



NARODOWY
INSTYTUT MUZEALNICTWA
I OCHRONY ZBIORÓW

DOROŚLI W WIEKU PRODUKCYJNYM I SENIORZY W MUZEUM. RAPORT

Autorzy: prof. dr hab. Piotr T. Kwiatkowski

dr Beata Nessel-Łukasik

Koordynator projektu NIMOZ: Joanna Grzonkowska

Warszawa, 2021

Spis treści

WPROWADZENIE	3
DOROŚLI W MUZEUM	9
Opinie pracowników muzeów o udziale osób dorosłych w publiczności	9
Czynniki różnicujące dorosłych i seniorów odwiedzających muzea	11
Wiek jako czynnik różnicujący dorosłą publiczność	12
Miejsce zamieszkania jako czynnik różnicujący publiczność muzealną	16
DOSTOSOWANIE MUZEÓW DO OCZEKIWAŃ DOROSŁEJ PUBLICZNOŚCI	17
Przygotowanie infrastruktury muzeum do oczekiwań dorosłej publiczności	17
Oczekiwania osób w wieku produkcyjnym i seniorów w zakresie organizacji pracy muzeów, budynków, infrastruktury i otoczenia	18
Prace realizowane w muzeach w zakresie organizacji pracy oraz zmian w budynkach, infrastrukturze i otoczeniu	19
Poznanie dorosłej publiczności przez pracowników muzeów	25
Komunikacja muzeów z dorosłą publicznością	27
Projekty muzealne dla dorosłej publiczności	30
DOROSŁA PUBLICZNOŚĆ W SPOŁECZNYM OTOCZENIU MUZEÓW	34
Współpraca z instytucjami i organizacjami	34
Osoby współpracujące z muzeum	38
Muzeum jako przestrzeń społecznej transmisji i podtrzymywania pamięci zbiorowej	41
Stali bywalcy	45
WIZYTY DOROSŁYCH W WIEKU PRODUKCYJNYM I SENIORÓW W MUZEACH	48
Organizacja wizyt dorosłych w wieku produkcyjnym i seniorów w muzeach	48
Zniżki i ulgi dla dorosłych odwiedzających muzea	50
Czynniki motywujące dorosłych do odwiedzania muzeów i bariery	52
Formy pracy muzeum z dorosłą publicznością	54
PODSUMOWANIE	57

WPROWADZENIE

Kim jest publiczność polskich muzeów? Coraz więcej instytucji muzealnych w Polsce próbuje znaleźć odpowiedź na to pytanie. W dobie wciąż trwającego boomu muzealnego i trwającej pandemii poznanie profilu oraz potrzeb publiczności wciąż pozostaje jednym z podstawowych kryteriów określających zasadność tworzenia nowych instytucji oraz modernizowania istniejących. Pomimo to stan wiedzy na ten temat nadal jest niezadowalający. Część polskich muzeów w ostatnich latach wypracowała własne metody poznawania publiczności, ale wyniki tych prac pozostają rozproszone. Wiele muzeów nie ma w tym zakresie doświadczeń, czasem z powodu tradycyjnego rozumienia swojej misji i koncentracji na zbiorach albo z uwagi na brak wiedzy o metodach badawczych. Dlatego właśnie Narodowy Instytut Muzealnictwa i Ochrony Zbiorów od 2017 r. realizuje ogólnopolski projekt mający na celu diagnozę stanu wiedzy na temat **publiczności polskich muzeów**.

Po zrealizowaniu pilotażu programu „Badania publiczności muzeów w Polsce” (2017), który pozwolił na zdiagnozowanie problematyki dalszych prac, odbyły się trzy kolejne edycje ogólnopolskich badań¹. Pierwsza z nich była dedykowana lokalnej społeczności (2018), druga osobom starszym (2019), kolejna dorosłej publiczności (2020). W poniższym raporcie prezentujemy przede wszystkim wyniki prac z ubiegłego roku, które dotyczyły **obecności w muzeach osób dorosłych tak zwanym wieku produkcyjnym**, czyli, jak się to określa w statystyce publicznej, wieku „zdolności do pracy, tj. dla mężczyzn grupa wieku 18-64 lata, dla kobiet - 18-59 lat”². Jednak, z uwagi na to, że granica pomiędzy tą tematyką a obszarem badań z trzeciej edycji projektu dedykowanej osobom starszym pozostaje płynna, dla uzyskania pogłębionego obrazu tej grupy publiczności wyniki badań z 2020 r. zestawiamy z wynikami badań, które w całości zostały opublikowane w 2019 r.³.

W 2020 r. organizacja procesu zbierania danych była taka sama jak w latach poprzednich. W maju–czerwcu zrealizowano **internetowe badania ilościowe w muzeach** (w skrócie IBIM 2020). Ankieta została wysłana (tabela 0.1) w sumie do 447 podmiotów - 185 muzeów bezoddziałowych i 61 muzeów oddziałowych (które otrzymały 266 zaproszeń). W sumie otrzymano 191 prawidłowo wypełnionych ankiet, dzięki czemu odsetek zwrotów

¹ Więcej informacji o badaniach z lat 2017-2020 na: [Publiczność muzeów - NIMOZ](#) [dn. 23.11.2021].

² Pojęcia stosowane w statystyce publicznej, <https://stat.gov.pl/metainformacje/slownik-pojec/pojecia-stosowane-w-statystyce-publicznej/861,pojecie.html> [dostęp 03.02.2021].

³ [Publiczność muzeów w Polsce. Seniorzy w muzeum. Raport 2019 - NIMOZ](#) [dostęp 28.11.2021].

prawidłowo wypełnionych ankiet był nieco wyższy niż w roku 2019 i wyniósł 42,2%. Porównanie uzyskanych odpowiedzi wskazuje, że w obu internetowych sondażach współczynnik odpowiedzi na ankietę w muzeach bezoddziałowych był wyższy niż w instytucjach posiadających oddziały, choć w sumie w obu próbach udział ankiet z muzeów posiadających oddziały okazał się nieznacznie wyższy niż z instytucji bezoddziałowych. W rezultacie w obu próbach reprezentowane są muzea różnego typu (tabela 0.2), spośród których najwięcej odpowiedzi uzyskaliśmy z muzeów/oddziałów muzeów historycznych, a około jednej czwartej ankiet z muzeów/oddziałów muzeów interdyscyplinarnych oraz specjalistycznych.

Tabela 0.1. Próby uzyskane w internetowych badaniach ilościowych w muzeach w 2020 r. (IBIM).

ADRESACI ANKIET		„DOROŚLI” 2020 (liczba)		
MUZEA BEZODDZIAŁOWE		181		
MUZEA ODDZIAŁOWE	B. MUZEÓW	61		
	C.TOKENÓW	266		
RAZEM WYSŁANO TOKENÓW (A + C)		447		
OTRZYMANO (prawidłowo wypełnione ankiety)	MUZEA	Liczba ankiet	(%)	Wskaźnik odpowiedzi (%)
	BEZODDZIAŁOWE	91	47,6	50,3
	ODDZIAŁOWE	100	52,4	37,6
	b.d.			
RAZEM OTRZYMANO		191	100,0	42,4
Wskaźnik odpowiedzi: odsetek otrzymanych, prawidłowo wypełnionych ankiet w stosunku do liczby wszystkich wysłanych tokenów				
Źródło: NIMÓZ: Badania publiczność muzeów w Polsce. Ankieta w muzeach 2020				

Tabela 0.2. Typ muzeów / oddziałów muzeów, które odpowiedziały na ankiety IBIM w 2020 r.

	„DOROŚLI” 2020	
	Liczba ankiet	%
Historyczne (w tym regionalne i wojskowości)	67	35,1
Interdyscyplinarne	29	15,2
Specjalistyczne	19	10,0
Etnograficzne i antropologiczne	15	7,9
Sztuki	13	6,8
Archeologiczne	13	6,8
Techniki i nauki	13	6,8
Martyrologiczne	8	4,2
Inne	14	7,3
Brak danych	0	0,0
Razem	191	100,0

Z punktu widzenia organizatora (tabela 0.3.), zdecydowaną większość odpowiedzi uzyskanych w obu sondażach internetowych stanowiły ankiety z muzeów / oddziałów muzeów samorządowych (ok. 80%), choć relatywnie rzadko w badaniach uczestniczyły muzea zorganizowane przez samorządy powiatowe, przeważały zaś instytucje utworzone przez samorządy miejskie (gminne) lub województwa.

Tabela 0.3. Organizatorzy muzeów, które odpowiedziały na ankiety IBIM w 2020 r.

	„DOROŚLI” 2020	
	Liczba ankiet	%
Państwowe	20	19,5

Samorządowe	Gmina/miasto	79	41,4	81,2
	Powiat	8	35,6	
	Województwo	68	3,1	
Prywatne		6	3,1	
Uczelniane		4	2,1	
Inne		6	3,1	
Razem		191	100,0	

Ankiety wykorzystane w badaniach internetowych muzeów skupiały się na trzech obszarach tematycznych:

- postrzeganiu przez pracowników muzeów osób dorosłych w wieku produkcyjnym jako jednego z segmentów publiczności,
- różnego typu działaniach muzeów podejmowanych z myślą o ludziach dorosłych oraz
- formach uczestniczenia dorosłych w wieku produkcyjnym w aktywności muzeów.

Problemy te stały się następnie ramą tematyczną **wywiadów indywidualnych**, które prowadzono od sierpnia do początku grudnia 2020 roku w ramach **jakościowej eksploracji** interesującej nas problematyki. Podobnie jak w latach poprzednich etap ten obejmował muzea w różnych regionach Polski. W każdym z muzeów przeprowadzono rozmowy z przedstawicielami kierownictwa oraz osobami najsilniej zaangażowanymi w kontakty z różnymi przedstawicielami osób dorosłych, reprezentantami wybranych organizacji i środowisk współpracujących z tymi muzeami. W sumie przeprowadzono 38 indywidualnych wywiadów pogłębionych (tabela 0.4.), podczas których uczestnicy badań przedstawiali własne doświadczenia z dorosłą publicznością, dzielili się refleksjami na temat potrzeb i oczekiwań oraz mówili o dobrych praktykach w zakresie różnych form obecności tej grupy publiczności w polskich muzeach.

W latach poprzednich wywiady indywidualne i dyskusje grupowe prowadzono osobiście w muzeach uczestniczących w projekcie. W roku 2020 ze względu na ograniczenia wprowadzone w związku z pandemią wywiady prowadzono zdalnie, korzystając

z komunikatora internetowego lub przez telefon. Przebieg wywiadów nagrywano, a następnie spisywano.

Tabela 0.4. Wykaz wywiadów realizowanych w trakcie badań jakościowych 2020

Nr	„DOROŚLI” 2020 Lokalizacja	Liczba wywiadów		
		muzealnicy	współpracownicy i eksperci	Dorośli
1	muzeum etnograficzne woj. mazowieckie	2	-	1
2	muzeum historyczne woj. pomorskie	2	-	1
3	muzeum interdyscyplinarne woj. wielkopolskie	2	1	1
4	muzeum archeologiczne woj. małopolskie	2	1	-
5	muzeum sztuki woj. dolnośląskie	2	1	2
6	muzeum historyczne woj. zachodniopomorskie	2	1	-
7	muzeum historyczne woj. podkarpackie	2	-	3
8	muzeum specjalistyczne woj. mazowieckie	1	1	1
9	inne: muzeum tzw. prywatne woj. śląskie	1	1	1
10	muzeum etnograficzne woj. pomorskie	2	1	-
11	inne: muzeum kościelne woj. mazowieckie	1	-	1
12	inne: muzeum uczelniane woj. łódzkie	1	-	-
Razem 38 wywiadów indywidualnych		20	7	11

Głównym celem niniejszego raportu jest synteza wyników tych badań nad obecnością w muzeach dorosłej publiczności, a zatem zarówno osób w wieku produkcyjnym, jak seniorów. Prezentację wyników badań zaczynamy zatem od podstawowych pytań o to, jak są postrzegane osoby dorosłe przez muzealników, ale także jak widzą siebie. Rozdział drugi poświęcony jest wielowymiarowej kwestii dostosowania muzeów do oczekiwań dorosłej publiczności. Omawiamy w nim problemy związane z dostosowaniem infrastruktury muzealnej do potrzeb i wymagań ludzi dorosłych w wieku produkcyjnym oraz seniorów,

a następnie prezentujemy wyniki odnoszące się do poznawania przez pracowników muzeów dorosłej publiczności, ich aktywności w zakresie komunikacji oraz realizowanych projektów. Tematem trzeciej części raportu są złożone relacje pomiędzy muzeami a ich społecznym otoczeniem. Ostatni rozdział poświęcony jest wizytom muzealnym ludzi dorosłych w wieku produkcyjnym. Omawiamy w nim kwestie organizacji wizyt oraz problemów powiązanych.

DOROŚLI W MUZEUM

Opinie pracowników muzeów o udziale osób dorosłych w publiczności

W czasie badań jakościowych w 2020 roku jedna z pracujących w muzeum respondentek stwierdziła: *Kobiety są bardziej zainteresowane, zaangażowane. Lubią bardziej wychodzić z domu i się dokształcać* [2020: 1_Muz_Warszawa]⁴. Wyniki badań internetowych są jednak bardziej zróżnicowane (wykres 1.1), co jest zjawiskiem naturalnym, gdyż publiczność poszczególnych muzeów jest rezultatem oddziaływania wielu czynników, w tym lokalizacji muzeum oraz posiadanej kolekcji. Warto jednak podkreślić, że w roku 2020 zdecydowana większość (90%) badanych miała wyrobioną opinię na temat udziału dorosłych w wieku produkcyjnym w publiczności ich muzeów, podczas gdy rok wcześniej tylko ponad połowa (ok. 60 %) respondentów potrafiła oszacować udział seniorów.

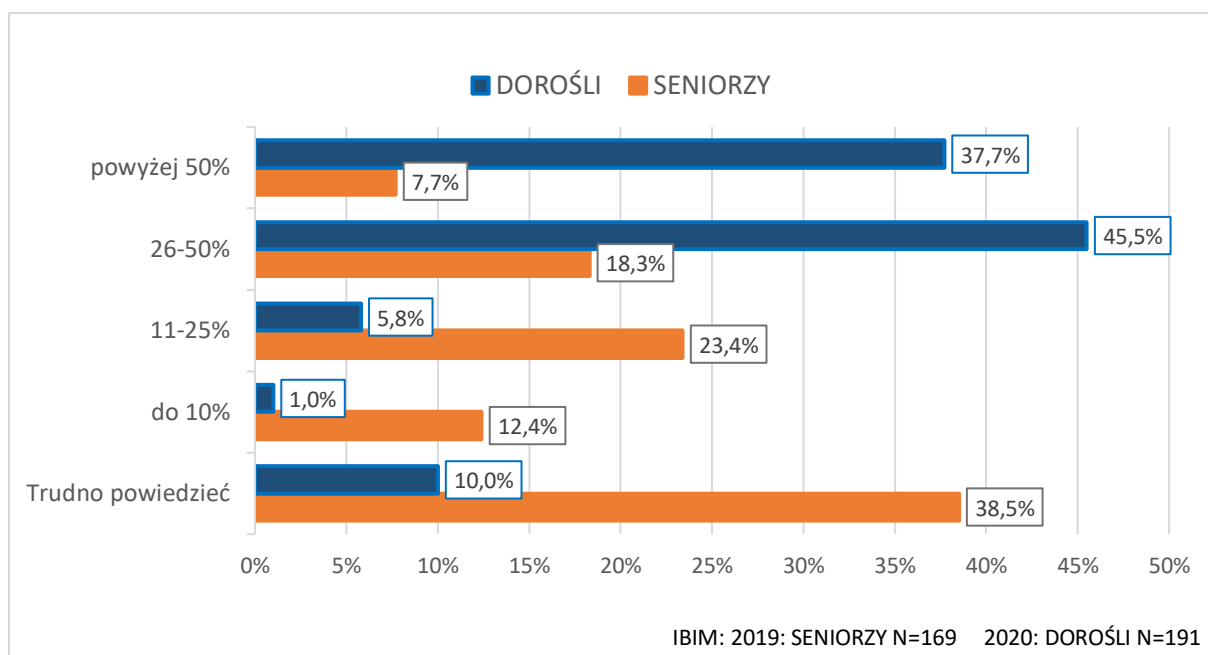
W rezultacie wyniki z ostatniej edycji badań były mniej zróżnicowane niż w 2019 r. (wykres 1.1.). Około dwóch piątych (38%) przedstawicieli muzeów uczestniczących w roku 2020 w ankiecie internetowej było zdania, że w normalnych warunkach dorośli w wieku produkcyjnym to ponad 50% całej publiczności, a blisko połowa (45%), że stanowią oni 26 do 50%, gdy w przypadku szacunków muzealników uczestniczących w ankiecie internetowej w roku 2019: około jednej trzeciej (36%) uważało, że seniorzy to do 25% odwiedzających ich instytucje, jedna czwarta (26%) sądziła, że ich udział jest większy i przekracza 25%, choć w mniejszości byli respondenci sądzący, że seniorzy to ponad połowa odwiedzających.

Wykres 1.1. Udział osób starszych w publiczności w ocenie przedstawicieli muzeów.

Pytanie 2019: Jaki procent odwiedzających Państwa Muzeum/Oddział Muzeum w ciągu roku stanowią osoby starsze?

Pytanie 2020: Jaki jest (w przybliżeniu) udział osób dorosłych, w wieku od 18 do 60 lat, w publiczności odwiedzającej Państwa Muzeum / Oddział Muzeum w ciągu roku?

⁴ Cytaty z wywiadów indywidualnych zrealizowanych zdalnie w 2020 r. opisujemy poprzez odwołanie się do numeru badanego muzeum (Wstęp, tabela 5) oraz charakterystyki respondenta. Stosujemy skróty: muz - pracownik muzeum, dor – przedstawiciel publiczności dorosłej, edu – edukator, pełnymi wyrazami określono wywiady z udziałem współpracowników muzeów oraz ekspertów niebędących pracownikami muzeów.



W rezultacie, osoby starsze, co podkreślali respondenci uczestniczący w badaniach jakościowych w 2019 roku, chociaż stanowią mniejszość wśród ogółu dorosłej publiczności, są segmentem, którego znaczenie dla instytucji kultury rośnie z dwóch powodów. Po pierwsze, zmiany demograficzne sprawiają, że polskie społeczeństwo się starzeje i zwiększa się w nim udział seniorów. Po drugie, w ostatniej dekadzie zyskały popularność wzory aktywnego życia osób starszych, a to sprawia, że wzrasta wśród nich chęć poszukiwania nowych doświadczeń, poczucie sprawstwa i zainteresowanie aktywnością społeczną oraz udziałem w pracach instytucji kultury, w tym muzeów:

Na przestrzeni czterech lat nastąpił boom, jeśli chodzi o popyt, jaki wytwarzają seniorzy na kulturę. I to bardzo różną kulturę. Od bardzo wysokiej, po taką normalną, popularną. [2019: 11_Ekspert]⁵

Seniorzy to grupa społeczna, która rośnie. I w związku z tym grupa społeczna, na którą należy zwrócić uwagę. I tutaj nie tylko w kwestii społecznej myślę, żeby się na tej grupie skupiać, bo trzeba na to patrzeć bardziej globalnie, czyli mieć na uwadze, że żyjemy w społeczeństwie starzejącym się. I jest to grupa, [na którą] by było istotne by zwrócić większą uwagę tak, jak zwracamy w tym momencie. [2019: 05_Współpracownik]

Widzimy, że społeczeństwo się starzeje i tych seniorów będzie coraz więcej. A są to ludzie, którzy chcą uczestniczyć w życiu kulturalnym. Chcą uczestniczyć w świecie. Nie chcą siedzieć w domu. [2019: 10_Muz].

⁵ Cytaty z wywiadów indywidualnych lub grupowych zrealizowane w 2019 r. opisujemy poprzez odwołanie się do numeru badanego muzeum oraz charakterystyki respondenta. Stosujemy skróty: muz - pracownik muzeum, sen – senior, pełnymi wyrazami określono wywiady z udziałem współpracowników muzeów oraz ekspertów niebędących pracownikami muzeów. Więcej: [Publiczność muzeów w Polsce. Seniorzy w muzeum. Raport 2019 - NIMOZ](#) [dostęp 28.11.2021].

Czynniki różnicujące dorosłych i seniorów odwiedzających muzea

Obserwacje czynione w trakcie zawodowej aktywności niektórym pracownikom muzeów dają podstawę do wniosku, że publiczność składa się z ludzi połączonych wspólnymi zainteresowaniami, ale trudno jest opisać jej strukturę i precyzyjnie zdefiniować czynniki różnicujące:

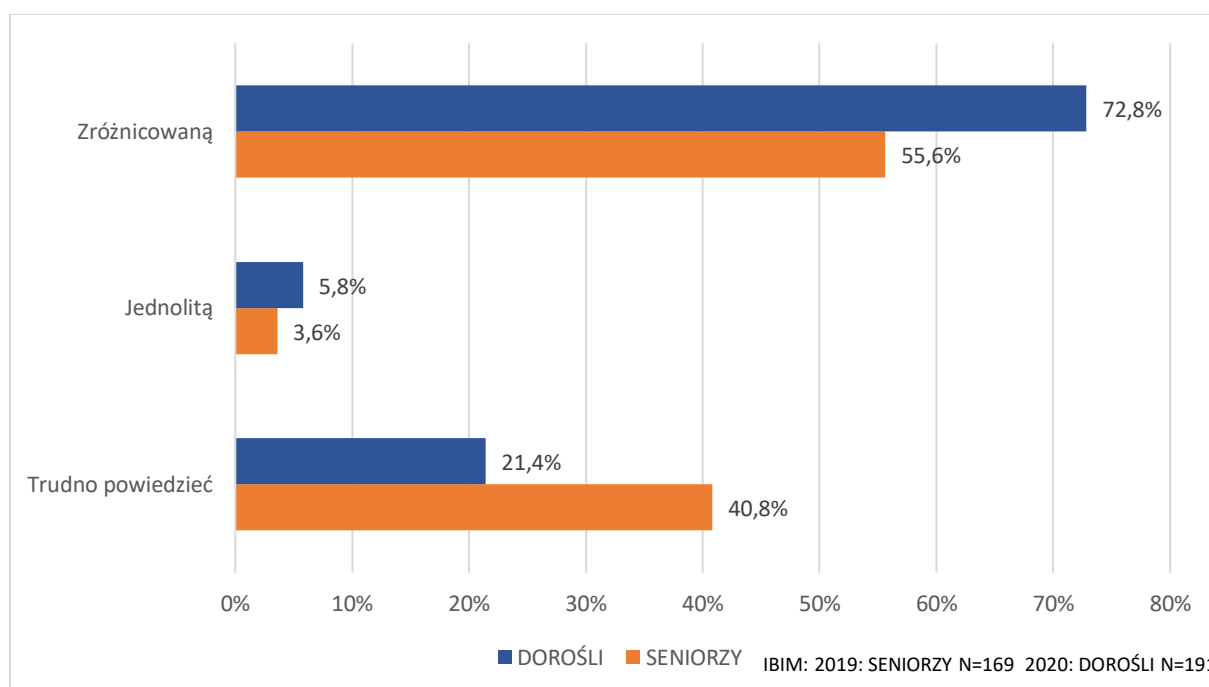
Przekrój zarówno wiekowy, jak i horyzontów myślowych i oczekiwań jest bardzo rozległy. Tu jest ciężko powiedzieć, że grupa wiekowa poszukuje czegoś a starsza czegoś innego, czy ktoś idzie by znaleźć prawdę historyczną czy by mieć ucztę dla ducha. To jest to tak na prawdę trudne do podsumowania w dwóch trzech zdaniach. [2020: 09_Muz]

Zależy mi by muzeum było takim miejscem nie tylko gromadzenia zbiorów i pracy naukowej, ale by był kontakt z odbiorcą. My pośredniczymy między pradziejowymi społecznościami a współczesnym człowiekiem i to jakby implikuje nasze działania skierowane do wielu osób. [2020: 04_Muz_Kraków].

Większość badanych muzealników (wykres 1.2) jest jednak zdania, że odwiedzający ich instytucje nie są zbiorowością jednorodną, a różnicowanie osób w wieku produkcyjnym jest częściej zauważane niż różnice występujące wśród seniorów.

