

STATYSTYKA **MUZEÓW**

Muzea w 2018 roku



STATYSTYKA **MUZEÓW**

Muzea w 2018 roku

STATYSTYKA **MUZEÓW**

3

STATYSTYKA **MUZEÓW**

Muzea w 2018 roku

Narodowy Instytut
Muzealnictwa
i Ochrony Zbiorów

Warszawa 2019



SPIS TREŚCI

6

Wprowadzenie

16

O czym mówi (a o czym nie) statystyka

26

Społeczno-ekonomiczne oddziaływanie muzeów oraz ich relacje z otoczeniem

76

Muzea w 2018 roku

136

Lista muzeów

20

0

11

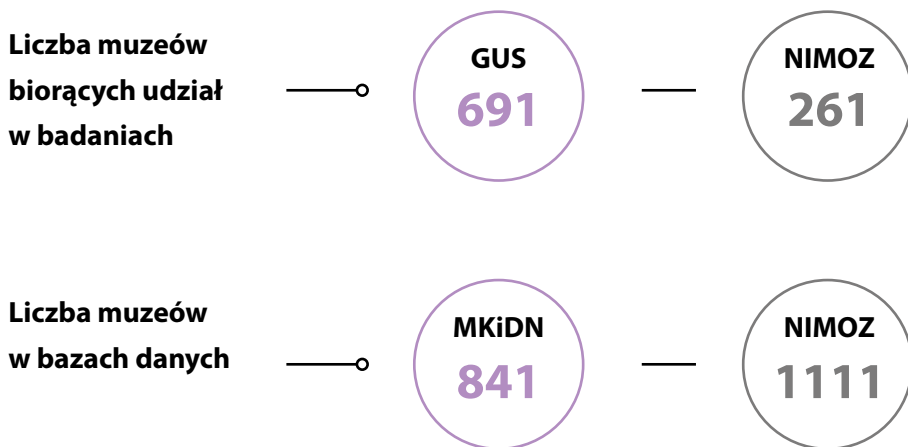
5

Głównym celem przyświecającym *Statystyce muzeów* jest gromadzenie i opracowywanie danych statystycznych służące diagnozie sytuacji polskich muzeów. Dzięki temu możliwe jest wypracowywanie skutecznych metod ich wspierania, wskazywanie zagrożeń, ale też, co nie mniej ważne, ocena ich potencjału.

Projekt *Statystyka muzeów* prowadzony jest przez Narodowy Instytut Muzealnictwa i Ochrony Zbiorów od 2013 roku. W prezentowanej publikacji pokazujemy dane zebrane za rok 2018 w ramach szóstej edycji projektu. Mamy nadzieję, że przedstawione informacje będą stanowiły ważne źródło wiedzy zarówno dla muzeów, ich organizatorów, jak i wszystkich zainteresowanych tematyką muzealnictwa, oraz posłużą za inspirację kolejnym analizom środowiska muzealnego.

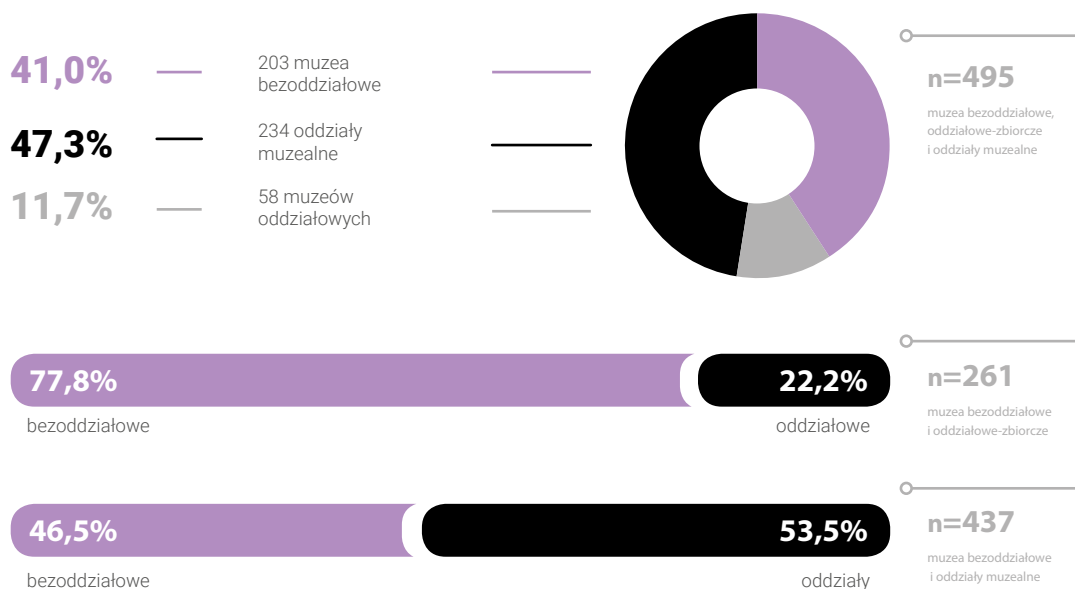
Do wzięcia udziału w projekcie *Statystyka muzeów* zapraszamy wszystkie muzea w Polsce. Dokładna liczba muzeów nie jest jednak precyzyjnie określona. W Wykazie Muzeów, posiadających regulamin bądź statut ustalony z Ministerstwem Kultury i Dziedzictwa Narodowego, jest ich nieco ponad 800. Należy jednak pamiętać, że jest to jedynie oficjalny wykaz instytucji w rozumieniu Ustawy o muzeach. Poza nimi funkcjonuje również wiele instytucji, które dokumentów z Ministerstwem nie uzgodniły, a jednak prowadzą działalność muzealną. Inicjatywa NIMOZ ma z założenia badać całościowy stan polskiego muzealnictwa, dlatego też do projektu zapraszamy wszystkie jednostki muzealne. Według bazy muzeów Zespołu ds. statystyki muzeów w roku 2018 było ich dokładnie 1111.

Wykres 1. Liczba muzeów w Polsce według różnych źródeł



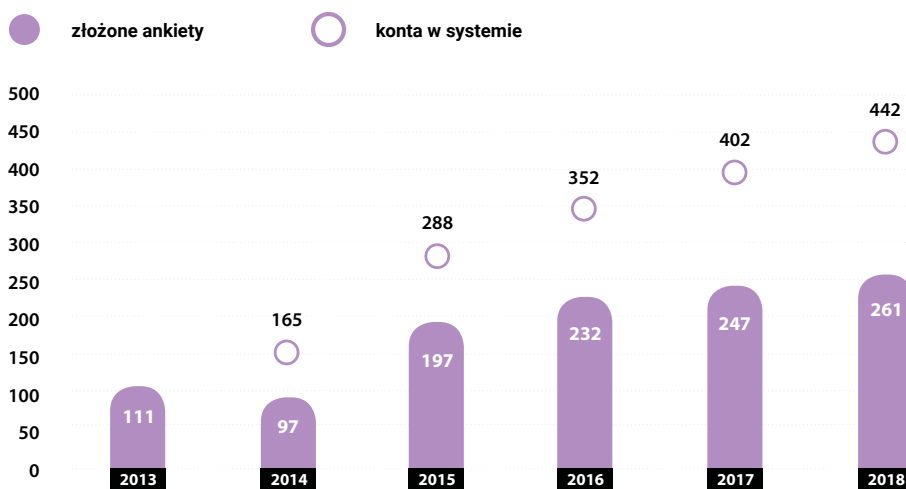
Źródło: GUS, MKiDN oraz NIMOZ.

Ankiety za rok 2018 wypełniło 261 muzeów (495 wraz z oddziałami muzealnymi), co stanowi ok. 25% wszystkich muzeów w Polsce (wg bazy muzeów Zespołu ds. statystyki muzeów NIMOZ).

Wykres 2. Podział muzeów ze względu na typ wypełnianych ankiet

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z projektu *Statystyka muzeów*.

W tegorocznej edycji projektu wzięło udział o 5,6% muzeów więcej niż w edycji ubiegłorocznej. Co istotne, rośnie liczba muzeów, które systematycznie wypełniają ankiety NIMOZ – aż 210 instytucji, które wzięły udział w tegorocznej edycji, wypełniło również ankietę za rok 2017. Ponadto, 125 muzeów sprawozdaje się każdego roku, poczynając od edycji 2015 (projekt za lata 2013–2014 uznaje się za pilotaż).

Wykres 3. Responsywność w latach 2013–2018

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z projektu *Statystyka muzeów*.

W ankiecie muzea przedstawiają dane dotyczące wielu obszarów działalności muzealnej. W ostatnich dwóch latach formularz uległ niewielkim zmianom, przystosowując się do trendów panujących w polskim muzealnictwie, ale również ze względu na chęć zachowania spójności z międzynarodowymi standardami (ISO *International Museum Statistics*) oraz możliwość porównywania z muzealnictwem europejskim (EGMUS *The European Group on Museum Statistics*).

Tak jak w ubiegłych latach, przygotowane zostały trzy rodzaje formularzy ankietowych – ankieta dla muzeów bezoddziałowych, ankieta dla muzeów oddziałowych (traktowanych zbiorczo) oraz ankieta dla oddziałów muzealnych i siedzib głównych.

Działy w formularzu ankietowym:



Na podstawie danych zebranych w formularzu podstawowym powstały dwie części prezentowanej publikacji:

raport ekspercki, który w tym roku dotyczy obszaru wystawiennictwa

zestawienie najważniejszych danych w postaci zwizualizowanej

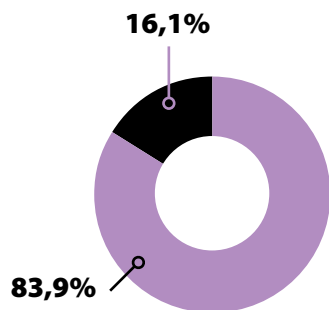
Muzea po raz drugi zostały poproszone też o wypełnienie ankiety dodatkowej. W tym roku ankieta uzupełniająca koncentrowała się na zagadnieniach związanych ze społeczno-ekonomicznym oddziaływaniem muzeów (formularz skierowany był wyłącznie do muzeów bezoddziałowych oraz oddziałowych traktowanych zbiorczo; pojedyncze oddziały muzealne jej nie wypełniały). W związku z tym niniejsza publikacja zawiera osobny raport ekspercki na ten temat.

Życmy Państwu miłej lektury!

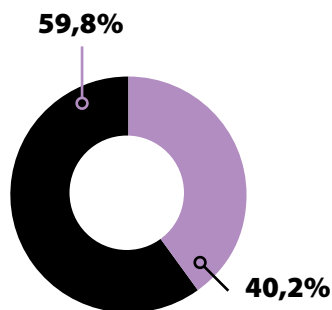
n oznacza liczbę muzeów, które udzieliły odpowiedzi na konkretne pytanie.

Dane zobrazowane w tej części publikacji nie zawierają odpowiedzi "brak danych".

Wykres 4. Muzea, które uzgodniły statut lub regulamin z MKiDN



Wykres 5. Muzea wpisane do Państwowego Rejestru Muzeów



n=261
muzea bezoddziałowe
i oddziałowe-zbiorcze

● tak ● nie

Wykres 6. Regionalny rozkład muzeów

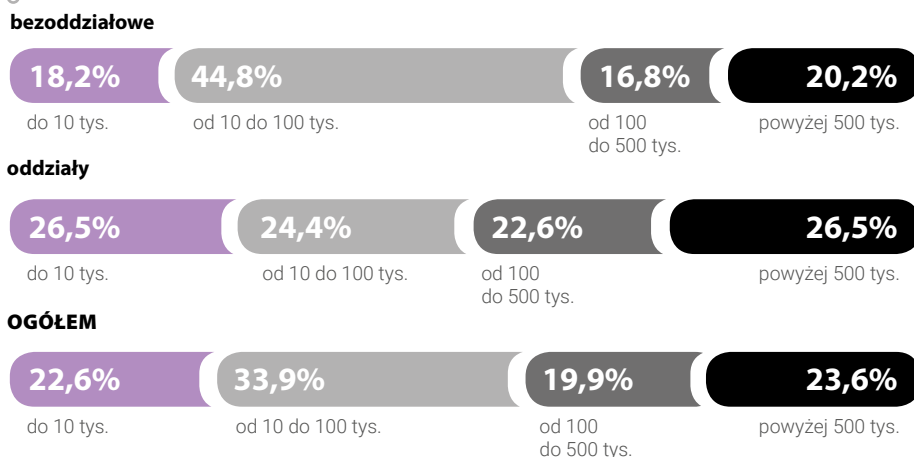


n=437
muzea bezoddziałowe
i oddziały muzealne

Wykres 7. Wielkość jednostki administracyjnej, w której prowadzone jest muzeum (według liczby mieszkańców)

n=437

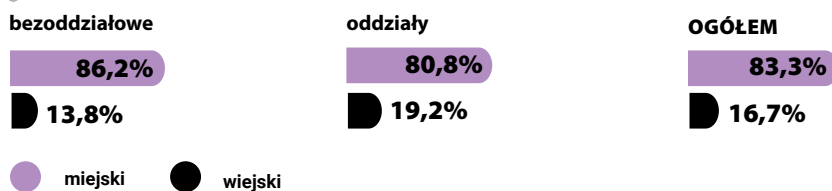
muzea bezoddziałowe i oddziały muzealne



Wykres 8. Muzea prowadzone na terenach miejskich i wiejskich

n=437

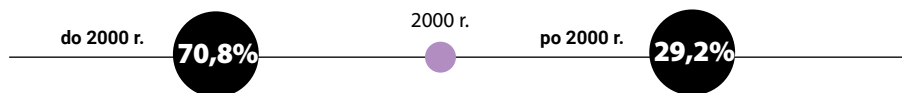
muzea bezoddziałowe i oddziały muzealne



Wykres 9. Rok założenia

n=260

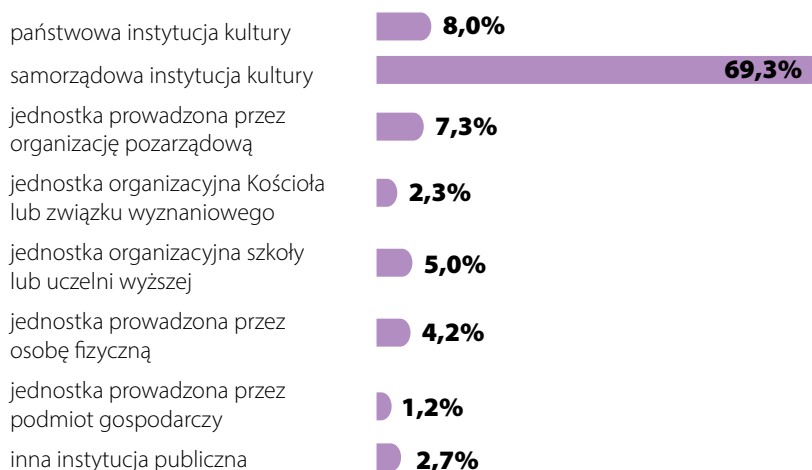
muzea bezoddziałowe i oddziałowe-zbiorcze



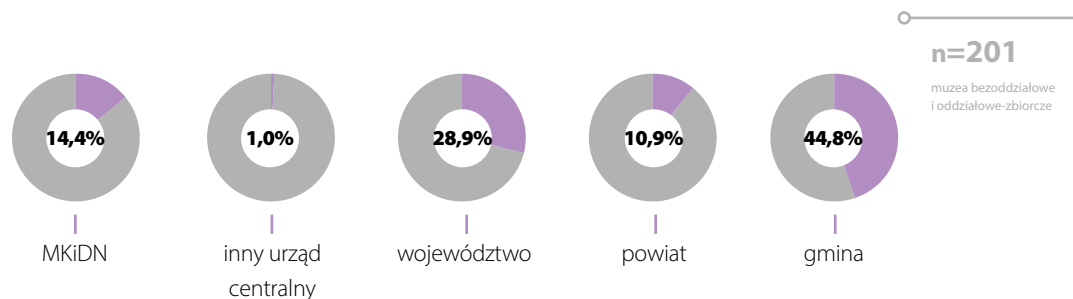
Wykres 10. Podział muzeów ze względu na formę własności

n=261

muzea bezoddziałowe i oddziałowe-zbiorcze



Wykres 11. Rodzaj organu prowadzącego rejestr (spośród muzeów państwowych i samorządowych)



9,2% muzea współprowadzone
z czego:
4,2% w ramach partnerstwa publiczno-prywatnego

Wykres 12. Spójność kolekcji

bezoddziałowe i oddziałowe



bezoddziałowe i oddziały

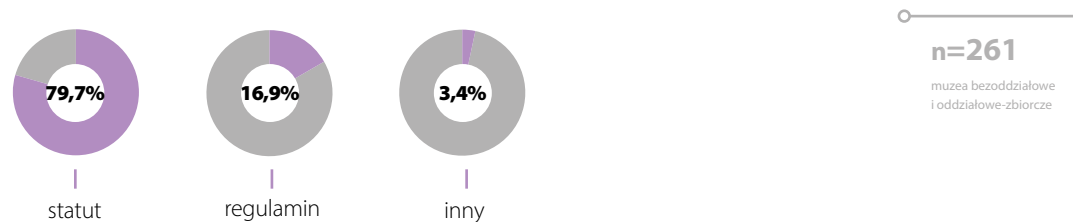


Wykres 13. Sposób konstruowania ekspozycji

43,7% muzea narracyjne
16,9% muzea na wolnym powietrzu

n=261
muzea bezoddziałowe i oddziałowe-zbiorcze

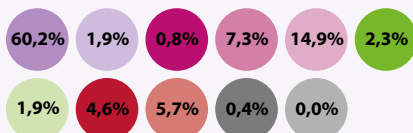
Wykres 14. Dokument będący podstawą działalności muzeum



Wykres 15. Rodzaj muzeum (ze względu na typ zbiorów)

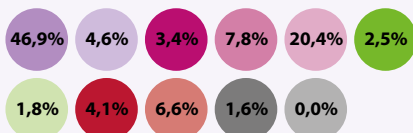
- interdyscyplinarne
- etnograficzne i antropologiczne
- martyrologiczne
- specjalistyczne
- sztuki
- historii naturalnej
- inne
- archeologiczne
- historyczne
- techniki i nauki
- brak danych

bezoddziałowe i oddziałowe



n=261

bezoddziałowe i oddziały

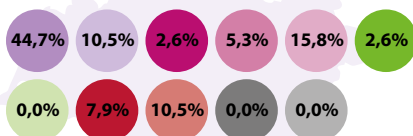


n=437

n

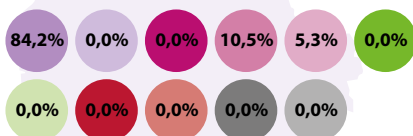
muzea bezoddziałowe i oddziały muzealne

dolnośląskie



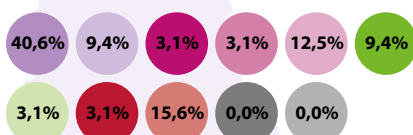
n=38

kujawsko-pomorskie



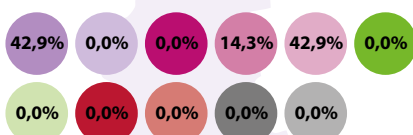
n=19

lubelskie



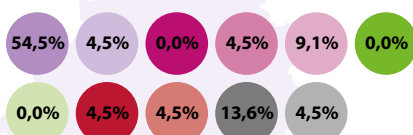
n=32

lubuskie



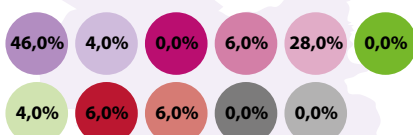
n=7

łódzkie



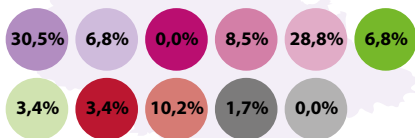
n=22

małopolskie



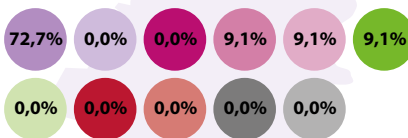
n=50

mazowieckie



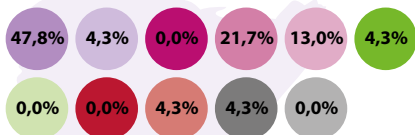
n=59

opolskie



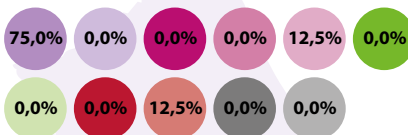
n=11

podkarpackie



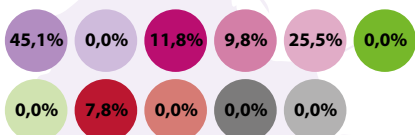
n=23

podlaskie



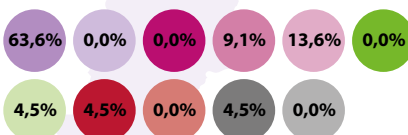
n=8

pomorskie



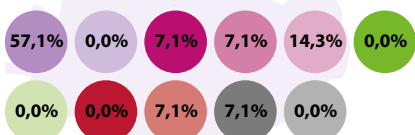
n=51

śląskie



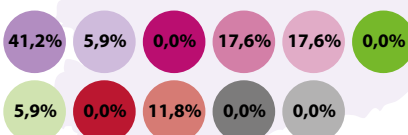
n=22

świętokrzyskie



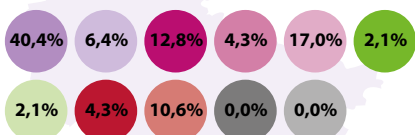
n=14

warmińsko-mazurskie



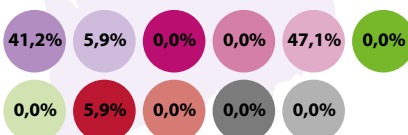
n=17

wielkopolskie



n=47

zachodniopomorskie



n=17

R-A-

-P-O-R-

-T-Y

Anna Saciuk-Gąsowska

Anna Saciuk-Gąsowska – historyk sztuki, muzealnik, kustosz w Dziale Zbiorów Sztuki Nowoczesnej Muzeum Sztuki w Łodzi. Absolwentka Podyplomowych Studiów Muzealnych przy Uniwersytecie Warszawskim. Kurator wystaw (wybór): *Michael Kidner. W poszukiwaniu eudajmonii*, Muzeum Sztuki w Łodzi, 1993; *Joseph Beuys, Polentransport 1981*, Muzeum Sztuki w Łodzi, 1994; *Władysław Strzemiński, Drawings 1939–1945*, Van Reekum Museum, Apeldoorn, 1995; *Joseph Beuys. Obrzeża Europy*, Galeria Bielska BWA w Bielsku-Białej, 1997; *Kurt Schwitters*, Muzeum Sztuki w Łodzi, 2004; *Swingujący Londyn. Kolekcja Grabowskiego*, Muzeum Sztuki w Łodzi, 2007 (z Pauliną Kurc); *Konstrukcja w procesie 1981 – wspólnota, która nadeszła?*, Muzeum Sztuki [ms²], 2011 (z Aleksandrą Jach); *Wielka Wojna* (z Pauliną Kurc-Maj i Pawłem Politem). Autorka kilkudziesięciu tekstów poświęconych sztuce. Członkini redakcji rocznika „Muzealnictwo”.

