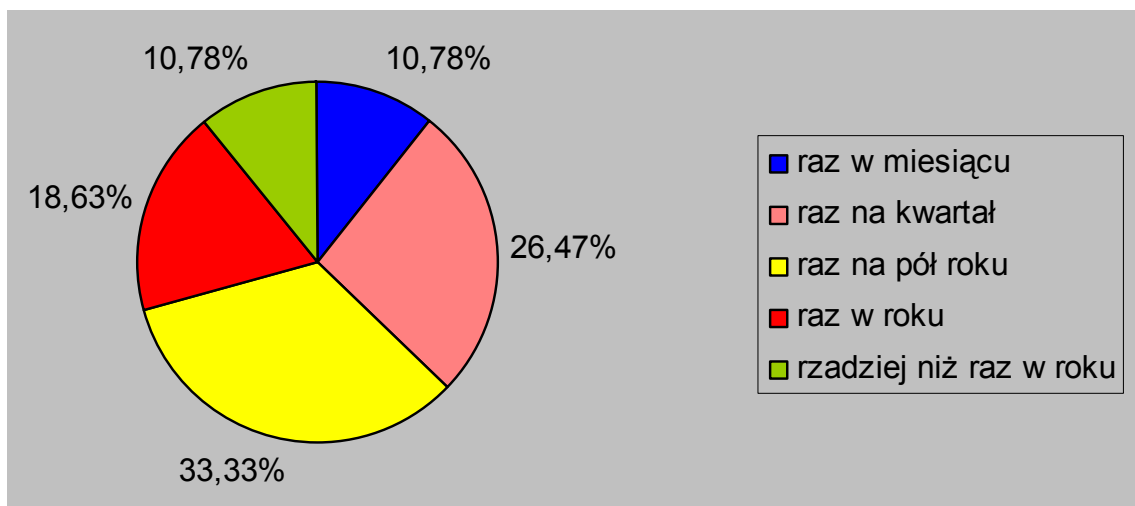
Ankiety w liczbie 102 przeprowadzono w sierpniu i wrześniu 2011 r. na terenie lub w okolicy dziewięciu placówek muzealnych/wystaw interaktywnych. Były to: wystawa *Bajkowy świat* w Europejskim Centrum Bajki im. Koziółka Matołka w Pacanowie; *Śladami europejskiej tożsamości Krakowa* w Podziemiach Rynku w Krakowie; wystawa *Świat zmysłów* w Muzeum Uniwersytetu Jagiellońskiego w Krakowie; wystawa *Wokół koła* w Muzeum Inżynierii Miejskiej w Krakowie; Fabryka *Emalia* Oskara Schindlera w Krakowie; Muzeum Chopina w Warszawie; Muzeum Fabryki w Łodzi; Muzeum – Miejsce Pamięci Palmiry (k. Warszawy); Muzeum Powstania Warszawskiego.

O wypełnienie ankiety proszeni byli turyści i mieszkańcy miast, którzy danego dnia odwiedzili muzeum/ekspozycję. Ankietowani odpowiadali łącznie na 9 pytań dotyczących wystaw interaktywnych.

Wśród respondentów dokładnie połowę badanej grupy (50%) stanowiły kobiety. Najliczniejszą grupę wiekową (37%) stanowiły osoby w wieku 19-25 lat oraz 26-35 lat (29%). Nieco mniejszą grupę respondentów stanowiły osoby w wieku 36-55 lat (17%), 56-70 lat (9%) oraz poniżej 18 roku życia (5%). Na pytania najrzadziej odpowiadały natomiast osoby powyżej 70 roku życia (3%). Ankietowani jako miejsce zamieszkania deklarowali najczęściej (54%) duże miasto (powyżej 500 tys. mieszkańców). Mniej respondentów stanowili mieszkańcy małego miasteczka do 5 tys. mieszkańców lub wsi (16%). Zamieszkiwanie w mieście liczącym 150-500 tys. mieszkańców oraz w mieście liczącym 5-50 tys. mieszkańców zadeklarowało 13% badanych. W mieście do 150 tys. mieszkańców zamieszkiwało natomiast 4% respondentów. Przeważały osoby z wyższym

wykształceniem (55%). Znacznie mniejszy odsetek stanowiły osoby ze średnim wykształceniem (19%). Osoby studiujące stanowiły 12% badanych, z niepełnym wyższym wykształceniem 9%, a z podstawowym 5%. Swoją sytuację materialną ankietowani ocenili w większości jako dobrą (43%) lub przeciętną (37%). Zaledwie 16% respondentów uważa, że ich sytuacja materialna jest bardzo dobra, a 4% zadeklarowało słabą sytuację materialną.

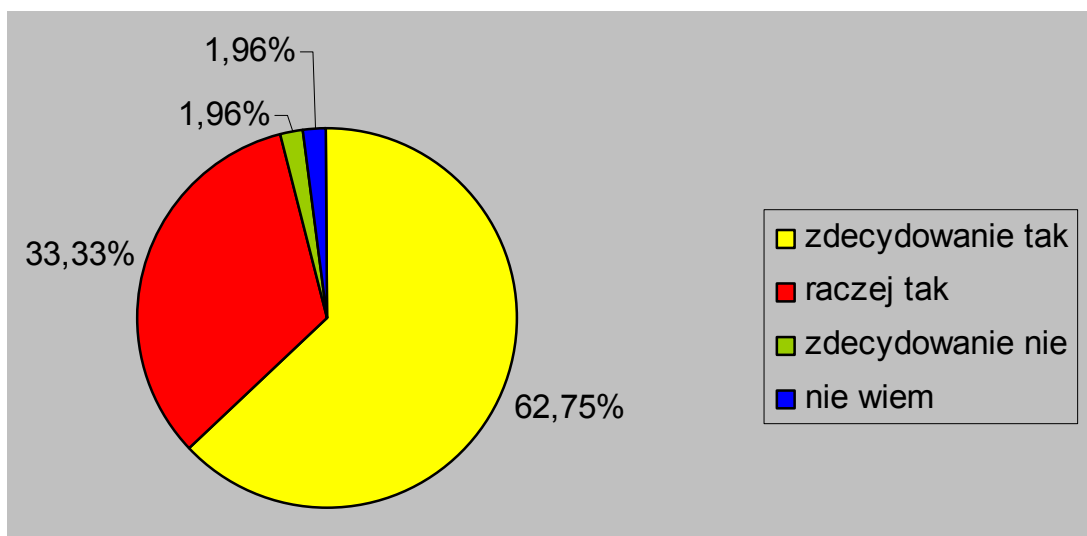
Na pytanie jak często w ciągu roku ankietowani odwiedzają muzeum (wykres 1), co dziesiąty ankietowany (11%) odpowiedział raz w miesiącu. Raz na kwartał do muzeum wybiera się prawie co trzeci ankietowany (26%), a raz na pół roku 33% ankietowanych. Nieco rzadziej, bowiem raz w roku w muzeum bywa 19% badanych, a rzadziej niż raz w roku zaledwie 11% respondentów.