Wykres 1.2. Postrzeganie różnicowania dorosłych w wieku produkcyjnym i seniorów.

Pytanie: Czy osoby starsze odwiedzające Państwa Muzeum / Oddział Muzeum stanowią pod względem takich cech jak na przykład wiek, płeć, wykształcenie, aktywność zawodowa czy miejsce zamieszkania grupę:

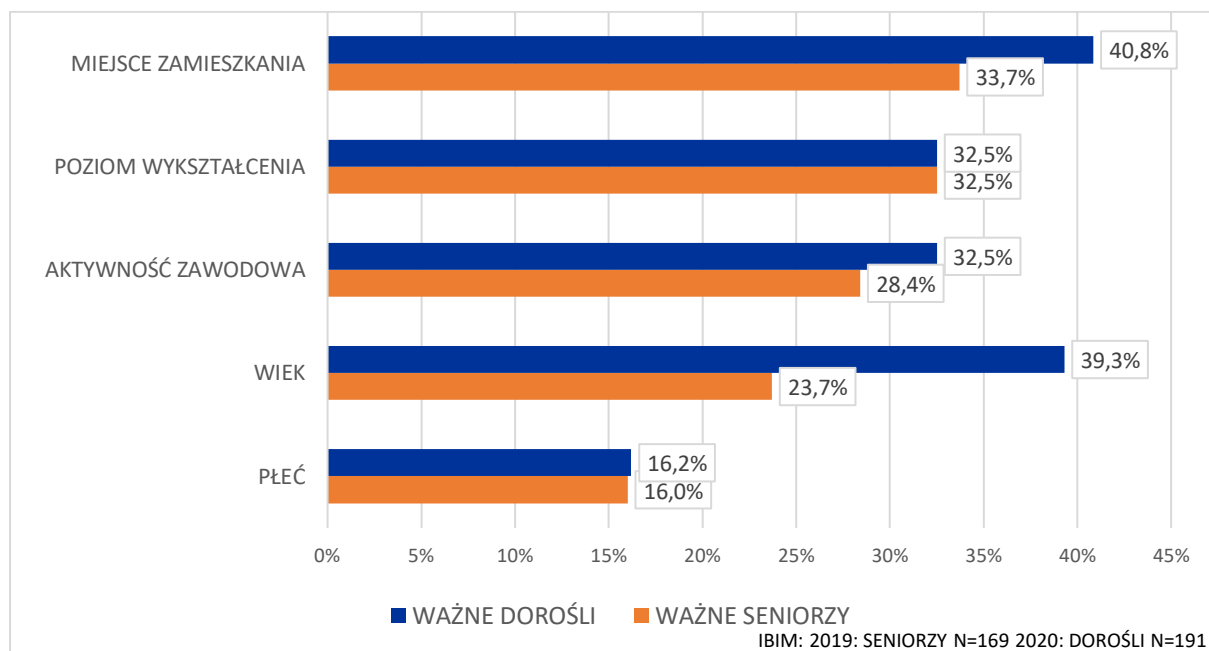


Muzealnicy uczestniczący w ilościowych badaniach internetowych jako czynniki dywersyfikujące dorosłych w wieku produkcyjnym (wykres 1.3) najczęściej (ok. 40%) wskazywali miejsce zamieszkania i wiek, rzadziej zaś (ok. 33%) wykształcenie i aktywność zawodową. Nieco inaczej przedstawia się kolejność wymienianych czynników różnicujących

starszą publiczność. Badani najczęściej (ok. 33%) wymieniali miejsce zamieszkania oraz poziom wykształcenia. Trzecim czynnikiem w kolejności ustalonej ze względu na liczbę wskazań jest aktywność zawodowa (28%), a czwartym wiek (24%). W obydwu sondażach internetowych badani rzadko wskazywali wiek jako ważny czynnik różnicujący muzealną publiczność.

Wykres 1.3. Czynniki postrzegane jako różnicujące publiczność dorosłą i seniorów.

Pytanie: Jakie czynniki sprawiają, że osoby starsze/ dorosłe odwiedzające Państwa Muzeum / Oddział Muzeum stanowią grupę zróżnicowaną?



Wiek jako czynnik różnicujący dorosłą publiczność

Zróżnicowanie wiekowe jako czynnik różnicujący publiczność muzeów szczególnie często wskazywali uczestnicy zrealizowanego w 2020 r. badania internetowego dotyczącego dorosłych w wieku produkcyjnym. Waga tego czynnika wynika stąd, że kategoria ta:

- 1) obejmuje ludzi w dużym przedziale wiekowym, znajdujących się w różnych fazach życia, a zatem tworzą ją ludzie uczący się, młodzi dorośli, rodzice dzieci poniżej 18. roku życia i osoby pracujące jeszcze, choć zbliżające się do wieku emerytalnego:

Określenie "osoba dorosła" jest zbyt pojemne. W przypadku muzeów uczelnianych niekiedy nawet połowa naszych zwiedzających to studenci - i chociaż to przecież osoby dorosłe, trudno zrównywać tę grupę z osobami w średnim wieku, rodzicami dzieci w wieku szkolnym, dorosłymi pracującymi zawodowo czy "młodymi" seniorami, emerytami z Uniwersytetów Trzeciego Wieku. [IBIM 2020]

- 2) ponadto dorośli w wieku produkcyjnym odwiedzają muzea w różnych rolach społecznych i zawodowych, są nie tylko widzami oglądającymi wystawy, ale też towarzyszą dzieciom czy

zawodowo współpracują z instytucjami kultury jako, na przykład pracownicy samorządów, nauczyciele, wykładowcy wyższych uczelni, przedsiębiorcy:

Z mojej obserwacji wynika, jak mówimy o młodych ludziach, to często widzę osoby zafiksowane w temacie sztuki, tak bym ich nazwał. Są dosyć ekscentrycznie ubrani. Widać co ich interesuje. Widzę też czasem rodziny z dziećmi, chociaż w mniejszej ilości. [2020: 03_Muz]

To są osoby, które przychodzą m.in. z dziećmi, czyli rodzice podczas warsztatów rodzinnych. Mam też bardzo duży kontakt z nauczycielami, organizatorami ruchu turystycznego i z osobami, które przychodzą nie tylko nasze zajęcia, ale wydarzenia wieczorne. Dlatego podchodzę do tego holistycznie. Mam styczność z każdą osobą dorosłą, w każdym tym przedziale wiekowym. [2020: 01_Muz.Edukator]

To w dużej mierze kobiety w określonym wieku mniej więcej 35 a 45 rokiem życia z wyższym wykształceniem. Taka grupa docelowa stanowi 80% naszych odbiorców. To jest nasz target. [2020: 02_Muz]

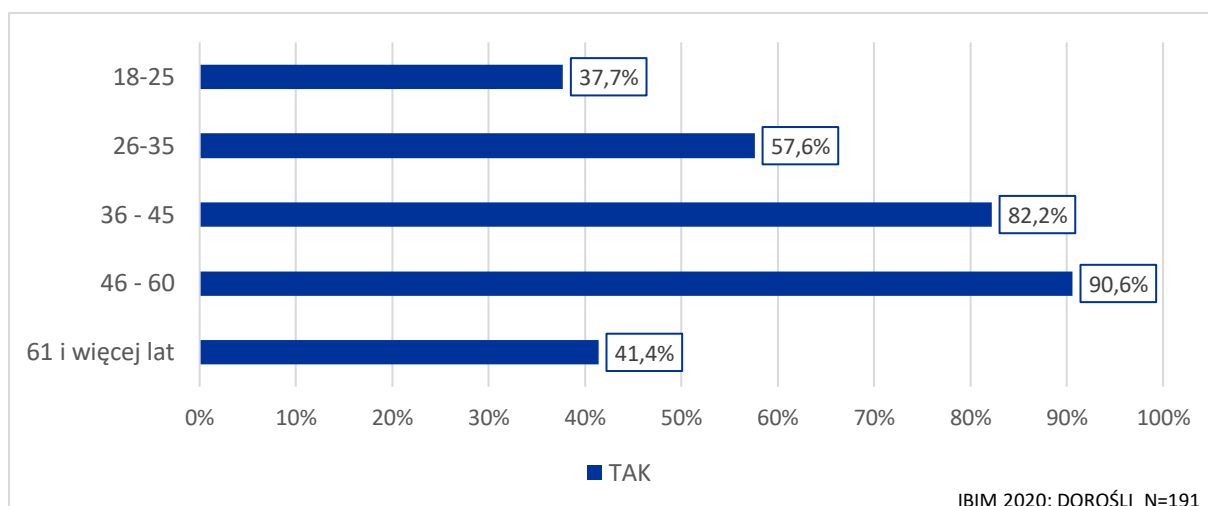
To są osoby w wieku produkcyjnym od 30 do 40 kilku lat. Raczej kobiety i osoby z wyższym wykształceniem. Wśród naszych odbiorców jest grono osób zainteresowanych stricte sztuką. [2020: 05_Muz_Edukator_1]

Na złożony skład demograficzny i społeczny dorosłej publiczności wskazują odpowiedzi badanych (wykres 1.4). Zdecydowana większość respondentów biorących udział w 2020 r. w ankiecie internetowej zalicza do tego segmentu pracujących zawodowo, często mieszkających z dziećmi, a zatem ludzi w wieku 36-60 lat; większość – zwiedzających w wieku 26-35. Więcej wątpliwości wzbudziło pytanie o przynależność do dorosłej publiczności ludzi młodych (18-25 lat), w większości uczących się jeszcze w szkołach lub studiujących:

Studenci to grupa specyficzna – mogąca nieco wypaczać ogólny obraz osób dorosłych w muzeum. Dość wspomnieć, że studenci dysponują większą ilością wolnego czasu, obejmują ich istotne ulgi (a nawet darmowy wstęp), często program studiów nakłada obowiązek zapoznania się z ofertą instytucji kultury. [IBIM 2020]

Wykres 1.4. Kategorie wiekowe zaliczane przez muzealników do dorosłej publiczności.

Pytanie: Po wypełnieniu ankiety, prosimy o zastanowienie i odpowiedź, o jakich grupie wiekowej myśleli Państwo myśląc(a) Pan(i) odpowiadając na powyższe pytania dotyczące obecności osób dorosłych w Państwa Muzeum/ Oddziale Muzeum (można zaznaczyć kilka kategorii).



Zagadnieniem dyskusyjnym jest także pytanie o granicę pomiędzy starszymi ludźmi w wieku produkcyjnym a seniorami. W niektórych muzeach obie te kategorie przenikają się, a ludzie w wieku produkcyjnym aktywni są w tych samych stowarzyszeniach czy instytucjach: *Wydaje mi się, że ci dorośli to są głównie seniorzy angażowani przez uniwersytet trzeciego wieku i przez towarzystwo przyjaciół muzeum, ale też turyści. Wielu mieszkańców przechodząc koło muzeum nawet nie wie, że idą obok muzeum.* [2020: 03_Muz_1]

Zgodnie z kryteriami statystyki państwowej i przepisami emerytalnymi, wiek produkcyjny kobiet kończy się w 59. roku życia kobiety, mężczyzn zaś w 64. roku. Z drugiej strony, zgodnie z ustawą z dnia 11 września 2015 r. za starszą osobę uznawana jest „osoba, która ukończyła 60. rok życia”, a polityka senioralna to „ogół działań organów administracji publicznej oraz innych organizacji i instytucji, które realizują zadania i inicjatywy kształtujące warunki godnego i zdrowego starzenia się”⁶. Wyniki ankiet potwierdziły, że większość muzealników uczestniczących w badaniach w 2019 r. akceptuje kryteria formalne jako punkt odniesienia i do grupy osób starszych (seniorów) zalicza osoby, które ukończyły 60 lat⁷. Z drugiej strony, zebrane w ten sposób dane pozwoliły też stwierdzić istnienie różnic opinii w tej kwestii, gdyż około jednej czwartej respondentów zgodziłaby się z poglądem eksperta uczestniczącym w badaniach jakościowych z 2019 r.⁸:

Wydaje mi się, że ci dorośli to są głównie seniorzy angażowani przez uniwersytet trzeciego wieku i przez towarzystwo przyjaciół muzeum, ale też turyści. Wielu mieszkańców przechodząc koło muzeum nawet nie wie, że idą obok muzeum. [2020: 03_Muz_1]

Ujawniające się w wypowiedziach badanych różnice zdań nie dotyczą jednak wyłącznie kwestii prawnych. Wynikają one także z pytań o społeczne warunki określające definiowanie

⁶ Ustawa z dnia 11 września 2015 r. o osobach starszych, Dz.U. 2015 poz. 1705.

⁷ [Publiczność muzeów w Polsce. Seniorzy w muzeum. Raport 2019 - NIMOZ](#) [dostęp 27.11.2021].

⁸ Tamże, s. 8.

„osób starszych” oraz o wzory ich uczestnictwa w życiu społecznym i kulturze, w tym – w aktywności muzeów. Z takiego punktu widzenia uczestnicy badań za seniora uznają osobę, która:

- ma uprawnienia do pobierania emerytury i zakończyła pracę w pełnym wymiarze godzin;
- jej otoczenie społeczne zmieniło się po przejściu na emeryturę lub ulega zmianie - maleje znaczenie relacji wynikających z pracy zawodowej, coraz ważniejsze stają się związki z nowymi środowiskami i kręgami społecznymi;
- dysponuje wolnym czasem, co wynika ze zmiany sytuacji zawodowej lub rodzinnej, na przykład z faktu usamodzielnienia się dzieci⁹.

W rezultacie w wypowiedziach sformułowanych w 2019 roku przez wielu uczestników badań jakościowych (a także przez około jedną czwartą respondentów w internetowych badaniach ilościowych) podkreślano, że duże znaczenie dla planowania i organizacji pracy instytucji kultury ma wiekowe zróżnicowanie seniorów:

Senior to może być definicja bardzo różnorodna. Senior może mieć 89 lat, ale i 56 lat. I prawda jest taka, że wydaje mi się, że to jest pojęcie zbyt szerokie jak na określenie różnorodnych wiekowo osób. Nie tylko wiekowo, ale ta osoba może być różnorodnie sprawna umysłowo i sprawnościowo, i też fizycznie.
[2019: 05_Współpracownik]

Przypomnijmy, że badania z 2019 r. potwierdziły, iż obecnie w skład zbiorowości seniorów wchodzi **dwa pokolenia**. Pierwsze tworzą ludzie w wieku 60-75 lat, w większości samodzielni, w dobrej kondycji fizycznej, którzy często są bardzo aktywni zawodowo, życiowo i pełni energii. Pokolenie drugie składa się z osób powyżej 75. roku życia, które często zmagają się z problemami zdrowotnymi oraz różnego rodzaju niepełnosprawnościami, i są narażone na wykluczenie społeczne. Dlatego wymagają one różnych form opieki i wsparcia oraz szczególnej uwagi, a czasem specjalnych metod w trakcie pobytu w instytucjach kultury.¹⁰

W rezultacie osobnym zagadnieniem, pojawiającym się w trakcie badań, zwłaszcza w 2019 r., okazało się społeczne postrzeganie wieku produkcyjnego oraz roli „osoby starszej” czy „seniora”. Wraz z popularyzacją wzorów aktywnego życia po osiągnięciu wieku emerytalnego, coraz częstsze staje się kwestionowanie utrwalonych, często znajdujących potwierdzenie w społecznej rzeczywistości, stereotypów osób starszych jako ludzi w większości biernych, traktowanych protekcjonalnie przez instytucje i reprezentantów

⁹ Tamże, s. 8-9.

¹⁰ Tamże, s. 11.

młodszych pokoleń, wykluczonych z udziału w życiu publicznym, nieoczekujących nowych, atrakcyjnych doświadczeń. Zmiany w mentalności i kulturze sprawiają, że wiele aktywnych osób starszych akceptujących nowe społeczne trendy protestuje przeciwko utrwalonym stereotypom. Ludzie ci nie identyfikują się z tradycyjnym wyobrażeniem starości i twierdzą, że wyrazy „senior” czy „osoba starsza” niosą określone oceny i wzory myślenia, a w konsekwencji stygmatyzują ludzi po sześćdziesiątce i mogą służyć do ich marginalizowania oraz zamykania w zamkniętych społecznych kręgach sztucznie tworzonych według kryteriów wiekowych¹¹.

Omawiając dyskusję dotyczącą stygmatyzującej funkcji takich wyrazów jak „osoba starsza” czy „senior”, trzeba przypomnieć, że omawiając problematykę seniorów w muzeum mówimy o **szczególnej zbiorowości stanowiącej niewielką część ogółu** ludzi starszych w Polsce. Badania publiczności muzealnej skupiają się zatem na wybranym, relatywnie małym segmencie ogółu polskich seniorów, dotyczą osób aktywnych, uczestniczących życiu zbiorowym i w kulturze, o wysokich, stale rozwijanych kompetencjach¹², w tym - czynnie interesujących się działalnością muzeów, instytucji o szczególnej misji społecznej. Jak się wyraził jeden z respondentów, *nie są [to] osoby zgarbione, obolałe, ale oni chcą być aktywni* [2019: 08_Muz3], przeciwdziałają bierności i społecznemu wykluczeniu, które są w Polsce udziałem znaczącego odsetka osób starszych¹³.

Miejsce zamieszkania jako czynnik różnicujący publiczność muzealną

Ważnym czynnikiem oddziałującym na praktyki kulturalne jest miejsce zamieszkania, a w konsekwencji - dojazd do muzeum, który bywa problemem dla wszystkich grup publiczności, np. osób starszych¹⁴ mających poważne kłopoty z dojazdem z powodu niedogodnych rozkładów jazdy autobusów czy pociągów w różnego typu miejscowościach i aglomeracjach, gdzie transport publiczny działa tak słabo, że mieszkańcy czują się zagrożeni wykluczeniem¹⁵. Skomplikowany, wymagający przesiadek dojazd komunikacją miejską lub duża odległość pomiędzy muzeum a przystankiem mogą być zatem jedną z przyczyn rezygnacji osób starszych z udziału w wydarzeniach muzealnych, zwłaszcza tych organizowanych jesienią

¹¹ Tamże, s. 15.

¹² Piotr Sałustowicz, Barbara Goryńska-Bittner, Maciej Kokociński, Aleksandra Prysłowska-Kamińska, *Potrzeby edukacyjne seniorów a uniwersytety trzeciego wieku*, Uniwersytet SWPS, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2020, s. 19-28.

¹³ [Publiczność muzeów w Polsce. Seniorzy w muzeum. Raport 2019 - NIMOZ](#), s. 9-10 [dostęp 27.11.2021].

¹⁴ Tamże, s. 23.

¹⁵ Tamże, s. 23-24.

i zimą w godzinach wieczornych. Seniorzy starają się unikać wracania do domu zbyt późno, gdyż obawiają się o swoje bezpieczeństwo.

Z tego względu kierownictwa niektórych muzeów dążą do tworzenia ułatwień dla zwiedzających w zakresie transportu zarówno dla osób starszych, jak i w przypadku dorosłej publiczności w wieku produkcyjnym. Dotyczy to szczególnie tych placówek, do których publiczność musi dojechać, gdyż położone są we wsiach lub małych miastach albo w dużych miastach i aglomeracjach, ale z dala od centrum. Udogodnienia takie polegają na tworzeniu we współpracy z samorządami parkingów, oznaczaniu tras dojazdowych, popularyzowaniu informacji dotyczących dojazdu, a także na inicjatywach w zakresie organizowaniu transportu autobusowego:

Na koncerty niedzielne muzeum we współpracy ze starostwem zorganizowało dojazd. Autobus chodzi specjalny. [2020: 08_Przewodnik]

Bardzo ważną rzeczą, która została uruchomiona w tym roku, jest ścieżka rowerowa z Ciechanowa do nas. Jest bardzo uczęszczana, szczególnie przez rodziny z dziećmi i przez biegaczy. I ta ścieżka ma świetne połączenie, jeżeli chodzi o dworzec PKP i nas. Osoby, które nie mogą do nas dotrzeć samochodem, np. z Warszawy mogą sobie wsiąść w pociąg, wypożyczyć rower i dojechać do nas. To jest około 8 kilometrów i tu nie ma problemu. [2020: 08_Muz]

Muzeum jest usytuowane na uboczu. Jak ktoś się porusza komunikacją miejską to potem czeka go spacerek około kilometra. Więc lepiej się poruszać jakimś transportem, albo samochodem, albo na rowerze. [2020: 09_Przewodnik]

DOSTOSOWANIE MUZEÓW DO OCZEKIWAŃ DOROSŁEJ PUBLICZNOŚCI

Przygotowanie infrastruktury muzeum do oczekiwań dorosłej publiczności

Wynikiem rozwoju współpracy z różnymi grupami wchodzącymi w skład dorosłej publiczności są zmiany zachodzące w infrastrukturze oraz funkcjonowaniu muzeów. W tym rozdziale zajmiemy się zatem zmianami zachodzącymi w czterech dziedzinach. Pierwszą z nich będą prace nad rozwojem i unowocześnianiem infrastruktury, które mają na celu zapewnienie zwiedzającym komfortu oraz wysokiego stopnia satysfakcji z wizyty w muzeum, następnymi zaś poznawanie przez muzealników publiczności, doskonalenie komunikacji prowadzonej przez muzea oraz realizacja projektów służących wzbogacaniu oferty kierowanej do osób dorosłych w różnym wieku.

Oczekiwania osób w wieku produkcyjnym i seniorów w zakresie organizacji pracy muzeów, budynków, infrastruktury i otoczenia

Oczekiwania publiczności związane z fizycznym środowiskiem warunkującym doświadczenie muzealne, a zatem nieruchomościami, wnętrzami, urządzeniami technicznymi i wyposażeniem, a w końcu – otoczeniem obiektów obejmują cztery dziedziny.

Pierwsza to funkcjonowanie technicznego zaplecza instytucji czyli m.in. kwestia toalety, która przede wszystkim powinna działać, a ponadto być dostępna, ulokowana w dogodnym dla zwiedzających miejscu oraz przystosowana dla osób ze szczególnymi potrzebami; także prawidłowe oznaczenie wnętrza obejmujące wskazówki dotyczące poruszania się we wnętrzu budynku, takie jak kierunek zwiedzania, nazwy lub symbole poszczególnych pomieszczeń, wejścia, wyjścia, drogi ewakuacji, lokalizację poszczególnych działów, kas i sklepów, a także szatni czy toalet¹⁶.

Druga grupa problemów to wprowadzanie ułatwień dla zwiedzających osób z niepełnosprawnościami, które mogą być w różnym wieku, choć relatywnie często spotyka się je wśród seniorów. Do tej kategorii zaliczyć można m.in. oczekiwania dotyczące takiej aranżacji wystaw, aby zapewniała łatwość odczytywania opisu ekspozycji poprzez zastosowanie dużych, wyraźnych liter przy opisach oraz dobre oświetlenie eksponowanych obiektów, a także udostępnianie szkieł powiększających. Równocześnie są to także zagadnienia powiązane z ułatwianiem poruszania się wewnątrz budynków muzealnych rozwiązywane m.in. poprzez usuwanie barier architektonicznych, budowę wind i wygodnych schodów, a także istnienie wygodnych podjazdów czy zapewnienia możliwości skorzystania z wózków inwalidzkich w czasie zwiedzania dla osób z niepełnosprawnością ruchową. W końcu także, choć dość rzadko, wspomniano w trakcie badań o ułatwieniach dla osób z niepełnosprawnością słuchu¹⁷.

Trzecim problemem są miejsca do siedzenia, ważne dla wszystkich grup wiekowych, choć szczególnie często wspomniane w kontekście zwiedzania muzeów przez seniorów. W wypowiedziach uczestników badań jakościowych wspomniane były siedziska i krzesła,

¹⁶ Tamże, s. 26.

¹⁷ Tamże, s. 26-27.

ogólnie mówiąc - miejsca, na których zwiedzający mogą usiąść i odpocząć, zarówno w salach ekspozycyjnych, jak i poza wystawami, w korytarzach, przejściach lub hallach¹⁸.