O czym mówi (a o czym nie) statystyka

Tekst poświęcony jest próbie analizy związków pomiędzy działalnością wystawienniczą muzeów w Polsce a frekwencją. Oparty jest na danych za rok 2018, pozyskanych od instytucji muzealnych w formie ankiety, którą przygotowuje corocznie od 2013 roku Narodowy Instytut Muzealnictwa i Ochrony Zbiorów (NIMOZ), w ramach projektu *Statystyka muzeów*. W 2019 roku ankietę wypełniły 203 muzea bezoddziałowe i 58 muzeów oddziałowych, co daje łącznie 261 placówek. Ponadto ankietę wypełniły 234 oddziały muzealne, w tym ich siedziby główne. Odnosząc się do danych GUS, gdzie statystyka dotyczy muzeów wraz z oddziałami muzealnymi, nie daje to znaczącej reprezentacji¹. Trzeba też wziąć pod uwagę, że nie wypełniły jej tak duże i znaczące, również pod kątem rozważanych tu frekwencji i działalności wystawienniczej, instytucje, jak Muzeum Narodowe w Krakowie czy Zamek Królewski na Wawelu.

Ankieta dotyczy różnych sfer działalności muzeów, od wystaw i działalności naukowej, przez edukację, frekwencję, udogodnienia dla osób z niepełnosprawnościami, zbiory i zakupy muzealiów, aż po finanse i pozyskiwanie dodatkowych środków z różnych programów. Zebrane dane są opracowywane w celu postawienia diagnozy stanu muzeów w Polsce, określenia ich mocnych i słabych stron, a także ich postrzegania przez publiczność, wyrażanego przede wszystkim frekwencją.

Frekwencja

Ta ostatnia jest także niezwykle istotnym i kontrolowanym punktem rocznych sprawozdań, składanych przez instytucje swoim organom zarządczym. Frekwencja, udział określonej liczby osób w jakimś wydarzeniu, jest miernikiem właściwej działalności placówki. W pewnym sensie to rozumiały, wydając pieniądze publiczne, trzeba to uzasadnić. Ale nawet w pełni rozumiejąc potrzeby ujęcia w ramy (i ryzy) – zwłaszcza finansowe – każdej podległej instytucji, wypełnienie tego obowiązku pozostaje zadaniem niewdzięcznym. O ile jednak tabele sprawozdawcze dają niewiele informacji, nie pozwalają na szersze spojrzenie z powodu małego obszaru porównawczego, analiza ankiety ułożonej przez NIMOZ jest zdecydowanie bardziej interesująca. Ankiety zawierają dane zebrane w różnych regionach, a ich zestawienie pozwala na wyciągnięcie pewnych wniosków.

Powszechna Wystawa Krajowa, która odbyła się w 1929 roku w Poznaniu i trwała od 16 maja do 30 września (138 dni), zgromadziła 1427 wystawców, a obejrzało ją ok. 4,5 mln

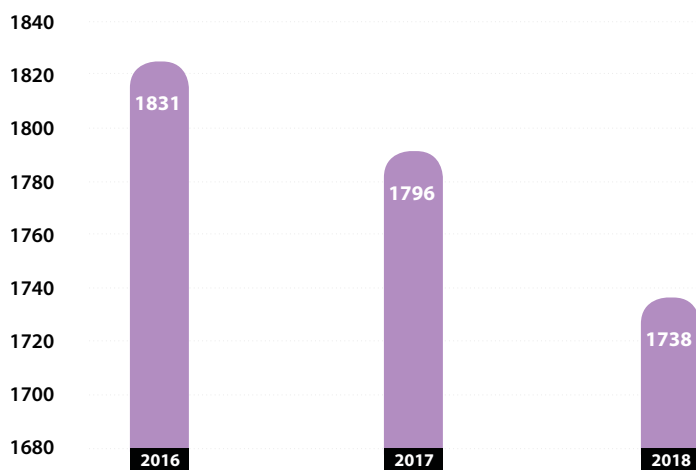
¹ Zgodnie z danymi GUS w 2018 roku w Polsce było 945 muzeów wraz z oddziałami muzealnymi, patrz *Kultura w 2018 r., Działalność muzeów*, opracowanie merytoryczne Agnieszka Czekaj, Urząd Statystyczny w Krakowie, Ośrodek Statystyki Kultury, s. 2; <https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/kultura-turystyka-sport/kultura/kultura-w-2018-roku,20,2.html> (dostęp: sierpień 2019).

zwiedzających². Biorąc pod uwagę czas jej trwania – 4,5 miesiąca – wypada średnio milion miesięcznie. Wobec danych statystycznych prezentujących frekwencję w muzeach polskich w 2018 roku ta liczba budzi uznanie. Nawet respondenci muzeów o największej liczbie gości mogą pomarzyć o tak wysokiej frekwencji. Jedyne dwa z nich, najbardziej oblegane, Muzeum Pałacu Króla Jana III w Wilanowie i Muzeum Żup Krakowskich Wieliczka, mają siedmiocyfrową roczną frekwencję: odpowiednio 2 095 642 i 1 854 059. Warto tu zwrócić uwagę, że Muzeum Żup Krakowskich ma wysoką cenę biletów: 64 zł normalny i 46 zł ulgowy, co wydaje się kwotą wręcz zaporową, chociaż bilet dla rodziców z dwójką dzieci kosztuje nie 220, a 174 zł, Muzeum ma bowiem zniżki rodzinne.

Milion zwiedzających miesięcznie w przypadku muzeum to liczba wymarzona przez organy zarządcze, a jak to wygląda ze strony muzeum? Muzeum stałoby się niewątpliwie ofiarą własnego sukcesu. Dwie wymienione wcześniej instytucje prawdopodobnie sięgają górnej granicy możliwości przyjęcia i oprowadzenia gości w sposób bezpieczny dla eksponatów i samych widzów. Konsekwencją tak znacznej frekwencji jest konieczność utrzymania dużego zespołu pracowników: opiekunów galerii, pracowników działów edukacji, zastępu osób sprzątających. W przypadku muzeów czynnych dłużej niż 8 godzin, jak Muzeum Żup Krakowskich, pracownicy muszą przychodzić do pracy na zmiany. Jest to sytuacja trudniejsza dla dyrekcji muzeum w sensie kierowania zespołem i kontrolowania efektów jego pracy, ale kwestią zasadniczą są związane z tym koszty, których na pewno nie równoważą wpływy z biletów. Wymogu ciągłego zwiększania frekwencji, stawianego przez organy zarządcze, nie można pogodzić z wymogami zmniejszenia liczby etatów i utrzymywania dotacji na stałym poziomie.

Uciążliwości frekwencji przekraczającej możliwości przyjęcia wszystkich zainteresowanych można było poznać w czasie kolejnych Europejskich Nocy Muzeów. Duże miasta organizowały specjalny transport przewożący zwiedzających z jednego muzeum do innego. Działy Edukacji dwoiły się i troiły w wymyślaniu „eventów”, które miały zająć rozbawioną publiczność, tłumnie napływającą do placówki i rzadko kiedy skupioną na ekspozycji. W deszczowe czy chłodne noce brakowało miejsc w szatni, zakazane zwykle plecaki czy parasole próbowano więc wnieść na galerię. Jednakże, zwłaszcza przez pierwsze lata tego „święta muzeów” gwałtownie wzrastała frekwencja. W tę jedną noc szybowiała w górę, jak gdyby muzea nie istniały poza nią i nie można było przyjść w kolejną sobotę. Noc Muzeów, jak każda atrakcja, traci powiew świeżości i czegoś do tej pory niemożliwego (jak wejście w nocy do muzeum). Nie ma już takich tłumów, a frekwencja, mimo że nadal dopisuje, ma tendencje spadkowe: w 2016 roku w wydarzeniu brało udział 288 placówek (czyli muzeów bezoddziałowych oraz oddziałów i siedzib głównych traktowanych osobno), średnia frekwencja wyniosła 1831 osób, w 2017 roku odpowiednio 290 przy frekwencji 1796, w 2018 roku – 318 przy frekwencji 1738.

² <https://pewuka.pl/pewuka/> (dostęp: lipiec 2019).

Wykres 1. Średnia frekwencja podczas Nocy Muzeów w latach 2016–2018

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z projektu *Statystyka muzeów*.

Ciągle jednak jest to wydarzenie stanowiące dla muzeów okazję dopisania do tabeli sprawozdawczej kolejnych kilku tysięcy osób. Dobrą stroną tej cyklicznej imprezy jest fakt, że ci, którzy już raz przekroczyli próg muzeum i znaleźli dla siebie coś interesującego, być może przyjdą ponownie dowiedzieć się więcej. Ale to długi i trudny proces, nie zawsze zakończony sukcesem.

Frekwencja w muzeach otoczonych parkiem, ogrodem lub położonych na terenie zielonym

Jak wynika z ankiety, rekordy frekwencji biją muzea, które przygotowują niewiele wystaw czasowych, bazując na ekspozycji stałej, przede wszystkim muzea otoczone zielenią. Wśród pierwszych sześciu pod względem frekwencji muzeów bezoddziałowych znajdują się w kolejności:

1. Muzeum Pałacu Króla Jana III w Wilanowie
2. Muzeum Żup Krakowskich Wieliczka w Wieliczce
3. Muzeum Historii Żydów Polskich POLIN
4. Muzeum – Zamek w Łańcucie
5. Muzeum Zamoyskich w Kozłowie
6. Muzeum Zamkowe w Pszczynie

Podobna sytuacja dotyczy muzeów oddziałowych. Wysoką liczbę odwiedzających Muzeum Narodowe w Warszawie podbija na przykład położony nieco bliżej Łodzi niż Warszawy oddział, Muzeum w Nieborowie i Arkadii, popularne miejsce łodzian na letnie spacerunki wśród zieleni. I to jest pierwsza informacja, która rzuca się w oczy, kiedy czyta się przygotowane przez NIMOZ ankiety: wysoki odsetek zwiedzających wybiera muzea położone w parku czy otoczone zielenią. Jest oczywiste, że młodzi ludzie, chcąc spędzić czas z rodziną poza domem, wybierają miejsca nienużące dla dzieci, a muzeum, dla dwu- czy sześciolatka, poza specjalnie dla takich małych odbiorców przygotowanymi zajęciami, na pewno takim miejscem nie jest. W tej sytuacji wygrywają muzea

typu skansenowskiego czy też po prostu z dużym terenem zielonym, jak wspomniany Nieborów, Żelazowa Wola czy Muzeum Zamkowe w Pszczynie, gdzie można połączyć edukację z rekreacją i pobytem na świeżym powietrzu. Z tej oferty korzystają zresztą nie tylko rodziny z dziećmi, to pomysł na weekendowy wypad dla osób w każdym wieku. Niestety często bilet jest łączny dla muzeum i otaczającej je zieleni i na podstawie ankiety nie można dowiedzieć się, ilu z tych zwiedzających park wokół muzeum skorzystało z całej oferty i odwiedziło również wnętrza.

Frekwencja regionalna

Drugą istotną kwestią wpływającą na frekwencję jest region, w którym muzeum się znajduje. Rozpatrując tę kwestię według województw, wysoką częstotliwością odwiedzin wyróżniają się trzy: mazowieckie (88 139), małopolskie (86 246) i pomorskie (64 488). One także podciągają średnią krajową (49 409) i jako jedyne ją przekraczają. Stolicy tych województw to oczywiście lokomotywy turystyki, i tej krajowej, i tej zagranicznej, co na pewno podnosi wskaźniki. Istotna jest także liczba muzeów w danym regionie. Zgodnie z danymi GUS z 2018 roku³ w województwie mazowieckim było to 136 muzeów, w małopolskim – 135. Na ankietę projektu *Statystyka muzeów* za 2018 rok odpowiedziało odpowiednio 57 i 47 (zaledwie 41,9% w przypadku mazowieckiego i 34,8% w przypadku małopolskiego), liczbowo i tak więcej niż wszystkie istniejące muzea w województwie podlaskim (30) czy zachodniopomorskim (33).

Tabela 1. Średnia frekwencja w muzeach bezoddziałowych i oddziałach w poszczególnych województwach

Muzea bezoddziałowe i oddziały muzealne		
Województwo	Średnia frekwencja na wystawach	Liczba odpowiedzi
mazowieckie	88 139	57
małopolskie	86 246	47
pomorskie	64 488	51
śląskie	46 511	21
kujawsko-pomorskie	45 710	19
dolnośląskie	42 203	37
lubelskie	38 084	32
podkarpackie	38 045	23
warmińsko-mazurskie	29 512	17
świętokrzyskie	28 536	14
łódzkie	28 453	22
lubuskie	25 999	7
opolskie	22 530	11
wielkopolskie	19 871	46
zachodniopomorskie	19 129	17
podlaskie	11 989	7
W KRAJU	49 409	428

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z projektu *Statystyka muzeów*.

³ *Kultura w 2018 r. ...*, op. cit., s. 2.

Kolejnym województwem z dużą frekwencją jest pomorskie, region, podobnie jak oba powyżej wspomniane, turystyczny z takimi miejscowościami, jak Gdańsk i Gdynia. Tu, zgodnie z danymi GUS, działały w 2018 roku 83 muzea, z których na ankietę odpowiedziało 51, czyli 61,4%, znacznie więcej niż we wcześniej wymienionych województwach. Jeśli chodzi o frekwencję, w przypadku Gdańska dochodzi jeszcze jeden czynnik, dwie nowo otwarte placówki: Europejskie Centrum Solidarności i Muzeum II Wojny Światowej, odwiedzane licznie już przed oficjalnym otwarciem i, jak wskazuje *Raport z działalności Muzeum II Wojny Światowej w Gdańsku za rok 2017*⁴, również po otwarciu, chociaż w tym przypadku znaczącą rolę w budowaniu frekwencji ma jego oddział, Muzeum Westerplatte i Wojny 1939, otwarty 6 kwietnia 2017 roku razem z Muzeum II Wojny Światowej.

Wysoką średnią frekwencję, choć, jak już wspomniano, poniżej średniej krajowej, mają również województwa śląskie i kujawsko-pomorskie. W tym pierwszym przypadku znaczącą liczbę zwiedzających ma otwarte w 2015 roku Muzeum Śląskie w Katowicach. Nie tylko stała ekspozycja i interesujące wystawy czasowe, ale i jego architektura, której projekt został oparty na rewitalizacji terenu dawnej kopalni węgla kamiennego „Katowice”, przyciągają zwiedzających. Wskaźniki województwa podnosi również Muzeum Górnictwa Węglowego w Zabrze, będące na 11 miejscu pod tym względem wśród muzeów bezoddziałowych z liczbą 174 800 osób rocznie.

W kujawsko-pomorskim na frekwencję pracuje przede wszystkim Muzeum Okręgowe w Toruniu (257 802 zwiedzających). To formalnie muzeum bezoddziałowe, zatem podana liczba gości łączy dokonania w tej dziedzinie wszystkich lokalizacji, a jest ich siedem, zajmujących się całkiem odmiennymi zagadnieniami. Na stronie internetowej muzeum wymienione są jako oddziały, wśród nich Ratusz Miejski, Dom Mikołaja Kopernika i Muzeum Toruńskiego Piernika, który Muzeum opisuje następująco:

„Muzeum Toruńskiego Piernika to zachwycający, profesjonalny projekt wystawienniczy, który w 2016 roku nagrodzono najwyższym w Polsce laurem muzealnym – statuetką Sybilla, znalazło się w gronie 40 najlepszych muzeów w Europie i zdobyło prestiżowe wyróżnienie w konkursie European Museum of the Year Award (EMYA) organizowanym przez Europejskie Forum Muzeów w 2017 roku⁵.”

Na stronie Muzeum Okręgowego jest również informacja, że „najmłodszy oddział Muzeum Okręgowego w Toruniu – Muzeum Toruńskiego Piernika – ponownie został wyróżniony Certyfikatem Jakości TripAdvisor [...]”⁶.

To dobry, całkiem nowy w praktyce muzealnej w Polsce trop promocyjny.

4 Dyrektor Muzeum, dr Kamil Nawrocki we wstępie do raportu napisał: „W ciągu dziewięciu miesięcy nasze Muzeum odwiedziło ponad pół miliona zwiedzających zarówno z Polski, jak i z zagranicy”. Raport na stronie Muzeum II Wojny Światowej w Gdańsku, <https://muzeum1939.pl/u/pdf/5a2e7a46fe341fb0812be527c8719deb8485.pdf> (dostęp: lipiec 2019).

5 <http://muzeum.torun.pl/muzeum-toruńskiego-piernika/> (dostęp: lipiec 2019).

6 Ibidem.

Jeszcze jednym aspektem, wynikającym ze sprawozdania GUS w porównaniu z liczbą odpowiedzi na ankietę i frekwencją w niej podaną, jest liczba muzeów w danym województwie w stosunku do średniej frekwencji⁷. Najniższą średnią w Polsce ma województwo podlaskie, 11 989 osób to liczba zwiedzających siedem muzeów – respondentów ankiety, na 30 funkcjonujących tam według GUS instytucji. Ale wielkopolskie, trzecie od końca pod względem frekwencji, ma aż 93 placówki muzealne, z których prawie połowa (46) wypełniła ankietę. Wskazuje to, że zwiększenie liczby muzeów nie przekłada się na zwiększenie liczby zwiedzających, a wydawałoby się logiczne, że powinno być przeciwnie.

Frekwencja a działalność wystawiennicza

Muzeum Okręgowe w Toruniu wśród muzeów bezoddziałowych prowadzi również pod względem liczby wystaw czasowych otwartych w okresie sprawozdawczym (39). Tuż za nim plasują się dwie placówki o liczbie wystaw 38 i 29. Jest także muzeum oddziałowe, które przygotowało 99 wystaw czasowych w roku sprawozdawczym, podbijając tym zdecydowanie średnia krajową. Jak bowiem wynika ze sprawozdania GUS, statystyczne muzeum polskie przygotowało w 2018 roku niespełna sześć wystaw czasowych⁸.

Działalność wystawiennicza muzeum to kolejny istotny punkt zarówno w ankiecie, jak i w sprawozdaniu rocznym. To właśnie ten słaby punkt, w którym wiedza, zawarta w tabelach, najbardziej oddala się od rzeczywistego obrazu pracy konkretnej placówki. Istotnym walorem każdej ekspozycji jest bowiem to, czy została dobrze przygotowana i wykonana. A tego nie da się przedstawić liczbowo. Oczywiście można policzyć wystawy, lecz suche liczby nie odzwierciedlają ich jakości. Nie wiemy, o jakich wystawach mowa, jak długo one trwały, czy towarzyszyły im wydawnictwa. Logicznie rzecz biorąc, im więcej jest wystaw, tym mniej czasu poświęcono na ich przygotowanie. Wystawy robione „na szybko”, bez opracowania, bez katalogu, rzadko bywają przemyślane. Potwierdza to statystyka, rekordziści w przygotowywaniu wystaw czasowych mają często niską frekwencję, choć – przypadek Muzeum Okręgowego w Toruniu – nie jest to regułą.

Istnieje nieuzasadnione przekonanie, że kalejdoskop szybko zmieniających się wystaw zwiększa frekwencję. Tymczasem wielokrotnie można spotkać się w praktyce muzealnej z „rozkręcaniem się” wystawy – nie tylko poprzez doniesienia medialne, lecz także media społecznościowe oraz proste zachęty: „byłam, idź zobacz koniecznie”. Często już po połowie czasu trwania ekspozycji, a zdarza się, że całkiem pod koniec, zwiedzający przychodzą liczniej. Ci najbardziej zainteresowani przyjeżdżają z innych miast, a nawet organizują grupę znajomych na ten wyjazd, co przy krótkim czasie trwania niełatwo zaplanować. Dla przykładu, wystawa *Malers. Mentor. Magier. Otto Mueller und sein Netzwerk in Breslau/Malarz. Mentor. Mag. Otto Mueller a środowisko artystyczne Wrocławia* w Hamburger Bahnhof, Museum für Gegenwart w Berlinie trwała pięć miesięcy (12.10.2018–13.03.2019)⁹. W tym czasie odwiedziło ją

⁷ *Kultura w 2018 r.*, op. cit., s. 2.

⁸ Dokładnie 5,8, przyjmując podane w statystyce liczby 5,5 tys. wystaw czasowych przygotowanych przez 945 muzeów. Patrz: *Kultura w 2018 r.*, op. cit., s. 2.

⁹ <https://www.smb.museum/ausstellungen/detail/maler-mentor-magier.html> (dostęp: lipiec 2019).

ok. 100 tys. osób¹⁰. Ta wystawa przeniesiona do Muzeum Narodowego we Wrocławiu otwarta była niespełna trzy miesiące (9.04.–30.06.2019)¹¹, ale w tym czasie zwiedziło ją aż 40 tys. osób¹². Przy różnicy czasu trwania, a przede wszystkim wielkości miast (Wrocław w 2017 roku miał 638 tys. mieszkańców, Berlin jest drugim co do wielkości miastem w UE, z liczbą mieszkańców 3,7 mln) to naprawdę imponująca liczba. Jest czego gratulować i z czego się cieszyć – przy ogólnie niskiej frekwencji w muzeach sztuki okazuje się, że niektóre wystawy przyciągają naprawdę liczne grono zainteresowanych.

Długi okres trwania wystawy jest możliwy w dużych miejscowościach, muzea w małych miastach czy wiejskie w regionach, gdzie nie ma turystów, muszą zmieniać ekspozycje częściej, z założenia dysponując mniejszą liczbą zwiedzających.