Wykres 1. Częstotliwość wizyt w muzeum

Źródło: opracowanie własne

Bardzo optymistycznie przedstawiają się odpowiedzi dotyczące opinii respondentów na temat tego, czy muzea i wystawy interaktywne są/mogą być ciekawsze niż tradycyjne (wykres 2). Łącznie 96% badanych odpowiedziało twierdząco na to pytanie, zaledwie 2% udzieliło przeczącej odpowiedzi. Także 2% badanych nie ma jeszcze na ten temat wyrobionej opinii. Spośród ankietowanych 63% nie miało wątpliwości co do tego, że muzea interaktywne są ciekawsze niż tradycyjne, natomiast co trzeciemu ankietowanemu (33%) wydaje się, że tak jest.

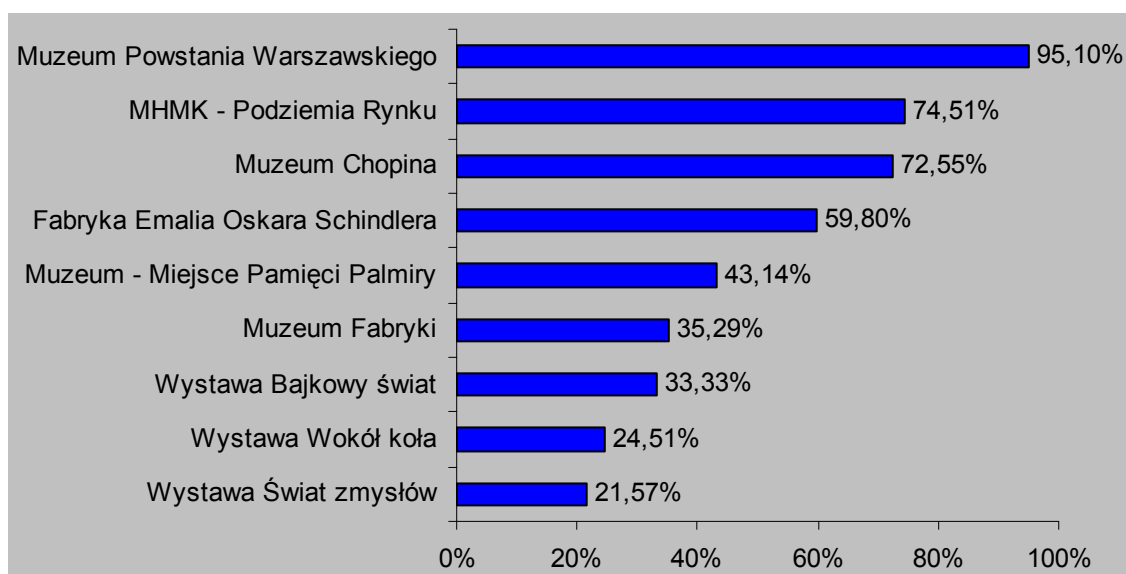


Wykres 2. Czy muzea interaktywne są ciekawsze niż tradycyjne?

Źródło: opracowanie własne

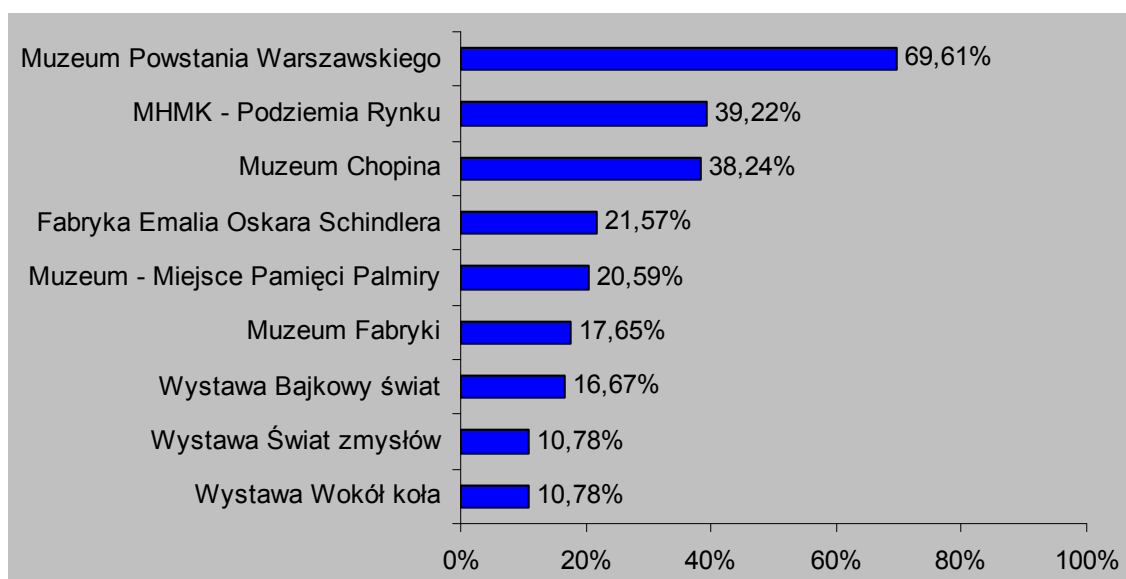
Ankietowani poproszeni zostali również, aby w tabeli zamieszczonej w ankiecie wskazali muzea i wystawy, o których słyszeli (wykres 3) oraz te które odwiedzili (wykres 4). Zgodnie z tym co zadeklarowali respondenci, o Muzeum Powstania Warszawskiego słyszeli prawie wszyscy ankietowani (95%), a o Podziemiach Rynku w Krakowie 75% ogółu. Trzecim najbardziej rozpoznawalnym muzeum jest Muzeum Chopina w Warszawie (73%). Tylko co piąty ankietowany słyszał natomiast o wystawie *Wokół koła* w Muzeum Inżynierii Miejskiej w Krakowie (25%) oraz o wystawie *Świat zmysłów* w Muzeum Uniwersytetu Jagiellońskiego w Krakowie (22%).