Wreszcie oddzielnym tematem okazała się także przestrzeń otaczająca muzeum. Wyniki badań jakościowych z 2019 r. pokazały, że w przypadku tego zagadnienia najważniejszym takim elementem są ławki na dziedzińcach, tarasach czy w otaczających wiele obiektów ogrodach i parkach. Natomiast w czasie badań dotyczących publiczności dorosłej w wieku produkcyjnym, realizowanych w 2020 r., sformułowano dalej idące postulaty dotyczące aranżacji przestrzeni wokół budynków muzealnych, gdy badani wspominali, że powinna być to przestrzeń żywa, umożliwiająca aktywne spędzanie czasu obecnym w niej ludziom, otwarta dla wszystkich i zachęcająca do zwiedzania muzeum:

Wprowadziliśmy ogródki społeczne przed muzeum na schodach i to miało ożywić przestrzeń. Zachęcić ludzi z zewnątrz, którzy jak zobaczą, że coś się dzieje przy schodach. Pojawiły się duże skrzynie, które pomalowaliśmy, obsadziliśmy kwiatami. [2020: 02_Muz]

Myślę, że oni by mogli spróbować wyjść trochę na miasto gdzieś ze swoimi propozycjami. Nie tylko skupiać się na samym budynku muzeum, ale zrobić coś w krajobrazie, strukturze wokół muzeum. Tam jest blisko bulwar, jest park. Może bardziej do ludzi wejść. [2020: 02_Dor]

Na koniec warto dodać, że w kontekście dyskusji o obecności w muzeach ludzi dorosłych w różnym wieku, formułowano też myśl, że w muzeum lub na terenie przylegającym do niego, znaleźć się powinny miejsca nieformalnych spotkań towarzyskich i placówki gastronomiczne, a zatem kawiarnie, bary czy restauracje:

Nie mamy natomiast żadnej knajpy, żadnej restauracji, żadnej kawiarni, która jest jednak kłopotem. Nie mamy nawet księgarni, gdzie możesz usiąść. Mamy sklepik. Tam się znajdują fajne rzeczy, które możesz sobie kupić. [2020: 02_Muz.Edu]

Na pewno modernizacja karczmy jako lokalu gastronomicznego, który jest na terenie. Czy miejsc wypoczynku, gdzie pod kątem osób dorosłych w jakimś obszarze musieliśmy stworzyć przyjazną infrastrukturę. To jest działanie na rzecz osób dorosłych. [2020: 10_Muz1]

Prace realizowane w muzeach w zakresie organizacji pracy oraz zmian w budynkach, infrastrukturze i otoczeniu

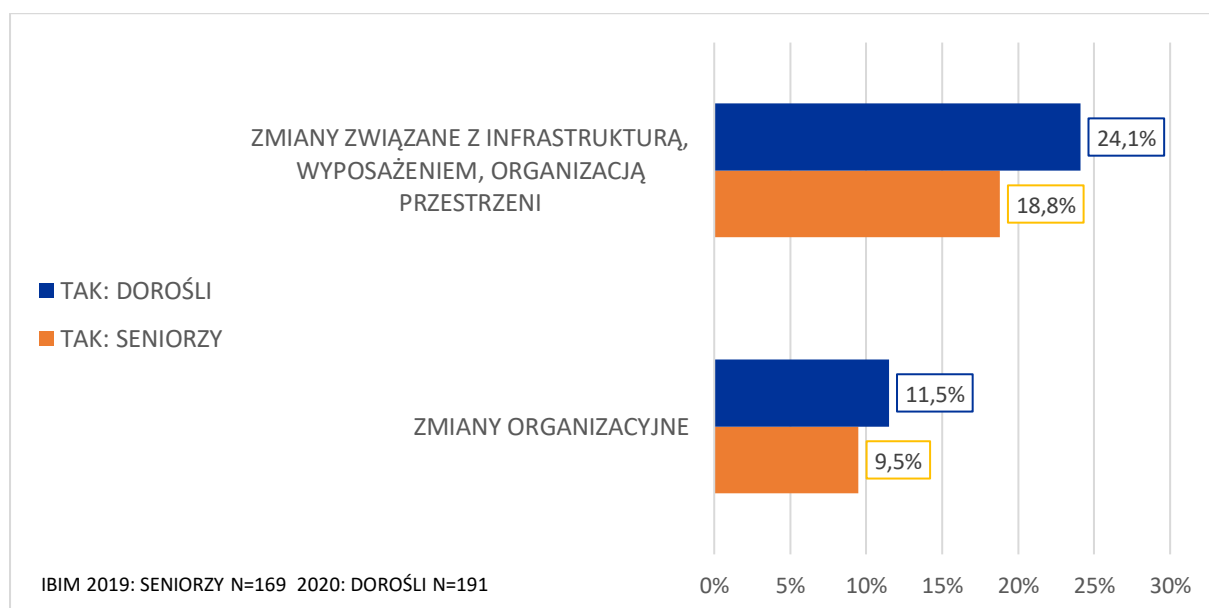
Spójrzmy na drugą stronę zagadnienia – spełnienie oczekiwań zwiedzających **jest sprawą złożoną**, wymaga poważnych nakładów finansowych i nie zawsze jest możliwe w wypadku budynków zabytkowych. Niektóre z takich obiektów pozostaną trudne do zwiedzania przez seniorów i osoby z niepełnosprawnościami, gdyż instalacja wind,

¹⁸ Tamże, s. 28.

przebudowa schodów czy likwidacja barier architektonicznych wymagałyby głębokiej ingerencji w historyczną substancję obiektów¹⁹. Pomimo to, zarówno wyniki badań z 2019 r., jak i z 2020 r. potwierdzają, że w wielu instytucjach dokonanie zmian było i jest możliwe – w roku 2019 co piąte (a w 2020 co czwarte) muzeum uczestniczące w internetowych badaniach ilościowych deklaroowało wprowadzenie zmian związanych z infrastrukturą, wyposażeniem czy organizacją przestrzeni, a co dziesiąte – zmiany organizacyjne (wykres 2.1.).

Wykres 2.1. Zmiany w muzeach związane z obecnością dorosłej i starszych publiczności:

Pytanie: Czy w ciągu ostatnich 5 lat w Państwa Muzeum / Oddziale Muzeum wprowadzono jakieś zmiany [...] związane z obecnością osób starszych wśród Waszej publiczności?



Jako zmiany organizacyjne w 2019 r. wymieniano zatrudnienie specjalistów (3 muzea) lub zespołów odpowiedzialnych za współpracę z osobami starszymi, a także rozpoczęcie współdziałania (5 muzeów) z wyspecjalizowanymi podmiotami zewnętrznymi.

Podobnie wypowiedali się rok później uczestnicy skupionych na dorosłych w wieku produkcyjnym, internetowych badań ilościowych w muzeach, którzy jako zmiany organizacyjne wymieniali (tabela 2.1) zatrudnienie nowych pracowników zajmujących się dorosłą publicznością, stworzenie nowych, wyspecjalizowanych stanowisk pracy, podjęcie współpracy z zewnętrznymi firmami oraz zorganizowanie nowych, wyspecjalizowanych zespołów.

Tabela 2.1. Zmiany organizacyjne w muzeach związane z obecnością dorosłej publiczności.

¹⁹Tamże, s. 29.

ZMIANY ORGANIZACYJNE	DOROŚLI 2020 (%)
Zatrudniono nowych pracowników, którzy zajmują się osobami dorosłymi	3,7
Stworzono nowe, wyspecjalizowane stanowiska pracy	3,7
Podjęto współpracę z zewnętrznymi firmami w zakresie współpracy z (...) dorosłymi	3,1
Stworzono nowy, wyspecjalizowany zespół	2,1
Źródło:	IBIM 2020: N=191

Lista zmian związanych z infrastrukturą i wyposażeniem muzeów jest znacznie dłuższa i bardziej zróżnicowana. Muzealnicy biorący w roku 2019 udział w ankiecie skupionej na obecności w muzeach ludzi starszych²⁰ najczęściej wymieniali instalowanie w swoich instytucjach nowych miejsc do siedzenia oraz zakup krzeseł, różnego typu usprawnienia ułatwiające poruszanie się, instalację wind oraz wprowadzanie rozwiązań ułatwiających zwiedzanie osobom z dysfunkcjami wzroku. Respondenci najsilniej akcentowali takie zmiany, które sprzyjały odpoczynkowi zwiedzających, ułatwiały poruszanie się czy zwiedzanie muzeum przez osoby z niepełnosprawnościami.

Inaczej prowadzone w muzeach prace przedstawiali w roku 2020 respondenci skupieni na publiczności dorosłej w wieku produkcyjnym (tabela 2.1.). Najczęściej (49% wymienionych działań) mówili o zmianach dokonanych w muzealnym budynku oraz w infrastrukturze i wymieniali remonty, nowe aranżacje przestrzeni w muzeum, nowe miejsca do siedzenia i wypoczynku, tworzenie sfer rekreacji, wprowadzanie oznaczeń ułatwiających orientację i poruszanie się w muzeum, a także instalowanie lub modernizację wind, remonty toalet oraz udogodnienia dla rodziców z małymi dziećmi:

Jeszcze kilka lat temu przestrzeń ekspozycyjna mieściła się w sali, która miała 70 parę metrów kwadratowych. Tam była wystawa i prowadziło się zajęcia. Rozkładało się codziennie krzesła dla osób, by ich przyjąć na spotkanie. Każdy mówił, że jest ciepło, że słyhać ludzi, którzy sobie w kawiarni piją. Teraz zaczynamy żyć w nowych warunkach. [2020: 01_Muz.Edu]

²⁰ Tamże, s 30.

Przez duże zmiany przy współpracy z wybitnymi projektantami marki wysokiej muzeum jest designerskie i mocno współczesne. To przyciąga dorosłych ludzi w dobie dobrego wizerunku. Więc jak możesz przyjść na chwilę i cyknąć sobie fotę, że jesteś w muzeum. [2020: 02_Edu]

Malowanie było i zmiana światła. (...) Powiesiliśmy tabliczki informujące o wszystkich muzealiach, o wszystkich zbiorach, które są na Sali. [2020: 11_Muz]

W projekcie mieszczą się zakup sceny, wymiana ławek, wykonanie pergoli dla rodzin, dorosłych osób z dziećmi, aby dzieci mogły bawić się na placu przed muzeum. W parku będzie kilka drewnianych zabawek, a dla rodzin przygotowaliśmy ławeczki, na których będzie można zagrać w szachy i odpocząć skrywając się w cieniu. [2020: 07_Muz1]

Mamy Gościniec Ogrodnika, w którym można zjeść coś konkretnego, ale też kawiarenki bardzo mile usytuowane. Pojawił się plac zabaw. Kościół został też zrewitalizowany. Park zmienił wygląd. [2020: 08_Przewodnik]

Na terenie muzeum są ławeczki i można usiąść. Jak są zorganizowane jakieś imprezy to dodatkowo można kupić coś do jedzenia i do picia. Zawsze jest miska z wodą dla pieska, bo pieski są w tym muzeum mile widziane. [2020: 09_Dor]

Mamy duży i bezpłatny parking oraz nowoczesne toalety, w których są przewijaki. Mamy też toalety dostosowane dla osób z niepełnosprawnościami. [10_Muz2]

Około 40% przedsięwzięć wymienionych w roku 2020 dotyczyło organizacji i sposobu funkcjonowania, a zatem problematyki całkowicie pomijanej w kontekście dyskusji o starszej publiczności. Respondenci w tym kontekście mówili o zmianach w ekspozycji i kolekcji, wprowadzeniu urządzeń technicznych ułatwiających zwiedzanie, rozwoju w zakresie prowadzonej edukacji i prac organizacyjnych, informacji adresowanej do zwiedzających, a nawet organizacji pracy muzeum:

Oferta programowa przede wszystkim dotyczy programu wokół wystaw, który projektujemy we współpracy z koordynatorami wystaw. To jest jeden sektor, a drugi to wydarzenia dla szerokiego odbiorcy, czyli popularyzatorskie festiwale, bazy, które są takim naszym punktem, który wszyscy kojarzą. [2020: 01_Muz]

Planujemy utworzenie historycznej ekspozycji multimedialnej, ale to nie będzie tylko ta piwnica. (...) W tym projekcie zamieściliśmy również zakup domków, w których byśmy chcieli rokrocznie robić jarmarki. Jest też planowany zakup sceny, którą byśmy mogli rozkładać w sezonie od maja do sierpnia, gdzie co tydzień mogliby prezentować się lokalni artyści. [2020: 07_Muz1_Leżajsk]

A jeśli chodzi o eksponaty, to co roku jest inna aranżacja. Przybywa starych samochodów, przybywa eksponatów. Jest kino, jest sala radiowa. Tworzą się nowe pokoje. [2020: 09_Dor]

Myślę, że przyszłość kreuje się w taki sposób, że bardzo wiele z naszych miejsc będzie można zwiedzić zupełnie bezobsługowo. Są bardzo przyjaźnie budowane zgodnie z najnowszymi trendami interaktywności nieprzetadowane tekstem i informacjami, skłaniające do refleksji i do doświadczania. [2020: Muz1]

Wprowadziliśmy dodatkowy dzień pracy. Do tej pory nie było czynne w niedzielę. [11_Muz]

Co dziesiąta (12%) ze zmian wymienionych w 2020 wiązała się z problematyką, na której skupiali się muzealnicy omawiający prace prowadzone z myślą o seniorach, a zatem udogodnienia dla osób z niepełnosprawnościami, w tym niepełnosprawnością ruchową, dysfunkcjami słuchu oraz kłopotami ze wzrokiem:

Dostosowujemy się dla osób z niepełnosprawnościami. Kwestia toalety, która była na zewnątrz, będzie przeniesiona w zupełnie inne miejsce i będzie bardziej dostępna dla wielu osób, które nie tylko poruszają się na wózkach inwalidzkich. Mamy osoby, które są o kulach, albo starsze osoby i mają coraz większe problemy z poruszaniem się, więc co roku coś nowego jest wprowadzone. Jak pojawiają się osoby z jakimiś dysfunkcjami to jesteśmy otwarci na różnego rodzaju sugestie, by to zwiedzanie było dla wszystkich przyjemne. [2020: 09_Przewodnik]

Mamy też toalety dostosowane dla osób z niepełnosprawnościami. [2020: 10_Muz2]

Tabela 2.1. Zmiany związane z obecnością osób dorosłych wprowadzone w infrastrukturze, wyposażeniu lub organizacji przestrzeni muzeum.

Pytanie: Czy w ciągu ostatnich 5 lat w Państwie Muzeum / Oddziale Muzeum wprowadzono jakieś zmiany związane z infrastrukturą, wyposażeniem czy organizacją przestrzeni związane z obecnością osób dorosłych?

Jakie zmiany wprowadzono? DZIAŁANIA	LICZBA PROCENT	DOROŚLI 2020: WYPOWIEDZI ANKIETOWANYCH
REMONT, NOWA ARANŻACJA PRZESTRZENI MUZEUM	11 12,9%	Zwiększono powierzchnię wystawienniczą i zmodernizowano przestrzeń obsługi zwiedzających i tym samym podniesiono komfort gości muzealnych / Muzeum jest nową instytucją, otwartą w 2020 roku dla zwiedzających i w chwili obecnej staramy się na bieżąco, aby nasza infrastruktura była odpowiednio przygotowana do obecności osób dorosłych / Zakupiliśmy nowe elementy do aranżacji przestrzeni kas / Przebudowa i modernizacja szatni, kasy, sklepu muzealnego / Pierwsze piętro Wodozbioru zostało dedykowane szczególnie osobom dorosłym / Remont w oddziale Muzeum Historii Miasta R. / Sala wernisażowo-filmowa / Stworzono przestrzeń (2 sale) w nowo powstałym obiekcie dworu z B. do działań kulturalnych i edukacyjnych / Poszerzono przestrzeń sklepu i recepcji / Reorganizacja sklepu muzealnego / Nowa strefa obsługi widza w kinie Kinematograf
MIEJSCA DO SIEDZENIA, WYPOCZYNKU	7 8,2%	Poza tym zakupiono krzeselko-laski, umożliwiające odpoczynek w czasie spacerów – zwiedzania / Tworząc nową wystawę mieliśmy na uwadze miejsca do siedzenia / Zakup nowych krzesel dla uczestników wydarzeń / Wymiana wszystkich foteli w kinie Kinematograf / Na terenie otwartym udostępniono liczne nowe elementy infrastruktury wypoczynkowej (stoliki i ławki) / Miejsca odpoczynku na ekspozycji / Na terenie ekspozycji plenerowej na trasie zwiedzania zamontowano miejsca do siedzenia/odpoczynku.
TWORZENIE SFER REKREACJI	6 7,1%	Możliwość organizowania prywatnych spotkań przy grillu, ognisku, wynajęcie terenu / Dodatkowo w sezonie letnim dostępna jest tzw. strefa piknikowa, czyli przestrzeń z wyznaczonym miejscem pod ognisko, ławkami i stolikami / Budowa Centrum Kulturalno-Rekreacyjnego w 2015 r. (hotel ze strefą SPA, sala widowiskowo-konferencyjna, sale szkoleniowe / Rewitalizacja parku / Pełne udostępnienie parku/ Wybudowano pomieszczenia z wyposażeniem na kawiarnię muzealną
UŁATWIENIA W ORIENTACJI I PORUSZANIU SIĘ W MUZEUM	6 7,1%	Zmieniona została ścieżka zwiedzania / Z myślą o osobach dorosłych, zadbano o oznakowanie miejsc uznawanych za tzw. "niebezpieczne" (schody, progi) / Wprowadzenie oznakowania wizualnego ułatwiającego poruszanie się po budynku/ Nowa trasa zwiedzania, nowy system oznakowań w budynku / Nowe oznakowanie dojazdu i trasy zwiedzania / Zamontowano nowe drogowskazy kierujące do grobów ważnych osobistości pochowanych na cmentarzu
WINDY	7 8,2%	Zainstalowano windę dla osób starszych i niepełnosprawnych / Zamontowano windę osobową / Dogodny dostęp do windy / Budowa windy / Zainstalowano windę dla osób z trudnościami w poruszaniu się / Budynek Muzeum został wyposażony w windę / Winda
TOALETY: UDOŚTĘPNIENIE, MODERNIZACJA	4	Przeprowadzono remont i dostosowano (...) toaletę do potrzeb osób niepełnosprawnych / Zmiany zostały wprowadzone również w toaletach: dostosowanie dwóch istniejących toalet do potrzeb koedukacyjnych (wcześniej toaleta dla osób niepełnosprawnych była w części damskiej).

NIMOS • DOROŚLI W WIEKU PRODUKCYJNYM I SENIORZY W MUZEUM • RAPORT • 2020

	4,7%	Stworzenie dwóch toalet koedukacyjnych było wyjściem w stronę lepszego customer experience zwiedzającego /system alarmujący w toalecie dla niepełnosprawnych, haczyki do wieszania toreb w każdej toalecie / remont toalet.
UDOGODNIENIA DLA RODZICÓW Z DZIEĆMI	3 3,5%	Stworzenie przyjaznych warunków dla rodziców z małymi dziećmi (kącik malucha, przewijaki w toaletach, kącik mam karmiących, warsztaty dla najmłodszych, akcja oprowadzania „W dwupaku lub plecaku” dla kobiet w ciąży i rodziców z małymi dziećmi), ułatwiającymi zaplanowanie i zrealizowanie wizyty w muzeum, uruchamianie bezpłatnych przejazdów autobusowych do muzeum podczas określonych wydarzeń (noc muzeów od 2016 roku) / Zamontowano przewijak dla niemowląt / Stworzyliśmy również nową linię gadżetów: przypinek, magnesów, zeszytów dla dzieci, limitowanej edycji zeszytów ze znakiem zabytku.
ZMIANY W BUDYNKU MUZEUM/INFRASTRUKTURZE RAZEM		42 49,4%
UDOGODNIENIA DLA OSÓB Z NIEPEŁNOSPRAWNOŚCIAMI (ogólnie)	4 4,7%	Przeprowadzono remont i dostosowano wystawę stałą (...) do potrzeb osób niepełnosprawnych / Miejsce parkingowe dla osób z niepełnosprawnością / I innych udogodnień dla osób z niepełnosprawnościami/ Realizacja projektu „Dostosowanie Pałacu P. – R. (...) dla osób niepełnosprawnych/ Udogodnienia dla osób niepełnosprawnych/ Ułatwiono dostęp do muzeum dla osób z niepełnosprawnościami/
UŁATWIENIA DLA OSÓB Z NIEPEŁNOSPRAWNOŚCIĄ RUCHOWĄ	4 4,7%	Zakupiono podkłady progowe i podjazdy ułatwiające dostanie się do wnętrz obiektów osobom starszym, poruszającym się na wózku, czy rodzinom z dziećmi w wózkach/ Wykonano podjazd dla wózków inwalidzkich / Podnośniki dla wózków inwalidzkich/ Ułatwiono dostęp do muzeum dla osób z (...) problemami ruchowymi
UDOGODNIENIA DLA OSÓB Z DYSFUNKCJAMI SŁUCHU	1 1,2%	Modernizacja wystawy stałej oraz Sali projekcyjnej; „Przewodnik dla małych i dużych wielbicieli dobranocek. Muzeum oczyma niesłyszącego” w formie nagrania audio video z napisami oraz w języku migowym. Aplikacja jest ogólnodostępna za pomocą kodów QR; makiety-plany filmowe z dobranocek: Miś Uszatek, Przygody Pingwina Pik-Poka, Trzy Misie, Przygody Misia Colargola; stanowisko pracy rysownika, strefa dobranocki z miejscem do odpoczynku, w którym można obejrzeć filmy, gablota do poznawania eksponatów przez dotyk, stanowiska interaktywne, replika pokoiku Misia Uszatka, odwzorowania tyflograficzne eksponatów
UDOGODNIENIA DLA OSÓB Z DYSFUNKCJAMI WZROKU	1 1,2%	Pomoce dotykowe
UDOGODNIENIA DLA OSÓB Z NIEPEŁNOSPRAWNOŚCIAMI RAZEM		10 11,8%
ZMIANY W EKSPOZYCJI I KOLEKCJI	11 12,9%	W ostatnim czasie dzięki dofinansowaniu z MKiDN „Wspólnie dla Dziedzictwa” powstała ścieżka murali, którą również osoby dorosłe bardzo doceniają. Powstałe murale przyczyniły się do zwiększenia efektywności miejsca, stało się ono bardziej przyjazne, a także poszerzyło wiedzę lokalnej społeczności na temat hutnictwa i dziedzictwa przemysłowego / Muzeum W. W tym realizację nowej wystawy głównej, udostępnionej dla publiczności w maju 2017 (pierwsza część) i czerwca 2018 (druga część) / Do wystawy dodano nowe etykiety z podpisami obiektów, filmów i zdjęć. Stworzyliśmy nowe treści merytoryczne na podstawie najczęściej zadawanych przez zwiedzających pytań / Oprócz stałej ekspozycji wprowadzono wystawy czasowe promujące lokalnych twórców / Nowa wystawa stała / Zwiększenie dostępności do kultury – Zameczek / Renowacja krypt grobowych w kościele o. oraz nagrobków na cmentarzu parafialnym / Zabezpieczenia i upowszechnianie zbiorów przechowywanych w muzeum / Powstanie nowej wystawy stałej dostosowanej do odbiorców w różnym wieku i różnych potrzebach edukacyjnych / W ramach projektu „Wykonane na prawym brzegu. Rzemieślnicy” otwarta została Pracownia P. / Wprowadzenie kierunku zwiedzania / Nowa ścieżka zwiedzania.
URZĄDZENIA TECHNICZNE UŁATWIAJĄCE ZWIEDZANIE	7 8,2	Doposażona w audiowizualne pomoce dzięki, którym wyświetlane na bieżąco są relacje świadków historii w sali kinowej. Na hali maszyn podczas zwiedzania można usłyszeć dźwięk pracy zabytkowych maszyn, który wydobywa się z głośników, dorośli zwiedzający bardzo cenią sobie ten efekt / Multimedializacja wystaw / Materiały zostały zaprojektowane graficznie w formie pięciu prezentacji multimedialnych, które jako fragment wystawy są wyświetlane na rzutniach / Komunikacja na wystawach, dokupiono nowy sprzęt wystawienniczy / Zakupiono stanowisko multimedialne „Wiatrak”, które znalazło się na wyposażeniu jednej z sal wystawowych Muzeum / Audioprzewodniki, videoprzewodniki, aplikacje mobilne, audiodeskrpcje / Wprowadzono nowe języki do odsłuchu komentarza
EDUKACJA	9 10,1%	Otwarto Pracownię Etnodziejny / Utworzono siedzibę oraz Dział Edukacji, który zajmuje się włączaniem osób dorosłych w kulturę muzealną / Zorganizowano szereg działań mających na celu aktywne uczestnictwo dorosłych w edukacji kulturowej i kulturalnej w muzeum / wprowadzenie oferty warsztatowej / Modernizacja sprzętu audio i wideo wykorzystywanego podczas wydarzeń