Frekwencja a media

W wielu muzeach być może zawodzą zabiegi promocyjne – przy dużej liczbie wystaw media nie nadążają z rejestracją każdego wydarzenia, uczestnicząc tylko w wybranych. Nośność medialna jest bardzo istotnym czynnikiem, budującym frekwencję. Są wystawy niewymagające znacznych nakładów finansowych ani długiego czasu pracy, bazują na dobrym pomysle, który przyciągnie widzów. Jeśli chodzi o przygotowanie wystawy, zależność jest prosta, im dłuższy czas poświęcono na przygotowanie wystawy, tym jej koszty są wyższe, nawet biorąc pod uwagę tylko koszty własne instytucji, jak pensje pracowników. Ale podążając tym tropem: próba obliczenia wartości wystawy w wyniku podziału kosztów przygotowania przez liczbę zwiedzających nie jest żadną wytyczną. Generalnie trudno jest ocenić wartość merytoryczną wystawy. Jej miarą może być wyróżnienie w Konkursie na Wydarzenie Muzealne Roku Sybilla, przyjęte za najważniejszą formę uznania za pracę naukową, katalog czy wystawę. Konkurs ten przygotowuje NIMOZ, zgłoszenia muzeów w sposób naturalny wzbogacają ankiety o dodatkową wiedzę, wraz z ankietami mogą posłużyć do oceny pracy wyróżnianych muzeów. Jest również wiele nagród o bardziej lokalnym charakterze, ogłaszanych przez lokalne media plebiscyty itp. Już sama nominacja do takiego konkursu zwiększa frekwencję. Dotychczasowa praktyka dowodzi niezbicie jednego: do muzeów, jak wszędzie, przyciągają głośnie medialne wydarzenia. Wystarczy jakaś uznana przez kogoś za obrazoburczą wystawa, dzieło albo konflikt wokół muzeum, lub przeciwnie, znany artysta, jakieś wydarzenie związane z wystawą czy właśnie plebiscyt publiczności, a frekwencja wzrasta.

Frekwencja w muzeach sztuki

Analizując dane, będące efektem ankiety NIMOZ, łatwo zauważyć różnicę pomiędzy średnią frekwencją w muzeum a frekwencją w muzeach sztuki. Ogólna średnia jest wysoka, wynosi 80 621 osób na 20 respondentów ankiety. Jeśli jednak usunąć z listy dwóch liderów, w tym spełniające warunki muzeum na terenie zielonym Muzeum Łazienki Królewskie w Warszawie (640 005), oraz Muzeum „Panorama Racławicka”, oddział Muzeum Narodowego we Wrocławiu (371 113), łącznie gromadzące ponad milion zwiedzających, pozostałe mają przeciętnie 33 406 gości, czyli zdecydowanie poniżej średniej krajowej. Zbliżoną niewysoką średnią mają

¹⁰ Frekwencja w Hamburger Bahnhof podana została podczas konferencji prasowej poprzedzającej otwarcie wrocławskiego etapu wystawy, która odbyła się 8.04.2019.

¹¹ <https://mnwr.pl/category/wystawy/wystawy-archiwum/> (dostęp: lipiec 2019).

¹² Dane pozyskane dzięki uprzejmości Muzeum Narodowego we Wrocławiu.

wyłuskane z całości muzea dedykowane sztuce współczesnej. Muzea sztuki współczesnej to pewna nowość w Polsce, poza działającym od 1931 roku Muzeum Sztuki w Łodzi. Nowe placówki powstały we Wrocławiu (Muzeum Współczesne Wrocław i Muzeum Sztuki Współczesnej Pawilon Czterech Kopuł, oddział Muzeum Narodowego we Wrocławiu), w Krakowie (Muzeum Sztuki Współczesnej w Krakowie MOCAK) i w Warszawie (Muzeum Sztuki Nowoczesnej i Centrum Sztuki Współczesnej Zamek Ujazdowski, które, choć nie ma statusu muzeum, przekształciło się w instytucję kultury z ciekawą kolekcją). Wiele muzeów oddziałowych ma dedykowane sztuce współczesnej oddziały, przykładem może być Muzeum Sztuki Współczesnej, oddział Muzeum Narodowego w Szczecinie czy Muzeum Sztuki Współczesnej, oddział Muzeum im. Jacka Malczewskiego w Radomiu. W Radomiu działa także niedawno otwarte Mazowieckie Centrum Sztuki Współczesnej „Elektrownia”, które posiada własną kolekcję. Połowa z tych, które w ankiecie określiły się jako jednorodne tematycznie muzea sztuki, przekracza liczbę 30 000 zwiedzających rocznie.

Frekwencja a edukacja

W przypadku muzeów dedykowanych sztuce jedyną szansę na zwiększenie frekwencji widać w edukacji, zarówno tej, która powinna wynikać z programu nauczania w szkole, jak i tej prowadzonej przez działy edukacji w każdym prawie muzeum. To nie tylko oprowadzania, choć i taka forma przyciąga publiczność, ale warsztaty, lekcje muzealne, wykłady, współpraca z kuratorami, tak zwane oprowadzania kuratorskie, a nawet praca poza muzeum, w innych miejscowościach, gdzie zainteresowani po zajęciach z edukatorami stają się stałą grupą odwiedzających wystawy. To jest droga do przekonania tych, którzy na co dzień omijają muzea, nawet te najbardziej popularne, żeby jednak tam zajrzeli.

Podsumowanie

Kluczem do sukcesu frekwencyjnego muzeum może być połączenie kilku wymienionych wyżej czynników. Jednym z nich, wcześniej omawianym, jest otoczenie muzeum. Zadbana zieleń wokół Muzeum Śląskiego w Katowicach pozwala na chwilę rekreacji. Podobnie działa, otwarty w tym roku dla gości, wewnętrzny dziedziniec Muzeum Sztuki w Łodzi wypełniony zielenią. Czy to przekłada się na liczbę odwiedzających muzeum, jeszcze nie wiadomo, ale na pewno jest to element zwracający uwagę wchodzących, którzy mogą spędzić chwilę w ciszy i zieleni, nie oddalając się od centrum miasta. Kolejnym czynnikiem jest nieustająca praca różnie nazywanych w różnych muzeach osób lub działów odpowiedzialnych za kontakty z mediami. Nagłośnienie wystawy czy wydarzenia to ważna kwestia dla budowania frekwencji. Wreszcie bardzo istotnym czynnikiem jest praca działów edukacyjnych, które przygotowują kolejne pokolenia do kontaktu ze sztuką. Frekwencję podnoszą także wystawy, ale – co widać z ankiety – nie ich liczba jest tu decydująca, a temat i sposób jego prezentacji. I to nie tylko nośne nazwiska, jak wystawy Stanisława Wyspiańskiego, Olgi Boznańskiej czy braci Maksymiliana i Aleksandra Gierymskich. Najlepszym przykładem jest wspomniana już wystawa w Muzeum Sztuki Współczesnej Pawilon Czterech Kopuł, oddziale Muzeum Narodowego we Wrocławiu, którą przez trzy miesiące odwiedzili tak liczni goście, że frekwencja przekroczyła średnią roczną muzeów sztuki.

Jest jednak jeszcze jeden warunek sprawnego funkcjonowania muzeum, który w tej analizie nie wybrzmiał, ponieważ nie był przedmiotem analizy, a jest niezwykle istotny: budżet. Małe, prowincjonalne placówki nie mogą sobie pozwolić na organizację wystaw, na które będą musiały pożyczyć dzieła. Wynika to zarówno z wymaganych zabezpieczeń i warunków technicznych, jakich one ciągle nie mogą zaoferować, jak i kosztów transportu i ubezpieczenia, które stanowią bardzo dużą część budżetu wystawy spoza własnej kolekcji. Ten czynnik nie znajduje się jednak w gestii muzeów, wysokość dotacji ustalają organy zarządcze zgodnie z ich priorytetami, do których powinien należeć rozwój kultury i muzealnictwa.

Tekst jest próbą analizy danych, dotyczących frekwencji w muzeach w Polsce, w odniesieniu do prowadzonej przez nie działalności wystawienniczej. Oparty jest na danych pozyskanych od instytucji muzealnych z różnych regionów Polski w postaci ankiety, którą przygotowuje corocznie od 2013 roku Narodowy Instytut Muzealnictwa i Ochrony Zbiorów w ramach projektu *Statystyka muzeów*. Wyniki ankiet pokazują, że zależności nie są ani proste, ani oczywiste, a przede wszystkim, że niewiele na tej podstawie można powiedzieć na temat działalności wystawienniczej. Liczbowe jej ujęcie jest jak opisywanie dokonań literackich liczbą napisanych książek. W tekście zostały wyodrębnione muzea sztuki i, w przypadku muzeów oddziałowych, oddziały dedykowane sztuce. Tu wyniki nie przedstawiają się optymistycznie, frekwencja należy do najniższych, z wyjątkiem kilku wybijających się instytucji. Należy mieć nadzieję, że stale zwiększana oferta edukacyjna muzeów pozwoli na zmniejszenie tego problemu.

Monika Murzyn-Kupisz

Doktor habilitowany nauk ekonomicznych, magister nauk humanistycznych. Absolwentka Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie oraz uniwersytetów w Brukseli, Tilburgu, Bilbao i Loughborough. Profesor nadzwyczajny w Instytucie Geografii i Gospodarki Przestrzennej, Uniwersytet Jagielloński w Krakowie. Wykładowca na studiach podyplomowych „Akademia Dziedzictwa” organizowanych przez Międzynarodowe Centrum Kultury, a także prowadząca wykłady podczas licznych krajowych i międzynarodowych programów dydaktycznych dotyczących dziedzictwa kulturowego. W latach 2000–2009 starszy specjalista w Instytucie Dziedzictwa Europejskiego Międzynarodowego Centrum Kultury w Krakowie. Członek Polskiego Komitetu Narodowego Międzynarodowej Rady Ochrony Zabytków i Miejsc Zabytkowych ICOMOS. Jako ekspert współpracowała m.in. z NID, NIMOZ, NCN oraz OECD i UNESCO.

Jej zainteresowania badawcze koncentrują się wokół geografii miast, polityki kulturalnej i ekonomii kultury ze szczególnym uwzględnieniem problematyki ochrony dóbr kultury, ekonomicznych i społecznych aspektów konserwacji, interpretacji i zarządzania dziedzictwem kulturowym, funkcjonowania muzeów oraz roli sektora kreatywnego, kultury i artystów w przemianach współczesnych miast. Chętnie podejmuje również tematy związane z wielokulturowym dziedzictwem Europy Środkowej oraz rewitalizacją zdegradowanych obszarów miejskich na jej terenie. Autorka lub współautorka ponad 90 recenzowanych publikacji naukowych, w tym monografii *Instytucje muzealne z perspektywy ekonomii kultury* (2016).

Spółeczno-ekonomiczne oddziaływanie muzeów oraz ich relacje z otoczeniem

Wstęp

Opracowanie jest omówieniem i interpretacją wyników ankiety na temat społeczno-ekonomicznego oddziaływania muzeów i ich relacji z otoczeniem zaprojektowanej w 2018 roku i zrealizowanej przez NIMOZ w 2019 roku (dane za okres sprawozdawczy obejmujący lata 2017–2018). Wypełniając swoje podstawowe statutowe funkcje związane z gromadzeniem, przechowywaniem, konserwacją, badaniem oraz udostępnianiem zbiorów, muzea nawiązują wiele relacji z otoczeniem. Instytucje muzealne podejmują i rozwijają współpracę z różnymi podmiotami publicznymi, prywatnymi oraz reprezentującymi sektor pozarządowy. Dotyczy ona zarówno zapewniania przez te podmioty rozmaitych dóbr i usług na rzecz danego muzeum, jak i dodatkowych funkcji spełnianych przez i usług świadczonych na rzecz innych podmiotów przez same muzea¹. Placówki muzealne generują tym samym istotne efekty ekonomiczne i społeczne o charakterze bezpośrednim i pośrednim (tzw. efekty mnożnikowe). Wielość powiązań między muzeami a ich otoczeniem doskonale obrazują wyniki badań ankietowych zrealizowanych w ramach projektu *Statystyka muzeów*.

Muzea jako nabywcy dóbr i usług świadczonych przez podmioty zewnętrzne

Pierwsza część ankiety dotyczyła współpracy muzeum z zewnętrznymi podmiotami w zakresie usług niezbędnych w działalności muzeum (ochrony mienia, utrzymania czystości, usług cateringowych, remontowych, utrzymania zieleni itp.). Nabywanie przez muzea tego typu usług może być rozpatrywane jako generowanie dodatkowych efektów mnożnikowych w otoczeniu (tzw. efekty mnożnikowe o charakterze zaopatrzeniowym). Muzea tworzą tym samym możliwości osiągnięcia zysków przez różne podmioty gospodarcze, zarówno w najbliższej okolicy (gmina lub powiat, w którym zlokalizowane jest muzeum), jak i w skali danego województwa lub krajowej (w tym przypadku efekty ekonomiczne funkcjonowania muzeum nie przekładają się jednak na przychody jego najbliższego otoczenia, lecz stymulują rozwój działalności gospodarczych na innych obszarach)².

1 M. Murzyn-Kupisz, *Instytucje muzealne z perspektywy ekonomii kultury*, Kraków 2016, s. 111–155 i 352–353.

2 Por. X. Greffe, *Is heritage an asset or a liability?*, „Journal of Cultural Heritage” 2004, nr 5, s. 301–309; E. Bowitz, K. Ibenholt, *Economic impacts of cultural heritage. Research and perspectives*, „Journal of Cultural Heritage” 2009, nr 10, s. 1–8; M. Murzyn-Kupisz, *Dziedzictwo kulturowe a rozwój lokalny*, Kraków 2006; M. Murzyn-Kupisz, *Instytucje muzealne...*, op. cit.

Największy odsetek muzeów podejmuje stałą, regularną współpracę z firmami zewnętrznymi w ramach outsourcingu usług ochrony oraz informatycznych (odpowiednio prawie dwie trzecie oraz prawie dwie na pięć placówek uczestniczących w ankiecie, które udzieliły odpowiedzi na pytania na ten temat). Z kolei choć usługi utrzymania czystości, ogrodnicze i promocji oraz marketingu bywają zlecane na zewnątrz instytucji, nadal większość muzeów decyduje się na posiadanie własnych służb i etatowych pracowników obsługujących muzeum w danym zakresie (odpowiednio prawie trzy czwarte muzeów posiada swoje służby porządkowe, prawie połowa, jeśli jest to niezbędne, własne służby zajmujące się utrzymaniem zieleni, a 45,8% etatowych pracowników lub dział skupiony na działaniach promocyjno-marketingowych) (Tabela 1). Samodzielna realizacja pewnych usług i funkcji muzeów przekłada się z kolei na bezpośrednie efekty ekonomiczne, które generują, zapewniając zatrudnienie.

Doraźna współpraca muzeów z zewnętrznymi usługodawcami dotyczy natomiast większych prac konserwatorsko-remontowych (krótkoterminowe, jednorazowe umowy tego typu zawarło w okresie sprawozdawczym 45,8% badanych muzeów, które udzieliły odpowiedzi na to pytanie, n=249), korzystania z zewnętrznych usług gastronomiczno-cateringowych wspomagających lub uzupełniających wydarzenia muzealne (np. konferencje, wernisaże: dwa na pięć muzeów korzysta z tego typu usług) oraz zleceń poligraficznych (druk książek, plakatów, druków ulotnych itp., nie uwzględniając ich projektowania) związanych z działalnością publikacyjno-wydawniczą muzeów (70% placówek, n=250). Inne usługi relatywnie często zlecane przez muzea podmiotom zewnętrznym (wspomniane przez nie spontanicznie w ramach otwartego pytania w ankiecie), nierzadko na stałych zasadach, dotyczą m.in. usług w zakresie BHP, serwisowania i konserwacji instalacji telefonicznych i domofonu, serwisowania i konserwacji instalacji przeciwpożarowych oraz monitoringu, antywłamaniowych i alarmowych, a także obsługa prawnej.

Tabela 1. Muzea, które w okresie sprawozdawczym podejmowały współpracę z firmami zewnętrznymi w zakresie zlecenia danego typu usług (odsetek muzeów, które udzieliły odpowiedzi na dane pytanie w ankiecie)*

Rodzaj usługi	Umowa dotycząca stałej obsługi	Jednorazowe krótkoterminowe umowy	Własne służby lub etatowi pracownicy w tym zakresie	Usługa nie była zlecana **	Liczba muzeów, które udzieliły odpowiedzi na to pytanie (n)
porządkowe, utrzymania czystości	20,6%	8,9%	71,4%	-	248
ochrony mienia	65,7%	6,9%	29,0%	-	248
ogrodnicze, utrzymania zieleni	8,9%	10,5%	48,4%	32,3%	248
promocji i marketingu	4,4%	10,4%	45,8%	41,8%	249
informatyczne	39,2%	11,2%	24,4%	26,8%	250

większe prace budowlano-konserwatorskie w budynkach i obiektach oraz na terenie nieruchomości w zarządzie muzeum***	7,2%	45,8%	-	49,0%	249
gastronomiczne o charakterze cateringu	6,4%	40,8%	2,4%	51,6%	250
poligraficzne	13,2%	70,0%	1,2%	19,2%	250

* odsetki nie sumują się do 100%, gdyż dane muzeum mogło jednocześnie korzystać z usług zewnętrznych firm na zasadach stałych i okresowych lub/i posiadać własne służby.

** w przypadku usług ogrodniczych procent odpowiedzi oznacza instytucje, w których nie jest wymagana tego typu usługa (np. brak terenów zielonych).

*** z wyłączeniem bieżących napraw i remontów dokonywanych przez własne służby techniczne.

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z projektu *Statystyka muzeów*.

Usługi świadczone przez firmy zewnętrzne na rzecz muzeów mają przede wszystkim lokalny charakter: wśród usługodawców dominują firmy z terenu powiatu, gdzie dane muzeum ma swoją siedzibę (Tabela 2), tworząc korzyści ekonomiczne dla niedalekiej okolicy. Najbardziej lokalny zasięg mają usługi cateringowe, informatyczne oraz usługi porządkowe i utrzymania czystości, ogrodnicze i utrzymania zieleni (od trzech czwartych do ponad czterech piątych spośród muzeów, które odpowiedziały na pytanie o korzystanie z usług zewnętrznych wskazało, że współpracują z nimi firmy lokalne, z terenu danej gminy lub powiatu). Usługi, które nie wymagają stałej, intensywnej współpracy czy fizycznej obecności usługodawcy na terenie muzeum (np. w zakresie promocji i marketingu), dotyczą krótkookresowych zleceń (np. usługi poligraficzne) lub też muzea korzystają z nich okresowo, w przypadku podjęcia większych inwestycji na terenie placówki (prace konserwatorskie i remontowe wykraczające poza utrzymanie i bieżące naprawy), są częściej realizowane przez firmy posiadające siedzibę w większej odległości od muzeum. W przypadku trzech z ww. rodzajów usług około jedna trzecia muzeów wykazała, że firmy, z którymi podejmują współpracę, pochodzą z innego regionu niż województwo, gdzie siedzibę ma dane muzeum. Usługi ochrony mienia są natomiast przede wszystkim świadczone przez firmy lokalne (60,6% placówek muzealnych, które odpowiedziały na pytanie o zlecenie tego typu usług, korzystało z oferty lokalnych przedsiębiorstw) lub z terenu danego województwa (jedna trzecia placówek muzealnych kooperuje z firmami z regionu). Warto także zauważyć, że w odniesieniu do niektórych typów usług, w szczególności usług konserwatorsko-remontowych oraz poligraficznych poszczególne muzea mogą współpracować z wieloma podmiotami, zarówno lokalnymi, jak i spoza najbliższej okolicy w zależności od specyfikacji danego zamówienia oraz oferty cenowej usługodawcy.

Tabela 2. Lokalizacja zewnętrznych podmiotów gospodarczych świadczących usługi na rzecz muzeów (odsetek muzeów, które udzieliły odpowiedzi twierdzącej na pytanie o korzystanie z usług zewnętrznych o danym charakterze i udzieliły odpowiedzi na pytanie o zasięg świadczenia tych usług)*

Rodzaj usługi	Firma zewnętrzna z terenu			Liczba uczestniczących w ankiecie muzeów, które korzystały z usług zewnętrznych firm w odniesieniu do danego rodzaju usługi i udzieliły odpowiedzi o jej zasięg (n)
	powiatu lub miasta na prawach powiatu, w którym muzeum ma siedzibę	województwa	spoza województwa	
porządkowe, utrzymania czystości	76,1%	25,4%	8,5%	71
ochrony mienia	60,6%	33,7%	14,3%	175
ogrodnicze, utrzymania zieleni	74,5%	34,0%	6,4%	47
promocji i marketingu	54,3%	40,0%	34,3%	35
informatyczne	84,7%	19,5%	11,9%	118
większe prace budowlano-konserwatorskie w budynkach i obiektach oraz na terenie nieruchomości w zarządzie muzeum	58,1%	45,2%	34,7%	124
cateringowe	81,6%	25,4%	0,9%	114
poligraficzne	61,7%	48,2%	31,6%	193

* odsetki nie sumują się do 100%, gdyż dane muzeum mogło jednocześnie korzystać z usług zewnętrznych firm posiadających siedzibę w różnej odległości od muzeum (tj. zarówno firm lokalnych, jak i pozalokalnych).

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z projektu *Statystyka muzeów*.

Działalność gospodarcza i usługi okołomuzealne świadczone przez muzea

Kolejna część ankiety dotyczyła działalności gospodarczej i usług okołomuzealnych – dodatkowych usług (oprócz podstawowej działalności statutowej) świadczonych przez muzea na rzecz ich publiczności oraz innych podmiotów. Działalność ta poszerza ofertę muzeów

a jednocześnie umożliwia im wypracowywanie własnych, dodatkowych przychodów. Przekłada się zatem na dodatkowe bezpośrednie efekty ekonomiczne funkcjonowania muzeów. Działalność gospodarcza jest przez muzea rozmaicie rozumiana, w ramach ankiety aktywność na tym polu wykazało 126 muzeów tj. ponad połowa (50,2%) spośród uczestniczących w badaniu jednostek, które odpowiedziały na to pytanie w ankiecie (n=251). Działalność ta jest prowadzona i rozwijana na podstawie własnych zasobów lub dofinansowania publicznego z różnych źródeł. Jedynie 17 placówek (tj. 6,7% instytucji, które udzieliły odpowiedzi na to pytanie, n=252) wykazało, że posiada jakiegokolwiek zobowiązania kredytowe. Były one związane przede wszystkim z prowadzonymi przez muzea inwestycjami dofinansowanymi ze środków publicznych. Dotyczyły m.in. spłaty kredytu zaciągniętego na remont budynków muzealnych lub inne inwestycje współfinansowane ze środków europejskich (np. Program Infrastruktura i Środowisko (POiŚ) zarówno w instytucjach bankowych, jak i u organizatora do czasu refundacji kosztów projektu unijnego), inwestycje dofinansowane przez WFOŚiGW, kredytu finansującego VAT płacony w ramach projektów unijnych, odnawialnego kredytu w rachunku bieżącym (również głównie na bieżące spłaty podatku VAT) oraz niewielkich zobowiązań bieżących z tytułu posiadania przez muzeum karty kredytowej. Polskie muzea sięgają więc po kredyty bankowe jedynie w wyjątkowych przypadkach, przede wszystkim, gdy są one niezbędne dla pozyskania lub rozliczenia środków grantowych oferowanych przez instytucje publiczne, w tym realizacji środków unijnych.