Najchętniej odwiedzanymi przez badanych polskich turystów muzeami są natomiast Muzeum Powstania Warszawskiego (było w nim 70% ankietowanych), Fabryka *Emalia* Oskara Schindlera w Krakowie (40%) oraz Podziemia Rynku w Krakowie (39%). Najmniejszą popularnością cieszy się wystawa *Bajkowy Świat* w Europejskim Centrum Bajki w Pacanowie (11%) oraz wystawa *Świat zmysłów* w Muzeum Uniwersytetu Jagiellońskiego.



Wykres 3. Muzea i wystawy, o których ankietowani słyszeli

Źródło: opracowanie własne



Wykres 4. Muzea i wystawy, które ankietowani odwiedzili

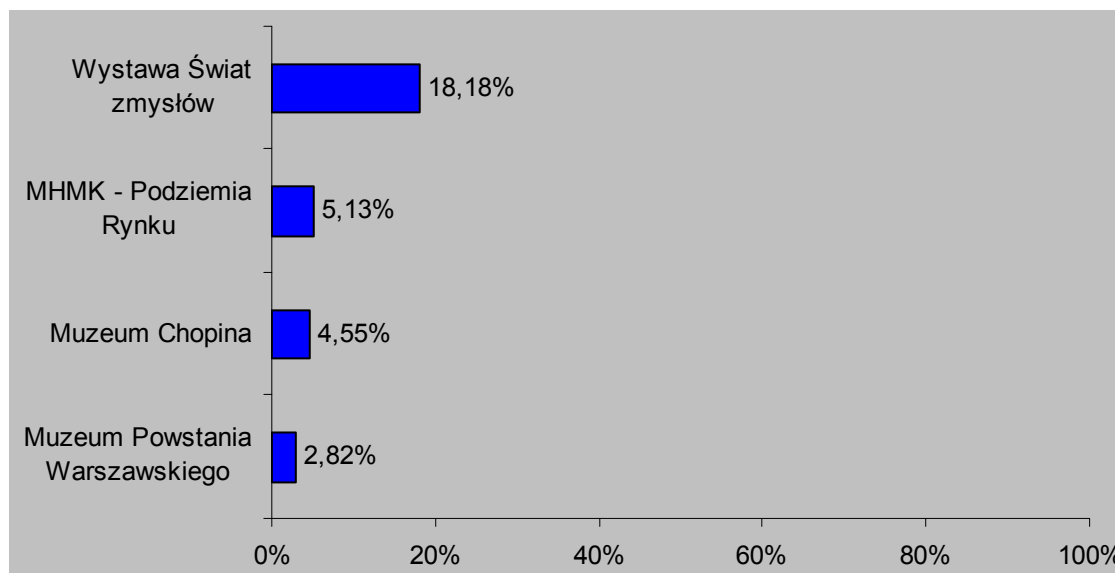
Źródło: opracowanie własne

Respondenci mieli także ocenić atrakcyjność danej wystawy (wykresy 5 i 6). W przypadku pięciu muzeów, z wizyty w placówce zadowolonych było 100% ankietowanych. Były to: wystawa *Wokół koła*, wystawa *Bajkowy Świat*, Muzeum – Miejsce Pamięci Palmiry, Muzeum Fabryki i Fabryka *Emalia* Oskara Schindlera. Wizyta w pozostałych czterech muzeach usatysfakcjonowała zdecydowaną większość zwiedzających (około 95%). Zdarzały się jednak osoby niezadowolone, stanowiły one jednak niewielki procent zwiedzających (najwięcej negatywnych opinii uzyskała wystawa *Świat zmysłów* – 18%). Można zatem zaryzykować stwierdzenie, że jeśli większość ankietowanych pozytywnie oceniła wszystkie muzea, które odwiedziła, to placówki te są dostosowane do oczekiwań zwiedzających i są muzeami na miarę XXI w.



Wykres 5. Pozytywna ocena odwiedzonych muzeów i wystaw

Źródło: opracowanie własne



Wykres 6. Negatywna ocena odwiedzonych muzeów i wystaw

Źródło: opracowanie własne

Uzasadnienia ankietowanych, co do oceny zadowolenia z wizyty na ekspozycji przedstawia tab. 2.