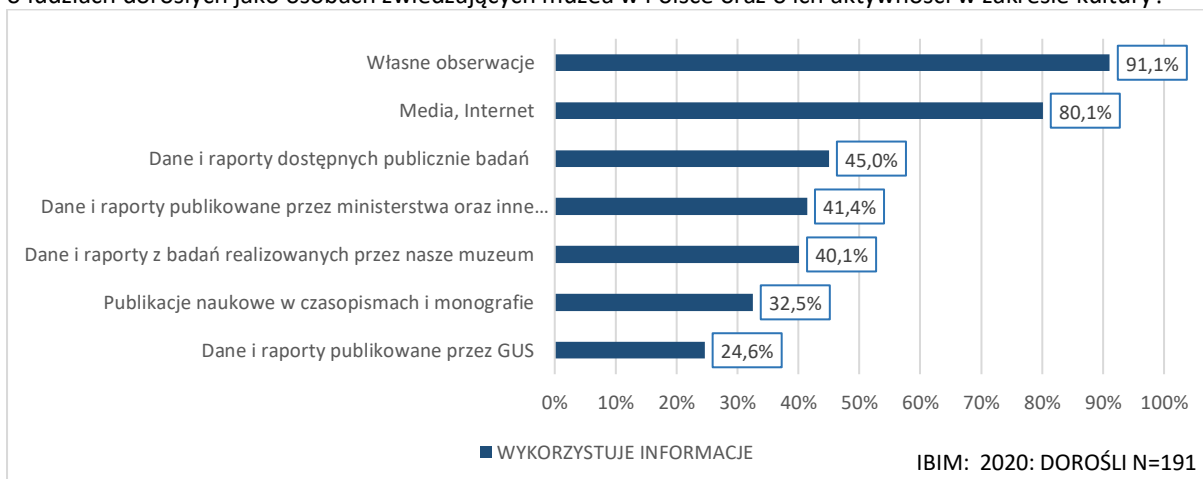
		<i>i warsztatów / Rek wizyty do zajęć edukacyjnych, zwiedzania / W 2018 r. powstało Centrum Edukacji Ekologicznej / Realizacja projektu „Dostosowanie Pałacu P. – R. do nowych funkcji kulturalnych i edukacyjnych / Powstanie infrastruktury dydaktycznej – nowe sale edukacyjne, wykładowe / Muzeum udostępniło WiFi dla gości w sali konferencyjnej/S/ stworzono odrębną salę edukacyjno-warsztatową</i>
INFORMACJA	3 3,5%	<i>Darmowe ulotki z planem zwiedzania wystawy zostały zaktualizowane, przetłumaczone i wydrukowane w j. ukraińskim, francuskim, angielskim, rosyjskim i hiszpańskim / Rama z cennikiem, potykacz zewnętrzny w celu informowania o darmowym dniu zwiedzania, ramki do postawienia przy kasie do informowania o wydarzeniach czasowych w obiekcie / Wprowadzenie map budynku, ulotek dot. nadchodzących wydarzeń</i>
ORGANIZACJA PRACY	3 3,5%	<i>Zmiana godzin otwarcia muzeum w tygodniu i w weekendy, uwzględniająca potrzeby i oczekiwania osób pracujących / Zmiana godzin otwarcia Oddziału, uwzględniająca potrzeby i oczekiwania osób dorosłych / Wprowadziliśmy działania organizacyjne mające na celu lepsze doświadczenie zwiedzania</i>
ZMIANY W DZIAŁANIU MUZEUM RAZEM		33 38,8%
WPROWADZONE ZMIANY RAZEM	85 100,0%	Źródło: IBIM 2020, N = ZMIANY WPROWADZONO W 46 BADANYCH MUZEACH (24,1%)

Poznanie dorosłej publiczności przez pracowników muzeów

Drugim obszarem prac podejmowanych w muzeach są działania mające na celu poznanie zainteresowań i rozumienie potrzeb dorosłej publiczności. Muzealnicy wykorzystują różne źródła wiedzy (wykres 2.2.). Większość polega na własnym doświadczeniu i obserwacjach czynionych w toku pracy zawodowej, a także informacjach z mediów oraz Internetu. Około 40-45% respondentów korzysta z danych z badań prowadzonych przez własną instytucję lub dostępnych publicznie, raportów publikowanych przez ministerstwa oraz inne instytucje państwowe. Rzadziej wskazywane są publikacje naukowe, zwykle bardzo specjalistyczne i ukazujące się z pewnym opóźnieniem oraz dane GUS ograniczone jedynie do kilku wybranych wymiarów funkcjonowania muzeów.

Wykres 2.2. Źródła informacji o dorosłej publiczności wykorzystywane przez pracowników muzeów.

Pytanie: Z jakich źródeł pracownicy Państwa Muzeum / Oddziału Muzeum korzystają, aby uzyskać wiedzę o ludziach dorosłych jako osobach zwiedzających muzea w Polsce oraz o ich aktywności w zakresie kultury?



Relatywnie często (40%) respondenci wspominali o własnych badaniach realizowanych przez muzea. Prace badawcze mają różny charakter i realizowane są przy pomocy różnych metod. Są to wtórne analizy danych, obserwacja zachowań ludzi odwiedzających muzea w internecie (nazywana „netnografią”), rozmowach ze zwiedzającymi, a także danych wywoływanych, zbieranych w toku aktywności badawczej:

W 2019 roku zrealizowaliśmy projekt poprawy doświadczenia zwiedzających wystawę stałą Centrum Interpretacji Zabytku. Podczas projektu przeprowadziliśmy wstępną analizę i badanie publiczności - odbył się tzw. "shadowing" przeprowadzony przez praktykanta Muzeum (student UW kierunku socjologia). Dodatkowo zebraliśmy wnioski na podstawie sugestii pracowników odpowiedzialnych za obsługę zwiedzającego w obiekcie. Przeprowadziliśmy analizę opinii na portalach internetowych: Tripadvisor, Google maps, Facebook. Na tej podstawie wdrożyliśmy działania merytoryczne i organizacyjne. [IBIM 2020]

Przy tych zapisach jest tak, że jak ktoś dzwoni do muzeum, to zadajemy taka serie pytań. Bo zdarza się jak zgłasza się grupa z domu samopomocy, to oni nie powiedzieli, że są z seniorami. A my im więcej mamy informacji o samej grupie, tym lepiej możemy się przygotować. [2020: 05_Muz]

Młodzież nie jest mocno zainteresowana. To jest część głębszej analityki i zastanawiania się jak docierać do młodych ludzi. Niektóre instytucje zainteresowały się TikTokiem i prowadzą swój kanał na TikToku. [2020: 02_Muz_Gdynia]

Jeszcze są opinie na Googlach. Tam też sprawdzamy informacje. To są opinie i o zajęciach, i o samych wystawach. Wypowiadają się i osoby, i które przyszły z grupami. Na Facebooku też czasem piszą. [2020: 04_Muz.Edu_Kraków]

Innym sposobem rozwoju wiedzy o publiczności i o metodach pracy z nią są szkolenia. Porównanie wyników internetowych badań ilościowych w muzeach wskazuje, że szkolenia dotyczące większego segmentu, a zatem dorosłych w różnym wieku są bardziej popularne od tych skoncentrowanych na seniorach (tabela 2.2.). Około jednej czwartej muzealników uczestniczących w badaniach w roku 2019 twierdziło, że ciągu 3 lat przed datą sondażu pracownicy ich instytucji uczestniczyli przynajmniej raz w wewnętrznym szkoleniu dotyczącym starszej publiczności, a około jednej piątej – w szkoleniu zewnętrznym o tej tematyce. Ponad dwie piąte (43%) respondentów w roku 2020 twierdziło, że pracownicy ich muzeum brali udział w wewnętrznym szkoleniu dotyczącym publiczności dorosłej, a ponad jedna trzecia – w szkoleniu zewnętrznym poświęconym temu segmentowi publiczności. Odsetki muzealników deklarujących udział w większej liczbie szkoleń poświęconych dorosłej publiczności w wieku produkcyjnym oraz seniorom były znacząco niższe.

Tabela 2.2. Szkolenia pracowników muzeów w zakresie pracy z osobami dorosłymi.

WEWNĘTRZNE: Czy w Państwa Muzeum / Oddziale Muzeum w ciągu ostatnich 12 miesięcy odbywały się wewnętrzne szkolenia, narady lub seminaria dotyczące osób starszych/ dorosłych jako uczestników kultury i ludzi odwiedzających muzea?				
ZEWNĘTRZNE: Czy w ciągu ostatnich 3 lat pracownicy Państwa Muzeum / Oddział Muzeum uczestniczyli w zewnętrznych szkoleniach, konferencjach dotyczących osób starszych / dorosłych jako uczestników kultury i ludzi odwiedzających muzea?				
TYP SZKOLEŃ	SENIORZY 2019 Odpowiedzi „TAK”		DOROŚLI 2020 Odpowiedzi „TAK”	
	OGÓŁEM	Bez: „było 1 szkolenie”/ „sporadycznie”	OGÓŁEM	Bez: „było 1 szkolenie”/ „sporadycznie”
	(%)			
Wewnętrzne	23,7	11,8	41,9	19,4
Zewnętrzne	18,3	11,2	35,6	22,5
Źródło:	IBIM 2019, N=169		IBIM 2020, N=191	

Komunikacja muzeów z dorosłą publicznością

Pracownicy muzeów uważają za oczywisty pogląd, że prawidłowo prowadzona komunikacja jest postawą sukcesu w pracy z publicznością dorosłą, ważnym narzędziem pozytywnym, kształtującym dodatni wizerunek muzeum przyjaznego i nowoczesnego, ale też pomaga w zwalczaniu zakorzenionych stereotypów, zgodnie z którymi muzeum jest instytucją nudną i staroświecką:

Na pewno jednym z czynników jest niewłaściwy opis wydarzenia, czyli taki, który nie tłumaczy wprost, co odbiorca będzie miał, jak skorzysta z danego wydarzenia. Jeżeli opis wydarzenia jest nieodpowiedni, bo nie jest napisane językiem korzyści albo tytuł samego wydarzenia jest dziwny, to jest to problem. Problemem są też wydarzenia kierowane do bardzo wąskiej grupy osób np. organizowanie wydarzeń w języku obcym. [2020: 02_Muz]

Wydaje mi się, że problemem tych muzealnych akcji jest to, aby uświadomić ludziom że (...) jesteśmy miejscem przyjaznym. To jest ten problem komunikacyjny. [2020: 03_Muz]

Odpowiedzialni za komunikację pracownicy muzeów wykorzystują różne kanały przekazu informacji – podstawą działań informacyjnych stał się Internet, zarówno strona www, jak i media społecznościowe, wśród których najpopularniejszy wydaje się Facebook, ale w trakcie wywiadów wymieniano także Instagram, YouTube, Twitter:

Muzeum jest bardzo mocno aktywne jeśli chodzi o internet, głównie Facebook, social media. W pewnym sensie stworzyliśmy pewną komunę i informujemy siebie nawzajem, zapraszamy też nowe osoby. Wydarzenia są utworzone na Facebooku i tam można się dołączyć, tam są aktualizacje. To mogą

być też pewne bariery dla osób starszych, ale muzeum często pojawia się w radiu. A czy bywali w telewizji? Chyba w programach kulturalnych. Tam też są obecni. Nie czytam za bardzo gazet, więc nie wiem, czy tam publikują swoje reklamy. [2020: 01_Dor]

Najwięcej odbiorców dociera do nas przez Facebooka, ewentualnie przez stronę internetową i to są głównie odbiorcy, którzy na kilka dni maksymalnie tydzień przed wydarzeniem dowiadują się o tym, co się dzieje. Jeśli dane wydarzenie nie ma wielkiego zainteresowania, to musimy podpromować i wtedy robimy akcje postów na Facebooku, zaplanowanych pod promocję tego konkretnego wydarzenia i targetujemy konkretną grupę osób, która nas najbardziej interesuje. [2020: 02_Muz]

Duże powiązanie jeżeli chodzi o wszelkiego rodzaju urządzenia typu telefon, strona Facebook, strona www. To jest moim dniem grupa ludzi bardzo sfokusowana na ten rodzaj komunikacji i bardzo dobrze poinformowana. [2020: 08_Muz]

To są osoby, które przeglądały stronę internetową muzeum i zobaczyły, że jest jakaś wystawa, która ich interesuje, bo się dowiedzieli od koleżanki, kolegi, albo na przykład przechodzili obok muzeum i zobaczyli plakat, który wisi w gablocie więc na tej podstawie się dowiedzieli. [2020: 04_Muz.Edu]

Poza internetem pracownicy muzeów korzystają z innych środków przekazu skutecznych w konkretnych sytuacjach i umożliwiających kontakt z określonymi kręgami społecznymi. W czasie wywiadów pogłębionych w roku 2020 wymieniano lokalną prasę, radio i telewizję, publikacje drukowane i w formie elektronicznej, ulotki i plakaty. W procesie komunikowania się muzeów z uczestnikami wydarzeń i ze stałymi bywalcami często stosowana bywa poczta elektroniczna i tradycyjna oraz „poczta pantoflowa”, czyli informacje przekazywane bezpośrednio. W przypadku grup zorganizowanych, na przykład, stowarzyszeń czy regularnych uczestników zajęć, w wielu muzeach możliwe są kontakty z organizatorami i uzgodnienia szczegółowe pozwalające przygotować działania dostosowane do konkretnych środowisk:

Reaguję alergicznie jak mi wręczają na ulicy ulotki. Staram się być eko i to nie jest dobry trend. Częściej bardziej reaguję na banery, jakieś plakaty, które widzę na mieście. One przykuwają moją uwagę. [2020: 01_Dor_Muz]

Postawiliśmy na takie odblokowywanie możliwości muzeum, czyli wsadzanie pół komercyjnych rzeczy, jakiś koncertów, śniadań, kolacji, aby komunikat odnosił się do zwykłych spraw. Po prostu przyjdź na fajny koncert (miejscowych) muzyków i to się działo przez trzy lata i to się udało. Teraz komunikujemy bardziej nasze działania czyli odnosząc się do historii i konkretnych wystaw. Mniej jest w tym komercyjnego języka. [2020: 02_Muz_Edu]

Co roku wydajemy w różnej formie graficznej informator, który jest bezpłatny, gdzie może nasz odbiorca znaleźć wszystko co mamy w ofercie stałej. W tym informatorze są ujęte wszystkie nasze oddziały. To jest taka nasza baza wiedzy, która też jest oczywiście do pobrania w formie PDF z naszej strony. [2020: 03_Muz_Edu]

Na pewno media społecznościowe, nasze lokalne i radio. Często słyszę, że wszystkie rzeczy, które dzieją się w muzeum, to cały czas jest w radiu (...). Też w tych lokalnych gazetach widzę ogłoszenia. [2020: 08_Dor]

Jak organizuje zlot starych samochodów, to wtedy jest to rozreklamowane dosyć szeroko. Samochody podjeżdżają, są różnego rodzaju konkursy i nagrody. Wtedy jest dużo ludzi. To przyciąga, że jest taka impreza i potem wieści się rozchodzą droga pantoflową. [2020: 09_Dor]

Trzecim kanałem komunikacji, wspomnianym przede wszystkim w kontekście dyskusji na temat dorosłej publiczności, są zewnętrzne systemy informacji turystycznej i lokalnej, funkcjonującej na poziomie miast i regionów:

Internet, informacje turystyczne. (...) Bardzo dużo jest też gości dzięki naszym mieszkańcom. Kiedy przyjeżdżają na kwatery prywatne, staramy się, aby tam były nasze ulotki (...) Na mieście jesteśmy rozpoznawani, bo mamy podpisaną umowę z miastem, z powiatem i na niektórych skrzyżowaniach są nasze tabliczki. To pomaga w zorientowaniu się turystom, że jest muzeum i jak do niego dojść. [2020: 06_Muz_Edu]

Całą naszą aktywność popularyzujemy czy promujemy poprzez współpracę z różnymi instytucjami, różnymi projektami kulturalnymi, rozpoznawanymi na terenie Warszawy, ale też Polski, i właśnie też przez działania barterowe. (...) My polecamy się, oni polecają nas, my polecamy ich. Udostępniamy też im przestrzeń. [2020: 01_Muz]

Ocena skuteczności poszczególnych kanałów informacji zależy w dużym stopniu od przekazywanych treści i grupy docelowej. Badania z roku 2020 wskazują (tabela 2.3), że ogólnie biorąc za najskuteczniejsze kanały komunikacji większość badanych pracowników muzeów uważa media społecznościowe oraz internet. Około 60-70% respondentów za skuteczne uznaje ustne zaproszenia, przekazywanie komunikatów organizacjom, instytucjom, zaproszenia indywidualne wysyłane pocztą oraz tradycyjne media: radio i telewizję. Rzadziej (47-57%) jako skuteczne określano zaproszenia indywidualne wysyłane pocztą elektroniczną, prasa, plakaty czy ulotki. W roku 2019 w trakcie badań skupionych na starszej publiczności relatywnie często respondenci przekonani byli o skuteczności w tym segmencie komunikacji bezpośrednio - ustnych zaproszeń oraz przekazywanie komunikatów poprzez struktury organizacji, instytucji czy stowarzyszeń. Relatywnie rzadko muzealnicy przekonani byli o skuteczności internetu jako narzędzia komunikacji z seniorami.

Tabela 2.3. Kanały komunikacji z publicznością uznawane za skuteczne

Pytanie: ...które kanały komunikacji Państwa Muzeum / Oddziału Muzeum z osobami starszymi/ dorosłymi na podstawie dotychczasowych doświadczeń uważa Pan(i) za skuteczne, a które za nieskuteczne ?	SENIORZY 2019	DOROŚLI 2020
	SKUTECZNE (%)	
Media społecznościowe	b.d.	89,5

Internet	37,6	86,9
Ustne zaproszenia	67,7	68,6
Przekazywanie komunikatów organizacjom, instytucjom...	64,9	64,9
Zaproszenia indywidualne wysyłane pocztą	59,1	62,8
Radio/ telewizja	49,5	62,3
Zaproszenia indywidualne wysyłane pocztą elektroniczną	30,7	57,6
Prasa	48,9	54,5
Plakaty	46,8	53,9
Ulotki	47,3	46,6
Źródło:	IBIM 2019: N=169	IBIM 2020: N=191

Projekty muzealne dla dorosłej publiczności

Jednym ze sposobów wzbogacania muzealnej oferty jest planowanie własnych projektów i pozyskiwanie zewnętrznych środków na ich realizację. Badania realizowane w roku 2019, skupione na seniorach jako segmencie publiczności muzealnej ujawniły wątpliwości wielu rozmówców, czy muzea powinny tworzyć projekty przeznaczone dla osób starszych, czy też raczej włączać seniorów do przedsięwzięć podejmowanych z myślą o różnych segmentach swojej dorosłej publiczności. Wyniki badań sugerują, że wśród muzealników funkcjonują dwa odmienne stanowiska. Zgodnie z pierwszym, istnieją poważne argumenty na rzecz:

- traktowania seniorów jako osobnego segmentu publiczności,
- realizacji specjalnych projektów przeznaczonych dla tej grupy, a także uczenia się metod pracy z seniorami.

Pracownicy muzeów będący zwolennikami tworzenia projektów dla seniorów są zdania, że aby mogła powstać oferta skierowana do tej grupy, która spotka się z dobrym przyjęciem i będzie skutkować zwiększeniem się frekwencji, niezbędna jest wymiana doświadczeń, szkolenia i warsztaty dotyczące pracy z osobami starszymi oraz tworzenie wyspecjalizowanych

stanowisk pracy. Jednak zarówno wśród uczestników badań jakościowych w 2019 r.²¹, jak i osób, które wzięły udział w ankiecie internetowej w 2020 r., znaleźli się muzealnicy reprezentujący zgoła odmienne stanowisko i postrzegający seniorów po prostu jako dorosłych zwiedzających, których należy zapraszać na wydarzenia otwarte dla wszystkich grup wiekowych osób dorosłych:

Większość realizowanych przez muzeum wystaw i imprez kierowanych jest do grupy widzów dorosłej. [IBIM 2020]

Zwiedzający dorośli - to grupa zwykle traktowana jako "normalny" widz, do której jest adresowana większość działań muzealnych. [IBIM 2020]

Muzeum Miasta Łodzi (w tym Oddział Sportu i Turystyki) nie ma w swojej ofercie wydarzeń przeznaczonych tylko dla osób dorosłych. W ofercie są wydarzenia o uniwersalnej dostępności - dla osób dorosłych i seniorów. [IBIM 2020]

My gości nie różnicujemy ze względu na wiek i trudno nam sobie pewne rzeczy przypomnieć, bo nie jest to dla nas tak bardzo docelowa grupa, ale to jedna z wielu grup, która nas odwiedza. [2019: 01_Muz1]

Mam pewien problem z komunikatami warsztaty dla seniorów. Zaczęliśmy o tym, właśnie warsztaty międzypokoleniowe. [...] Tu będzie taka wspólna aktywność, a my chcemy by na tych warsztatach się pojawiali ludzie, którzy pomyślą: jestem dorosły, mam wolną sobotę, to przyjdę na te zajęcia. A nie, że ja jestem seniorem, oni wiedzą, że mam dużo czasu, ja się nudzę, nie ma znajomych i chciałbym coś robić. [2019: 05_Muz]

Odeszliśmy od formy wykładów tylko dla seniorów. Już nie mamy takiego cyklu tylko dla seniorów. Wykłady są po prostu otwarte. [2019: 11_Muz1]

Konkretne decyzje podejmowane przez dyrekcje muzeów są wynikiem specjalizacji i doświadczeń poszczególnych instytucji, choć badania wskazują, że przeważają zwolennicy włączania seniorów do działań adresowanych do szerokiej grupy ludzi dorosłych. Ponad połowa uczestniczących w 2019 w ankiecie internetowej (tabela 2.4) pracuje w muzeach, które nie tworzą własnych programów czy projektów adresowanych do osób starszych, a około jednej trzeciej realizuje je raz w roku lub rzadziej. Nie znaczy to, że instytucje te nie biorą udziału w działaniach adresowanych dla osób starszych (tabela 2.5), tyle tylko, że są to przedsięwzięcia projektowe organizowane przez inne podmioty - samorządy, instytucje kultury, organizacje pozarządowe, fundacje oraz ministerstwo i agendy rządowe. Wyniki badań z roku 2020 wskazują, że aktywność projektowa muzeów podejmowana z myślą o dorosłej publiczności jest znacznie większa – zdecydowana większość (około 75%) podejmuje własne działania w tym zakresie, a około połowy wykazuje znaczną aktywność

²¹ Tamże, s. 16.

realizując rocznie co najmniej 2 projekty. Większe zaangażowanie muzeów w projekty dla dorosłych dotyczy także udziału w inicjatywach instytucji zewnętrznych.

Wśród badanych przeważa zatem pogląd, że bywają obszary aktywności i formy działania muzeów, w których skupiać się należy na specyficznych potrzebach i wymaganiach seniorów, tym bardziej, że obecność osób starszych w muzeach jest zjawiskiem trwałym, już obecnie silnie oddziałuje na praktykę, a w przyszłości będzie zyskiwać na znaczeniu. Równocześnie międzypokoleniowy charakter większości projektów muzealnych jest dużą wartością, ponieważ przedsięwzięcia takie oddziałują na szerszy krąg publiczności, integrują ludzi w różnym wieku i zapobiegają zamykaniu ludzi starszych we własnym kręgu²².

Tabela 2.4. Organizowanie przez muzea własnych projektów dla osób dorosłych.