Muzea osiągają przychody własne, prowadząc różnego typu działalność gospodarczą i usługową zbieżną z celami statutowymi, profilem danego muzeum i charakterem jego zbiorów. Przychody te, nawet jeśli najczęściej niewielkie w porównaniu z dotacją na działalność otrzymywaną od organizatora stanowiącą podstawę ich funkcjonowania, stanowią jednak jej istotne uzupełnienie³. Przeznaczane są na różne aspekty działalności statutowej wzbogacając ofertę muzeów oraz pozwalając na rozwój placówek muzealnych, lepsze utrzymanie zbiorów i ich udostępnianie. Możliwość ich osiągnięcia i ich wysokość jest warunkowana wieloma czynnikami, takimi jak: rozpoznawalność i marka muzeum oraz jego istotność jako atrakcji turystycznej, wielkość placówki oraz jej lokalizacja (np. choć bywają wyjątki od reguły, na uprzywilejowanej pozycji są w tym zakresie duże placówki w największych ośrodkach miejskich).

Ankietowane muzea wskazywały na różnorodne formy pozyskiwania dodatkowych przychodów własnych. Jedną z najczęstszych jest wynajem lub (rzadziej) dzierżawa powierzchni użytkowych, wewnątrz oraz terenów zarządzanych przez muzeum. Są to zarówno jednorazowe formy wynajmu dla potrzeb wydarzeń i spotkań organizowanych przez podmioty zewnętrzne (np. wynajem sali konferencyjnej), jak i wynajem na konkretny cel (wybraną funkcję) wzbogacający ofertę usługową samego muzeum (np. przestrzeń użytkowa pod sklep muzealny lub usługi gastronomiczne) lub pozwalający muzeum osiągnąć dodatkowe wpływy finansowe (Tabela 3). W ostatnich dekadach wiele placówek muzealnych rozwinęło także swoją ofertę handlową związaną z bezpośrednią sprzedażą własnych wydawnictw muzealnych oraz pamiątek i innych wyrobów oraz publikacji powiązanych tematycznie ze zbiorami lub

3 Por. M. Murzyn-Kupisz, *Spoleczno-ekonomiczne aspekty funkcjonowania muzeów: zatrudnienie, przychody i wydatki placówek muzealnych*, [w:] *Muzea w Polsce: raporty na podstawie danych z projektu statystyka muzeów (2013–2015)*, K. Skomorucha-Figiel, K. Andrzejkiewicz (red.), Warszawa 2016, s. 79–117.

siedzibą muzeum (np. wydawnictw muzycznych w przypadku muzeów powiązanych z tą dziedziną sztuki). Jeśli muzea nie decydują się na samodzielne prowadzenie sklepiku lub księgarni muzealnej, inną możliwą opcją jest wynajem powierzchni na ten cel podmiotom zewnętrznym. Niektóre placówki prowadzą także sprzedaż swoich wydawnictw i powiązanych pamiątek on-line, tworząc sklepy internetowe. Wybrane placówki organizują także aukcje oraz giełdy sztuki czy wystawy i giełdy minerałów lub innych artefaktów powiązanych z profilem muzeum.

Inne formy przychodów własnych muzeów są też w naturalny sposób powiązane z obsługą publiczności, w szczególności turystów odwiedzających daną placówkę: ogólną obsługą ruchu turystycznego, usługami przewodnickimi, organizacją odpłatnych szkoleń, warsztatów i lekcji muzealnych, choć trzeba podkreślić, że wiele z tych usług świadczonych jest także nieodpłatnie lub też pobierana opłata nie pokrywa całości ponoszonych przez muzea kosztów świadczenia owych usług. Podobnie jest w przypadku organizowania przez muzea imprez kulturalnych (np. spektakli, koncertów), wydarzeń i spotkań naukowych (np. konferencji) oraz okolicznościowych. Bardzo różny jest stopień komercjalizacji tego typu działalności muzeum w zależności od współpracujących i zlecających podmiotów oraz charakteru wydarzenia.

Wsparciem dla działalności statutowej (np. w zakresie obniżenia kosztów konsultacji specjalistycznych i współpracy z naukowcami oraz innymi muzeami) są miejsca noclegowe (pokoje gościnne) będące w dyspozycji niektórych muzeów. Usługi noclegowe mogą być także świadczone przez muzea na bardziej komercyjnych zasadach, choć ta forma nie jest jak na razie, z niewielkimi wyjątkami, rozwijana przez muzea w Polsce (niektóre z nich dostrzegły jednak w ostatnich latach możliwość prowadzenia szerszej, w pełni komercyjnej działalności hotelarskiej). Świadczone przez muzea usługi mogą także obejmować prowadzenie lub zlecanie podmiotom zewnętrznym prowadzenia odpłatnych parkingów oraz sprzedaż biletów na nie czy też świadczenie dodatkowych usług uzupełniających zwiedzanie muzeum (np. przejażdżki konne lub bryczką).

Środki transportu i inny specjalistyczny sprzęt będący własnością muzeów także są niekiedy wynajmowane na zasadach komercyjnych. Zarówno wyposażenie muzeów, jak i wyspecjalizowana kadra, jaką dysponują, w zależności od profilu placówek, pozwalają niektórym z nich na świadczenie usług konserwatorskich i usług eksperckich w zakresie konserwacji i wyceny (np. dzieł sztuki), prowadzenie zleconych im badań archeometrycznych i archeologicznych oraz opracowywanie ich wyników, realizację usług nadzorów archeologicznych itp. Oprócz wymienionych tu usług, racjonalnie gospodarując powierzonym im mieniem, muzea podejmują także inne formy działalności stanowiące „uboczny efekt” ich codziennego funkcjonowania i realizacji celów statutowych, korzystając z możliwości wykorzystania zasobów, jakie posiadają. Na podstawie ankiet widać, że dodatkowe przychody muzeów mogą m.in. wynikać ze sprzedaży nadwyżek energii elektrycznej lub ciepłej, sprzedaży surowców wtórnych, drewna opałowego, udostępniania zbiorów muzealnych i ich wizerunku do celów innych niż zwiedzanie lub z tytułu usług digitalizacyjnych i wydawniczych, kserograficznych oraz fotograficznych świadczonych na rzecz zewnętrznych zlecających w ramach posiadanych możliwości technicznych i kadrowych.

Jednym ze sposobów pozyskania dodatkowych przychodów, a także wzbogacenia oferty muzeów dla publiczności, w tym zapoznania jej z efektami działalności naukowej i wydawniczej danej placówki jest prowadzenie sklepu muzealnego. W latach 2017–2018 ponad połowa (58,5%) badanych placówek muzealnych, które udzieliły informacji na ten temat (n=248) prowadziła samodzielnie sklep muzealny, natomiast w przypadku 9,3% placówek taki punkt handlowy był prowadzony na terenie muzeum przez zewnętrzną firmę wynajmującą od muzeum powierzchnię użytkową (23 placówki spośród 246, które udzieliły odpowiedzi na pytanie o wynajem powierzchni użytkowej na sklep muzealny). W świetle zgromadzonych danych obecnie jedynie nieco ponad jedna trzecia (38,5%) placówek muzealnych w Polsce nie ma sklepu muzealnego (tj. 94 spośród 245 biorących udział w ankiecie placówek, które udzieliły odpowiedzi negatywnej na oba pytania o sklep muzealny).

Prawie połowa placówek uczestniczących w ankiecie wykazała przychody z tytułu samodzielnego (bezpośredniego) prowadzenia sklepu muzealnego. Według udostępnionych przez nie danych średni przychód ze sklepu w 2018 r. wyniósł 115 tys. zł na placówkę, jednak mediana przychodów wynosiła znacznie mniej, tj. zaledwie 30 tys. złotych. Niektóre placówki wykazały minimalne przychody z tytułu prowadzenia sklepu muzealnego (aż 17 placówek osiągnęło w 2018 roku poniżej 5 tys. złotych, 34 placówki poniżej 10 tys. złotych). Trzeba ponadto zauważyć, iż w wielu przypadkach wykazywane wysokie przychody dotyczą bardzo dużych muzeów posiadających wiele filii lub oddziałów. Z kolei strony przychody w wysokości 100 tys. zł lub więcej w 2018 r. wykazała także relatywnie duża liczba placówek tj. aż 30 instytucji, które uczestniczyły w ankiecie. Ogółem znaczące przychody z tytułu prowadzenia sklepu muzealnego osiągały najbardziej znane placówki funkcjonujące jako główne atrakcje turystyczne w skali kraju cieszące się wysoką frekwencją, będące głównym miejscem docelowym na terenie danego powiatu lub subregionu (np. Malbork, Biskupin, Gniezno, Kartuzy, Duszniki, Wadowice) lub zlokalizowane w największych ośrodkach miejskich kraju i stolicach województw (np. trzy placówki w Warszawie, trzy w Krakowie, cztery w Trójmieście, dwa we Wrocławiu). Wśród nich były także trzy muzea, funkcjonujące jako czołowe atrakcje turystyczne w swoich regionach, które osiągały przychody powyżej 1 mln złotych.

W przypadku przychodów związanych z wynajmem powierzchni użytkowej agentom zewnętrznym w celu prowadzenia sklepu muzealnego średnia uzyskiwanych przez muzea przychodów wyniosła 45 tys. złotych na placówkę, mediana 22 tys. złotych. Podmioty zewnętrzne z reguły prowadzą sklepy muzealne w popularnych wśród turystów muzeach, pozwalających na osiąganie zysków (muzea zamkowe i pałacowe, muzea narodowe i duże, czołowe muzea w danym regionie, muzea związane z ważnymi wydarzeniami oraz postaciami historycznymi), dlatego jedynie cztery placówki muzealne odnotowały minimalne przychody z tytułu wynajmu powierzchni na cel handlowy (poniżej 5 tys. zł), natomiast dziewięć placówek przychody powyżej 54 tys. złotych, w tym trzy z nich powyżej 100 tys. złotych. Warto także zauważyć, że w przypadku dwóch placówek stanowiących znaczące atrakcje turystyczne relatywnie duże przychody były osiągane zarówno z prowadzenia sklepu muzealnego bezpośrednio przez placówkę, jak i z wynajmu powierzchni podmiotom zewnętrznym na ten cel (więcej niż jeden sklep muzealny funkcjonujący na terenie danej placówki).

Wiele placówek posiada również na swym terenie (w budynkach muzeum) punkt gastronomiczny. Znakomita większość muzeów nie zdecydowała się na samodzielne prowadzenie

własnej działalności gastronomicznej (96,0% spośród 249 muzeów, które udzieliły odpowiedzi na to pytanie). Działalność taką wykazało jedynie 10 placówek (dziewięć prowadziło stale czynny punkt gastronomiczny, taki jak kawiarnia lub restauracja, jedno świadczyło usługi gastronomiczne na zamówienie). Jeszcze mniejsza liczba ankietowanych (tylko sześć muzeów) ujawniło przychody z tytułu własnej działalności gastronomiczno-cateringowej w 2018 roku. W niektórych przypadkach były one symboliczne (poniżej 5 tys. zł rocznie), jednak w dwóch – znaczące (powyżej 180 tys. zł). Znacznie bardziej popularny był wynajem przez muzea przestrzeni w ich budynkach dla potrzeb działalności gastronomicznej (kawiarnia, restauracja) prowadzonej przez zewnętrznych agentów. Przestrzeń użytkową na cele gastronomiczne wynajmowała ponad jedna czwarta (25,9%), tj. 65 z ogółu 251 ankietowanych placówek, które odpowiedziały na pytanie na ten temat. Średnia przychodów z tytułu wynajmu przestrzeni użytkowej we władaniu muzeum na cele gastronomiczne wynosiła w 2018 r. 239 tys. zł (dane dla 57 placówek, które sprawozdały informacje na ten temat). Mediana przychodów była jednak, podobnie jak w przypadku wynajmu powierzchni pod sklep muzealny, dużo niższa i sięgała jedynie 46 tys. złotych. W przypadku 14 placówek przychody te były znaczące, tj. wynosiły powyżej 125 tys. zł, w tym w odniesieniu do trzech placówek zlokalizowanych w najważniejszych ośrodkach miejskich kraju (Warszawa i Kraków) powyżej 750 tys. złotych.

Ponad połowa ankietowanych muzeów (tj. 126 spośród 251 placówek, które odpowiedziały na to pytanie w ankiecie) wynajmuje także przestrzeń w swoich budynkach lub ich otoczeniu innym podmiotom prywatnym lub publicznym na zasadach komercyjnych na cele inne niż prowadzenie sklepu muzealnego lub działalność gastronomiczną. Cele te obejmują (por. Tabela 3), oprócz wspomnianej już organizacji zróżnicowanych wydarzeń o charakterze kulturalnym, społecznym i edukacyjnym, wydarzenia i spotkania biznesowe i firmowe, konferencje, wydarzenia i uroczystości okolicznościowe o charakterze publicznym i prywatnym. Muzea wynajmują też na zasadach długoterminowych powierzchnie na cele biurowe, usługowe oraz mieszkalne, filmowe i zdjęciowe (lokacja filmowa), handlowe (w ostatnich latach widoczne m.in. ożywienie w zakresie organizacji okolicznościowych kiermaszów i targów), a także prowadzonej przez inne podmioty twórczości artystycznej i kulturalnej (plastycznej, fotograficznej, teatralnej itp.).

Tabela 3. Najważniejsze cele i formy wynajmu powierzchni użytkowej w ankietowanych muzeach*

Cel wynajęcia lub użyczenia powierzchni użytkowej w muzeum	Liczba wskazań
organizacja wydarzeń, w tym:	129
organizacja imprez i wydarzeń, w tym festiwalu, koncertów, pokazów filmowych, wykładów, warsztatów, szkoleń, kursów, spotkań autorskich i imprez plenerowych, zjazdów fanów, przez inne podmioty (władze publiczne, organizacje pozarządowe oraz firmy i osoby prywatne)	60
prezentacje, promocje, spotkania i bankiety firmowe oraz biznesowe, imprezy branżowe, spotkania urzędowe	23
organizacja konferencji i seminariów przez podmioty zewnętrzne	23

wynajem lub użyczenie powierzchni lokalnym instytucjom edukacyjnym (szkoły, przedszkola, uniwersytety trzeciego wieku) na ich uroczystości, akademie i konkursy oraz wykłady	4
ceremonie, przyjęcia, bankiety i uroczystości okolicznościowe, jubileusze, śluby, wesela, urodziny, w tym dla potrzeb urzędów stanu cywilnego (śluby cywilne, jubileusze)	19
wynajem powierzchni użytkowej na cele gastronomiczne (kawiarnia, restauracja, punkt gastronomiczny)	65
wynajem powierzchni użytkowej na sklep muzealny	23
stały wynajem na cele biurowe, usługowe lub mieszkalne, w tym:	23
siedziby i biura fundacji oraz stowarzyszeń, miejsca spotkań członków organizacji pozarządowych	11
wynajem powierzchni biurowej/pomieszczeń biurowych osobom i firmom prywatnym lub jednostkom samorządowym	6
odpłatne lub bezpłatne użyczenie pomieszczeń na działalność centrum lub punktu informacji turystycznej prowadzonego przez władze samorządowe	3
wynajem lokali mieszkalnych (mieszkania służbowe i lokatorskie)	3
cele filmowe i zdjęciowe, w tym:	16
lokacja filmowa: nagrania i zdjęcia filmowe (seriale telewizyjne, filmy fabularne, dokumentalne, promocyjne, edukacyjne, reklamowe, teledyski)	11
wynajem powierzchni dla potrzeb sesji zdjęciowych	5
funkcja handlowa (za wyjątkiem prowadzenia sklepu muzealnego i szerszych usług gastronomicznych), w tym:	12
stoiska handlowe, giełdy, targi, kiermasze i jarmarki specjalistyczne, świąteczne oraz okolicznościowe	9
wynajem powierzchni pod automatyczne urządzenia do sprzedaży artykułów spożywczych	3
stały wynajem na cele działalności artystycznej i kulturalnej, w tym:	10
wynajem powierzchni na cele pracowni artystycznej (atelier rzeźbiarskie, pracownia ceramiczna, fotograficzna)	5
wynajem powierzchni dla potrzeb regularnej działalności kulturalnej innych podmiotów (teatralnej, wystawienniczej, księgarskiej) instytucjom prywatnym, pozarządowym i samorządowym	5

* w tabeli uwzględniono jedynie te cele, które zostały minimum trzykrotnie spontanicznie wymienione przez placówki muzealne.

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z projektu *Statystyka muzeów*.

Współpraca muzeów z tzw. sektorem kreatywnym

W ostatnich latach coraz częściej wspomina się o potencjale instytucji kultury, w tym muzeów w zakresie wspierania i stymulowania rozwoju tzw. działalności kreatywnych i szeroko rozumianego sektora kreatywnego, a tym samym spełniania ważnych funkcji ekonomicznych, społecznych i kulturowych w ramach „krwioobiegu” artystycznego i kreatywnego⁴. W ramach ankiet postawiono zatem także szczegółowe pytania dotyczące zakresu i form współpracy muzeów z instytucjami i firmami oraz niezależnymi twórcami należącymi do tego sektora, takimi jak: inne placówki muzealne, biblioteki, firmy konserwatorskie, sektor muzyczny, wydawniczy, instytucje sceniczne i artyści teatru, artyści reprezentujący sztuki wizualne i projektowanie graficzne, projektanci sztuki użytkowej (meble, wystrój wnętrz, biżuteria, zabawki, gry, ręcznie produkowane pamiątki, ubiory itp.) i sektor rzemiosła artystycznego, branża reklamowa, telewizyjna i filmowa, stacje radiowe, prasa i portale internetowe oraz kolekcjonerzy (Tabela 4). Muzea zapytano także o formy współpracy z prywatnymi kolekcjonerami, galeriami sztuki, antykwariatami i domami aukcyjnymi oraz organizację programów rezydencji artystycznych. W tej sekcji ankiety odpowiedzi na poszczególne pytania udzieliło odpowiedzi od 248 do 252 muzeów (ta, określona w odniesieniu do każdego typu instytucji indywidualnie, liczba placówek była podstawą do wyliczenia przytaczanych w raporcie odsetków ogółu muzeów).

Stała, regularna współpraca odbywa się najczęściej pomiędzy muzeami a innymi instytucjami muzealnymi oraz w ramach bieżących kontaktów ze stacjami radiowymi, prasą i portalami internetowymi (w obu przypadkach taką częstą współpracę deklaruje ponad 40% placówek muzealnych). Relatywnie często muzea nawiązują także stałe kontakty z bibliotekami oraz branżą reklamową i telewizyjno-filmową (spośród tych placówek, które udzieliły odpowiedzi na dane pytanie odpowiednio 25,0% i 21,0% ankietowanych muzeów).

Okazjonalna, doraźna współpraca podejmowana jest natomiast przez muzea z wszystkimi wcześniej wymienionymi typami instytucji. Ponad połowa lub prawie połowa placówek, które zdecydowały się na odpowiedź na pytanie o zakres współpracy z sektorem kreatywnym, kooperuje z innymi muzeami, muzykami i branżą muzyczną, branżą konserwatorską w zakresie konserwacji obiektów ruchomych z kolekcji, branżą wydawniczą, prywatnymi kolekcjonerami i instytucjami rynku sztuki, branżą reklamową, a także mediami, zarówno tymi tradycyjnymi (prasa, radio, telewizja), jak i nowymi (portale internetowe). Nieco mniejszy odsetek, tj. jedna trzecia lub nieco więcej niż jedna trzecia placówek współpracuje z bibliotekami, instytucjami scenicznymi, projektantami sztuki użytkowej i przedstawicielami rzemiosła artystycznego, natomiast 44,0% placówek z artystami plastycznymi i grafikami.

Najbardziej ponadlokalny zasięg ma współpraca z innymi placówkami muzealnymi, warunkowana przede wszystkim charakterem placówki i jej kolekcji, osobistymi powiązaniem oraz statusem i prestiżem placówki (ponad trzy czwarte placówek podejmuje współpracę poza powiatem i poza województwem, gdzie zlokalizowana jest siedziba muzeum, jednocześnie utrzymując sieć kontaktów lokalnych: ponad połowa muzeów kooperuje też z siostrzanymi instytucjami w najbliższej okolicy. W tym kontekście warto też zauważyć, że prawie jedna trzecia uczestniczących w ankiecie muzeów (37,7% spośród 220 muzeów, które udzieliły odpowiedzi w ankiecie) oprócz kontaktów z krajowymi placówkami muzealnymi wskazała także na powiązania z placówkami zagranicznymi. Relatywnie bardziej lokalny charakter mają powiązania z bibliotekami, muzykami i instytucjami muzycznymi,

4 Por. m.in. B. Namysłak, *Działalności twórcze a rozwój miast: przykład Wrocławia*, Wrocław 2013; K. Stachowiak, *Gospodarka kreatywna i mechanizmy jej funkcjonowania: perspektywa geograficzno-ekonomiczna*, Poznań 2017.

instytucjami teatralno-scenicznymi, artystami wizualnymi, rzemiosłem artystycznym oraz radiem, prasą i portalami internetowymi.

Z kolei zlecenie przez muzea usług i inne formy współpracy z zewnętrznymi firmami konserwatorskimi realizowane jest przede wszystkim ponadlokalnie. We wszystkich przypadkach (Tabela 4) sytuacja jest jednak zróżnicowana, a muzea posiadają powiązania z danym typem instytucji zarówno lokalne, jak i ponadlokalne i ponadregionalne. Te pierwsze mogą być rozpatrywane jako korzystne zarówno z perspektywy budowania lokalnego społecznego kapitału instytucjonalnego, jak i zatrzymywania tworzonych przez muzea efektów mnożnikowych na danym terenie. Te ponadlokalne mogą natomiast być uznane za ważne z perspektywy stymulowania kreatywności, przepływu wiedzy i pomysłów artystycznych oraz jako wyraz ponadlokalnego statusu i renomy danych placówek muzealnych.