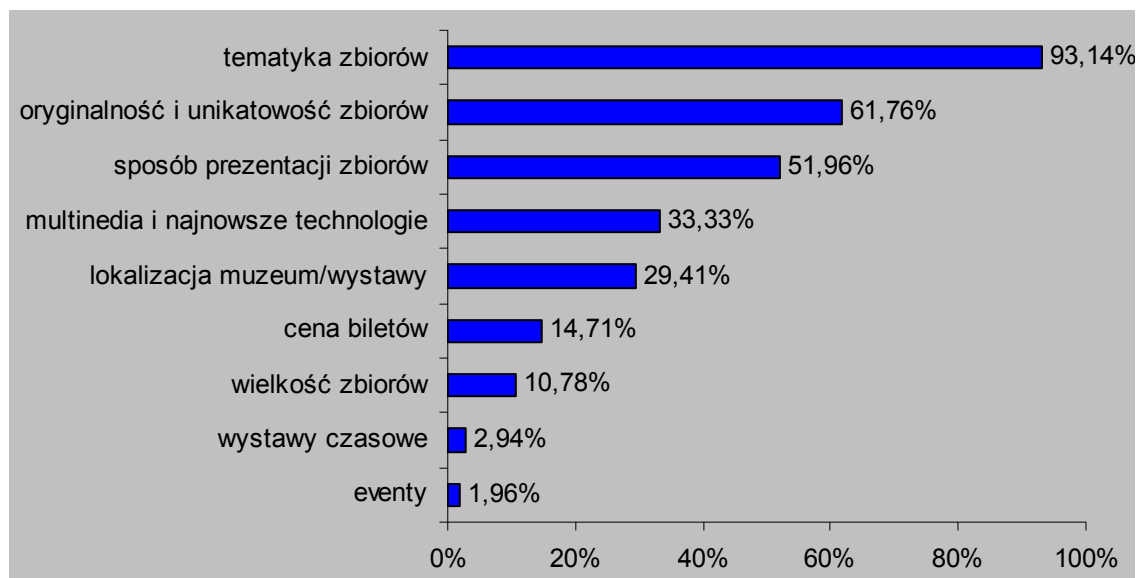
Tab. 2. Uzasadnienie atrakcyjności ekspozycji w oczach zwiedzających

Nazwa muzeum/wystawy	Atrakcyjność ekspozycji – uzasadnienie
Wystawa <i>Bajkowy świat</i> w Europejskim Centrum Bajki (Pacanów)	zastosowanie nowych mediów; niesamowicie miła przewodniczka oraz bajkowa scenografia; wystawa przenosi w inny świat i pobudza wyobraźnię
<i>Śladami europejskiej tożsamości Krakowa</i> w Podziemiach Rynku (Kraków)	interesująca tematyka ekspozycji; ciekawe rozwiązania technologiczne; sposób przekazu informacji; interakcje i różnorodne środki przekazu; ekspozycja przemawia do wyobraźni, jest idealnym połączeniem tradycji i współczesności; zwiedzającym podobała się bajka o Kraku i historia Polski w obrazach
Wystawa <i>Świat zmysłów</i> w Muzeum Uniwersytetu Jagiellońskiego (Kraków)	interesująca tematyka wystawy; wystawa jest pouczająca i jej temat ilustrują różnorodne stanowiska interaktywne; można samodzielnie wykonywać doświadczenia, stać się na chwilę naukowcem, badać i analizować
Wystawa <i>Wokół koła</i> w Muzeum Inżynierii Miejskiej (Kraków)	różnorodność eksponatów/stanowisk; ciekawe stanowiska ilustrujące zastosowanie koła w różnych dziedzinach życia; ekspozycja jest wciągająca i angażuje różne zmysły
Fabryka <i>Emalia</i> Oskara Schindlera (Kraków)	wystawa jest wartościowa artystycznie i historycznie; oddziałuje na wszystkie zmysły; dostarcza ogromu wiadomości, nowych nawet dla mieszkańców Krakowa; zawiera ciekawe rozwiązania technologiczne; fantastycznie odtworzono w niej klimat starego Krakowa; doskonała kompozycja tematyczna; wystawa ciekawa, nie nużąca – przemawia do widza; idealne połączenie tradycji i współczesności oraz nowych multimediów; multimedia ułatwiają interakcje ze zwiedzającym; bliskość eksponatów; filmy poszerzające wiedzę na temat ekspozycji
Muzeum Chopina (Warszawa)	interesujące połączenie zabytków i nowych technologii; muzyka odgrywa w nim dużą rolę tak jak to powinno być w muzeum biograficznym – artyści muzyka
Muzeum Fabryki (Łódź)	interesująca, ale mała wystawa; wciągająca dzięki różnym multimediom i możliwości dotykania wszystkiego; przemysłna dzięki czemu na pozór nudny temat został ukazany ciekawie; zastosowanie różnych nośników przekazu (film, zdjęcia, plakat) i nowych technologii; ciekawe elementy architektoniczne sali i opisy detali architektonicznych
Muzeum – Miejsce Pamięci Palmiry (Palmiry k. Warszawy)	niezwykle wymowna wystawa; wnikliwa i dokładnie dokumentująca zbrodnię wojenną, choć zastosowano w niej multimedia – nostalgiczna i niezwykle emocjonalna; czuć nostalgię i atmosferę hołdu pomordowanym; w pamięć zapadły zwiedzającym pamiątki z ekshumacji zwłok w nietypowych gablotach; sosny w szklanych tubusach, jako symbole miejscowości, w których rozstrzeliwano Polaków; szklana ściana muzeum, przez którą widać cmentarz w Palmirach
Muzeum Powstania Warszawskiego (Warszawa)	wyjątkowa atmosfera; różnorodność elementów tworzących ekspozycję; organizacja zwiedzania; niezwykle silne oddziaływanie ekspozycji na emocje; w ciekawy sposób ukazana historia; inspiruje do poszukiwania głębszej wiedzy o Powstaniu Warszawskim; daje możliwość zbliżenia się do historii; zwiedzającym najbardziej podobał się monument symbolizujący bijące serce Warszawy; zbieranie kartek z kalendarza, które motywują do zwiedzania całej ekspozycji i odnalezienia ich wszystkich