Pytanie: Czy w ciągu ostatnich 5 lat Państwa Muzeum/Oddział Muzeum samodzielnie tworzyło własne programy/projekty adresowane do osób starszych/ dorosłych?	SENIORZY 2019		DOROŚLI 2020	
	(%)			
Tak (1 taki projekt na kilka lat)	18,9	32,6	8,9	28,3
Tak (1 taki projekt w roku)	13,7		19,4	
Tak (2 – 3 takie projekty w roku)	11,2	13,0	30,4	47,7
Tak (4 lub więcej projektów w roku)	1,8		17,3	
Nie tworzymy takich projektów	52,1		21,5	
Brak odpowiedzi	2,3		2,6	
Źródło:	IBIM 2019: N=169		IBIM 2020: N=191	

Tabela 2.5. Udział muzeum/ oddziału w działaniach adresowanych do osób dorosłych/ starszych organizowanych przez zewnętrzne instytucje.

Pytanie: Czy Pana(i) Muzeum / Oddział Muzeum uczestniczy w działaniach adresowanych do osób starszych/ dorosłych organizowanych przez:	SENIORZY 2019		DOROŚLI 2020	
	TAK	STALE LUB REGULARNIE	TAK	STALE LUB /REGULARNIE
	(%)			

²² Tamże, s. 19.

Ministerstwa, instytucje państwowe	46,7	5,3	40,8	8,4
Organizacje pozarządowe, stowarzyszenia, fundacje	60,9	8,9	62,8	23,6
Instytucje kultury	66,3	4,1	61,8	16,2
Samorząd	68,0	13,1	66,0	23,6
Źródło:	IBIM 2019: N=169		IBIM 2020: N=191	

Jak wskazują badania z 2020 roku, w dyskusji nad projektami muzealnymi wyraźnie krystalizuje się pogląd, że należy dążyć do przełamania schematów, wychodzenia poza segmentację opartą na wieku, szerokiego myślenia o publiczności i poszukiwania adresatów, których łączą zainteresowania, podobne wartości i postawy:

Jestem pod wrażeniem tego programu, który oni realizują. (...) To różnego typu projekty też z lokalnymi społecznościami. To całe programy dedykowane dla rodzin z dziećmi, dla osób nie polskojęzycznych czyli np. oprowadzania w języku ukraińskim. Ten program jest bardzo, szeroki i bardzo mocno odpowiadający na różne potrzeby społeczne i próbujący wychodzić poza takie jakby to powiedzieć oddzielenie sztuki od życia w jakimś sensie. To wychodzenie poza taki stały target muzeum.
[2020: 05_Fotografka]

DOROSŁA PUBLICZNOŚĆ W SPOŁECZNYM OTOCZENIU MUZEÓW

Relacje muzeum z publicznością obejmują współpracę z dwoma typami podmiotów – z partnerami instytucjonalnymi – organizacjami lub stowarzyszeniami oraz z indywidualnymi osobami. W praktyce różnice te często się zacierają, a relacje pomiędzy muzeami a stowarzyszeniami czy organizacjami opierają się na zaangażowaniu i aktywności określonych osób, np. przedstawicieli kierownictwa czy aktywistów. Równocześnie odmienne są procedury określania celów i zasad współdziałania. Dlatego niezbędne jest odróżnienie i osobne omówienie tych dwóch typów relacji.

Współpraca z instytucjami i organizacjami

Współdziałanie ze stowarzyszeniami i organizacjami to element codziennej pracy muzeów, zjawisko powszechne w polskich realiach (tabela 3.1). Zdecydowana większość (72%) uczestniczących w badaniach internetowych w 2019 roku stwierdziła, że ich muzea współpracują z organizacjami, instytucjami czy środowiskami zrzeszającymi osoby starsze. Rok później, gdy zapytano o organizacje, instytucje i środowiska skupiające dorosłych, odsetek ten okazał się jeszcze wyższy (91%):

Jest rozwinięta sieć centrów aktywności seniora, które są właśnie w każdej dzielnicy miasta i są takie hordy zorganizowanych seniorów, które od czasu do czasu się odzywają do muzeum, co można tutaj zrobić. Ja uważam, że senior występuje albo grupowo, zorganizowanie, w postaci grupy uniwersytet trzeciego wieku, albo jest też pojedynczym odbiorcą. [2019: 05_Muz1]

Większość mojej pracy skupia się na współpracy z różnymi instytucjami. Są to ambasady, różnego rodzaju uczelni, ponieważ są to projekty pomiędzy muzeum a różnymi wydziałami Uniwersytetu Warszawskiego, Uniwersytetu Jagiellońskiego, ale też Polsko-Japońskiej Szkoły Technik Komputerowych. [2020: 01_Muz]

Tabela 3.1. Współpraca muzeów z organizacjami, instytucjami i środowiskami zrzeszającymi osoby dorosłe w wieku produkcyjnym i starsze

Pytanie: Czy Państwa Muzeum / Oddział Muzeum współpracuje z organizacjami, instytucjami, środowiskami zrzeszającymi osoby starsze?	SENIORZY 2019	DOROŚLI 2020
	(%)	
TAK	72,2	90,6
Źródło:	IBIM 2019, N=169	IBIM 2020, N=191

Tabela 3.2. Regularność współpracy muzeów z organizacjami, instytucjami i środowiskami zrzeszającymi osoby dorosłe w wieku produkcyjnym i starsze

Pytanie: Jak regularna w tym okresie była współpraca Państwa Muzeum / Oddziału Muzeum z...	SENIORZY 2019		DOROŚLI 2020	
	WSPÓŁPRACA	STALE LUB REGULARNIE	WSPÓŁPRACA	STALE LUB REGULARNIE
	(%)			
Stowarzyszenia kulturalne, naukowe i społeczne	52,1	17,8	84,3	44,0
Uniwersytety trzeciego wieku	65,7	26,6	74,4	31,9
Domy i ośrodki opieki	46,7	10,7	68,1	16,2
Fundacje	32,5	7,7	64,5	18,8
Kościóły i stowarzyszenia religijne	37,3	7,7	53,9	11,0
Stow. i organizacje kombatanckie	35,5	5,9	45,0	9,4
Instytucje penitencjarne, zakłady karne	b.d.	b.d.	30,4	2,6
Inne	21,9	4,1	37,2	7,3
Źródło:	IBIM 2019, N=169		IBIM 2020, N=191	

Uniwersytety trzeciego wieku (w skrócie UTW) to organizacje przyciągające seniorów aktywnych, ciekawych świata, szukających nowych doświadczeń, będących „w porównaniu z innymi osobami z tej kohorty wieku populacją, którą charakteryzuje średni poziom kapitału ekonomicznego, a wysoki poziom kapitału kulturowego i symbolicznego”²³. UTW były bardzo często wymienianymi instytucjonalnymi partnerami muzeów (tabela 3.2); współpracę z nimi deklarowało dwie trzecie muzealników odpowiadających na ankietę internetową w 2019 roku, w tym około jednej czwartej miało na myśli działania prowadzone regularnie lub stale. W skupionych na dorosłych w wieku produkcyjnym badaniach z roku 2020, odsetki te były jeszcze wyższe, co można tłumaczyć omawianymi wyżej problemami z ostrym oddzieleniem seniorów oraz starszej kohorty dorosłych w wieku produkcyjnym. Dodać trzeba, że w organizację uniwersytetów i zarządzanie ich działalnością często włączają się osoby zbliżające się do wieku emerytalnego, ale niebędące jeszcze formalnie seniorami albo ludzie wchodzący dopiero w wiek emerytalny. Jak wskazują badania prowadzone w roku

²³ Piotr Sałustowicz i in., cyt. praca, s. 107.

akademickim 2018/19 w województwie wielkopolskim, dwie piąte (38,9%) uczestników zajęć UTW to ludzie w wieku do 66 lat, w mniejszości (20,2%) zaś są osoby starsze, w wieku 75 i więcej lat. Dodać można, że większość (79,4%) zaangażowanych w działalność wielkopolskich UTW stanowią kobiety²⁴.

Tak jak pisaliśmy w raporcie z 2019 r. i co potwierdzają wypowiedzi uczestników badań jakościowych z 2020 r., praca z uniwersytetami ma zwykle charakter powtarzalny, jest dobrze zorganizowana i starannie zaplanowana, *ma jakiś poważny program* [2019: 06_Muz], który obejmuje różne zagadnienia i formy pracy.

Poza prezentowaniem swoich prac w holu muzeum, seniorzy również biorą udział w zajęciach organizowanych w muzeum. Są to zajęcia manualne. (...) Organizujemy również cykl wykładów. Wykłady prowadzone są raz w miesiącu i dotyczą różnych zagadnień. Począwszy od zagrożeń w internecie, po kwestie w jaki sposób internet może im jednak pomóc. [2020: 07_Muz_1]

W działania UTW, które są zróżnicowane zarówno pod względem formalnym, jak i typu organizatora często oddziałującego na program i wartości UTW, włączają się także muzea.

Na terenie miasta są chyba ze trzy uniwersytety albo ze dwa przynajmniej. Nie konkurujące, ale zbierające ludzi o typowych różnych poglądach politycznych. Jeden jest bardziej liberalny, drugi konserwatywny. To na tej zasadzie, potem są fundacje, stowarzyszenia działające, zraszające ludzi w podeszłym wieku. [2019: 03_Muz]

W rezultacie przebieg tej współpracy zależy od miejscowości, prężności organizacyjnej oraz sposobu działania konkretnych UTW. W niektórych muzeach uczestniczących w projekcie „Badania publiczności muzeów w Polsce” współpraca z UTW ma charakter rutynowy. *Na rozmaite wystawy przychodzą uniwersytety* [2020: 04_Muz], w ustalonych dniach pracownicy muzeum wygłaszają wykłady na określony temat w siedzibie stowarzyszenia lub w muzeum, czasami oprowadzają uczestników spotkania po ekspozycji lub prezentują określone eksponaty. Ale zdarzają się przypadki współpracy znacznie bliższej i bardziej rozwiniętej. Z przykładem takim spotkaliśmy się w roku 2019 w jednym z miast średniej wielkości. W radzie programowej jedyne w mieście, prężnie działającego UTW od wielu lat zasiadają osoby kierujące najważniejszymi instytucjami kultury, co pomaga wypracować atrakcyjny i zróżnicowany program działania²⁵.

Stowarzyszenia kulturalne, naukowe i społeczne były najczęściej (84% współpracuje, w tym 44% stale lub regularnie) wymieniane w badaniach z 2020 jako podmioty zraszające

²⁴ Tamże, s. 108-109.

²⁵ [Publiczność muzeów w Polsce. Seniorzy w muzeum. Raport 2019 - NIMOZ](#) s. 32 [dostęp 27.11.2021].

doroślą publiczność, rok wcześniej w kontekście badań nad seniorami wymieniła je połowa (52%) respondentów, o współpracy stałej i regularnej wspomniało około jednej piątej (18%). Można zatem powiedzieć, że gdy skupiamy się na pracy z publicznością senioralną, najważniejszymi instytucjonalnymi partnerami muzeów są uniwersytety trzeciego wieku, gdy zaś analizujemy obecność dorosłych, szczególną rolę odgrywają różne organizacje i stowarzyszenia społeczne. Członkostwo w takich organizacjach zależy na przykład od kompetencji profesjonalnych zainteresowań, wartości i chęci działania członków, którzy zwykle reprezentują różne kategorie wiekowe. Zdarzają się jednak stowarzyszenia, w których w wyniku różnych okoliczności starsze osoby stanowią znaczącą część, a nawet większość, aktywnych członków. Kategoria ta jest szeroka i obejmuje organizacje pozarządowe, stowarzyszenia społeczne, instytucje oświatowe, towarzystwa kulturalne, naukowe czy regionalne, grupy rekonstrukcyjne czy kluby kolekcjonerów. Każde z tych stowarzyszeń realizuje swoje własne cele, ale często w ich aktywności istotną rolę odgrywa współpraca z instytucjami naukowymi i kulturalnymi, w tym – z muzeami. Dzieje się tak z różnych przyczyn, trzy wydają się szczególnie istotne: po pierwsze, istnieją stowarzyszenia społeczne, które są ściśle związane z konkretnymi muzeami i odgrywają dużą rolę w ich funkcjonowaniu – były (są) inicjatorami powstawania i rozwijania instytucji lub mają na celu ich wspieranie. Po drugie, rozmaite instytucje edukacyjne, stowarzyszenia zawodowe czy naukowe traktują muzea posiadające kolekcje związane z ich specjalnością jako naturalnych sprzymierzeńców, centra gromadzenia ważnych eksponatów wzmacniające profesjonalną tożsamość czy miejsca spotkań, dyskusji i konferencji.

Mamy współpracę podpisaną z jednym z uniwersytetów. Wykładowcy zachęcają do praktyk w naszej instytucji, a studenci opowiadają, że u nas je odbyli. Jesteśmy dobrym miejscem do odbywania praktyk szczególnie na tych kierunkach związanych z historią i turystyką. [2020: 02_Muz]

Podjęliśmy teraz współpracę, która zamarła na wiele lat, z Uniwersytetem Artystycznym, który ma swoją siedzibę naprzeciw naszej siedziby. Na przykład razem robimy wystawę. [2020: 03_Muz]

Trzeci model współdziałania realizują stowarzyszenia, które tworzą z muzeami wspólne projekty badawcze, edukacyjne czy wystawiennicze²⁶, a czwarty instytucje i stowarzyszenia, które zajmują się osobami ze szczególnymi potrzebami, zagrożonymi wykluczeniem i wymagającymi opieki (np. domy pomocy społecznej) – w 2019 wspomniała o nich blisko połowa reprezentantów muzeów uczestniczących w ankiecie internetowej (stale

²⁶ Tamże, s. 35.

lub regularnie ok. 10%). W roku 2020 odsetek wskazań był większy i wyniósł 68% (stałe lub regularnie 16%). Przygotowanie oferty dla takich stowarzyszeń i instytucji wymaga od muzealników wiele pracy i dużo doświadczenia, bowiem trzeba zaplanować działania umożliwiające atrakcyjne spędzanie czasu, aktywizujące, niekiedy mające walory terapeutyczne dla osób w zaawansowanym wieku lub dotkniętych niepełnosprawnością. Podczas badań w 2019 roku obserwowaliśmy na przykład zajęcia warsztatowe w jednym z miast średniej wielkości, w czasie których przedstawicielka zanikających zawodów prezentowała pracę pszczelarza, a uczestnicy zostali zaangażowani w przygotowanie przedmiotów z wosku takich jak figurki i świece. Ta sama grupa uczestniczyła już w warsztatach, podczas których seniorzy wykonywali regionalne wycinanki. W muzeum były także *przepiękne walentynki robione, wspaniałe* [2019: 10_Sen1]²⁷.

W końcu w kontekście projektu skupionego na dorosłych w wieku produkcyjnym i seniorach na szczególną uwagę zasługują organizacje kombatanckie, których część stopniowo zmieniła się w stowarzyszenia rodzin - potomków kombatantów i ludzi odczuwających obowiązek podtrzymywania pamięci o określonych osobach, organizacjach czy wydarzeniach z przeszłości. Uczestnicy wydarzeń historycznych oraz ludzie uważający się za ich ideowych spadkobierców znajdują w wielu muzeach miejsca, w których mogą się spotykać, deponować pamiątki, występować w roli świadków historii. Kombatanci i ich rodziny współpracują z muzeami, uczestniczą w organizowaniu uroczystości rocznicowych, wspierają publikacje dokumentów i monografii, inicjują budowę pomników i tablic pamiątkowych²⁸.

Osoby współpracujące z muzeum

Współpraca muzeum z osobami indywidualnymi przybiera dwie formy. Pierwsza to często spotykane w praktyce włączanie osób niezatrudnionych w muzeach do kręgu stałych współpracowników. Jak wynika z badań z 2019 roku występuje w niemal połowie muzeów (46%), natomiast współpracę z dorosłymi zadeklarowało ok. 63% muzeów / oddziałów muzeów uczestniczących w ankiecie w 2020 roku (tabela 3.3). Zasady współpracy ustalane są indywidualnie - bywa ona płatna (część etatu, umowa zlecenie), może mieć także charakter wolontariatu. Osoby pracujące bez wynagrodzenia często otrzymują od muzeów różne formy

²⁷ Tamże, s. 33.

²⁸ Tamże, s. 36.

podziękowania, na przykład, w postaci zaproszeń na wydarzenia lub prawa do nieodpłatnego wstępu.

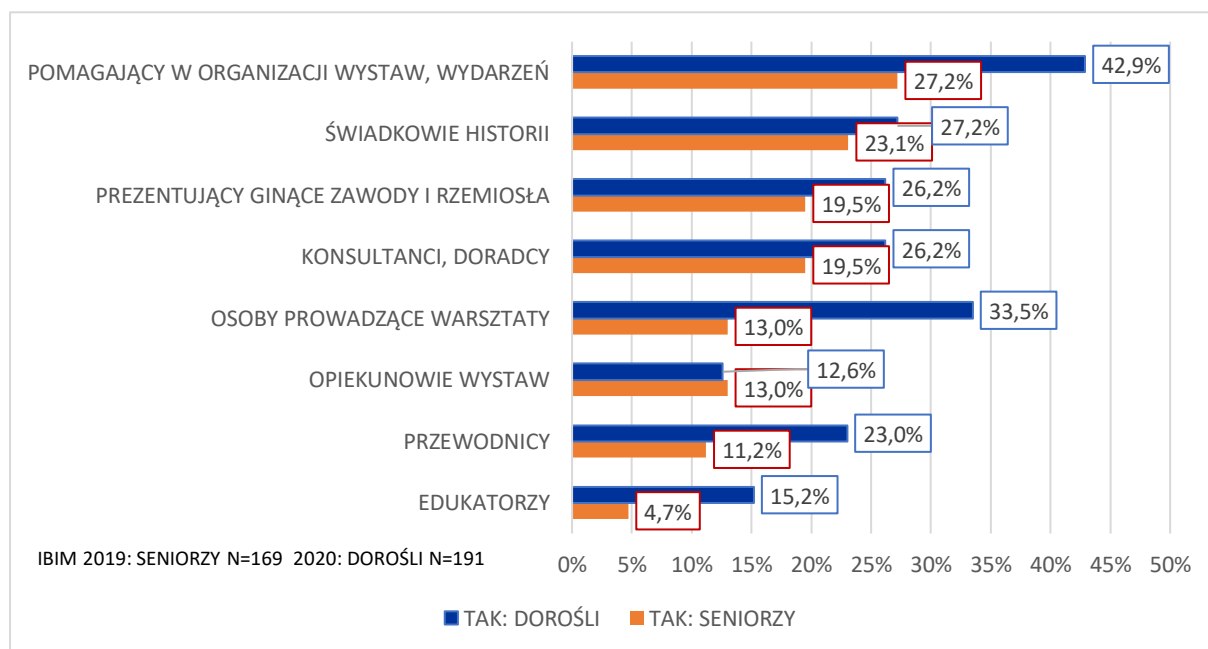
Tabela 3.3. Włączanie dorosłych i seniorów do grona współpracowników muzeum

Pytanie: Czy w Państwa Muzeum / Oddziale Muzeum włącza się osoby starsze/ dorosłe do grona stałych współpracowników lub wolontariuszy?	SENIORZY 2019	DOROŚLI 2020
	(%)	
TAK	45,6	62,8
Źródło:	IBIM 2019: N=169	IBIM 2020: N=191

Porównanie wyników internetowych badań ilościowych zrealizowanych w muzeach w latach 2019 i 2020 wskazuje (wykres 3.1), że niektóre formy współpracy są znacznie częściej wymieniane w kontekście dyskusji o osobach dorosłych niż o seniorach, należą do nich aktywność w charakterze edukatorów i przewodników, osób prowadzących warsztaty oraz pomagających w organizacji wystaw czy wydarzeń.

Wykres 3.1. Formy współpracy dorosłych i seniorów z muzeum

Pytanie: W jaki sposób osoby starsze/ dorosłe współpracują z Państwa Muzeum / Oddziałem Muzeum?



Osobą najczęściej spotykaną, wymienianą przez co czwartej uczestnika ankiety w roku 2019 i przez 43% respondentów w 2020, jest *taka kochana pani, zazwyczaj bardzo*

sympatyczna, chętna do wszystkiego, mająca czas [2019: 02_Wolontariusze], czyli aktywna osoba pracująca w charakterze opiekuna ekspozycji czy pomagająca w pracy technicznej lub organizacyjnej na stałe, ewentualnie podczas wydarzeń muzealnych:

Ważną taką imprezą jest Noc Muzeów. Z uwagi na to, że nasi słuchacze bardzo pomagają w obsłudze tej nocy, zgłaszają się bardzo chętnie. Dwie tury słuchaczy. Pierwsza jest od 16-tej, nie wiem dokładnie, o której to się zaczyna. I to jest do 24 i nasi słuchacze do 24 stoją i są przypisani do sali konkretnej. Najwięcej chętnych jest do sali tortur. Bo tam się... są straszne... są śmiechy i wesoło jest bardzo fajnie. Bo to też jest taka współpraca. Bo od wielu lat, od wielu, wielu lat. [2019: 12_Sen1]

Najczęściej to takie osoby, które zakończyły już wiele aktywności. Często przez najbliższe otoczenie traktowane jako te, które mają najwięcej czasu, więc często przydatne do wszystkiego. [2019: 04_Muz]

Oprowadzają i pokazują eksponaty. Opowiadają o nich i mają szeroką wiedzę na ten temat. [2020: 09_Dor]

W ramach wolontariatu mam dwie osoby, które współpracują z nami: oprowadzają grupy sprzedają pamiątki czy bilety. Mężczyzna i kobieta. [2020: 11_Muz]

Wielu takich współpracowników wykonuje swoje czynności rutynowo, choć zdarzają się ludzie, dla których podjęcie pracy w muzeum stało się nowym rozdziałem w życiu. W trakcie badań w 2019 roku przeprowadziliśmy wywiad z osobą, która przepracowała kilkadziesiąt lat jako urzędniczka spółdzielni mieszkaniowej w jednym z dużych miast, a po przejściu na emeryturę zaczęła się interesować kulturą, między innymi zwiedzała liczne w tym mieście muzea. Szczególnie zainteresowała ją jedna z instytucji *ze względu na obiekt, szalenie mi się podobał obiekt. Niesamowite wrażenie dla mnie w pierwszym momencie jak weszłam do muzeum: krużganki, weszłam na krużganki, i nagle w części kościoła dawnego potężna budowla. Niesamowita* [2019: 11_Sen1]. Osoba ta czynnie uczestniczy w przygotowaniu wystaw czasowych, chętnie rozmawia ze zwiedzającymi, z profesjonalnymi muzealnikami oraz z artystami: *jestem zadowolona powiem szczerze – powiedziała podczas wywiadu. – Wspaniałych ludzi się tutaj spotyka* [tamże].

Często współpracownikami są ludzie o wysokim poziomie kompetencji związanych z typem muzeum i rodzajem posiadanej kolekcji – czynni zawodowo lub emerytowani profesjonaliści, naukowcy, artyści, a także kolekcjonerzy, którzy dla pracowników są źródłem inspiracji, służą jako konsultanci, pomagają w opracowaniu koncepcji wystaw, wypożyczają eksponaty, a czasem oprowadzają po wystawach lub uczestniczą w działaniach edukacyjnych. Niektórzy wykładowcy akademicki organizują w muzeach zajęcia, wykorzystują eksponaty w celach dydaktycznych i pomagają organizować praktyki zawodowe dla studentów:

Nam się udało wykształcić całkiem sporą i wierną grupę publiczności, która przychodzi do nas stale. Dużą rolę pełnią zaprzyjaźnieni w muzeum podróżnicy. Specjaliście, orientaliście, którzy często występują u nas nieodpłatnie ze względu na swoją pasję przez to, że leży im na sercu dobro naszego muzeum, ale też chcą zarażać swoją wiedzą, czy też promować, ten region świata, by coraz więcej osób miało o tym wiedzę. Ta coraz większa liczba fachowców bardzo nam pomogła skoncentrować publiczność wokół muzeum. [2020: 01_Muz]

To jest grupa modelarzy (...). Wspierają nas modelami podczas wystaw i jakiś wydarzeń. My nieraz od nich potrzebujemy jakiejś pomocy, bo to są też specjaliści, którzy bardzo dobrze znają formy malowania danego pojazdu. Są biegli w tym i wiedzą w jakim roku było malowanie tego pojazdu, a jakie było w następnym. Czyli są bardzo dobrym źródłem pomocy i wsparcia. [2020: 06_Dor]

Muzeum jako przestrzeń społecznej transmisji i podtrzymywania pamięci zbiorowej.