Tabela 4. Współpraca muzeów z instytucjami i podmiotami sektora kreatywnego (odsetek muzeów podejmujących daną formę współpracy w okresie sprawozdawczym 2017–2018)

Rodzaj instytucji lub podmiotów, z którymi współpracują muzea	Charakter współpracy			Lokalizacja podmiotów danego typu współpracujących z muzeum			
	liczba muzeów, które udzieliły odpowiedzi na pytanie o współpracę z danym typem podmiotów (n)	stała, regularna	okazjonalna	liczba muzeów, które udzieliły odpowiedzi na pytanie o zasięg współpracy z danym typem podmiotów (n)	na terenie powiatu lub miasta na prawach powiatu, w którym jest siedziba główna muzeum	na terenie województwa, w którym zlokalizowana jest siedziba główna muzeum	instytucje spoza województwa
inne muzea	252	42,9%	58,3%	220	51,8%	76,4%	77,7%
biblioteki	252	25,0%	36,9%	147	79,6%	54,4%	38,1%
zewnętrzne firmy świadczące usługi konserwatorskie w zakresie konserwacji obiektów ruchomych z kolekcji	251	5,6%	49,0%	131	33,6%	55,0%	54,2%
muzycy, instytucje muzyczne, firmami i artyści z branży muzycznej	252	12,7%	59,5%	174	68,4%	58,0%	51,1%

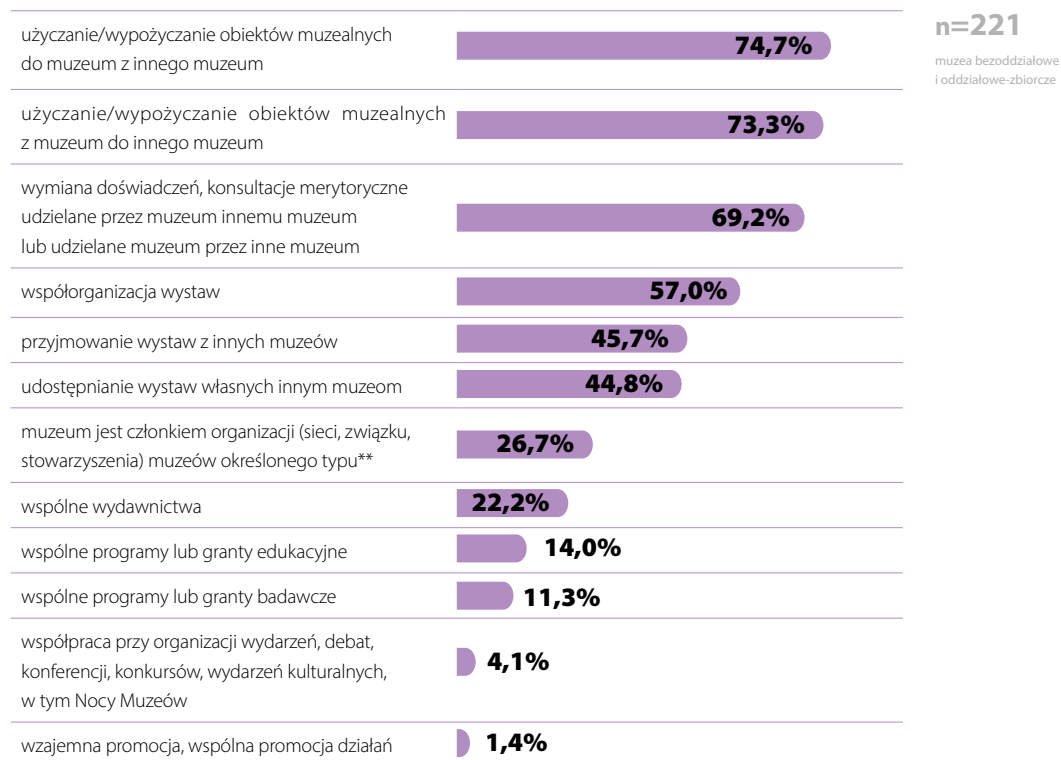
Rodzaj instytucji lub podmiotów, z którymi współpracują muzea	Charakter współpracy			Lokalizacja podmiotów danego typu współpracujących z muzeum			
	liczba muzeów, które udzieliły odpowiedzi na pytanie o współpracę z danym typem podmiotów (n)	stała, regularna	okazjonalna	liczba muzeów, które udzieliły odpowiedzi na pytanie o zasięg współpracy z danym typem podmiotów (n)	na terenie powiatu lub miasta na prawach powiatu, w którym jest siedziba główna muzeum	na terenie województwa, w którym zlokalizowana jest siedziba główna muzeum	instytucje spoza województwa
instytucje sceniczne (teatr, kabaret, cyrk) i ludzie teatru	252	4,0%	33,3%	93	58,1%	38,7%	30,1%
wydawnictwa i autorzy książek	252	12,7%	52,8%	151	51,7%	62,9%	55,6%
artyści reprezentujący sztuki wizualne, w tym projektowanie graficzne	252	11,9%	44,0%	136	69,9%	66,2%	52,2%
projektanci sztuki użytkowej i sektor rzemiosła artystycznego	252	11,1%	35,3%	110	66,4%	60,9%	50,9%
prywatni kolekcjonerzy, galerie sztuki, antykwariaty i domy aukcyjne	250	15,2%	52,8%	160	66,9%	65,0%	69,4%
branża reklamowa, telewizyjna i filmowa	252	21,0%	56,7%	181	68,5%	68,5%	49,2%
stacje radiowe, prasa i portale internetowe	252	44,4%	45,6%	203	80,3%	74,4%	37,4%

firmy i instytucje reprezentujące inne typy działalności kreatywnej (np. projektowanie oprogramowania komputerowego; gier komputerowych, planszowych, zabawek itp.)	248	2,4%	17,7%	45	44,4%	48,9%	37,8%
---	-----	------	-------	----	-------	-------	-------

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z projektu *Statystyka muzeów*.

W zależności od typu kooperującego podmiotu oraz branży, jaką reprezentuje, inny będzie też wachlarz i charakter współpracy. Najszerszy zakres współpracy muzeów z innymi podmiotami dotyczy powiązań z innymi placówkami muzealnymi (Wykres 1).

Wykres 1. Najważniejsze formy współpracy ankietowanych muzeów z innymi muzeami (odsetek ankietowanych, którzy wskazali na daną formę współpracy)*



* na rycinie uwzględniono jedynie te formy współpracy, które uzyskały minimum trzy wskazania.

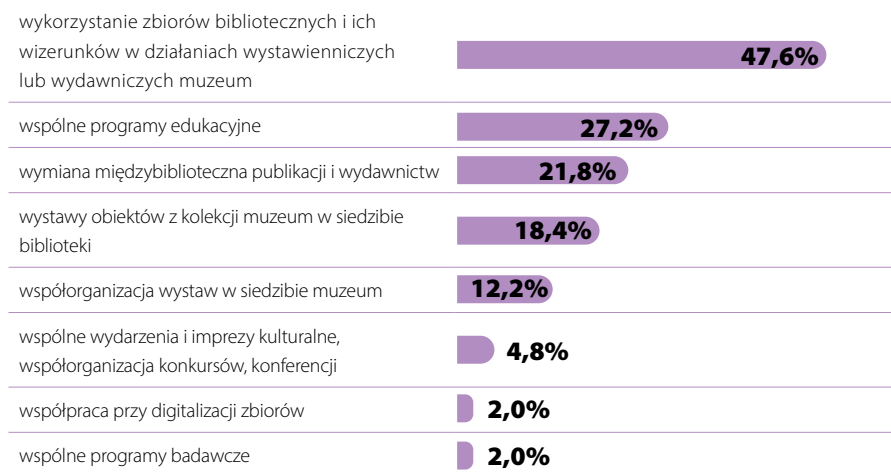
** na przykład skansenowskie, rezydencjonalne, górskie, górnicze, archeologiczne, morskie, literatury.

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z projektu *Statystyka muzeów*.

Wykres 2. Najważniejsze formy współpracy muzeów z bibliotekami (odsetek ankietowanych, którzy wskazali na daną formę współpracy)*

n=147

muzea bezoddziałowe
i oddziałowe-zbiorcze

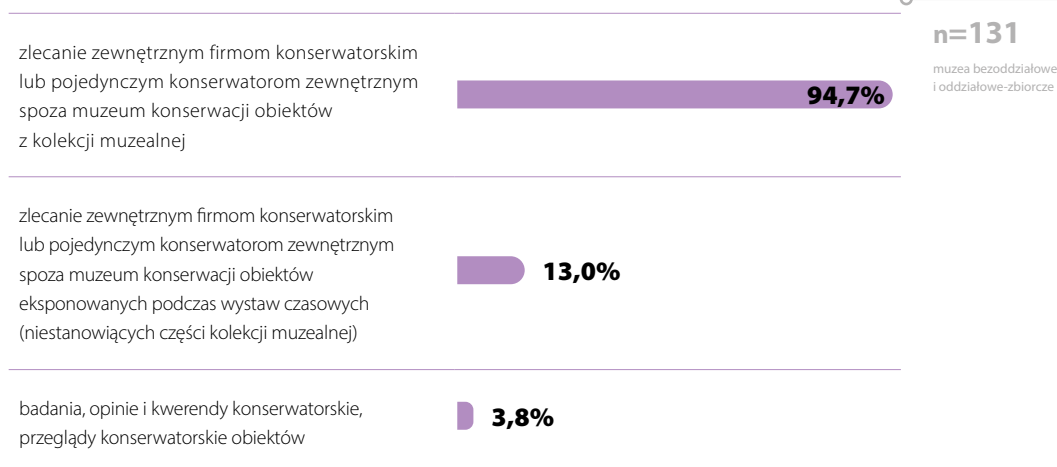


* na rycinie uwzględniono jedynie te formy współpracy, które uzyskały minimum trzy wskazania.

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z projektu *Statystyka muzeów*.

Dość szeroki, skupiony na zazębiających się sferach działań statutowych jest także zakres form współpracy muzeów z bibliotekami (Wykres 2). Prawie wszystkie (94,7%) ankietowane muzea, które odpowiedziały twierdząco na pytanie o współpracę z zewnętrznymi firmami konserwatorskim lub pojedynczymi konserwatorami zewnętrznymi spoza muzeum, zlecały im konserwację obiektów z kolekcji muzealnej (prace konserwatorskie wykonywane są przy tym najczęściej na podstawie postępowań przetargowych) (Wykres 3). Znacznie rzadziej (jedynie 13% ankietowanych) takie zlecenia dla zewnętrznych firm lub osób dotyczyły konserwacji obiektów ekspozycyjnych podczas wystaw czasowych (niestanowiących części kolekcji muzealnej). Oprócz realizacji konserwatorskich jako takich, indywidualni konserwatorzy i prywatne firmy konserwatorskie mogą także przygotowywać na zlecenie muzeów ekspertyzy, opinie i kwerendy konserwatorskie dotyczące posiadanych zbiorów, prowadzić badania obiektów w kolekcji, pełnić funkcję konsultacyjną czy dokonywać przeglądów konserwatorskich obiektów na wystawach czasowych. Muzea współpracują także z sektorem muzycznym (Wykres 4), najczęściej w związku z organizacją lub współorganizacją koncertów muzycznych na terenie muzeum (82,2% placówek, które wykazały współpracę z tym sektorem) oraz z branżą sceniczno-teatralną (Wykres 5), choć w przypadku tej drugiej współpraca jest znacznie rzadsza (sprawozdało ją 37,3% spośród 252 placówek, które odpowiedziały na pytanie o taką współpracę) i bardziej ograniczona. Najczęściej jest związana z organizacją lub współorganizacją przedstawień teatralnych na terenie muzeów (7 na 10 ankietowanych placówek, które współpracowały z instytucjami teatralnymi). Wynika to jednak nie tylko z braku współpracy pomiędzy instytucjami, lecz także wiąże się z innymi wymogami odnośnie do wyposażenia i przestrzeni udostępnianych na wydarzenia muzyczne oraz teatralne.

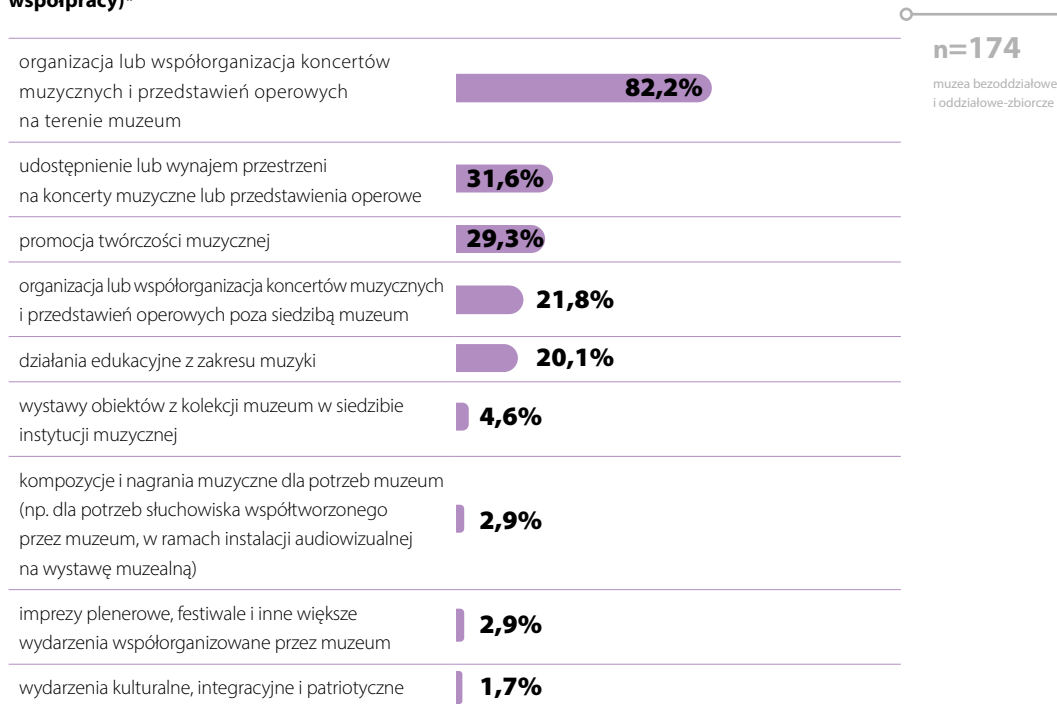
Wykres 3. Najważniejsze formy współpracy muzeów z zewnętrznymi firmami świadczącymi usług konserwatorskie w zakresie konserwacji obiektów ruchomych (odsetek ankietowanych, którzy wskazali na daną formę współpracy)*



* na rycinie uwzględniono jedynie te formy współpracy, które uzyskały minimum trzy wskazania.

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z projektu *Statystyka muzeów*.

Wykres 4. Najważniejsze formy współpracy muzeów z muzykami, instytucjami muzycznymi, firmami i artystami z branży muzycznej (odsetek ankietowanych, którzy wskazali na daną formę współpracy)*



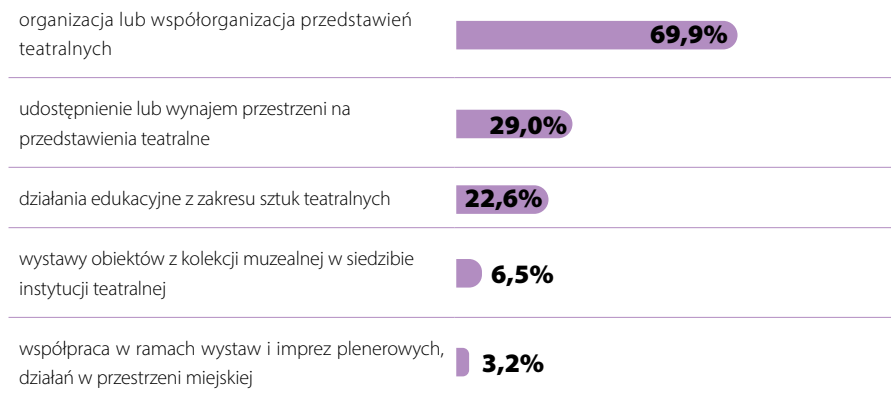
* na rycinie uwzględniono jedynie te formy współpracy, które uzyskały minimum trzy wskazania.

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z projektu *Statystyka muzeów*.

Wykres 5. Najważniejsze formy współpracy muzeów z instytucjami scenicznymi (teatr, kabaret, cyrk) i ludźmi teatru (odsetek ankietowanych, którzy wskazali na daną formę współpracy)*

n=93

muzea bezoddziałowe
i oddziałowe-zbiorcze



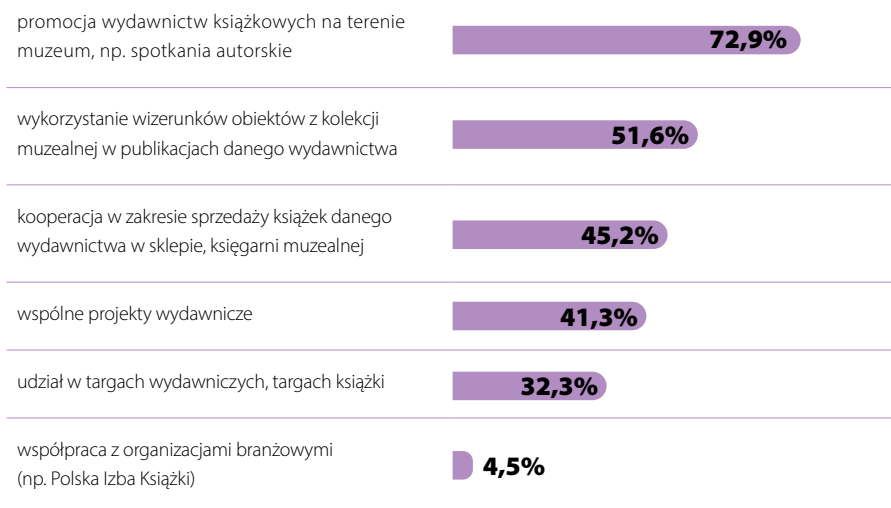
* na rycinie uwzględniono jedynie te formy współpracy, które uzyskały minimum trzy wskazania.

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z projektu *Statystyka muzeów*.

Wykres 6. Formy współpracy muzeów z wydawnictwami i autorami książek (odsetek ankietowanych, którzy wskazali na daną formę współpracy)*

n=155

muzea bezoddziałowe
i oddziałowe-zbiorcze

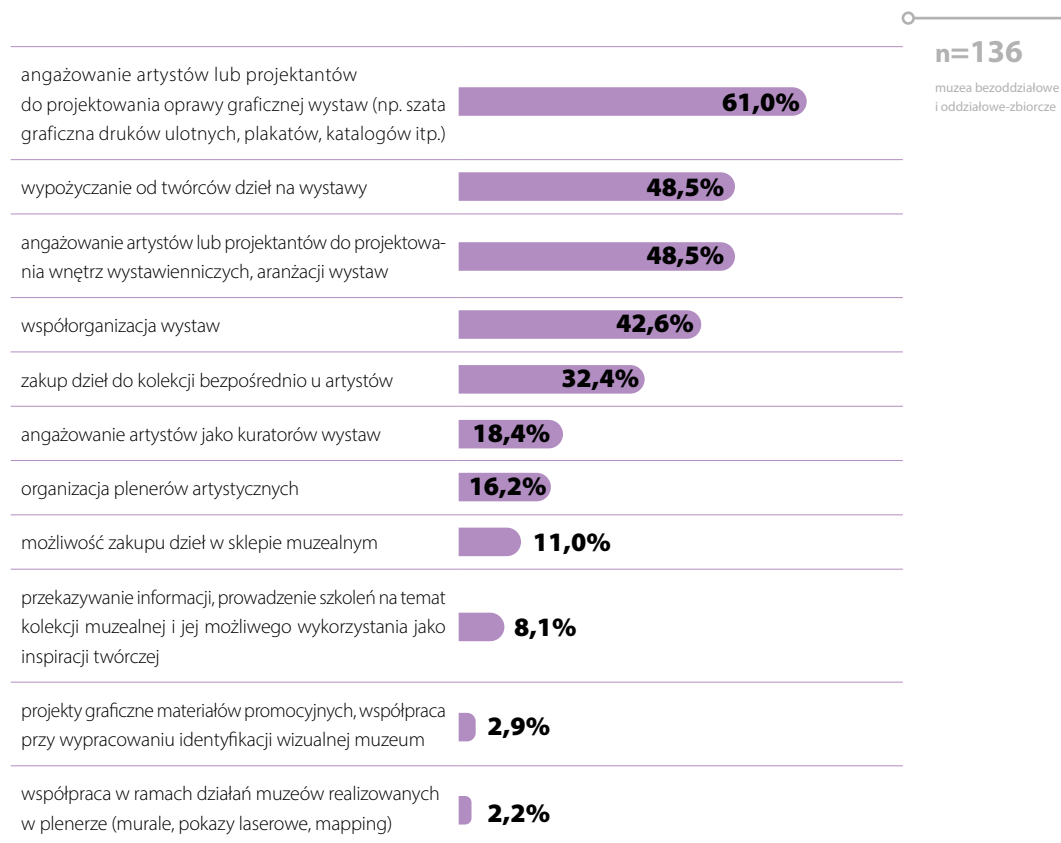


* na rycinie uwzględniono jedynie te formy współpracy, które uzyskały minimum trzy wskazania.

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z projektu *Statystyka muzeów*.

Większy odsetek placówek wskazał natomiast na różne formy współpracy z wydawnictwami i autorami książek (Wykres 6) oraz z artystami reprezentującymi sztuki wizualne, w tym projektowanie graficzne (Wykres 7). W tym ostatnim przypadku współpraca ta może być bardzo wielowątkowa i związana zarówno ze świadczeniem przez danego artystę usług wspierających działalność muzeów (np. projektowanie wnętrz, aranżacja wystaw), korzystaniu przez artystów z możliwości twórczych zapewnianych przez muzea, jak i nabywaniu dzieł do kolekcji lub ich wypożyczaniu na wystawy czasowe, co jest korzystne zarówno z perspektywy muzeów, jak i w kontekście promowania przez nie twórczości współczesnych artystów.

Wykres 7. Formy współpracy muzeów z artystami reprezentującymi sztuki wizualne, w tym projektowanie graficzne (odsetek ankietowanych, którzy wskazali na daną formę współpracy)*



* na rycinie uwzględniono jedynie te formy współpracy, które uzyskały minimum trzy wskazania.

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z projektu *Statystyka muzeów*.