Źródło: opracowanie własne

W kolejnym pytaniu respondenci proszeni byli o wskazanie trzech aspektów, które wpływają na ich decyzję o odwiedzeniu danego muzeum (wykres 7). Według wskazań ankietowanych aspektem, który wybrali prawie wszyscy (93%) była tematyka zbiorów. Wśród dwóch pozostałych aspektów decydujących o wyborze muzeum pojawiały się najczęściej: oryginalność i unikatowość zbiorów (62%) oraz sposób ich prezentacji (52%). Dla co trzeciego respondenta (33%) ważne były multimedia i najnowsze technologie wykorzystywane do prezentacji zbiorów, a także lokalizacja muzeum (30%). Wśród elementów najrzadziej decydujących o wyborze muzeum znalazły się: cena biletów – ważna dla 15% ankietowanych, wielkość zbiorów (11%), wystawy czasowe (3%) oraz eventy organizowane przez muzeum (2%). Otrzymane wyniki świadczą również na korzyść muzeów interaktywnych. Jeśli dla odwiedzających dość istotnym elementem skłaniającym ich do wizyty w placówce muzealnej jest sposób prezentacji, a także multimedia i najnowsze

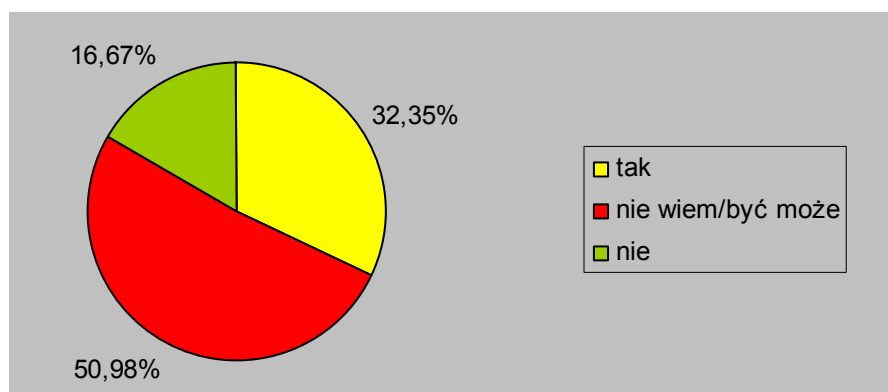
technologie wykorzystywane do prezentacji zbiorów, to częściej niż muzea tradycyjne będą oni skłonni odwiedzać muzea interaktywne.



Wykres 7. Aspekty, które decydują o wyborze danego muzeum

Źródło: opracowanie własne

Część ankietowanych (32%) zapytana o to, czy w najbliższym czasie planuje odwiedzić jakiegokolwiek muzeum/wystawę interaktywną w Polsce (wykres 8) odpowiedziała twierdząco. Niezdecydowanych było 51%, a do żadnego muzeum interaktywnego nie wybiera się w najbliższym okresie 17% ankietowanych.

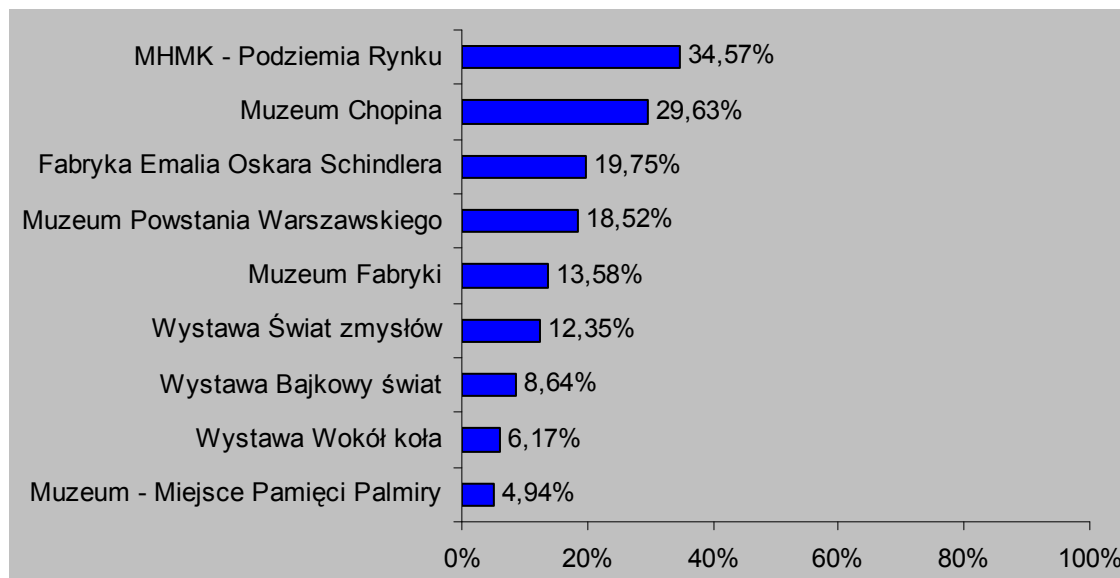


Wykres 8. Planowana wizyta w muzeum/na wystawie interaktywnej

Źródło: opracowanie własne

Wśród respondentów, którzy zadeklarowali, iż wybierają się lub być może wybiorą się wkrótce do muzeum interaktywnego (wykres 9), najwięcej – bo 35% wskazało Muzeum Historyczne Miasta Krakowa – Podziemia Rynku. Nieco mniej, bo 30% wybiera się do Muzeum Chopina w Warszawie, a 20% do Fabryki *Emalia* Oskara Schindlera. Najmniej osób wybiera się na wystawę *Bajkowy Świat* (9%), na wystawę *Wokół koła* (6%) oraz do Muzeum w Palmirach (5%). Przedstawione powyżej wyniki nie są zaskoczeniem. Trzy pierwsze muzea, które planuje odwiedzić najwięcej badanych są bowiem placówkami, o których słyszała znaczna część ankietowanych, bowiem ich otwarcie było mocno nagłośnione, a szerokie wykorzystanie multimediiów w ekspozycjach tych muzeów sprawia, że są coraz bardziej rozpoznawalne i coraz chętniej odwiedzane. Równie znane prawie wszystkim ankietowanym jest Muzeum Powstania Warszawskiego. Tutaj niewielka liczba osób, które planuje odwiedzić to muzeum, może wynikać z faktu, iż znaczna część ankietowanych była