Interesującą grupę współpracowników stanowią reprezentanci tradycyjnych, zanikających zawodów regularnie zapraszani na różnego rodzaju warsztaty, zwłaszcza w muzeach posiadających ekspozycje o charakterze etnograficznym. Osoby takie pomagają zwiedzającym i uczestnikom muzealnych wydarzeń poznawać dzieje codziennego życia i przemiany w zakresie kultury materialnej. Reprezentanci rzadko dziś praktykowanych umiejętności to w większości osoby starsze (zgodnie z badaniami z 2019 roku zapraszani przez 19,5% muzeów), które rozpoczęły pracę w czasie, gdy wybrany przez nich zawód wykonywany był powszechnie i nic nie zapowiadało jego rychłego zaniku. W grupie tej zdarzają się także osoby wciąż czynne zawodowo, stąd w sondażu internetowym dotyczącym dorosłych z 2020 roku wspominała o nich jedna czwarta respondentów.

Aktywność przedstawicieli ginących zawodów to przykład praktycznej realizacji w wielu polskich instytucjach działań realizowanych z udziałem przedstawicieli tej grupy. Zapraszanie do aktywnej współpracy przedstawicieli różnych środowisk sprawia, że liczne muzea stały się przestrzeniami społecznej transmisji i podtrzymywania pamięci zbiorowej. Jak wynika z badań zrealizowanych w 2020 roku (wykres 3.2), niemal co drugie muzeum organizuje wydarzenia mające na celu spotkanie i komunikację różnych pokoleń, a 42% podejmuje działania, w których osoby starsze uczestniczą jako świadkowie przeszłości. Formy tej aktywności są zróżnicowane (tabela 3.4) i obejmują spotkania wspomnieniowe, akcje zbierania pamiątek, przedsięwzięcia z zakresu „historii mówionej” mającej na celu zapisywanie relacji świadków przeszłości dla potrzeb kolekcji muzealnej, projekty medialne i naukowe.

Wykres 3.2. Formy współpracy dorosłych i seniorów z muzeum

Pytanie: Czy w ciągu ostatnich 12 miesięcy w Państwa Muzeum / Oddziale Muzeum realizowano działania...

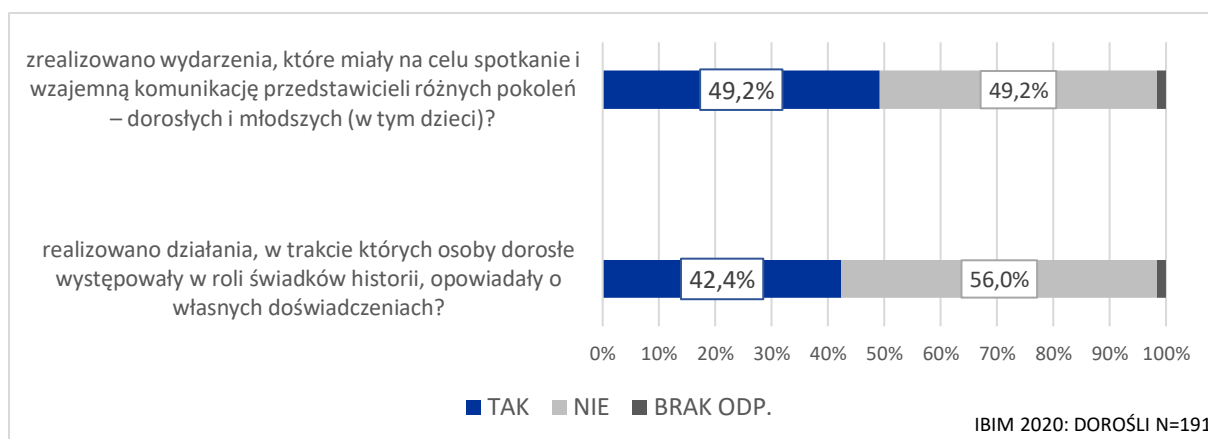


Tabela 3.4. Działania, w trakcie których osoby dorosłe występowały w roli świadków historii, opowiadały o własnych doświadczeniach

Pytanie: Czy w ciągu ostatnich 12 miesięcy w Państwa Muzeum / Oddziale Muzeum realizowano działania, w trakcie których osoby dorosłe występowały w roli świadków historii, opowiadały o własnych doświadczeniach?

DZIAŁANIA	DOROŚLI 2020
	(%)
Spotkania wspomnieniowe z ludźmi dorosłymi	33,0
Zbieranie pamiątek – fotografii, artefaktów, dokumentów	24,6
Projekty dokumentacyjne — zapis relacji świadków przeszłości dla potrzeb kolekcji muzealnej	20,4
Projekty medialne – udział w pracy nad audycjami, programami i filmami dokumentalnymi z udziałem osób dorosłych	12,0
Projekty naukowe – zapis relacji świadków przeszłości dla potrzeb badań	11,0
	Źródło: IBIM 2020: N=191

Niektórzy obecni w muzeach świadkowie przeszłości są zrzeszeni i reprezentują organizacje i stowarzyszenia mające na celu poznawanie i dokumentowanie przeszłości oraz popularyzowanie wiedzy historycznej:

Tutaj mamy swoje wystawy w muzeum. Bo ta współpraca pozwala na to, że my mamy też swoje wystawy. Mamy Klub Fotograficzny. [2019: 12_Sen1]

Coraz częściej współpracujemy z depozytariuszami niematerialnego dziedzictwa - często z inicjatywy oddolnej różnych środowisk: np. Bractwo Kurkowe, szopkarze, koronczarki itp. lub organizacji przez Muzeum np. Orszak Lajkonika, szopkarze. [IBIM 2020]

Do współpracy z muzeami zapraszane bywają także osoby prywatne, które występują podczas uroczystości rocznicowych i spotkań, podejmują się także roli przewodników po wybranych wystawach:

Te osoby działają jak swoistego rodzaju świadkowie. Tacy wolontariusze, właśnie na zasadzie przewodników. Właśnie kolekcjoner, pan który przekazał nam kolekcję sam po prostu, bo wiadomo, że z pracownikiem, ale on oprowadza. On mówi o tej kolekcji. [2019: 03_Muz]

Do nas przychodzą całe rodziny. To są rodziny wielopokoleniowe, rodzice, dziadkowie i dzieciaki w różnym wieku, od małych, które nie za bardzo wiedzą, co to jest za miejsce i po co tam przyszły, po dzieciaki, które po raz pierwszy mają zetknięcie z historią. Dziadkowie czy my jako przewodnicy tłumaczymy [im] jak to wyglądało. [2020: 09_Przewodnik]

Osoby dorosłe, zwykle zrzeszone w stowarzyszeniach i organizacjach, są inicjatorami własnych projektów realizowanych w co piątym muzeum (wykres 3.3). Działania tego typu mają różny charakter (tabela 3.4), są to wystawy, spotkania, projekty badawcze i naukowe, warsztaty, projekty edukacyjne i dokumentacyjne:

Fundacja A., która podejmuje (...) od wielu lat zajmuje się warsztatami wielokulturowymi, promowaniem i różnego typu działaniami aktywizującymi przedstawicieli społeczności azjatyckiej, projekty kulturalne. To jest zgodne z naszymi działaniami statutowymi, dlatego my się tu wspieramy. [2020: 01_Muz_Warszawa]

Piszemy różnego rodzaju wnioski na różnego rodzaju projekty. Raz się udaje a raz nie, to jest różnie. W ciągu roku jest kilkanaście podróży studyjnych. [2020: 06_Muz_Edu]

Przybiera to różne formy, przekrój jest bardzo szeroki: grupy rekonstrukcyjne, stowarzyszenia motoryzacyjne, które organizują sobie zloty, stowarzyszenia rodzinne, które organizują sobie zjazdy rodzinne na terenie naszego muzeum, czy fundacje, które realizują przeróżne projekty np. realizację amatorskich filmów czy adaptacji bajek. [2020: 10_Muz1]

Wykres 3.3. Realizacja w muzeach własnych projektów przez przedstawicieli publiczności

Pytanie: Czy w ciągu ostatnich 12 miesięcy w Państwa Muzeum / Oddziale Muzeum

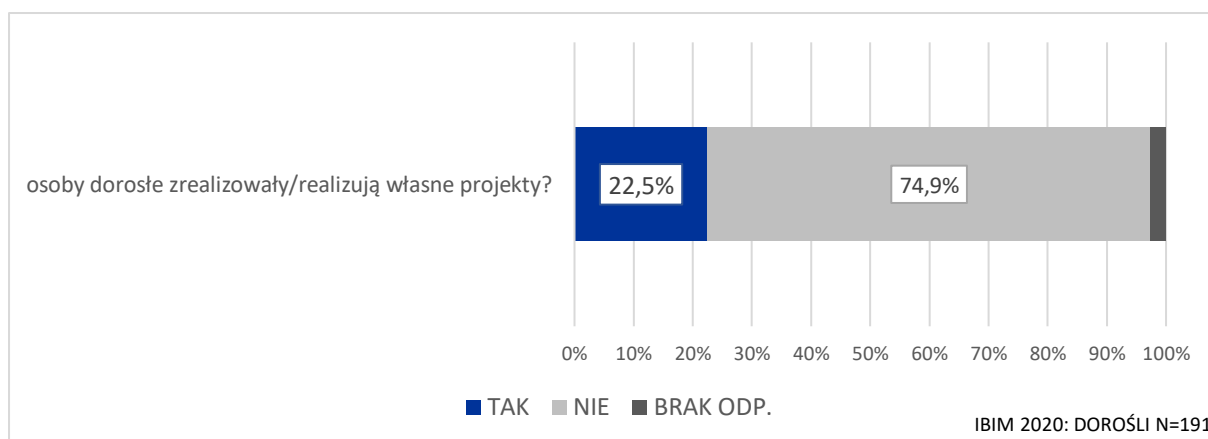


Tabela 3.5. Projekty realizowane w muzeach przez osoby dorosłe

Pytanie: Jakie to są/były projekty? Proszę wymienić.		
KATEGORIA	Lb./(%)	DOROŚLI 2020: PRZYKŁADY DZIAŁAŃ
WYSTAWY	17 37,8%	Wernisaż artystów zrzeszonych i niezrzeszonych, wystawa prac malarskich / Wystawa Fotografii Lotniczej (Spotterzy)/"Muzak" - wystawa studentów Instytutu Sztuki Uniwersytetu Opolskiego / "Kultowe miejsca O. - Krajowy Festiwal Polskiej Piosenki" - Towarzystwo Historyczne, oddział w O. / Wystawa fotografii "East Side Story" - wystawa stanowiąca podsumowanie projektu polsko-niemiecki poświęconego problemowi powojennej emigracji, repolonizacji terenów Pomorza etc. / Celuloidowa Historia Częstochowy- projekt K.K. / „Poza wyobraźnię” wernisaż wystawy N. i M. J. / „Maluję, bo chcę i lubię to robić” wernisaż wystawy M.R.–M. / Spotkanie autorskie z J.L. i M.P. pt. "Trzeba ginąć, stąd się nie wychodzi"/ Galeria wystawiennicza - grupa Regionalnego Stowarzyszenia Twórców Kultury prowadzi i organizuje własne wernisaże /Zorganizowanie projektu wystawienniczo-edukacyjnego pt. „Praca, pasja, przyjaźń. Ocalić od zapomnienia". Inicjatywa pracowników byłej kopalni Z. / Realizacja wystawy „Stryjeński - legionista wolności”, realizowana przez pacjentów dziennego oddziału Szpitala Psychiatrycznego w K-K (realizację projektu przerwał wirus) oraz regularnie realizowany przez dorosłych "Depozyt pamięci", mini-wystawa przygotowywana przez odbiorców muzeów, związana z dziejami ich rodzin / Wystawa czasowa grafik Ł.R. wystawa czasowa A.T. recital klawesynowy prof. M.S. / rezydencja Artystyczna Anny Zubrzycki „Błażnice. Wędrowanie” / Wspólna realizacja wystaw historycznych z Fundacją „Pomnik – Mauzoleum”/ Wystawa twórczości artystów lokalnych / Wystawa „OTO”
PROJEKTY BADAWCZE I NAUKOWE	7 15,6%	Programy badawcze z zakresu archeologii doświadczalnej/Prace licencjackie, prace magisterskie, prace zaliczeniowe, udział w konkursach/dr hab. Dorota Angutek pracuje w Instytucie Socjologii UY. Zainteresowana tradycjami wytworzonymi (wynalezionymi) oraz kulturą ludową i wytworzoną Krajny. Rozpoczęła badania nad pochodzeniem haftu krajeńskiego, dokonała podziału stroju w regionie na strój krajniacki i krajeński /Relizacja nagrań muzycznych zespołów ludowych z regionu świętokrzyskiego / Indywidualne projekty naukowo-badawcze z zakresu archeologii eksperymentalnej prowadzone przez studentów i doktorantów Uniwersytetu im. AF / „Projekty naukowe – badanie publiczności muzealnej / program „Gaude Polonia”, współpraca z uczelniami wyższymi w kraju i za granicą
SPOTKANIA	5 11,1%	Muzeum Hutnictwa (...) którego członkami są nestorzy hutnictwa od lat związani z branżą. Bardzo często organizują w Muzeum spotkania dla osób dorosłych, prelekcje. / Tak, spotkania członków grup literackich (Stow. Pisarzy Polskich, Stow. Autorów Polskich, Związek Literatów Polskich)/ Doroczne spotkania K. Kongresu Kobiet, warsztaty tworzenia palm wielkanocnych, realizacja pikniku paleontologicznego we współpracy z kadrą i studentami Uniwersytetu Wrocławskiego. / Odkrywanie C.- autorski projekt Władysława R., Zbysław J. rozmawia z.../ Spotkanie hodowców drobiu ozdobnego na terenie Muzeum współorganizowane z Amatorską Hodowlą Drobiu Ozdobnego... oraz Stowarzyszeniem Hodowców Drobiu
WARSZTATY	4 8,9%	Warsztaty ikonopisarskie / Cykl spotkań "Spichlerz wyobraźni" - Muzeum udostępnia przestrzeń dla rękodzielników, którzy zapraszają do wspólnego tworzenia./ Warsztaty graficzne w oparciu zbiory muzealne/ Kursy mistrzowskie - Kałudi Kałudov

PROJEKTY EDUKACYJNE	4 8,9%	Projekty z zakresu edukacji kulturalnej - blogi podróżnicze / Część spotkań w ramach cyklu Niedziela w Muzeum / Gra miejska z IPN, Quest dotyczący bitwy miechowskiej / Promocje książek, tomików poezji
FILMY DOKUMENTALNE	2 4,4%	Filmy dokumentalne realizowane przez podmioty zewnętrzne. Projekty popularyzacyjne – nagrania filmowe na temat historii byłego niemieckiego obozu koncentracyjnego na Majdanku i jego ofiar
INNE	6 13,3%	Sporządzanie kwerend, wystawy malarskie / Spotkania poetyckie, wystawy, wernisaże / Wykład, event / Praca na temat - Edukacja w muzeum / Współpraca przy organizacji uroczystości ku czci pomordowanych mieszkańców M. w pacyfikacji w 1943 roku i Dnia Walki i Męczeństwa Wsi Polskiej / Stowarzyszenie Historyczne Bataliony Obrony Narodowej realizuje projekt rekonstrukcji placówki Straży Granicznej z lat 30. XX w. Muzeum wsparło finansowo zakup trzech kompletów mundurów
Razem	45 100,0	Źródło IBIM 2020 Dorośli, N = 191 PRZEDSTAWICIELE DOROSŁEJ PUBLICZNOŚCI REALIZOWALI PROJEKTY W 22,5 MUZEÓW

Stali bywalcy

Stali bywalcy poszczególnych muzeów, choć są ułamkiem ogółu publiczności, tworzą interesujące zbiorowości i odgrywają istotną rolę w działaniach wielu muzeów. Osoby z takich kręgów uczestniczą w wernisażach i wydarzeniach, chętnie włączają się w różne prace, dzielą się opiniami i doświadczeniem, w swoich miejscowościach są ambasadorami instytucji:

To jest taka bilateralna współpraca. Oni mają gdzie przyjść, mamy przyjemnie sobie spędzić czas czegoś się ucząc, a muzeum ma taką grupę ludzi na którą może zawsze liczyć. To tacy wierni odbiorcy. [...] to jest grupa, która przychodzi na nasze koncerty, która interesuje się ofertą. [2019: 10_Muz1]

Stała grupa naszych przyjaciół muzeum [...] Byli od zawsze i są cały czas. [...] To jest stały krąg tych seniorów, którzy zresztą zakładali, współorganizowali muzeum, przez co czują się bardziej z nim związani. [...] Odwiedzają nas bez względu na to czy jest jakaś oferta, czy nie. Przychodzą na wernisaże itd., itd., itd. Nie mamy oferty stałej, natomiast zdarza nam się, że tak powiem z czymś wyskoczyć. Ja kilka lat temu zorganizowałam taki cykl wykładów [...] traktujemy ich jako przyjaciół, ale też mentorów [...] Są dla nas w dużej mierze takim wsparciem merytorycznym [...] Jest ogrom wiedzy praktycznej, którą nam przekazali. [2019: 08_Muz3]

Spacerzy piątkowe pod hasłem „Uczniowie i mistrzowie”. Od jakiegoś czasu zauważamy, że do nas przychodzi publiczność taka 40-letnia i one się cieszą dosyć dużym powodzeniem. Myśmy myśleli, że grupa będzie liczyła 20-30 osób, a przed pandemią na ostatnim spacerze w lutym 2020 roku było około 70 osób, czyli to jest taka pokaźna grupa osób i ta średnia wieku była zdecydowanie 40-50. [2020: 03_Muz.Edu]

Osoby zainteresowane spotkaniami wieczornymi, to główne źródło budowania społeczności dookoła muzeum... To były osoby po 30. roku życia, może i 25., bo to się może teraz obniżyć (...) Na wystawach robiliśmy wydarzenia i grupy, które przeszły, one się ukształtowały, skryształizowały na tych wydarzeniach. To taka silna grupa, do której dołączały nowe osoby. (...) to są osoby indywidualne z okazjonalnymi znajomymi. To jest ten trzon. [2020: 01_Muz_Edu]

Dla stałych bywalców muzeum często stanowi ważny układ odniesienia i miejsce zawierania i podtrzymywania ważnych relacji społecznych i prywatnych kontaktów towarzyskich. Członkowie stałej publiczności często czują się silnie związani emocjonalnie ze swoimi ulubionymi muzeami, a regularny kontakt z zatrudnionymi w instytucji specjalistami sprawia, że czują się dowartościowani:

Jest jakaś więź [...] nie jesteśmy anonimowi [...] co roku mamy spotkania opłatkowe. I muzeum zawsze nam użycza swoich pomieszczeń. [...] jubileusze [...] one się dobrze czują, przychodzą do siebie. [2019: 06_Sen]

Osoby, które chętnie do nas przychodzą. Chyba z powodu takiego sentymentu. [...] Przychodzą tutaj i będą przychodziły i obserwują. I bardzo często w bardzo kulturalny sposób odnoszą się do przemian, które tutaj zaszły. [...] Potrafią powiedzieć i docenić, że nowe wysiłki muzeum, nowego zespołu, nowej dyrekcji również są dla nich interesujące i też chcą brać w tym udział. [...] Oni czują się troszkę jak u siebie. [2019: 11_Muz1]

Ostatnio spędzam tak dużo czasu [w muzeum], że śmieję się, że prawie się stał już moim domem. Poza tym śmieję się, że jestem taka lokalną patriotką. Muzeum jest dla mnie przez to miejscem, które zawsze mnie zaskakuje. Projekt polscy projektanci – polskie projekty to było dla mnie coś nowego, fajnego, otwierającego przede mną ciekawe obszary. Poza tym poznaję tam dużo ciekawych ludzi [2020: 02_Dor]

Wśród stałej publiczności w wielu muzeach (ale i w innych instytucjach kultury) zdarzają się też postaci charakterystyczne i niekonwencjonalne, ludzie samotni, żyjący na granicy społecznego wykluczenia, trapieni przez różnego rodzaju choroby czy uzależnienia, niekiedy uważani przez otoczenie za odmieńców. Takie osoby jeden z respondentów opisał plastycznie acz dosadnie:

Dziady wernisażowe to jest wręcz stała grupa, starszych osób z Krakowa, które w części są zainteresowane sztuką, w części są alkoholikami, czy też osobami, które chcą skorzystać z poczęstunku, który jest na otwarciach. [2019: 05_Wernisażowiec]

Stali bywalcy to często ludzie starsi, mający dużo wolnego czasu i potrzebujący kontaktu z innymi ludźmi, ale kręgi te obejmują też dorosłych w wieku produkcyjnym, przedstawicieli różnych zawodów, studentów, artystów. Dlatego wątek stałych bywalców zarysował się także w czasie wywiadów prowadzonych w roku 2020:

Mamy grupę bywalców wernisażowych. Nawet takich, którzy nie dostają zaproszeń, ale mamy także grupę, która stale przychodzi do nas na wystawy. [2020: 04_Muz]

To jest fajne, że mogę oglądać spostrzeżenia innych ludzi z podróży i tam ewentualnie pojechać, a przy okazji z nimi porozmawiać. Interesują mnie wernisaże wszelkiej maści i spotkania z twórcami. To jest to wartość dodana, bo pytam o warsztat dość często. [2020: 01_Dor]

Rozmowy o regularnych bywalcach muzealnych wydarzeń i wernisaży miały szczególną wymowę jesienią 2020 roku, gdy z powodu epidemii sale muzealne pozostawały puste i zamknięte. Niektórzy pracownicy muzeów wspominali, że brakuje im towarzystwa tych stałych gości, czasem oryginałów, ale też często ludzi twórczych, życzliwych profesjonalistów i bezinteresownych entuzjastów, dla którzy żywy kontakt z kulturą stanowi jedną z podstawowych potrzeb.

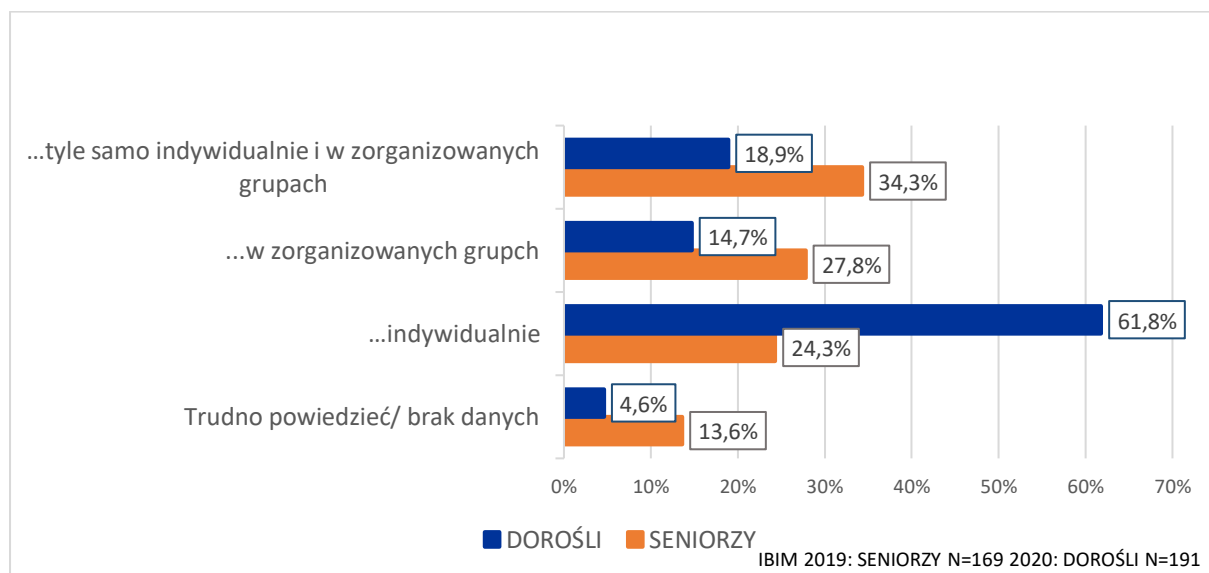
WIZYTY DOROSŁYCH W WIEKU PRODUKCYJNYM I SENIORÓW W MUZEACH

Organizacja wizyt dorosłych w wieku produkcyjnym i seniorów w muzeach

Uczestnictwo w kulturze instytucjonalnej wymaga podejmowania różnego rodzaju decyzji o charakterze organizacyjnym i logistycznym. Przegląd zagadnień tego typu zaczniemy od przypomnienia jak to wyglądało w przypadku osób starszych w świetle badań z 2019 r. Zdaniem respondentów badań internetowych (IBIM 2019) seniorzy odwiedzają muzea przede wszystkim w grupach (wykres 4.1), a rzadziej indywidualnie. Tego rodzaju obserwacja ludzi, którzy na co dzień stykają się z publicznością, może wynikać z faktu, że osoby starsze w przestrzeni muzeum są prawie niewidoczne [2019: 04_Muz] przez co nie zwracają one uwagi pracowników muzeów. Widoczne są natomiast zorganizowane grupy osób starszych, które dają się zidentyfikować, bo często wymagają szczególnej uwagi muzealników i bywają też uwzględniane w osobnych sprawozdaniach. Argumentem na rzecz takiej interpretacji mogą być rezultaty sondażu internetowego z 2020 roku, w którym wyraźnie przeważali zwolennicy poglądu, że większość dorosłych odwiedza ich muzea indywidualnie.