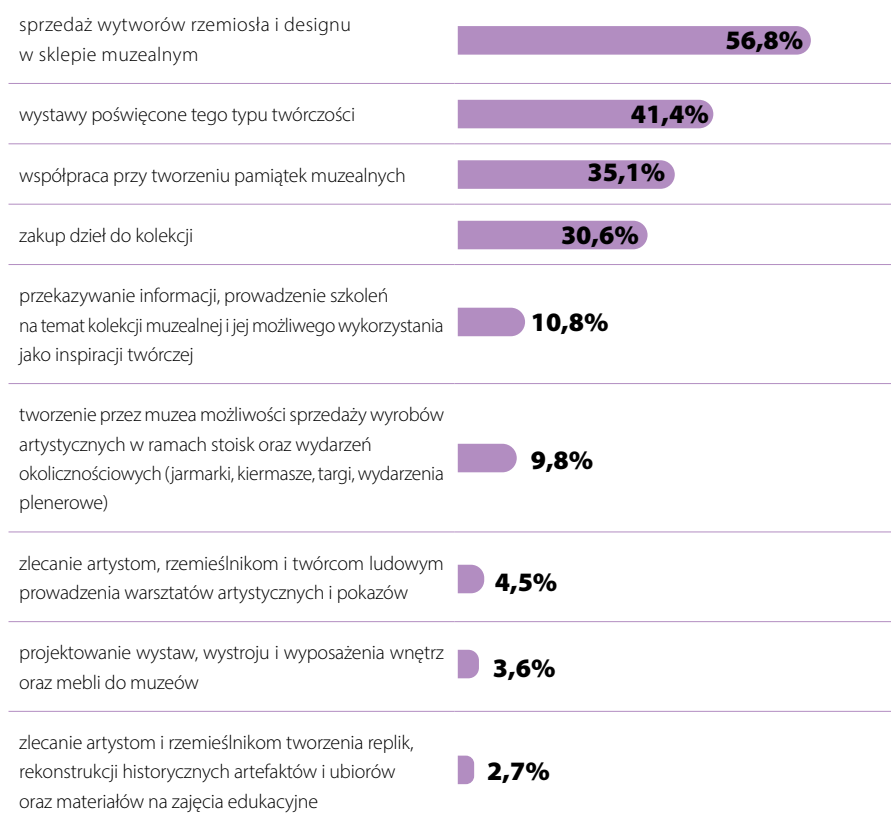
W ostatnich czasach coraz więcej uwagi poświęca się także możliwości głębszej współpracy artystów współczesnych z muzeami w ramach dłuższych pobytów stypendialno-twórczych organizowanych lub współorganizowanych przez muzea w ich siedzibach lub w danej miejscowości. Ta forma działalności muzeów jako miejsc oferujących przestrzeń twórczą dla artystów nie jest jednak jeszcze w Polsce rozpowszechniona. Zaledwie siedem placówek organizowało lub współorganizowało w okresie sprawozdawczym program rezydencji

artystycznych i wykazały to w ramach ankiety. W 2017–2018 w ramach jednej placówki goszczono od jednego twórcy do ośmiu artystów (dwa przypadki). Co ciekawe, według danych z ankiet programy rezydencji artystycznych w Polsce zainicjowały nie tylko większe, znane w skali kraju i regionu muzea, lecz także mniejsze placówki zlokalizowane w średnich wielkości miastach, chcące zachęcić artystów do pobytu i twórczego zainspirowania się mniej znanymi miejscami i zbiorami.

Wykres 8. Formy współpracy muzeów z projektantami sztuki użytkowej i sektorem rzemiosła artystycznego (odsetek ankietowanych, którzy wskazali na daną formę współpracy)*

n=111

muzea bezoddziałowe
i oddziałowe-zbiorcze



* na rycinie uwzględniono jedynie te formy współpracy, które uzyskały minimum trzy wskazania.

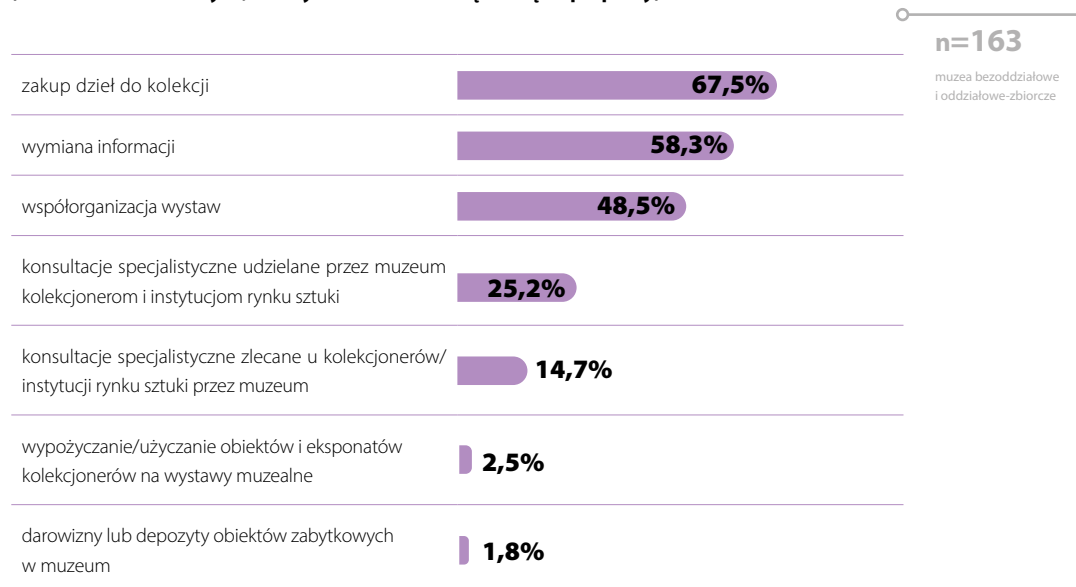
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z projektu *Statystyka muzeów*.

W zależności od profilu muzeum, placówki muzealne mogą także nawiązywać różne formy współpracy z twórcami ludowymi, projektantami sztuki użytkowej oraz wytwórcami rzemiosła artystycznego (Wykres 8) (szczególnie często taka współpraca nawiązywana jest m.in. przez muzea etnograficzne i skansenowskie). Współpraca ta może polegać jedynie na nabywaniu lub pokazywaniu w ramach wystaw dzieł danego twórcy przez muzeum, zleceniu mu zaprojektowania lub wytworzenia konkretnych artefaktów, obiektów lub wnętrz dla muzeum

lub też organizacji wydarzeń, które pomagają twórcom w wypromowaniu i komercjalizacji ich oferty (np. targi, kiermasze), a jednocześnie przyciągają do muzeum większą liczbę gości, dla których tego typu, często ludyczne wydarzenia są istotną motywacją do odwiedzenia danej placówki. Muzea korzystają także z kreatywnych pomysłów artystów lub projektantów i mniejszych wytwórców w zakresie projektowania i produkcji pamiątek i materiałów promocyjnych takich jak gry planszowe, karciane, memory, puzzle, magnesy, klocki i inne zabawki oraz maskotki muzealne związane ze zbiorami lub tematyką przewodnią podejmowaną przez dane muzeum.

Kolejną grupą interesariuszy, którzy zwyczajowo współpracują z muzeami są prywatni kolekcjonerzy oraz instytucje rynku sztuki (galerie, antykwariaty i domy aukcyjne). Muzea mogą nawiązywać z nimi ściśle biznesowe – komercyjne relacje (jako nabywcy dzieł sztuki do kolekcji muzealnej) – tę formę powiązań wykazało w ankiecie prawie dwie trzecie (67,5%) muzeów, które udzieliły pozytywnej odpowiedzi na pytanie o powiązania z kolekcjonerami i instytucjami rynku sztuki (Wykres 9). Współpraca ta może jednak być ściślej i bardziej kompleksowo związana z działalnością merytoryczną muzeów i polegać na wymianie informacji czy współorganizacji wystaw (odpowiednio ponad połowa i prawie połowa ankietowanych placówek), wzajemnych konsultacjach specjalistycznych, użyczaniu obiektów na wystawy, a także przekazywaniu muzeom obiektów w ramach darowizn i depozytów. Te formy współpracy nie zawsze wiążą się z bezpośrednim wydatkowaniem środków finansowych przez muzea, choć najczęściej przynoszą wymierne, długofalowe korzyści obu stronom relacji.

Wykres 9. Formy współpracy muzeów z prywatnymi kolekcjonerami oraz instytucjami rynku sztuki (odsetek ankietowanych, którzy wskazali na daną formę współpracy)*



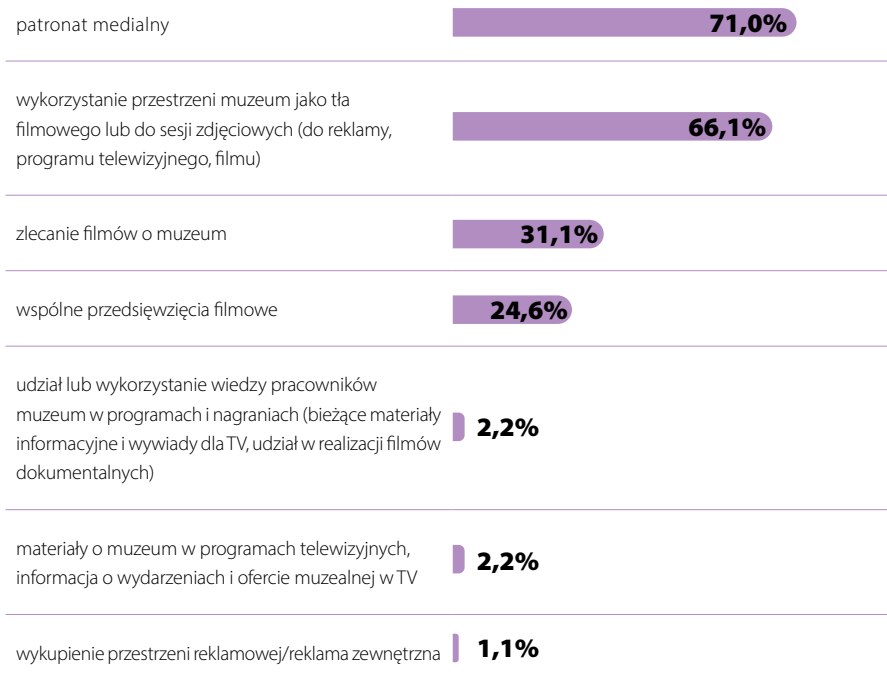
* na rycinie uwzględniono jedynie te formy współpracy, które uzyskały minimum trzy wskazania.

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z projektu *Statystyka muzeów*.

Wykres 10. Formy współpracy muzeów z branżą reklamową, telewizyjną i filmową (odsetek ankietowanych, którzy wskazali na daną formę współpracy)*

n=183

muzea bezoddziałowe i oddziałowe-zbiorcze

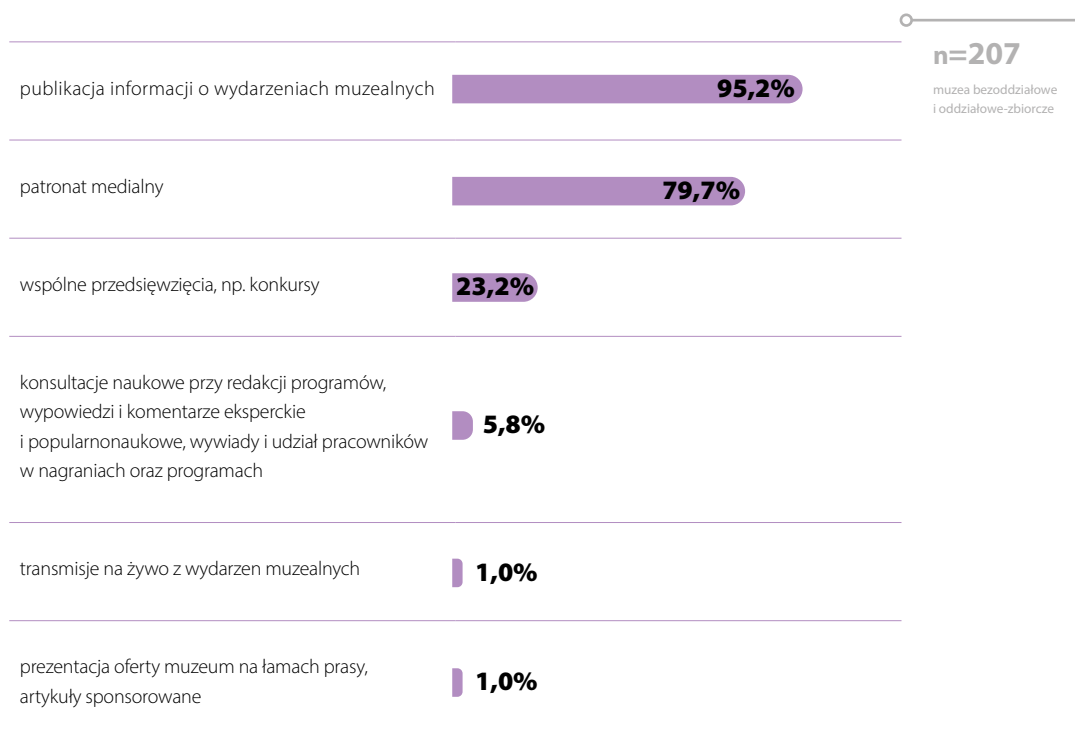


* na rycinie uwzględniono jedynie te formy współpracy, które uzyskały minimum dwa wskazania.

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z projektu *Statystyka muzeów*.

Muzea współpracują także z branżą reklamową, telewizyjną i filmową, zarówno jako instytucje zapewniające przestrzeń lub zawartość merytoryczną filmów i nagrań, jak i jako współproducenti i zleceniodawcy (Wykres 10). Fakt wykorzystywania przez branżę medialną muzeum jako tła filmowego lub zdjęciowego odnotowało prawie dwie trzecie ankietowanych muzeów (66,1%), które odpowiedziały na pytanie o współpracę z tą branżą. Wspomniano także o czerpaniu przez produkcje reklamowe, telewizyjne i filmowe z wiedzy pracowników oraz materiałów archiwalnych muzeum. Muzea mogą też zlecać realizację filmów o muzeum i spotów reklamowych podmiotom zewnętrznym (niemal jedna trzecia placówek) oraz podejmować z nimi wspólne przedsięwzięcia filmowe (24,6% ankietowanych). Najpopularniejszą formą współpracy (71,0% muzeów, które odpowiedziały na pytanie o powiązania omawianym sektorem) jest jednak korzystanie przez muzea z możliwości promocji wydarzeń muzealnych oraz oferty swojej placówki w ramach patronatu medialnego. Podobnie jest w przypadku kształtowania i korzystania z zawartości mediów takich jak radio, prasa oraz Internet oraz współpracy z nimi (Wykres 11). Niemal każde (95,2%) muzeum, które deklaruje współpracę ze stacjami radiowymi, prasą i portalami internetowymi korzysta z możliwości przekazywania lub publikacji informacji o wydarzeniach muzealnych poprzez te media. Ponad trzy czwarte (79,7%) placówek korzysta z patronatu medialnego ww. mediów, a ponad jedna piąta podejmuje z nimi wspólne przedsięwzięcia, takie jak konkursy popularnonaukowe.

Wykres 11. Formy współpracy muzeów ze stacjami radiowymi, prasą i portalami internetowymi (odsetek ankietowanych, którzy wskazali na daną formę współpracy)*



* na rycinie uwzględniono jedynie te formy współpracy, które uzyskały minimum dwa wskazania.

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z projektu *Statystyka muzeów*.

Wyniki ankiet potwierdzają również, że nowymi, istotnymi kontrahentami i usługodawcami oraz partnerami współpracującymi kreatywnie z muzealnymi stały się w ostatnich dwóch dekadach firmy specjalizujące się w projektowaniu oprogramowania komputerowego, multimedialnych, aplikacji i gier komputerowych oraz stron internetowych. Zajmują się one m.in. na zlecenie muzeów opracowaniem oprogramowania, wizualizacji komputerowych oraz animacji i aplikacji multimedialnych do wystaw i przedsięwzięć muzealnych, w tym aplikacji mobilnych, VR i AR, projektowaniem i realizacją stanowisk interaktywnych, współpracują przy tworzeniu sklepów internetowych, forów internetowych i muzealnych portali informacyjnych, digitalizacji oraz komputeryzacji prac inwentaryzacyjnych w muzeach.

Współpraca z sektorem turystyki, działania na rzecz zwiększania ponadlokalnej rozpoznawalności lokalnego lub regionalnego dziedzictwa kulturowego

Najczęściej wymienianą formą tworzenia rozpoznawalnej oferty turystycznej przez muzea była z ich perspektywy organizacja większych ważnych wydarzeń kulturalnych, takich jak festiwale i duże wydarzenia plenerowe lub wystawiennicze. Wskazało na nią ponad dwie trzecie (70,5% muzeów) (Tabela 5). Wiele muzeów angażuje się także w tworzenie szlaków kulturowych (44,4% ankietowanych instytucji, które odpowiedziały na to pytanie). Prawie jedna trzecia placówek jest uwzględniona jako punkt na co najmniej jednym szlaku kulturowym (niekiedy w ramach kilku jednocześnie). Ponad jedna czwarta instytucji włącza się silnie w tworzenie i funkcjonowanie szlaku, zapewniając wkład merytoryczny przy jego powstawaniu i w ramach jego funkcjonowania (28,6%). Co ósma spośród ankietowanych placówek opiniuje koncepcję, realizację i oznakowanie szlaku (12,3%), a niekiedy także pełni funkcję wydawcy materiałów informacyjnych dotyczących szlaku. Co trzynasta spośród ankietowanych placówek (7,5%) odgrywała kluczową rolę inicjatora powstania szlaku oraz głównej instytucji zarządzającej nim i animującej go (Wykres 12). Inne formy partycypacji muzeów w tworzeniu i zarządzaniu szlakami kulturowymi wymienione przez muzea biorące udział w ankiecie mogą obejmować: uczestnictwo w pracach zespołu opracowującego strategię zarządzania szlakiem, pozyskanie domeny internetowej dla szlaku, organizację wystaw na temat szlaku, tworzenie i publikację jego map, opisów, przygotowanie aplikacji mobilnych dla turystów, którzy chcą podążać szlakiem oraz organizację oprowadzania po szlaku. Wiele z tych działań podejmowanych jest wspólnie z innymi punktami na szlaku lub władzami samorządowymi.

Tabela 5. Formy współpracy z sektorem turystycznym oraz działań na rzecz rozwoju lokalnej i regionalnej oferty turystycznej i wzrostu jej rozpoznawalności

Formy współpracy z sektorem turystycznym oraz działań na rzecz rozwoju lokalnej i regionalnej oferty turystycznej	Odsetek ankietowanych muzeów, które wskazały na daną formę współpracy	Liczba muzeów, które odpowiedziały na pytanie o dany rodzaj aktywności (n)
muzeum jako organizator lub współorganizator ważnych, większych, lokalnych lub regionalnych wydarzeń kulturalnych	70,5%	251
uczestnictwo muzeów w tworzeniu szlaków kulturowych na terenie gminy, powiatu lub regionu	44,4%	252
uczestnictwo muzeów w lokalnych lub regionalnych (samorządowych) programach zniżek na usługi skierowane do mieszkańców	40,8%	250
uczestnictwo muzeów w targach turystycznych lub innych spotkaniach branży turystycznej (samodzielnie lub jako partner innych instytucji)	38,5%	252

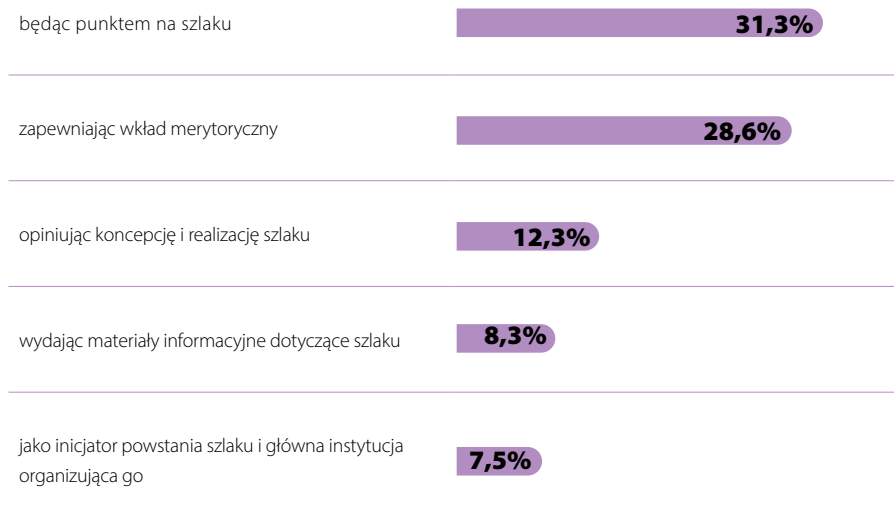
uczestnictwo muzeów w programach kart turystycznych/rabatowych zachęcających turystów do odwiedzenia różnych atrakcji i miejsc na terenie danej gminy/powiatu/regionu (np. karty turystyczne, zniżki łączące bilety kolejowe i bilety do muzeów)	36,5%	252
współpraca z firmami turystycznymi przy tworzeniu ofert turystycznych (konkretnych propozycji programu pobytu turystów na danym terenie, obejmujących zwiedzenie muzeum, lecz wykraczających poza standardową ofertę zwiedzania)	34,1%	252
prowadzenie programów szkoleniowych na temat historii, kultury i dziedzictwa kulturowego danej gminy lub obszaru skierowane do przewodników turystycznych, pilotów oraz agencji turystycznych	29,0%	252
oferta noclegowa (miejsca noclegowe na terenie muzeum) w ramach usług świadczonych przez muzeum	20,2%	252
angażowanie się muzeów w działania związane z tworzeniem lokalnej lub regionalnej marki, starania o rozpoznanie unikalności lokalnego dziedzictwa w skali lub międzynarodowej	19,0%	252
udzielenie firmom prywatnym z sektora turystyki prawa wykorzystania swojego znaku firmowego, wizerunków budynków lub muzealiów w ramach promocji świadczonych przez nie usług turystycznych	19,0%	252
stworzenie specjalnej oferty adresowanej do turystów zagranicznych (np. wydarzenia, warsztaty)	18,3%	252
stała współpraca (zawarte w okresie 1.01.2017–31.12.2018 lub obowiązujące wcześniej długoterminowe umowy) z zewnętrznymi biurami przewodników turystycznych	6,0%	251

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z projektu *Statystyka muzeów*.