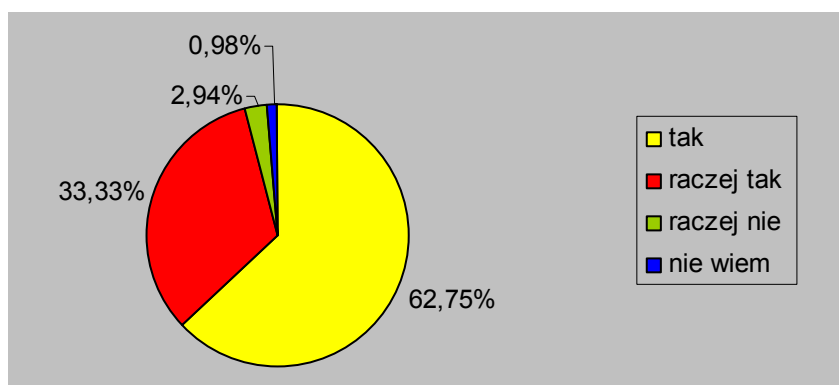
już w tej placówce. Stosunkowo niewielka liczba osób, które chcą odwiedzić Centrum Bajki oraz Muzeum w Palmirach, może mieć swoją przyczynę w lokalizacji tych placówek. Turystom znacznie łatwiej dotrzeć do zlokalizowanych w samym centrum Krakowa Podziemi Rynku czy Fabryki *Emalia* niż do oddalonego o ponad godzinę drogi od Krakowa Centrum Bajki czy zlokalizowanego 20 km od Warszawy Muzeum w Palmirach. Niewiele osób planuje również odwiedzić wystawy *Wokół koła* i *Świat zmysłów*, być może dlatego, iż nie są one tak dobrze promowane jak dwie najnowsze krakowskie wystawy interaktywne, a do tego są to niewielkie ekspozycje, które turyści zwiedzają zazwyczaj przy okazji wizyty w Muzeum UJ czy Muzeum Inżynierii Miejskiej, bowiem dopiero tam dowiadują się o ich istnieniu.



Wykres 9. Muzea i wystawy, które ankietowani zamierzają odwiedzić

Źródło: opracowanie własne

Za muzeami interaktywnymi przemawiają również odpowiedzi na kolejne pytanie dotyczące tego, czy w Polsce powinno być więcej muzeów i wystaw interaktywnych (wykres 10). Prawie wszyscy ankietowani (96%) odpowiedzieli na to pytanie twierdząco. Przecząco odpowiedziało jedynie 3% respondentów, a 1% nie ma na ten temat zdania. Respondenci definitywnie przekonani o konieczności funkcjonowania w naszym kraju większej liczby muzeów interaktywnych stanowili 63% ankietowanych, a Ci którym wydaje się, że powinno być w kraju więcej takich placówek to 33% ogółu. Biorąc pod uwagę plany mających powstać w Polsce nowych interaktywnych placówek muzealnych życzenia ankietowanych pozytywnie nastawionych do muzeów mogą się wkrótce spełnić.



Wykres 10. Zapotrzebowanie na większą liczbę muzeów i wystaw interaktywnych w Polsce

Źródło: opracowanie własne

Ankietowani poproszeni zostali także o wskazanie dostrzeganych przez nich zalet i wad muzeów interaktywnych (tab. 3). W pytaniu o wady zdecydowanie przeważała odpowiedź „nie posiadają”.

Tab. 3. Zalety i wady muzeów interaktywnych w oczach zwiedzających

Zalety muzeów interaktywnych	Wady muzeów interaktywnych
pobudzanie wszystkich zmysłów człowieka; potrafią zaintrygować i „wciągnąć” w ekspozycję, dzięki czemu lepiej się ją zwiedza; wykorzystanie multimedialnych przekazów, które uatrakcyjniamy przekaz; pozwalają uczestniczyć w ekspozycji (poczuć ją), a nie tylko oglądać; można przenieść się w czasie i poczuć klimat prezentowanej tematyki; pozwalają zwiedzającym doświadczać czegoś na samym sobie, dotykać wszystkiego; oddziałują na emocje; są łatwiejsze w odbiorze informacji; są wielowątkowe, pokazują różne ujęcia prezentowanego tematu; pozwalają lepiej zrozumieć prezentowaną tematykę i eksponaty; pobudzają wyobraźnię; są ciekawsze niż tradycyjne muzea; swoją atrakcyjną formą przyciąga do muzeum młode pokolenie; są atrakcyjne dla zwiedzających w różnym wieku; łączą zabawę i naukę; przekazują teorię, ale też wskazują jej zastosowanie w praktyce	mała ilość oryginalnych eksponatów; brak ducha, klimatu charakterystycznego dla muzeum; upraszczają/mogą upraszczać prezentowany temat; zbyt dużo w nich najnowszych technologii; są trudniejsze w odbiorze dla osób starszych – ze względu na szerokie zastosowanie multimedialnych, z którymi osoby starsze nie są zaznajomione; są do siebie podobne/powielają schemat (we wszystkich znajdują się prezentacje, projekcje, wizualizacje, stanowiska interaktywne); występuje w nich przerost formy nad treścią; zbyt duża mechanizacja tworzy kontrast między prezentowaną przeszłością i teraźniejszością; ceny biletów; jest w nich tłoczno i są duże kolejki do kas biletowych; mogą spowodować upadek muzeów tradycyjnych; konieczność rezerwacji w niektórych placówkach