Wykres 4.1. Obserwacje muzealników dotyczące charakteru wizyt seniorów.

Pytanie: Czy większość osób starszych/dorosłych odwiedza Państwa Muzeum / Oddział Muzeum?

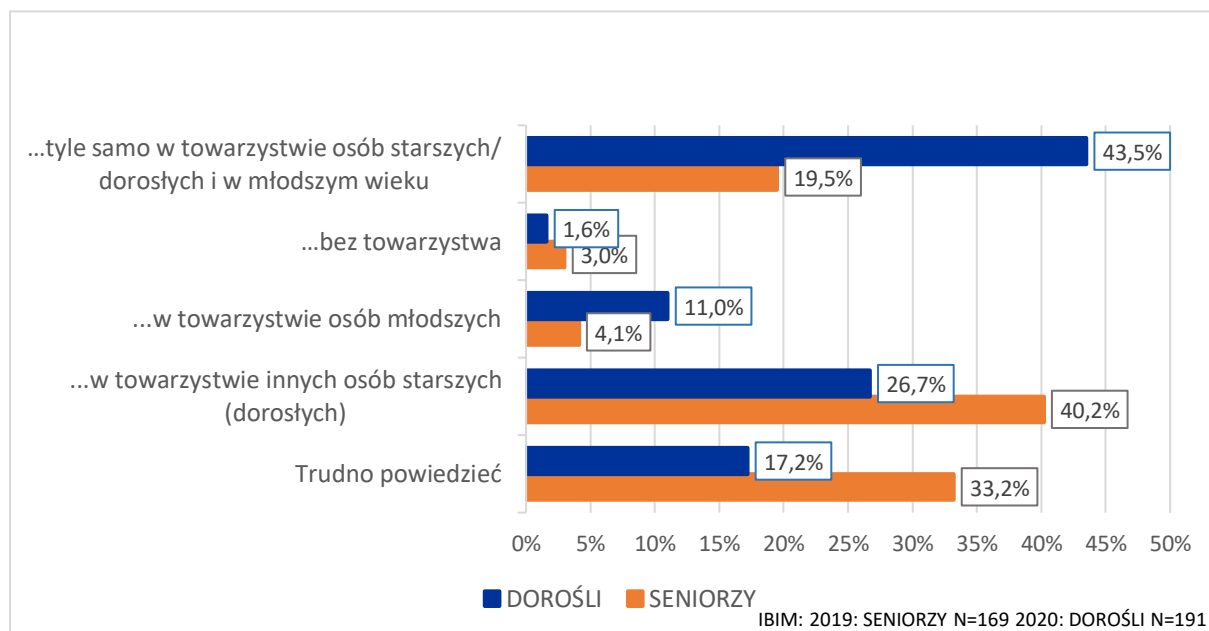


Jednak niezależnie od tego czy wizyta w muzeum ma charakter indywidualny czy grupowy, zwykle przebiega w towarzystwie innych osób - według wyników ankiety internetowej z roku 2019 (wykres 4.2.), muzealnicy bardzo rzadko widzą osoby starsze samotnie zwiedzające ich muzea. Ich zdaniem *zawsze jest ktoś do towarzystwa*

(2019: 02_Muz), choć osoby towarzyszące mogą być różne. Najczęściej są to inne osoby starsze (tak sądziło 40% uczestników ankiety), ale częstym widokiem w muzeum są także grupy składające się z osób w różnych wieku. Zdaniem dwóch piątych muzealników uczestniczących w badaniach internetowych z 2020 roku, tyle samo osób dorosłych przychodzi w towarzystwie innych dorosłych lub dzieci i młodzieży, jedna czwarta zaobserwowała przede wszystkim dorosłych zwiedzających w towarzystwie innych dorosłych, a co dziesiąta - w towarzystwie osób młodszych:

Wykres 4.2. Obserwacje muzealników dotyczące osób towarzyszących seniorom w muzeach

Pytanie: Czy większość osób starszych/ dorosłych odwiedza Państwa Muzeum / Oddział Muzeum...



Widzę też czasem rodziny z dziećmi, chociaż w mniejszej ilości. Ale mało widzę takich osób samotnie, czy w grupie w średnim wieku zwiedzających muzeum czy małżeństwo czy para w wieku 40 lat. To są bardzo rzadko. Nasza roczna frekwencja to tylko 350 tysięcy osób. [2020: 03_Muz]

Dominuje chodzenie przynajmniej w parze albo ze znajomym. [...] Przychodzą w różnych grupach. Są to na przykład dwie przyjaciółki, które przychodzą i mają czas na zwiedzanie. To może być kilka osób, jakaś grupa koleżeńska i spotkanie po latach, bo tu wielokrotnie obserwowałam takie. To może być grupa ludzi z Uniwersytetu Trzeciego Wieku. To wtedy już ma jakiś poważny program. [...] Są grupy, które przyjeżdżają z zagranicy [...] Jest dużo Polaków z innych miast, którzy jak chodzą po muzeum, to gdzieś odnajdują się swojej przeszłości [...] grupa nieformalna pań, które wpadają, i mijają wszystkich po kolei i ciągną koleżanki. [2019: 06_Muz]

Bardzo często obserwuję kiedy przyprawdza je wnuczek albo dzieci. Zauważyłam, że takie grupy seniorów się pojawiają. Nie przechodzą sami, albo to jest grupa, albo to jest grupa koleżanek, znajomych, albo przychodzą z dziećmi, albo z wnukami. Rzadziej pojawiają się sami, ale też. Bardziej

już w tygodniu, w godzinach przedpołudniowych, a tak to są bardziej towarzyskie spotkania. [2019: 08_Muz4]

Zniżki i ulgi dla dorosłych odwiedzających muzea

Ceny biletów wstępu stanowią problem, o którym w różnym kontekście wspominali uczestnicy badań. Dla części dorosłej publiczności i seniorów stanowią one jedną z barier przy podejmowaniu decyzji o zwiedzaniu muzeum:

Rzeczy, które mnie odstraszaają jeśli chodzi o muzea, no to cena biletów, biletów wstępu. To jest główna bariera. [2020: 01_Dor]

Problematyka ta poruszana była też w kontekście badań z 2019 roku nad obecnością seniorów w muzeach. Wiele osób starszych, utrzymujących się z emerytur dysponuje skromnymi środkami finansowymi, *a jak się nie ma pieniędzy, to nie jest tak łatwo* [2019: 11_Sen2]. Nawet relatywnie małe sumy stanowią dla wielu z nich poważne obciążenie i *pomimo tanich biletów [...] seniorzy uważają, że jest to za duża kwota* [IBIM 2019]. Dlatego większość emerytów stara się minimalizować wydatki i uczestnicząc w kulturze chętnie wykorzystuje rozmaite specjalne okazje, zniżki, *magicznie działa też słowo wstęp bezpłatny* [2019: 02_Muz].

Pamiętając o uwarunkowaniach finansowych polskiej publiczności wiele muzeów wprowadza specjalne oferty zarówno dla dorosłych w wieku produkcyjnym jak i seniorów poza ulgami w opłatach za wstęp do muzeów i zwolnieniami z opłat określonymi w art. 10 ustawy z dnia 21 listopada 1996 r. o muzeach (wykres 4.3). Dzięki temu co czwarte muzeum stosuje różne inne finansowe zachęty dla seniorów, ponad połowa zaś – dla publiczności dorosłej. Dla starszych zwiedzających (wykres 4.4) muzea najczęściej stosują dodatkowe ulgi w opłatach za wstęp oraz za udział w wydarzeniach. Niektóre instytucje organizują też różne specjalne atrakcje, aby zwiększyć korzyści z wizyty w muzeum, zapraszają np. seniorów na poczęstunek, rozdają drobne upominki lub nawet udostępniają swoje pomieszczenia różnym środowiskom czy stowarzyszeniom skupiającym osoby starsze, *a zorganizowane grupy seniorów są grupami bardzo rozpieszczonymi i mają szeroką ofertę darmowych zajęć* [2019: 05_Muz]²⁹.

Zachęty finansowe stosowane wobec publiczności dorosłej (wykres 4.5) to ulgi w opłatach za wstęp dla rodzin, bezpłatne wejściówki na wydarzenia, pamiątki, gadzety, materiały informacyjne i reklamowe, pomoce do działań edukacyjnych, wejściówki

²⁹ Tamże, s. 25.

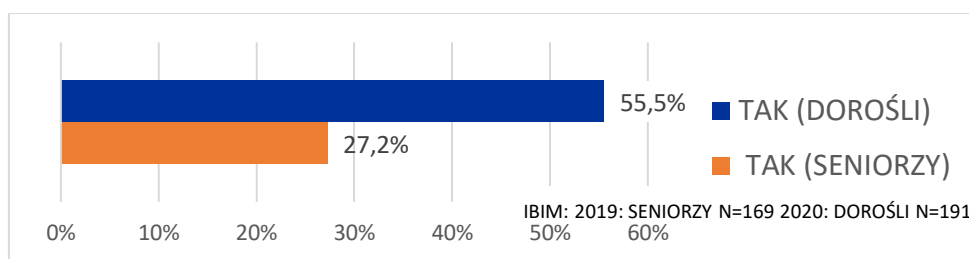
w określone dni tygodnia, poczęstunek podczas wydarzeń, ulgowe lub bezpłatne udostępnianie pomieszczeń:

Zrobiliśmy przepiękne miejsce piknikowe z miejscem na ognisko z ławami, ze stolami i zapowiedzieliśmy na Facebooku, że jak ktoś przyjdzie z gitarą to zwiedzanie ma bezpłatne. [2020: 09_Muz]

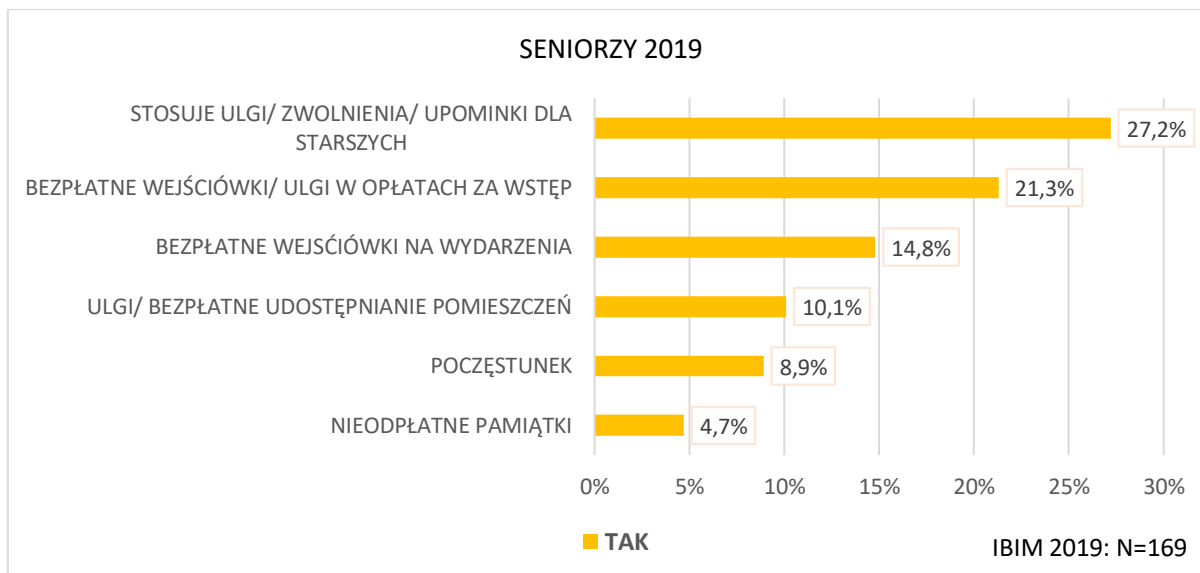
Tutaj codziennie organizujemy jakieś zajęcia dla widzów indywidualnych. Prowadziliśmy też urodziny w muzeum. Oprócz tego mamy też takie wydawnictwa: „Przewodnik muzealnych tropicieli” i „Walizki muzealnych tropicieli”. One są bezpłatne do pobrania w kasie i w szatni, i też są pomyślane jako rozwiązywanie zadań podczas spaceru, dorosły plus dziecko. Odbiorcami oferty dla dzieci z dorosłymi są głównie odbiorcy miejscowi. [2020: 03_Muz_Edu]

Wykres 4.3. Stosowanie ulgi, zwolnień od opłat lub upominków dla seniorów i dorosłych

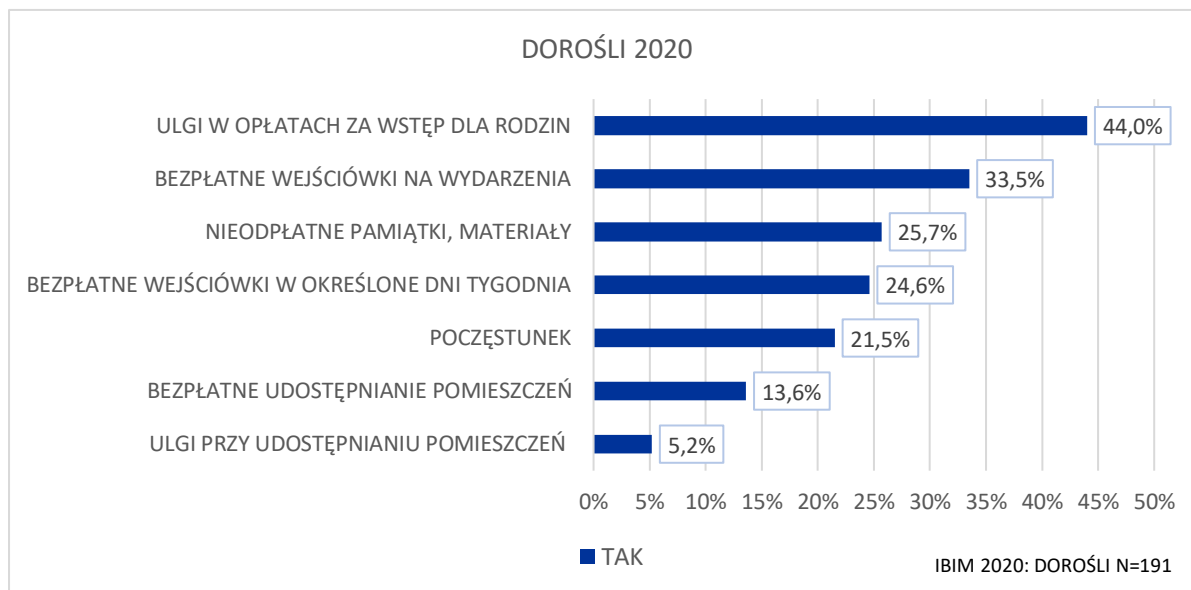
Pytanie: Czy poza ulgami w opłatach za wstęp do muzeów i zwolnieniami z opłat określonymi w art. 10 ustawy z dnia 21 listopada 1996 r. o muzeach w Państwie Muzeum / Oddziale Muzeum stosuje się jakieś dodatkowe ulgi, zwolnienia od opłat lub upominki dla osób starszych?



Wykres 4.4. Ulgi, zwolnienia od opłat lub upominki dla seniorów.



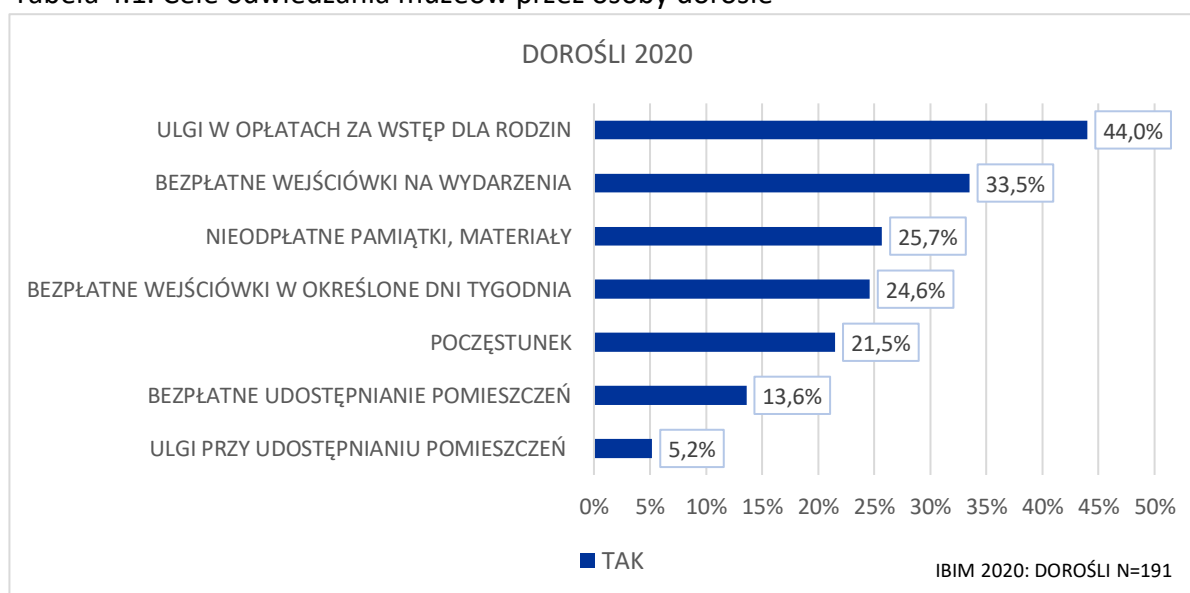
Wykres 4.5. Ulgi, zwolnienia od opłat lub upominki dla dorosłych



Czynniki motywujące dorosłych do odwiedzania muzeów i bariery

Zwiedzanie wystawy stałej to najczęściej wymieniany (przez ponad połowę badanych) cel wizyty w muzeum (tabela 4.1). Drugim celem pod względem popularności, wspomnianym przez ponad jedną trzecią badanych jest zwiedzanie wystawy czasowej. Rzadziej (6-11%) badani odwiedzali muzeum, aby wziąć udział w wydarzeniu muzealnym, np. wernisażu czy nocy muzeów, towarzyszyć dzieciom w przygotowanych dla nich zajęciach, uczestniczyć w wydarzeniu edukacyjnym lub kulturalnym.

Tabela 4.1. Cele odwiedzania muzeów przez osoby dorosłe



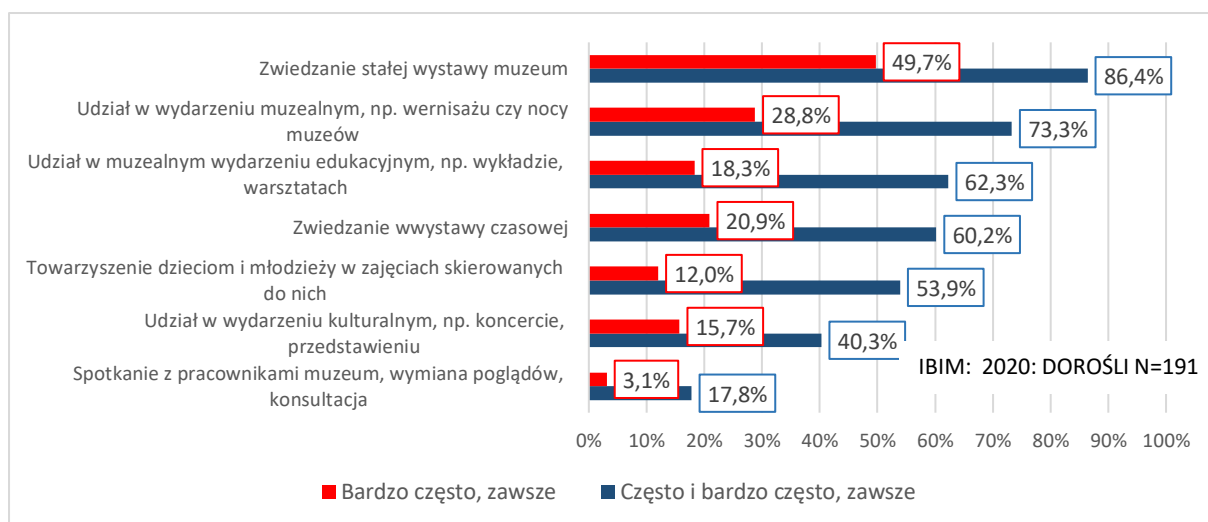
<u>Pytanie:</u> Czy celem ostatniej Pana (Pani) wizyty w muzeum było	(%)
Zwiedzenie stałej wystawy muzeum	52,6
Zwiedzanie wystawy czasowej	37,5
Udział w wydarzeniu muzealnym, np. wernisażu czy nocy muzeów	10,7
Towarzyszenie dzieciom w zajęciach skierowanych do nich	7,8
Udział w muzealnym wydarzeniu edukacyjnym, np. wykładzie, warsztatach	7,1
Udział w wydarzeniu kulturalnym, np. koncercie, przedstawieniu	6,3
<u>Uwaga:</u> respondent mógł odwiedzić muzeum, aby zrealizować kilka celów, dlatego odsetki nie sumują się do 100.	
N = 333 (byli w muzeum w ciągu 12 miesięcy od chwili badania)	
Źródło: NIMOZ/KANTAR 2019	

Uczestnicy badań internetowych realizowanych w 2020 roku (wykres 4.6.) byli zdania, że dorośli przychodzą do ich muzeum, aby zwiedzić wystawę stałą. Pracownicy muzeów sądzą, że osoby dorosłe chętnie biorą udział w wydarzeniach muzealnych (np. wernisaż, noc muzeów), edukacyjnych czy zwiedzają wystawy czasowe. Rzadziej dorośli zjawiają się w muzeum, aby towarzyszyć dzieciom i młodzieży w zajęciach skierowanych do nich lub brać udział w wydarzeniu kulturalnym. Rzadko natomiast przychodzą osoby, którzy chcą się spotkać i porozmawiać ze specjalistami zatrudnionymi w muzeum.

Interesujące są także spostrzeżenia pracowników muzeów dotyczące barier, które utrudniają dorosłym odwiedzanie muzeów (wykres 4.7.). Zdaniem muzealników uczestniczących w ankiecie internetowej w 2020 roku, uczestnictwo w praktykach kulturalnych najczęściej utrudniają intensywna praca zawodowa oraz obowiązki rodzinne. Wśród innych barier wymieniano korzystanie z oferty kulturalnej niewymagającej wychodzenia z domu lub propozycji innych instytucji kultury. Co czwarty ankietowany wspominał, że wielu dorosłych po prostu nie interesuje się ofertą muzealną. W kontekście wymienionych barier mniejsze znaczenie, jak sądzą badani, mają problemy logistyczne związane z dojazdem do muzeów oraz kosztem biletów.