Wykres 12. Najczęstsze formy zaangażowania muzeów w tworzenie szlaków kulturowych (odsetek ankietowanych, którzy udzielili odpowiedzi na pytanie o udział w szlakach kulturowych i wskazali na daną formę współpracy)

n=252

muzea bezoddziałowe
i oddziałowe-zbiorcze



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z projektu *Statystyka muzeów*.

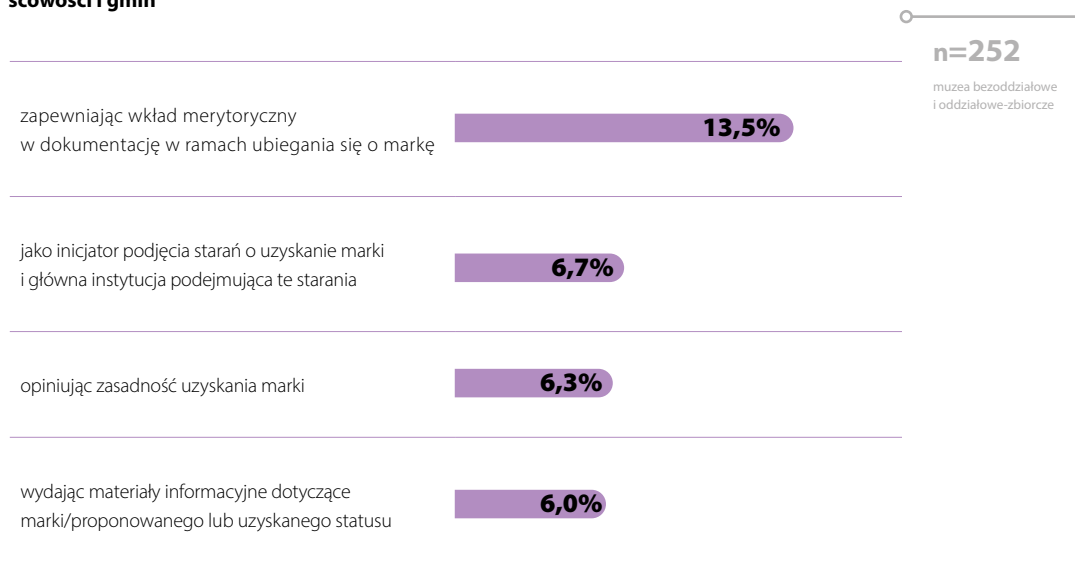
Szlaki kulturowe mogą z czasem zacząć funkcjonować jako ważna lokalna i regionalna marka i znak rozpoznawczy danego regionu. Bardzo istotnym szerszym zjawiskiem jest włączanie się muzeów w działania związane z tworzeniem lokalnych lub regionalnych marek oraz starania o rozpoznanie unikalności lokalnego dziedzictwa w skali krajowej (np. krajowa lista dziedzictwa niematerialnego, pomnik historii) lub międzynarodowej (np. wpis na listę światowego dziedzictwa UNESCO) (Tabela 6). W ramach ubiegania się o markę muzea mogą pełnić rozmaite funkcje (Wykres 13). Mogą odgrywać bardziej ograniczoną, lecz niezwykle istotną rolę, zapewniając wkład merytoryczny w dokumentację w ramach ubiegania się o markę (ten typ działań wykazało 13,5% ankietowanych, którzy udzielili odpowiedzi na dotyczące tej kwestii pytanie), opiniując zasadność uzyskania marki, czy też wydając materiały informacyjne dotyczące obiektu i jego statusu. Mogą też odgrywać główną rolę jako inicjator lub koordynator starań o uzyskanie danej marki, a następnie nierzadko podmiot zarządzający jej funkcjonowaniem.

Tabela 6. Typy „marek” dziedzictwa kulturowego, w pozyskanie których przez dane miejsce lub obszar angażują się polskie muzea

Marki o znaczeniu międzynarodowym	Marki o znaczeniu krajowym
wpis na listę światowego dziedzictwa UNESCO	Pomnik Historii
Europejski Znak Dziedzictwa	
wpis na listę niematerialnego dziedzictwa ludzkości UNESCO	wpis na krajową listę dziedzictwa niematerialnego
uwzględnienie obiektu lub miejsca na znanym specjalistycznym, europejskim szlaku kulturowym	uwzględnienie obiektu lub miejsca na krajowym szlaku kulturowym
-	rozpoznanie produktów regionalnych (przede wszystkim żywnościowych), uwzględnienie danych produktów na liście produktów tradycyjnych prowadzonej przez Ministerstwo Rolnictwa

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z projektu *Statystyka muzeów*.

Wykres 13. Formy zaangażowania muzeów w tworzenie marek dziedzictwa kulturowego miejscowości i gmin



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z projektu *Statystyka muzeów*.

Muzea mogą także zachęcać do odwiedzenia danej placówki, a tym samym dzielnicy, miasta lub gminy, uczestnicząc w programach kart turystycznych (np. rabatowych), inspirujących turystów do odwiedzenia różnych atrakcji turystycznych na pewnym obszarze (taki udział deklaruje ponad jedna trzecia badanych muzeów), czy uczestnicząc w regionalnych programach zniżek łączących wizytę w muzeum ze skorzystaniem z kolei regionalnych (np. „Kolej na kulturę”, „Koleją do kultury”), skierowanych przede wszystkim do mieszkańców danego regionu. Lokalni mieszkańcy mogą natomiast korzystać ze zniżek im dedykowanych akceptowanych przez muzea (np. karta dużej rodziny, karta mieszkańca, karta seniora) (obecnie w programach tego typu uczestniczy dwa na pięć ankietowanych muzeów).

Ponad jedna trzecia ankietowanych wspomniała również o uczestnictwie w targach turystycznych lub innych spotkaniach branży turystycznej (samodzielnie lub jako partner innych instytucji) oraz współpracy z firmami turystycznymi przy tworzeniu ofert turystycznych (konkretnych propozycji programu pobytu turystów na danym terenie, obejmujących zwiedzanie muzeum, lecz wykraczających poza standardową ofertę zwiedzania), a 18,3% o podejmowaniu działań związanych ze stworzeniem specjalnej oferty adresowanej do turystów zagranicznych (np. wydarzenia, warsztaty). W większości taką ofertę muzea wypracowują jednak samodzielnie (15,5%), tylko 2,8% z nich deklaruowało współpracę z innymi podmiotami (np. z branży turystycznej) w tym zakresie.

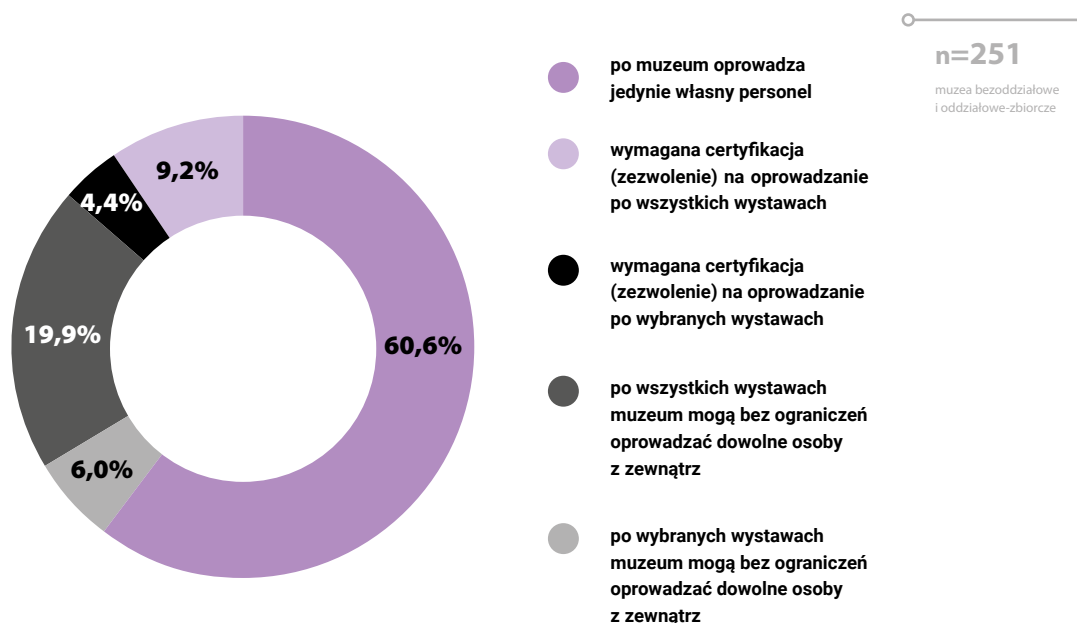
Istotną w obliczu deregulacji usług przewodnickich (poza terenami górskimi i naturalnymi wymagającymi zachowania specjalnych zasad bezpieczeństwa przy ich odwiedzaniu) funkcją wielu placówek muzealnych jest prowadzenie programów szkoleniowych na temat historii, kultury i dziedzictwa kulturowego danej gminy lub obszaru. Skierowane do przewodników turystycznych, pilotów oraz agencji turystycznych szkolenia i kursy tego typu prowadziło w okresie sprawozdawczym 29,0% badanych muzeów.

Współpraca muzeów z zewnętrznymi, niezależnymi przewodnikami, tworząca dla nich możliwości zarobkowania, może przybierać różne formy (Wykres 14). Ponad sześć na dziesięć muzeów (60,6%) obsługuje odwiedzających gości jedynie przy pomocy własnych przewodników (stałych pracowników merytorycznych lub przewodników zatrudnianych okresowo). Mniejszy odsetek placówek (13,5%) zezwala na oprowadzanie po wystawach przez osoby niebędące pracownikami muzeum, lecz pod warunkiem uzyskania od muzeum pozwolenia lub certyfikatu, z reguły powiązanego z uczestnictwem w odpowiednim szkoleniu. Tylko około jednej czwartej placówek zdecydowało się na pełne lub częściowe zezwolenie na oprowadzanie po swych ekspozycjach przez dowolne osoby bez ograniczeń czy specjalnych wymogów merytorycznych. Niektóre muzea (6,0% spośród tych placówek, które odpowiedziały na dotyczące tej kwestii pytanie) decydują się także na stałą współpracę w ramach zawieranych przez nie długoterminowych umów z zewnętrznymi biurami przewodników turystycznych, spełniających określone, wymagane przez muzea kryteria.

Ponad jedna piąta (20,2%) placówek muzealnych dysponuje miejscami noclegowymi w budynkach muzeum. Więcej niż połowa z nich (28 placówek, tj. 11,1% ogółu ankietowanych, którzy odpowiedzieli na pytanie o udzielanie noclegów) oferuje ogólnodostępne noclegi (usługi hotelowe). Pozostałe mogą jedynie zapewnić niewielką liczbę miejsc noclegowych w ramach

współpracy z innymi placówkami kultury, naukowymi czy artystami. Liczba oferowanych miejsc noclegowych wahała się od zaledwie 3 do aż 85, mediana wynosiła zaledwie 10.

Wykres 14. Zasady oprowadzania po wystawach muzealnych (odsetek ankietowanych, którzy udzieliłi odpowiedzi oraz wskazali na dane rozwiązanie dotyczące oprowadzania po muzeum)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z projektu *Statystyka muzeów*.

Współpraca muzeów z instytucjami naukowo-badawczymi i edukacyjnymi

„Naturalnymi” partnerami dla muzeów jako instytucji realizujących w ramach swej misji cele naukowe i edukacyjne są instytucje naukowo-badawcze (uczelnie wyższe i instytuty badawcze). Ze względu na rolę muzeów jako placówek gromadzących oraz pokazujących wytwory działalności artystycznej z różnych dziedzin sztuki, istnieje szczególnie wiele potencjalnych pól ich kooperacji ze szkołami i uczelniami o profilu artystycznym lub specjalistycznym profilu korespondującym z charakterem kolekcji muzeów. Funkcja edukacyjno-upowszechniająca muzeów jest także w dużej mierze zbieżna z celami statutowymi placówek oświaty i wychowania (szkoły podstawowe i średnie oraz placówki wychowania przedszkolnego), również tworząc liczne, potencjalne możliwości współpracy.

Ponad połowa ankietowanych muzeów (54,0% spośród 252 placówek, które udzieliły odpowiedzi) potwierdziła, że podejmuje okresową, okazjonalną współpracę z instytucjami naukowo-badawczymi, natomiast ponad jedna czwarta (26,6%) wykazała się regularną i długofalową współpracą na podstawie umów dwustronnych (Tabela 7). Pewna liczba placówek (7,1%) wskazała przy tym na obie formy współpracy z sektorem badawczo-rozwojowym i uczelniami wyższymi, tj. tak czasową, jak i długookresową. Muzea współpracują przy tym zarówno z jednostkami z najbliższej okolicy lub z terenu macierzystego województwa,

jak i z uczelniami i instytutami z innych regionów Polski (ponad połowa) oraz z zagranicy (22,8%) w zależności od podejmowanych działań wspólnych i tematyki, której są poświęcone (podawane odsetki odnoszą się do 184 muzeów, które udzieliły odpowiedzi na pytanie o zasięg terytorialny swej współpracy z placówkami naukowo-badawczymi).

Tabela 7. Charakter i zasięg współpracy muzeów z instytucjami naukowymi i naukowo-badawczymi (odsetek ankietowanych, którzy wskazali na daną formę współpracy w okresie 2017–2018)

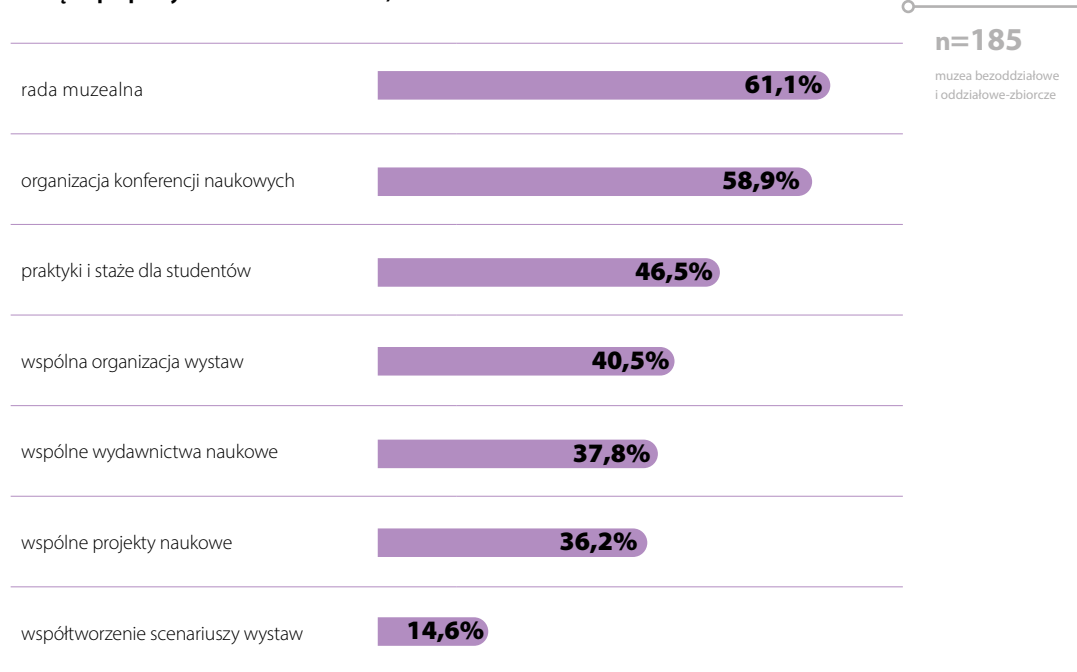
Rodzaj instytucji	Charakter współpracy			Lokalizacja podmiotów danego typu współpracujących z muzeum					
	liczba muzeów, które udzieliły odpowiedzi na pytanie o współpracę z danym typem instytucji (n)	stała, regularna oparta na umowach dwustronnych	okazjonalna	liczba muzeów, które udzieliły odpowiedzi na pytanie o zasięg współpracy z danym typem instytucji (n)	na terenie powiatu lub miasta na prawach powiatu, w którym jest siedziba główna muzeum	na terenie województwa, w którym zlokalizowana jest siedziba główna muzeum	instytucje spoza województwa	instytucje zagraniczne	
instytucje naukowe i naukowo-badawcze	252	26,6%	54,0%	184	54,9%	66,8%	56,5%	22,8%	
wydziały, szkoły i uczelnie artystyczne	250	18,0%	40,4%	132	71,2%	46,2	33,3%	38,1%	

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z projektu *Statystyka muzeów*.

Badacze i wykładowcy akademicy, specjaliści w określonych dziedzinach, szczególnie z zakresu nauk humanistycznych, są często zapraszani do kooperacji z muzeami jako członkowie rad muzealnych. Fakt ten potwierdziło 61,1% badanych muzeów, które udzieliły odpowiedzi na pytanie o formy współpracy z instytucjami badawczymi i akademickimi (Wykres 15). Prawie równie popularnymi formami współpracy instytucji naukowych z muzealnymi są także współorganizacja konferencji i seminariów naukowych (58,9% badanych placówek), w nieco mniejszym stopniu współorganizacja wystaw (dwie na pięć instytucji muzealnych angażują się w tą formę współpracy), korzystanie z wiedzy merytorycznej pracowników naukowych przy tworzeniu scenariuszy wystaw (jedno na siedem muzeów) oraz realizacja wspólnych grantów i projektów naukowych (ponad jedna trzecia badanych placówek). Ponad jedna trzecia placówek muzealnych wydaje wspólnie także wraz z instytucjami naukowymi publi-

kacje naukowe, natomiast prawie połowa (46,5%) przyjmuje studentów uczelni wyższych na praktyki i staże.

Wykres 15. Najważniejsze formy współpracy muzeów z instytucjami naukowymi i naukowo-badawczymi (odsetek ankietowanych, którzy odpowiedzieli na to pytanie oraz wskazali na daną formę współpracy w okresie 2017–2018)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z projektu *Statystyka muzeów*.

W ramach powiązań między instytucjami naukowymi i badawczymi możliwe są także inne formy działań spontanicznie wspomniane przez uczestniczące w ankiecie placówki. Obejmują one m.in. istotną rolę muzeów jako miejsc kwerend archiwalnych i naukowych, udostępniania materiałów i zbiorów do badań, wizyt studyjnych, konsultacji naukowych, korzystania ze zbiorów bibliotecznych, wystąpień konferencyjnych, naukowych i popularnonaukowych związanych z prezentacją wyników badań prowadzonych przez uczonych (rola muzeów jako miejsc promocji wyników badań naukowych). Pracownicy naukowcy instytutów badawczych i uczelni wyższych odgrywają także rolę recenzentów poczynają naukowych muzeów, zlecane im są przez muzea ekspertyzy naukowe. Muzea korzystają również z możliwości wspólnych działań, takich jak: badania archeologiczne, współpraca związana z digitalizacją zbiorów muzealnych czy wiedza specjalistyczna (np. w zakresie ekshumacji). Uczelnie wyższe mogą też użyczać muzeom obiektów na wystawy i sprawować nad nimi patronat oraz podejmować wspólne działania edukacyjne i promocyjne. Muzea służą także nierzadko pomocą lub zapewniają materiały niezbędne do stworzenia prac licencjackich i magisterskich, a ich zbiory mogą w ramach prac dyplomowych być poddawane rozmaitej analizie (np. z perspektywy historii sztuki, ale także m.in. analiz składu chemicznego obiektów).

Wśród partnerów muzeów, w szczególności muzeów artystycznych, pewną specyfiką charakteryzują się szkoły lub uczelnie artystyczne oraz wydziały architektury i sztuki uczelni ogólnych lub szkół technicznych. Dwie na pięć placówek muzealnych, które udzieliły odpowiedzi w ankiecie, podejmuje okazjonalną współpracę z tego typu szkołami wyższymi, natomiast 18% bardziej długofalową kooperację, podpartą umowami dwustronnymi. Dziesięć z badanych placówek wskazało przy tym na angażowanie się zarówno w spontaniczne, jak i długoterminowe formy współpracy. Oprócz wcześniej wspomnianych płaszczyzn współpracy, takich jak staże i praktyki studenckie, współorganizacja wystaw, wydarzeń i wspólne wydawnictwa, muzea mogą pełnić w przypadku szkół artystycznych ważną rolę miejsc inspiracji twórczej, odwiedzanych samodzielnie lub pod kierunkiem pedagogów, a także miejsc organizujących konkursy, w których mogą uczestniczyć uczniowie i studenci szkół artystycznych. Niekiedy również są organizatorami warsztatów dla młodych twórców i eksponują ich prace. Obiekty z kolekcji muzeum mogą natomiast m.in. być poddawane konserwacji w ramach prac dyplomowych (np. studentów ASP), a wnętrza i przestrzeń muzealna stać się przedmiotem studiów projektowych pod kątem ich wyposażenia i zagospodarowania (Wykres 16).

Wykres 16. Formy współpracy muzeów ze szkołami i uczelniami artystycznymi oraz wydziałami architektury i sztuki innych uczelni (odsetek placówek, które udzieliły odpowiedzi na pytanie o charakter współpracy)*

n=133

muzea bezoddziałowe
i oddziałowe-zbiorcze



* na rycinie uwzględniono jedynie te formy współpracy, które uzyskały minimum dwa wskazania.

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z projektu *Statystyka muzeów*.

Instytucje muzealne są miejscami wycieczek edukacyjnych placówek przedszkolnych oraz szkolnych. Oprócz oferty lekcji i warsztatów muzealnych współpraca muzeów z instytucjami edukacyjnymi może przybierać różne inne, bardziej złożone i regularne formy. Co ciekawe, większy odsetek placówek muzealnych wskazał na fakt, że jeśli współpraca taka zarówno o podstawowym (zwiedzanie wystaw muzealnych), jak i szerszym wymiarze jest podejmowana, to często jest ona regularna (systematyczne wizyty uczniów danej szkoły w danym muzeum, z reguły stały kontakt muzeum z wybranymi nauczycielami) (Tabela 8). Najczęstszą formą kontaktu muzeów z przedszkolami i szkołami jest zapewnianie im oprowadzania po wystawach oraz organizacja lekcji muzealnych (prawie wszystkie muzea wskazały na tą formę obsługi przedszkoli oraz szkół różnego szczebla).