Źródło: opracowanie własne

Wnioski z badań

Badania ankietowe przeprowadzone wśród zwiedzających interaktywne ekspozycje pozwoliły wyłonić te, cieszące się największą i najmniejszą popularnością wśród nich. Potwierdzeniem uzyskanych wyników są kolejki w jakich oczekuje się na wstęp do tych muzeów. Trzeba bowiem przyznać, iż kolejki do polskich muzeów to rzadkość. Według wskazań zwiedzających (które ekspozycje odwiedzili i o których słyszeli) najpopularniejszym polskim muzeum interaktywnym jest Muzeum Powstania Warszawskiego. Słyszeli o nim bowiem prawie wszyscy ankietowani, a odwiedziło je blisko 70% z nich. Za nim plasują się kolejno: Podziemia Rynku w Krakowie i Fabryka *Emalia* Oskara Schindlera, o których słyszała ponad połowa ankietowanych (odpowiednio 75% i 60%), a odwiedził blisko co drugi (39% i 40%). Popularność trzech wymienionych jako pierwsze placówek można zapewne uzasadnić połączeniem prezentowanej przez nie tematyki ze sposobem prezentacji eksponatów oraz lokalizacją. Wspomniane ekspozycje to bowiem wystawy o tematyce historycznej, zlokalizowane w obrębie miasta (centrum), w których zwiedzający docenili m.in. łatwość przekazu i sposób prezentacji, który czynił je niezwykle ciekawymi, wciągającymi. Wniosek ten został wysunięty na podstawie odpowiedzi respondentów na inne pytanie, w którym wskazywali oni trzy najistotniejsze dla nich elementy, decydujące o wyborze odwiedzanego muzeum. Dla niemal wszystkich zwiedzających takim elementem była bowiem tematyka ekspozycji. Na pozostałych dwóch pozycjach wymieniane były natomiast kolejno: oryginalność i unikatowość zbiorów, sposób prezentacji oraz multimedia i najnowsze technologie wykorzystane do prezentacji zbiorów. Dla co trzeciego ankietowanego ważna była też lokalizacja muzeum. Ponadto istotnym wydaje się fakt, iż otwarcie i funkcjonowanie co najmniej dwóch spośród tych placówek miało w prasie i telewizji oddźwięk ogólnokrajowy. Na czwartym miejscu pod względem popularności można by umieścić warszawskie Muzeum Chopina, o którym słyszała spora część badanych (70%), ale liczba ankietowanych, którzy je odwiedzili wyniosła zaledwie 20%. Kolejne pozycje w rankingu popularności polskich muzeów interaktywnych przypadają kolejno: Muzeum w Palmirach (o którym słyszał zaledwie co piąty ankietowany), wystawie *Wokół koła* oraz Muzeum Fabryki (znane co trzeciemu badanemu). Zdecydowanie najmniej popularne okazały się wystawa *Bajkowy świat* oraz wystawa *Świat zmysłów*, te ekspozycje

widział bowiem tylko co dziesiąty badany. Można to uzasadnić tematyką tych wystaw, która nie wszystkich ciekawi lub jest przeznaczona dla pewnej grupy wiekowej (*Bajkowy świat*). Ponadto ostatnia z wystaw zlokalizowana jest w małym miasteczku, przez co nie ma możliwości, by turyści dowiedzieli się o niej choćby przypadkiem, zwiedzając np. Kraków. Sposób prezentowania zbiorów jest w nich podobny jak w innych ekspozycjach interaktywnych, jednakże tematyka i konkurencja innych zabytków lub muzeów sprawia, że turyści rzadziej do nich docierają.

Zdecydowanej większości respondentów odwiedzone ekspozycje podobały się. Uogólniając uzasadnienia badanych zwiedzających, można powiedzieć, że doceniali oni najczęściej: interesującą tematykę ekspozycji, sposób przekazu informacji – ekspozycje „przemawiają” do wyobraźni i wywołują interakcje, wzbudzają emocje, oddziałują na wszystkie zmysły, trafnie oddają klimat prezentowane tematyki, różnorodność środków przekazu (multimedia). Brak pozytywnej oceny zwiedzających wywołały w niektórych (sporadycznych) przypadkach drogie bilety, a także niepotrzebne rezerwacje.

Podobnych odpowiedzi zwiedzający udzielali przy pytaniu o zalety i wady muzeów interaktywnych. Najczęściej powtarzającymi się zaletami było: wykorzystanie multimedii, które uatrakcyjniają przekaz, prezentowane ekspozycje potrafią zaintrygować, lepiej zrozumieć prezentowaną tematykę, docierają do widza i pobudzają jego wyobraźnię, a także oddziałują na różne zmysły i wzbudzają ogromne emocje. Jedynie niewielka część zwiedzających dostrzegła jakiegokolwiek wady muzeów interaktywnych, zdecydowana większość ankietowanych stwierdziła bowiem, iż muzea te wad nie posiadają. Wśród wad ekspozycji interaktywnych wymieniali: małą ilość oryginalnych eksponatów, ekspozycje te mogą upraszczać temat i są trudniejsze w odbiorze dla osób starszych, niezaznajomionych z nowymi technologiami.

Na podstawie tego, jak respondenci oceniali muzea, ile ciekawych według nich elementów i cech posiadają te ekspozycje oraz jak wiele zalet i niewiele wad muzeów interaktywnych wymieniali, można powiedzieć, że funkcjonujące w Polsce ekspozycje nie tylko są przez nich pozytywnie oceniane, ale też spełniają ich oczekiwania. Za stwierdzeniem tym przemawiają również odpowiedzi ankietowanych na inne zadane pytanie, w którym po raz kolejny większość ankietowanych była niemalże jednomyślna, uznając muzea interaktywne za ciekawsze niż tradycyjne i wyrażając równie optymistyczne przekonanie o tym, że powinno być w naszym kraju więcej tego typu ekspozycji.

Podsumowanie

Po przeprowadzeniu analizy nowego typu muzeów, jakim są muzea interaktywne można dojść do konkluzji, iż w XXI w. rozszerzyło się albo wręcz pojawiło nowe rozumienie pojęcia muzeum jako instytucji kultury. Można powiedzieć, że nowy typ muzeów – muzea interaktywne – są pochodną zmieniających się oczekiwań zwiedzających oraz nawiązujących nowych tendencji w muzealnictwie i coraz bogatszej, również starającej się sprostać wymaganiom muzealnej publiczności, oferty muzealnej.