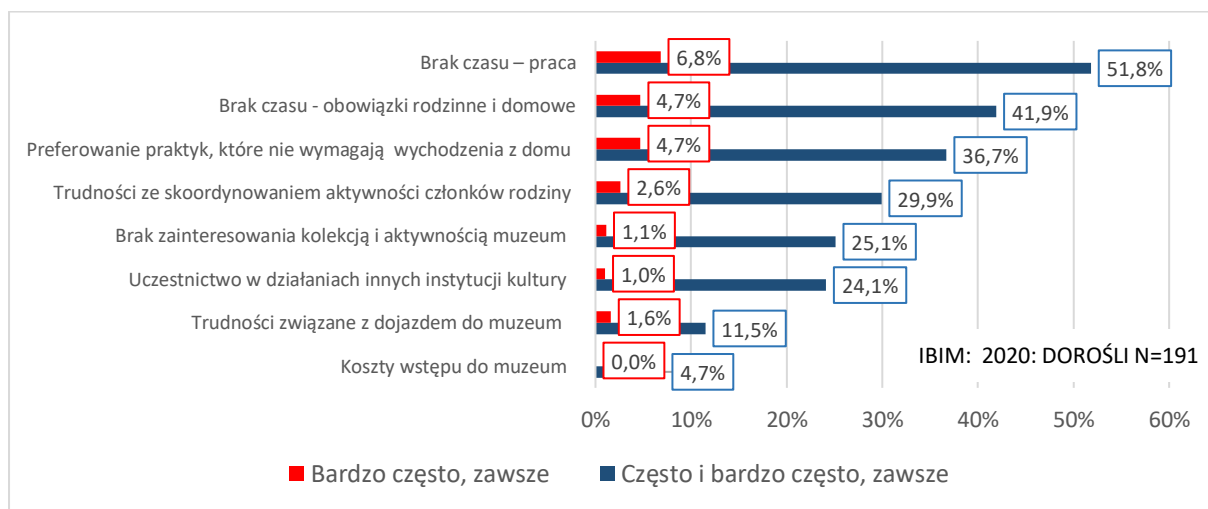
Wykres 4.6. Postrzeganie przez pracowników muzeów celów odwiedzin osób dorosłych

Pytanie: Jak często, Pana(i) zdaniem, celem odwiedzin osób dorosłych w Państwa Muzeum/ Oddziale Muzeum jest:



Wykres 4.7. Postrzeganie przez pracowników muzeów barier utrudniających dorosłym odwiedzanie muzeów

Pytanie: Jak często, Pana(i) zdaniem, wymienione niżej czynniki utrudniają udział osób dorosłych odwiedzaniu Państwa Muzeum / Oddziału Muzeum?



Formy pracy muzeum z dorosłą publicznością

Oferta muzeów kierowana do publiczności dorosłej, w tym do osób starszych jest bogata i różnorodna. Na podstawie wyników internetowych badań ilościowych w muzeach (tabela 4.5.) można stwierdzić, że najczęściej praktykowanymi formami pracy z publicznością są oprowadzania po wystawie oraz wykłady. W większości muzeów uczestniczących w badaniach odbywają się także warsztaty. Mniej popularne, zwłaszcza gdy chodzi o pracę z seniorami, są natomiast różnego rodzaju spotkania towarzyskie oraz działania poza budynkiem muzeum.

Tabela 4.5. Aktywność muzeów kierowana do dorosłej publiczności

Pytanie: Czy w ciągu ostatnich 12 miesięcy w Państwa Muzeum / Oddziale Muzeum miały miejsce działania przeznaczone dla osób starszych należących do publiczności?	SENIORZY 2019		DOROŚLI 2020	
	MIAŁY MIEJSCE	STALE LUB REGULARNIE	MIAŁY MIEJSCE	STALE LUB REGULARNIE
	(%)			
Oprowadzania po wystawie	80,5	44,4	91,6	68,1
Wykłady, prelekcje	71,6	30,2	88,0	45,6
Warsztaty	51,5	13,6	71,7	28,8
Zajęcia poza muzeum, w mieście, w plenerze	36,7	8,9	63,4	18,3
Spotkania towarzyskie	41,4	11,8	55,5	14,7
Źródło:	IBIM 2019: N=169		IBIM 2020: N=191	

Dorośla publiczność poznała różne formy pracy muzeum ze zwiedzającymi, z drugiej strony wielu muzealników czerpie poczucie satysfakcji zawodowej z nowoczesnych, interaktywnych form współpracy ze zwiedzającymi:

Na pewno przebijają się te obiekty, które uchodzą, mają tą reputację tych nowoczesnych, multimedialnych i interaktywnych. Przynajmniej jest taka opinia. Takie są poszukiwane przez turystów i faktycznie jeżeli patrzeć po frekwencji. [2020: 03_Ekspert_Poznań]

Stopień wykorzystania oferty muzeów zależy w dużym stopniu od decyzji zwiedzających. Badania realizowane w 2020 roku wskazują, że wiele muzeów posiada krąg publiczności korzystającej z różnych form komunikacji, dla której ważny stał się regularny kontakt z tym, co dzieje się w instytucji. Osoby aktywne stanowią jednak grupę mniejszościową, większość zwiedzających oczekuje zwykle najpopularniejszych form komunikacji:

Oprowadzanie po wystawie z kuratorem, gdzie mam szerszy kontekst tego, co oglądam. Druga kwestia, bo jestem otwarta naprawdę na różne rzeczy, to Noc Muzeów, kiedy chodzę w tak dziwne miejsca jak Muzeum Miar i Wag. Co jeszcze? Warsztaty różnego rodzaju jak się mogę czegoś nauczyć. Nie wiem kaligrafii, pisania ikon. Różnego rodzaju rzeczy, które są wartością dodaną. Slajdowiska, gdzie stworzyło nam się w pewnym sensie, coś na kształt komuny podróźniczej i spotykamy się też nieformalnie poza muzeum. To jest fajne, że mogę oglądać spostrzeżenia innych ludzi z podróży i tam ewentualnie pojechać, a przy okazji z nimi porozmawiać. Interesują mnie wernisaże wszelkiej maści i spotkania z twórcami. To jest to wartość dodana, bo pytam o warsztat dość często. [2020: 01_Dor]

Oczywiście spragnieni wiedzy historycznej też przybywają. Natomiast to jest myślenie życzeniowe, aby tych osób zainteresowanych designem, ale i aktywnymi działaniami było coraz więcej. Natomiast

z uwagi na normalnie intensywny tryb cyklicznych imprez rekreacyjnych plenerowych, które prowadzimy, duże kiermasze, którym towarzyszą koncerty, warsztaty, przeróżne inne inicjatywy, mamy do czynienia z taką osobą zwiedzającą dość przypadkową, która szuka dość nieskomplikowanej rozrywki. [2020: 10_Muz1]

Jak chcę pogłębić jeszcze temat, to też biorę udział w oprowadzaniach kuratorskich. Podobają mi się też różnego rodzaju wydarzenia okołowystawowe np. warsztaty albo plenery, albo konkursy nawiązujące do wystawy, ale jeszcze mi się nie udało wziąć udział w żadnym konkursie. [2020: 05_Dor1]

Na co dzień dokonujemy jakiś wyborów, czy pójdziemy na spacer czy do muzeum itd. To kwestia życia aktywnego czy bardziej pasywnego. Jednak dostosowywanie programów muzeów współczesnych do problemów i rzeczy, które mogą ludzi interesować, może pomóc. Wprowadzanie do muzeum wizualności i kwestii uczestniczenia w grze czy kwestii związanych z internetem. [2020: 05_Fotografka]

Osobne problemy pojawiają się w zakresie pracy z odwiedzającymi, którzy wymagają specjalnych form komunikacji i współpracy:

Mówiąc o tej sprofilowanej ofercie mam na myśli warsztaty skierowane do rodzin z dziećmi, seniorzy, osoby z niepełnosprawnością intelektualną, osoby z niepełnosprawnością wzroku, szkoły, przedszkola. To są stałe cykle, gdzie oferujemy odbiorcom regularną ofertę. Ponadto programy towarzyszące do wystaw, czy różne inne niezależne cykle. To są oprowadzania, wykłady, dyskusje, pokazy filmowe. [2020: 05_Muz.Edu1]

Ważnym segmentem publiczności, który oczekuje od pracowników muzeów doświadczenia i przygotowania, są osoby starsze. Senior to *bardzo fajny odbiorca, w sensie, życzliwy odbiorca* [2019: 11_Ekspert], co wynika stąd, że osoby starsze wybierają się do muzeów dobrowolnie, ponieważ *chcą dużo wiedzieć, chcą działać [...]. To jest dobra wola i czas, którego nie chcą zmarnować [...]. Oni lubią być zajęci. Chcą być zajęci* [2019: 08_Muz3]. W tym kontekście dużego znaczenia nabiera przygotowanie pracowników muzeum do spotkania z konkretnym odbiorcą, a ważnym czynnikiem jest pamiętanie o zróżnicowaniu zbiorowości ludzi starszych. Oferta dla seniorów nie może być *zrobiona w jakiś dzieciniały sposób* [2019: 05_Muz], gdyż na wielu wydarzeniach muzealnych zjawiają się seniorzy reprezentujący wysoki poziom wykształcenia i wiedzy, oczekujący od muzeum partnerskiego traktowania, poszerzania swojej rozległej wiedzy oraz realizacji swoich pasji. Z drugiej strony, muzealnicy często pracują z osobami, które z przyczyn fizycznych (np. wada słuchu czy wzroku), psychicznych (np. kłopoty z pamięcią) czy z powodu potrzeb kontaktu z drugim człowiekiem (np. bycia także wysłuchanym nie tylko słuchającym) mają bardzo konkretne,

często wysokie oczekiwania względem przekazywania im informacji i formy przebiegu wizyty w muzeum³⁰.

Mówiąc o poszukiwaniu optymalnych sposobów komunikacji pomiędzy pracownikami muzeów i osobami starszymi, niektórzy respondenci zwrócili uwagę na zmiany obyczajów i międzypokoleniowe różnice w zakresie wzorów wzajemnego zwracania się ludzi do siebie, polegające na akceptowaniu lub unikaniu określonego słownictwa czy ustalonych kanonów grzeczności. Z tego punktu widzenia seniorzy bywający w muzeach *to jest trochę inna klasa podejścia do drugiego człowieka, tak. Trochę inna kindersztuba jak w naszych czasach* [2019: 11_Ekspert].

PODSUMOWANIE

1. Narodowy Instytut Muzealnictwa i Ochrony Zbiorów od 2017 r. realizuje ogólnopolski projekt na temat **publiczności polskich muzeów**. W roku 2019 skupiono się na współpracy muzeów z osobami starszymi, a w roku 2020 w ramach projektu zajmowano się obecnością w muzeach osób dorosłych w wieku produkcyjnym. Oba kolejne projekty wzajemnie się dopełniają, a granica pomiędzy starszymi osobami w wieku produkcyjnym a seniorami jest płynna. Raport ma na celu **syntezę dotychczasowych badań dotyczących obecności w muzeach dorosłej publiczności**, a zatem zarówno osób w wieku produkcyjnym, jak i seniorów.
2. Osoby **starsze stanowią mniejszość** wśród ogółu dorosłej publiczności, ale są segmentem, którego **znaczenie** dla instytucji kultury **rośnie**: 1) zmiany demograficzne sprawiają, że polskie społeczeństwo się starzeje i zwiększa się w nim udział seniorów; 2) w ostatniej dekadzie zyskały popularność wzory aktywnego życia osób starszych.
3. Muzealnicy uczestniczący w ilościowych badaniach internetowych jako **czynniki dywersyfikujące dorosłych** w wieku produkcyjnym najczęściej wskazywali miejsce zamieszkania i wiek, rzadziej zaś wykształcenie i aktywność zawodową. Inaczej przedstawia się kolejność wymienianych czynników różnicujących starszą publiczność. Badani najczęściej wymieniali miejsce zamieszkania oraz poziom wykształcenia, oraz jako trzeci czynnik w kolejności ustalonej ze względu na liczbę wskazań jest aktywność zawodowa, a czwartym wiek.

³⁰ Tamże, s. 42-43.

4. **Zróżnicowanie wiekowe** dorosłych w wieku produkcyjnym ważne jest z punktu widzenia muzeów, ponieważ kategoria ta:
- obejmuje ludzi znajdujących się w różnych fazach życia - tworzą ją ludzie uczący się, młodzi dorośli, rodzice dzieci poniżej 18. roku życia i osoby pracujące jeszcze, choć zbliżające się do wieku emerytalnego;
 - dorośli w wieku produkcyjnym odwiedzają muzea w różnych rolach społecznych i zawodowych, są nie tylko widzami oglądającymi wystawy, ale też towarzyszą dzieciom czy zawodowo współpracują z instytucjami kultury jako na przykład pracownicy samorządów, nauczyciele, wykładowcy wyższych uczelni, przedsiębiorcy.
5. Zagadnieniem dyskusyjnym jest **pytanie o granicę pomiędzy starszymi ludźmi w wieku produkcyjnym a seniorami**. W niektórych muzeach obie te kategorie przenikają się, a ludzie w wieku produkcyjnym aktywni są w tych samych stowarzyszeniach czy instytucjach. Zgodnie z kryteriami statystyki państwowej i przepisami emerytalnymi, wiek produkcyjny kobiet kończy się w 59. roku życia, mężczyzn zaś w 64 roku. Z drugiej strony, zgodnie z ustawą z dnia 11 września 2015 r. za starszą osobę uznawana jest „osoba, która ukończyła 60. rok życia”, a polityka senioralna to „ogół działań organów administracji publicznej oraz innych organizacji i instytucji, które realizują zadania i inicjatywy kształtujące warunki godnego i zdrowego starzenia się”. Ujawniające się w wypowiedziach badanych różnice zdań nie dotyczą wyłącznie kwestii prawnych. Wynikają one także z pytań o społeczne warunki określające definiowanie „osób starszych” oraz o wzory ich uczestnictwa w życiu społecznym i w kulturze, w tym – w aktywności muzeów. Z takiego punktu widzenia uczestnicy badań za seniora uznają osobę, która:
- ma uprawnienia do pobierania emerytury i zakończyła pracę w pełnym wymiarze godzin;
 - jej otoczenie społeczne zmieniło się po przejściu na emeryturę lub ulega zmianie - maleje znaczenie relacji wynikających z pracy zawodowej, coraz ważniejsze stają się związki z nowymi środowiskami i kręgami społecznymi;
 - dysponuje wolnym czasem, co wynika ze zmiany sytuacji zawodowej lub rodzinnej, na przykład z faktu usamodzielnienia się dzieci.
6. Duże znaczenie dla planowania i organizacji pracy instytucji kultury ma **wiekowe zróżnicowanie seniorów**, w skład zbiorowości seniorów wchodzi **dwa pokolenia**.

Pierwsze tworzą ludzie w wieku 60-75 lat, w większości samodzielni, w dobrej kondycji fizycznej, którzy często są bardzo aktywni zawodowo, życiowo i pełni energii. Pokolenie drugie składa się z osób powyżej 75. roku życia, które często zmagają się z problemami zdrowotnymi i różnego rodzaju niepełnosprawnościami i są narażone na wykluczenie społeczne.

7. Ważnym czynnikiem oddziałującym na praktyki kulturalne jest **miejsce zamieszkania**, a w konsekwencji - **dojazd do muzeum**, który bywa problemem dla wszystkich grup publiczności. Wyniki sugerują, że problemy komunikacyjne szczególnie istotne są dla osób starszych – relatywnie często ich ostatnia wizyta przebiegała w muzeum ulokowanym w miejscu zamieszkania, rzadko zaś w miejscowości oddalonej od miejsca zamieszkania o 100 lub więcej kilometrów. Kierownictwa niektórych muzeów dążą do tworzenia ułatwień dla zwiedzających w zakresie transportu.
8. Wynikiem rozwoju współpracy z różnymi grupami wchodzącymi w skład dorosłej publiczności są **zmiany zachodzące w infrastrukturze oraz funkcjonowaniu wielu muzeów**, zwłaszcza ułatwienia dla osób z niepełnosprawnościami, zmiany w układzie pomieszczeń, windy, toalety, zmiany w sposobie eksponowania kolekcji.
9. Ważnym obszarem prac podejmowanych w muzeach są działania mające na celu **poznawanie zainteresowań i rozumienie potrzeb** dorosłej publiczności. Muzealnicy wykorzystują różne źródła wiedzy, większość polega na własnym doświadczeniu i obserwacjach czynionych w toku pracy zawodowej, a także informacjach z mediów oraz internetu. Około 40-45% respondentów korzysta z danych z badań prowadzonych przez własną instytucję lub dostępnych publicznie raportów publikowanych przez ministerstwa oraz inne instytucje państwowe. Innym sposobem rozwoju wiedzy o publiczności i o metodach pracy z nią są szkolenia. Szkolenia dotyczące większego segmentu, a zatem dorosłych w różnym wieku są bardziej popularne od tych skoncentrowanych na seniorach.
10. Pracownicy muzeów uważają za oczywisty pogląd, że **prawidłowo prowadzona komunikacja** jest postawą sukcesu w pracy z publicznością dorosłą, ważnym narzędziem pozytywnym, kształtującym dodatni wizerunek muzeum przyjaznego i nowoczesnego, ale też pomaga w zwalczaniu zakorzenionych stereotypów, zgodnie z którymi muzeum jest instytucją nudną i staroświecką.

11. Odpowiedzialni za komunikację pracownicy muzeów wykorzystują **różne kanały przekazu** informacji – podstawą działań informacyjnych stał się **Internet**, zarówno strona www, jak i media społecznościowe. Muzea korzystają także z innych środków przekazu skutecznych w konkretnych sytuacjach i umożliwiających kontakt z określonymi kręgami społecznymi.
12. Jednym ze sposobów wzbogacania muzealnej oferty jest **planowanie własnych projektów** i pozyskiwanie zewnętrznych środków na ich realizację. Badania realizowane w roku 2019, skupione na seniorach jako segmencie publiczności muzealnej ujawniły wątpliwości wielu rozmówców, czy muzea powinny tworzyć **projekty przeznaczone dla osób starszych**, czy też raczej włączać seniorów do przedsięwzięć podejmowanych z myślą o różnych segmentach swojej dorosłej publiczności. Wyniki badań sugerują, że wśród muzealników funkcjonują dwa odmienne stanowiska. Konkretnie decyzje podejmowane przez dyrekcje muzeów są wynikiem specjalizacji i doświadczeń poszczególnych instytucji, choć **przeważają** zwolennicy **włączania seniorów** do działań adresowanych do szerokiej grupy ludzi dorosłych.
13. W dyskusji nad projektami muzealnymi wyraźnie krystalizuje się pogląd, że należy dążyć do **przełamania schematów**, wychodzenia **poza segmentację opartą na wieku**, szerokiego myślenia o publiczności i poszukiwania adresatów, których łączą zainteresowania, podobne wartości i postawy.
14. Relacje muzeum z publicznością obejmują współpracę z **dwoma typami podmiotów**:
 - partnerami instytucjonalnymi – organizacjami lub stowarzyszeniami oraz
 - z indywidualnymi osobami.
15. Współdziałanie ze stowarzyszeniami i organizacjami to element codziennej pracy muzeów, zjawisko powszechne w polskich realiach. **Uniwersytety trzeciego wieku** (w skrócie UTW) to organizacje przyciągające seniorów aktywnych, ciekawych świata, szukających nowych doświadczeń. Praca z UTW ma zwykle charakter powtarzalny, jest dobrze zorganizowana i starannie zaplanowana. Zróżnicowany jest formalny status UTW oraz ich organizatorzy. Instytucje takie powstają przy samorządach, stowarzyszeniach, instytucjach edukacyjnych, czasem w organizację włączają się muzea. Organizator często oddziałuje na program działania, wartości, do których odwołuje się UTW oraz treści przekazywane w czasie zajęć. Przebieg współpracy

z muzeum zależy od miejscowości, prężności organizacyjnej oraz sposobu działania konkretnych UTW.

16. **Stowarzyszenia** kulturalne, naukowe i społeczne były najczęściej wymieniane w badaniach z 2020 roku jako podmioty zrzeszające dorosłą publiczność. Zatem, gdy skupiamy się na pracy z publicznością senioralną, najważniejszymi instytucjonalnymi partnerami muzeów są uniwersytety trzeciego wieku, gdy zaś analizujemy obecność dorosłych, szczególną rolę odgrywają różne organizacje i stowarzyszenia społeczne.

17. Każde ze stowarzyszeń realizuje własne cele, ale często w ich aktywności istotną rolę odgrywa współpraca z muzeami. Ukształtowały się **trzy modele współpracy**:

- istnienie stowarzyszenia jest ściśle związane z muzeum, odgrywa ważną rolę w ich funkcjonowaniu;
- rozmaite stowarzyszenia traktują jako sprzymierzeńców w realizacji swojej misji instytucje posiadające kolekcje związane z ich specjalnością, centra gromadzenia ważnych eksponatów, miejsca spotkań, dyskusji i konferencji;
- trzeci model współdziałania realizują stowarzyszenia, które tworzą z muzeami wspólne projekty badawcze, edukacyjne czy wystawiennicze.

18. W kontekście projektu skupionego na dorosłych w wieku produkcyjnym i seniorach na uwagę zasługują **organizacje kombatanckie**, których część stopniowo zmieniała się w stowarzyszenia rodzin-potomków kombatantów i ludzi odczuwających obowiązek podtrzymywania pamięci o określonych osobach, organizacjach czy wydarzeniach z przeszłości. Uczestnicy wydarzeń historycznych oraz ludzie uważający się za ich ideowych spadkobierców znajdują w wielu muzeach miejsca, w których mogą się spotykać, deponować pamiątki, występować w roli świadków historii.

19. **Współpraca muzeum z osobami indywidualnymi** przybiera różne formy. Pierwsza to często spotykane w praktyce włączanie osób niezatrudnionych w muzeach do kręgu stałych współpracowników. Zasady współpracy ustalane są indywidualnie - bywa ona płatna (część etatu, umowa zlecenie), może mieć także charakter wolontariatu. Najczęściej spotykanymi współpracownikami są osoby pracujące w charakterze opiekunów ekspozycji czy pomagająca w pracy technicznej lub organizacyjnej na stałe lub podczas wydarzeń muzealnych.

20. Odrębną grupę współpracowników tworzą **ludzie o wysokim poziomie kompetencji** związanych z typem muzeum i rodzajem posiadanej kolekcji – czynni zawodowo lub emerytowani profesjonaliści, naukowcy, artyści, a także kolekcjonerzy.
21. Aktywność przedstawicieli **ginących zawodów** to przykład kolejnego obszaru współpracy wielu polskich instytucji z przedstawicielami dorosłej publiczności. Są to reprezentanci tradycyjnych, zanikających zawodów regularnie zapraszani na różnego rodzaju warsztaty, zwłaszcza w muzeach posiadających ekspozycje o charakterze etnograficznym. Zapraszanie do aktywnej współpracy przedstawicieli różnych środowisk sprawia, że liczne muzea stały się przestrzeniami społecznej transmisji i podtrzymywania pamięci zbiorowej.
22. **Stali bywalcy** poszczególnych muzeów, choć są ułamkiem ogółu publiczności, tworzą interesujące zbiorowości i odgrywają istotną rolę w działaniach wielu muzeów. Osoby z takich kręgów uczestniczą w wernisażach i wydarzeniach, chętnie włączają się w różne prace, dzielą się opiniami i doświadczeniem, w swoich miejscowościach są ambasadorami instytucji.
23. Zdaniem muzealników, **uczestnictwo** w praktykach kulturalnych najczęściej **utrudniają dorosłym** intensywne prace zawodowe oraz obowiązki rodzinne. Wśród innych barier wymieniano korzystanie z oferty kulturalnej niewymagającej wychodzenia z domu lub propozycji innych instytucji kultury. Co czwarty ankietowany wspomniał, że wielu dorosłych po prostu nie interesuje się ofertą muzealną. W kontekście wymienionych barier mniejsze znaczenie, jak sądzą badani, mają problemy logistyczne oraz koszty wstępu do muzeów.