Muzea interaktywne są nastawione na widza, mają go aktywizować oraz wyjaśniać prezentowaną tematykę w sposób łatwy i ciekawy. Różnorodne środki przekazu, zwłaszcza multimedia i najnowsze technologie, mają też oddziaływać na różne zmysły zwiedzającego i wywoływać interakcje między nim a ekspozycją. Co ważne, celem tych ekspozycji jest to, by widz zapoznał się z prezentowaną tematyką, poczuł ją, zrozumiał i „wyniósł” z niej jakieś przemyślenia, a nie tylko obejrzał eksponaty. To, co wyróżnia je spośród innych typów muzeów, to z pewnością fakt, iż docierają do umysłów, emocji zwiedzających w różnym wieku.

Na podstawie dokonanej obserwacji można powiedzieć, że polskie interaktywne ekspozycje mają podobną formułę, schemat (mają wiele cech wspólnych, w tym także wykorzystywane środki przekazu), ale mimo wszystko każda z tych ekspozycji ma swój

charakterystyczny, wyjątkowy klimat. Przeprowadzone badania pozwoliły ustalić, iż najpopularniejszymi wśród respondentów muzeami są: Muzeum Powstania Warszawskiego, ekspozycja w Podziemiach Rynku w Krakowie oraz ekspozycja w Fabryce *Emalia* Oskara Schindlera w Krakowie. Z kolei najrzadziej ankietowani odwiedzali i niewielu z nich słyszało o Muzeum Fabryki w Łodzi, wystawach *Bajkowy świat* oraz *Świat zmysłów*. Zdaniem ankietowanych ekspozycje interaktywne są chętniej odwiedzane niż tradycyjne, przyciągają spore grupy zwiedzających w różnym wieku, które przybywają do danego miasta specjalnie po to, by zobaczyć daną ekspozycję, co czyni je atrakcjami turystycznymi. Ponieważ ekspozycje te, jak zauważają sami badani, docierają lepiej do zwiedzających i co ważne, przyciągają do muzeów młode pokolenie, mogą obalić stereotyp nudnego, pozbawionego życia muzeum i zbudować jego nowy wizerunek – miejsca interesującego, w przystępny sposób edukującego i pozwalającego zrozumieć i poczuć prezentowaną tematykę. Dostrzegana przez badanych atrakcyjność muzeów interaktywnych w połączeniu z większą liczbą tego typu placówek w kraju mogłaby też pozytywnie wpłynąć na częstotliwość wizyt ankietowanych w instytucjach muzealnych. Z całą pewnością takich muzeów powinno być w Polsce więcej, gdyż spełniają one swoją rolę edukacyjną, sprawiają, że doceniamy prezentowane przez nie wydarzenia czy osoby, a ponadto przywracają muzeom ich dawną świetność i popularność.

Bibliografia

- Czopek S., 2000, *Wstęp do muzealnictwa i konserwatorstwa archeologicznego*, WSP, Rzeszów
- Idziak W., 2003, *Współczesne tendencje w muzealnictwie*, dok. online, dostęp z dn. 18.02.2012 r.
- Jędrysiak T., 2009, *Turystyka muzealna*, [w:] K. Buczkowska, A. Mikos v. Rohrscheidt (red.), *Współczesne formy turystyki kulturowej*, AWF w Poznaniu, Poznań
- Lewis G.D., 2012, *The history of museum*, dok. online, dostęp z dn. 20.02.2012 r.
- Popczyk M., 2010, *Autorytet muzeum w dobie muzeum otwartego*, [w:] A. Rottermud (red.), *Muzeum – przestrzeń otwarta*, Arx Regia Ośrodek Wyd. Zamku Królewskiego, Warszawa
- Raport o muzeach*, 2008, [w:] *Raport o stanie kultury*, Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego, Warszawa
- Stefanik M., 2012, *Muzea i wystawy interaktywne w Polsce – współczesna atrakcja turystyczna*, praca magisterska, Wyd. Turystyki i Rekreacji AWF w Poznaniu, Poznań
- Toczewski A., 2006, *Rola muzeów w turystyce i krajoznawstwie*, Muzeum Ziemi Lubuskiej, Zielona Góra
- Dz. U. 1997 nr 5 poz. 24 Ustawa z dnia 21 listopada 1996 r. o muzeach
- Żygulski Z., 1982, *Muzea na świecie: wstęp do muzealnictwa*, PWN, Warszawa

Źródła internetowe (dostęp z lutego i marca 2012 r.)

- www.samorzad.infor.pl
- www.muzhp.pl/artykuly/
- www.krakow.pl/podziemia-ryнку/
- www.krakow.gazeta.pl/krakow
- www.uml.lodz.pl/miasto/projekty_unijne
- www.hermitagemuseum.org/
- www.1944.pl/o_muzeum/wirtualne_muzeum/
- www.1944.pl/
- www.stolica-bajek.pl/centrum-bajki.php
- www.mhk.pl/oddzialy/podziemia_ryнку
- www.muzeumfabryki.pl/
- www.chopin.museum/pl
- www.mimk.com.pl/
- www.palmiry.mhw.pl
- www.maius.uj.edu.pl/
- www.mhk.pl/oddzialy/fabryka_schindlera

Museums and interactive exhibitions in Poland – contemporary tourist attraction

Key words: museum, interactive museum, virtual museum, new trends in the museology

Abstract

The aim of the article is to present the specificity of museums and interactive exhibitions and show differences between these institutions and traditional museums. These exhibitions are aimed at the spectator (they are to tell the history in an interesting and absorbing way), they have an influence on different senses of the man and they are exhibitions, in which the spectator is an active, involved, experiencing visitor. In the second part of the article the results of the survey research are presented. The research was conducted among visitors of interactive Polish museums and exhibitions. The aim of the research was analysing the popularity and attractiveness of interactive museums and exhibitions in Poland, among respondents in the light of changing social expectations of museum institutions. The visited exhibitions appealed almost for all visitors, and the most popular are: the Warsaw Uprising Museum, the Oskar Schindler's Factory *Emalia* and the exhibition in the Basements of the Market Square in Cracow. The conducted examinations and their results allow to state that exhibitions of this type in Poland are desired and have great prospects for the development.