Tabela 8. Charakter oraz najczęstsze formy współpracy muzeów z placówkami edukacyjnymi

Rodzaj placówki	Charakter współpracy			Formy współpracy					
	Liczba placówek, które udzieliły odpowiedzi (n)	stała, regularna	okazjonalna	Liczba placówek, które wskazały na formę współpracy (n)	oprowadzanie po wystawach, lekcje muzealne	regularny (np. semestralny lub całoroczny) program edukacji kulturalnej lub historycznej	szersza współpraca przy organizacji wydarzeń i przedsięwzięć muzealnych	udostępnianie przestrzeni muzeum na okolicznościowe wydarzenia danej placówki edukacyjnej	
przedszkola	251	46,2%	39,4%	200	99,5%	22,0%	13,0%	15,5%	
szkoły podstawowe	251	59,8%	36,7%	223	97,8%	26,5%	30,9%	26,0%	
szkoły średnie (gimnazja, licea, technika, szkoły zawodowe)	251	53,8%	41,8%	222	97,7%	24,3%	29,7%	23,4%	
centra, ośrodki, domy kultury	250	32,0%	44,4%	185	56,2%	8,6%	53,5%	24,9%	

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z projektu *Statystyka muzeów*.

Mniejszy, choć znaczący odsetek placówek muzealnych nawiązuje bardziej skomplikowane formy współpracy. W przypadku około jednej czwartej muzeów współpracujące z nimi szkoły korzystają z regularnych (semestralnych lub całorocznych) programów edukacji kulturalnej lub historycznej oferowanej przez muzea lub tworzonej przez nie we współpracy z daną placówką. Trzy na dziesięć muzeów w przypadku współpracy ze szkołami i co ósma placówka w przypadku współpracy z przedszkolami nawiązuje szerszą współpracę z instytucjami edukacyjnymi w zakresie organizacji wydarzeń i przedsięwzięć muzealnych. Około jednej czwartej muzeów

w odniesieniu do szkół oraz 15,5% muzeów w przypadku przedszkoli użycza im przestrzeni użytkowej, w szczególności przestrzeni reprezentacyjnych dla potrzeb organizacji i realizacji własnych wydarzeń (np. finały konkursów, uroczyste akademie, rozdanie dyplomów). W ramach pytań otwartych dla potrzeb ankiety muzea wymieniły również inne możliwe formy współpracy ze szkołami, które obejmowały: warsztaty artystyczne i edukacyjne; współorganizację konkursów (plastycznych, fotograficznych, literackich, recytatorskich, znajomości gwary regionalnej, wiedzy historycznej, regionalnej, o zdrowiu, przyrodniczej, fizycznej, geologicznej) oraz udział przedstawicieli muzeów w jury takich konkursów; prowadzenie lekcji muzealnych poza terenem muzeum (bezpośrednio w szkołach); współorganizację koncertów charytatywnych, wystaw pokonkursowych, organizację rajdu rowerowego szlakiem kulturowym, zajęć plenerowych poza siedzibą muzeum oraz wspólny udział w międzynarodowym projekcie edukacyjnym dofinansowanym ze środków unijnych. Formą współpracy muzeów z placówkami szkolnymi i młodzieżą szkolną mogą też być wspomniane przez muzea, tworzone przez nie kluby młodych miłośników muzeum lub „kluby partycypacyjne” dla młodzieży, jak również wolontariat. W przypadku szkół ponadpodstawowych, 5,4% placówek muzealnych wskazało także na współpracę z tego typu instytucjami edukacyjnymi przy tworzeniu i realizacji programów szkolenia zawodowego (np. współpraca ze szkołami zawodowymi rzemiosła).

Institucjami odgrywającymi w kontekście lokalnym, zarówno ważną rolę edukacyjną (szczególnie w zakresie edukacji kulturalnej), jak i kulturową, są centra i ośrodki kultury. Prawie jedna trzecia muzeów podejmuje z nimi regularną współpracę (Tabela 8), 44,4% w taką współpracę angażuje się okazjonalnie. Podobnie jak w przypadku szkół, może ona być zawężona do oprowadzania podopiecznych domów kultury po wystawach lub szersza i obejmować m.in. uczestnictwo lub współtworzenie dłuższych programów edukacji kulturalnej lub historycznej oraz udostępnianie przez muzea przestrzeni na wydarzenia organizowane przez daną placówkę kultury. Współpraca taka może też polegać na współorganizacji wydarzeń (np. oferty wakacyjnej dla dzieci, wydarzeń okolicznościowych i rocznicowych, kulturalnych, plenerowych, warsztatów, konkursów artystycznych oraz wiedzy), udziale pracowników muzeów w jury konkursów w domach kultury, wzajemnej promocji oferty obu placówek, użyczeniu – prezentacji wystaw czasowych, w tym objazdowych muzeum na terenie danej placówki, współpracy w zakresie wykładów pracowników muzeum w ramach uniwersytetu trzeciego wieku, czy działań edukacyjnych skierowanych do dzieci i młodzieży, wspólnym badaniu i rozpoznawaniu lokalnych zwyczajów i tradycji, udzielaniu sobie wzajemnego wsparcia merytorycznego, wypożyczaniu eksponatów muzealnych na wystawy organizowane przez centra kultury czy też zapewnianiu towarzyszących im publikacji.

Współpraca muzeów z organizacjami i instytucjami Kościołów i związków wyznaniowych

Institucje i organizacje Kościołów i związków wyznaniowych mogą pełnić funkcję organizatorów muzeów. Wiele parafii, zakonów oraz innych instytucji wyznaniowych (w kontekście polskim np. gminy żydowskie) nie prowadzi jednak własnych jednostek muzealnych, choć nierzadko są właścicielami i zarządcami ciekawych zabytków nieruchomych oraz posiadają cenne zbiory archiwaliów i artefaktów. Współpracują natomiast z placówkami muzealnymi na danym terenie lub zajmującymi się określonym typem dziedzictwa kulturowego. Niespełna

połowa ankietowanych muzeów (49,6%) odnotowała, że współpracuje z tego typu instytucjami na zasadach doraźnych, nierzadko dobrosąsiedzkich, kontaktów i przedsięwzięć. W odniesieniu do 9,5% instytucji muzealnych taka współpraca jest bardziej regularna i oparta na formalnych umowach dwustronnych (Tabela 9). Współpraca ta odbywa się przede wszystkim w skali lokalnej – pomiędzy bliskimi sobie pod względem lokalizacji placówkami i instytucjami (82,3% ankietowanych muzeów, które udzieliły informacji na ten temat). W przypadku około jednej trzeciej muzeów, które wykazały współpracę z omawianymi instytucjami podejmowana jest ona w skali województwa, niespełna jedno na cztery muzea kooperuje również z instytucjami kościelnymi i związkami wyznaniowymi spoza macierzystego regionu. Niewielki odsetek muzeów podjął także współpracę z zagranicznymi instytucjami wyznaniowymi (3,5%).

Tabela 9. Charakter i zasięg współpracy muzeów z organizacjami i instytucjami Kościołów oraz związków wyznaniowych (odsetek placówek, które odpowiedziały na pytanie o charakter i zasięg współpracy)

Charakter współpracy (n=252)		Lokalizacja instytucji współpracujących z muzeum (n=141)			
stała, regularna oparta na umowach dwustronnych	okazjonalna	na terenie tego samego powiatu lub miasta na prawach powiatu	na terenie województwa, w którym zlokalizowana jest siedziba główna muzeum	instytucje spoza województwa	instytucje zagraniczne
9,5%	49,6%	82,3%	37,6%	24,8%	3,5%

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z projektu *Statystyka muzeów*.

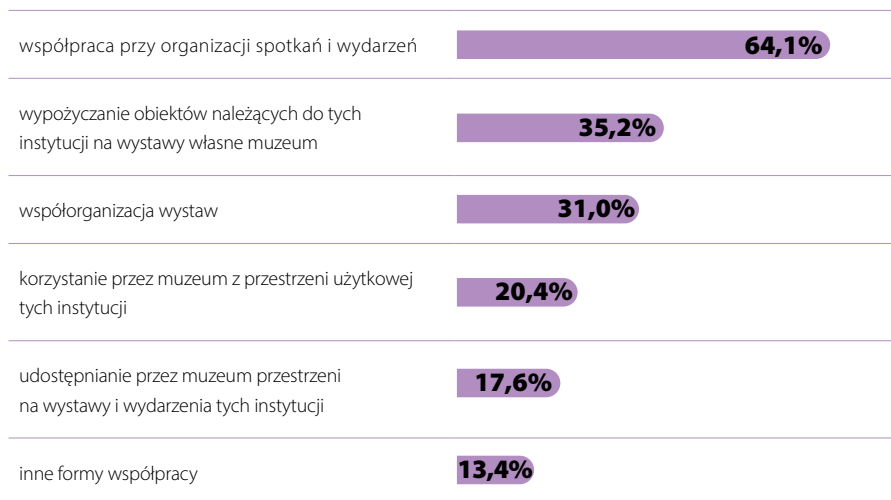
Najbardziej popularną formą współpracy w przypadku kontaktów instytucji religijnych z muzeami jest współorganizacja spotkań i wydarzeń (prawie dwie trzecie muzeów odnotowało tego typu współpracę), wypożyczanie obiektów należących do Kościołów lub innych instytucji religijnych na wystawy organizowane w muzeum (ponad jedna trzecia placówek) oraz współorganizacja wystaw (prawie jedna trzecia placówek muzealnych, które współpracowały z instytucjami religijnymi w omawianym okresie) (Wykres 17). W przypadku prawie jednej szóstej muzeów, które podejmowały współpracę tego typu wykazano także udostępnianie przez muzeum przestrzeni użytkowej instytucjom religijnym dla potrzeb organizowanych przez nie wydarzeń. Podobnie, co piąta placówka korzystała z przestrzeni użytkowej instytucji wyznaniowych realizując w niej swoje przedsięwzięcia. Inne formy współpracy spon-tanicznie wymieniane przez pojedyncze lub niewielką liczbę muzeów obejmowały m.in. wykorzystywanie przestrzeni do nabożeństw i modlitw (szczególnie w przypadku placówek muzealnych posiadających w swej pieczy obiekty sakralne), wymiana informacji, wymiana publikacji, promocja placówki muzealnej poprzez instytucje religijne. Dotyczyły również współpracy naukowej, w zakresie kwerend i opracowywania oraz digitalizacji materiałów archiwalnych w zbiorach kościelnych, udziału przedstawicieli związków wyznaniowych w radach muzealnych, wspierania przez muzea parafii w zakresie opracowywania aplikacji na konserwację zabytków parafialnych. Kooperacja ta może także dotyczyć organizacji

konkursów dla dzieci i młodzieży oraz starań o rozpoznanie danego typu dziedzictwa (np. wpis do rejestru zabytków, uznanie za pomnik historii, wpis na listę światowego dziedzictwa UNESCO, wpis na krajową listę niematerialnego dziedzictwa kulturowego). Niekiedy muzea nabywają eksponaty do kolekcji muzealnych od instytucji religijnych. Takie instytucje mogą też przekazywać dary na rzecz muzeum w postaci eksponatów stanowiących wyposażenie nowopowstałych obiektów przeznaczonych do zwiedzania lub pozostawiać swoje obiekty w depozycie muzealnym. Instytucje religijne mogą również być istotnymi podmiotami konsultującymi pod względem merytorycznym (np. zgodności z wymogami i zasadami danej religii oraz szacunku dla niej) zagospodarowanie określonych przestrzeni, pełniących niegdyś funkcję sakralną lub posiadających ważne znaczenie symboliczne dla danej grupy religijnej (np. cmentarze, miejsca kaźni).

Wykres 17. Najważniejsze formy współpracy muzeów z organizacjami i instytucjami Kościołów oraz związków wyznaniowych (odsetek muzeów, które odpowiedziały twierdząco na pytanie o współpracę z ww. instytucjami i wskazały na daną formę współpracy)

n=142

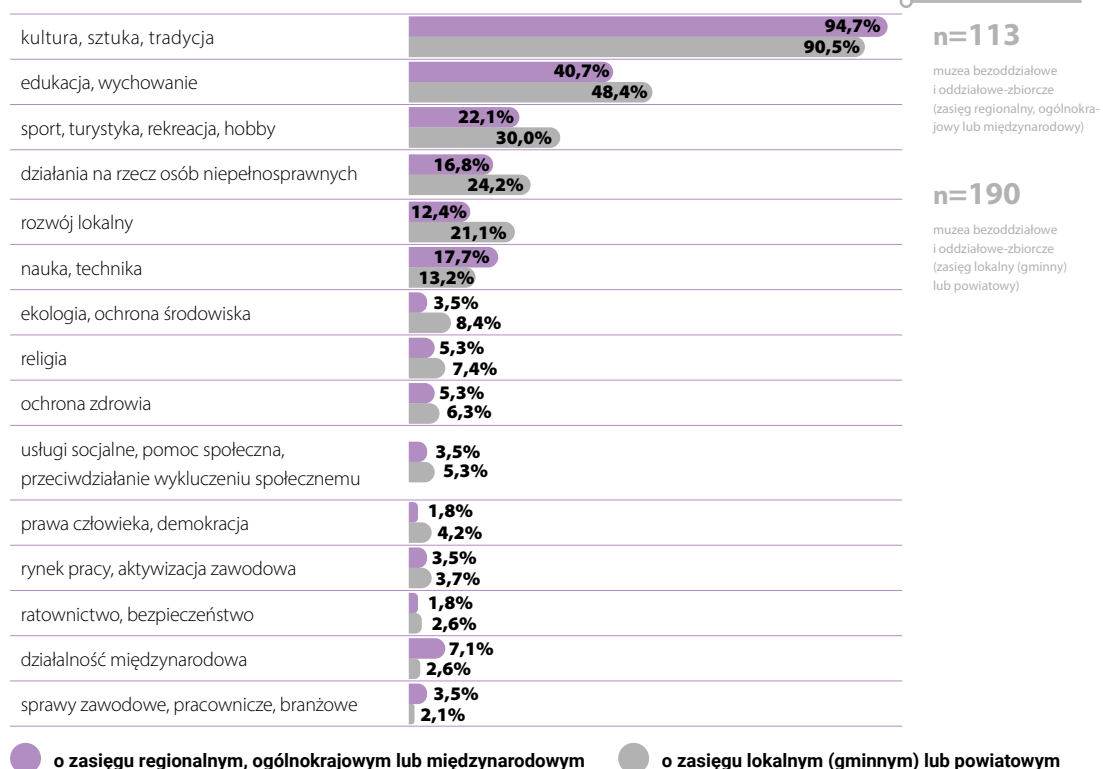
muzea bezoddziałowe i oddziałowe-zbiorcze



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z projektu *Statystyka muzeów*.

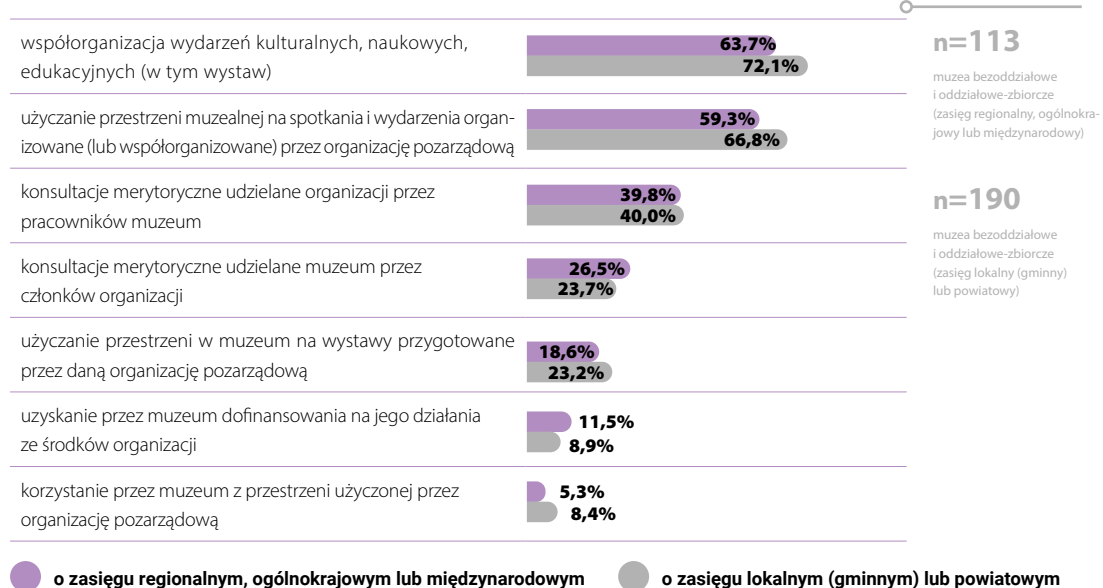
Współpraca muzeów z trzecim sektorem

W okresie sprawozdawczym (2017–2018) ponad trzy czwarte muzeów (75,7% spośród 251 jednostek, które udzieliły odpowiedzi na pytanie o współpracę z trzecim sektorem) współpracowało z co najmniej jedną organizacją pozarządową, najczęściej o zasięgu lokalnym (gminnym) lub powiatowym. Spory odsetek (45,0%) placówek biorących udział w ankiecie kooperował także z organizacjami i instytucjami trzeciego sektora o zasięgu regionalnym, ogólnokrajowym lub międzynarodowym. Największy odsetek muzeów podejmował współpracę z organizacjami społecznymi skupiającymi się na kwestiach kultury i sztuki, dziedzictwa kulturowego oraz pielęgnowania tradycji, a także z organizacjami nakierowanymi na edukację i wychowanie (Wykres 18). Spory odsetek muzeów współpracował także z organizacjami pozarządowymi związanymi ze sportem i turystyką oraz określonymi hobby, jak również prowadzącymi działania na rzecz osób niepełnosprawnych i rozwoju lokalnego oraz działalność z zakresu nauki i techniki.

Wykres 18. Główne pola działalności organizacji pozarządowych współpracujących z muzeami*

* na rycinie uwzględniono jedynie te pola działalności, które uzyskały minimum dwa wskazania.

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z projektu *Statystyka muzeów*.

Wykres 19. Główne pola działalności organizacji pozarządowych współpracujących z muzeami*

* na rycinie uwzględniono jedynie te pola działalności, które uzyskały minimum dwa wskazania.

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z projektu *Statystyka muzeów*.

Współpraca muzeów z instytucjami trzeciego sektora dotyczy najczęściej współorganizacji wydarzeń kulturalnych, naukowych i edukacyjnych, użyczenia przestrzeni muzealnej na spotkania i wydarzenia organizowane przez daną organizację pozarządową, w tym udostępniania przestrzeni na wystawy przez nią przygotowane oraz wzajemnych konsultacji dotyczących zbiorów lub określonej tematyki (Wykres 19). Rzadziej, choć i takie płaszczyzny współpracy się zdarzają, muzea korzystają z możliwości uzyskania od określonych organizacji pozarządowych dofinansowania na swoje działania lub też z przestrzeni użytkowej należącej do tych organizacji na realizację swych przedsięwzięć. Ankietowane muzea wspomniały także o innych, bardziej szczegółowych formach współpracy z organizacjami pozarządowymi o lokalnym lub powiatowym zasięgu, takich jak: organizacja oprowadzania po muzeum lub warsztaty dla członków organizacji, współpraca w ramach uniwersytetów trzeciego wieku (posiadających często formę stowarzyszeń), wspólne wydawanie publikacji oraz udostępnianie wizerunków muzealiów do publikacji. Organizacje pozarządowe o zasięgu regionalnym i ponadregionalnym kooperują natomiast z muzeami również w zakresie bezpłatnego użyczenia eksponatów na wystawy, wspólnych wydawnictw, udziału członków stowarzyszenia w wydarzeniach muzealnych, udostępniania kolekcji stowarzyszeń do publikacji muzealnych (fotografie, archiwalia) oraz udostępniania muzeom własnych publikacji jako wydawnictw dystrybuowanych lub pokazywanych przy okazji wystaw. Współpraca między organizacjami trzeciego sektora i muzeami dotyczy także wymiany i pozyskiwania wydawnictw, wspólnych działań związanych z publikacją opracowań historycznych, fotografii i dokumentów na portalach prowadzonych przez te instytucje lub przez muzea oraz patronatów udzielanych przez muzea wydarzeniom organizowanym przez organizacje pozarządowe. Osobnym wątkiem angażowania się muzeów w działalność organizacji pozarządowych jest ich członkostwo i aktywność w branżowych organizacjach o zasięgu krajowym (np. Stowarzyszenie Muzealników Polskich) lub międzynarodowym (np. ICOM, międzynarodowe stowarzyszenia określonego typu lub rodzaju muzeów), o czym wspomniały także muzea biorące udział a badaniach.

Warto także wspomnieć, że na podstawie wyników ankiet przy ponad jednej czwartej placówek muzealnych w Polsce (28,1% spośród 249 placówek, które udzieliły odpowiedzi na to pytanie) działała organizacja pozarządowa wspierająca ich działalność o charakterze „koła przyjaciół muzeum” lub „stowarzyszenia/fundacji na rzecz muzeum”.

Współpraca muzeów z instytucjami działającymi na rzecz opieki społecznej, ochrony zdrowia, resocjalizacji i włączenia społecznego

Muzea nawiązują także współpracę z instytucjami działającymi na polu ochrony zdrowia, włączenia społecznego i resocjalizacji. Najczęściej, zarówno stale, jak i okazjonalnie podejmują kooperację z ośrodkami i domami pomocy społecznej lub domami seniorów (ponad połowa placówek uczestniczących w ankiecie, które udzieliły odpowiedzi na to pytanie, deklaruwała podejmowanie doraźnej współpracy z tego typu instytucjami w okresie sprawozdawczym 2017–2018, natomiast 15,9% bardziej rozbudowane, regularne kontakty i przedsięwzięcia) oraz ze świetlicami środowiskowymi (odpowiednio 35,6% i 14,0% badanych placówek muzealnych). Mniej częsta i z reguły incydentalna jest współpraca instytucji muzealnych ze szpitalami i sanatoriami oraz zakładami karnymi i domami poprawczymi (około jedna czwarta ankietowanych muzeów, które sprawozdały informacje na temat takiej współpracy). Niezwykle rzadka jest natomiast kooperacja muzeów z ośrodkami dla cudzoziemców (Tabela 10). Najczęstszą formą obsługi i wspierania tego typu instytucji przez muzea jest zapewnianie przez nie możliwości oprowadzania, prowadzenie wykładów i warsztatów muzealnych na terenie placówki, lub – jeśli nie jest to z różnych względów możliwe – na terenie danego zakładu ochrony zdrowia, opieki społecznej lub penitencjarnego.

Tabela 10. Charakter i najważniejsze formy współpracy muzeów z instytucjami działającymi na rzecz ochrony zdrowia, włączenia społecznego i resocjalizacji

Rodzaj placówki	Charakter współpracy			Formy współpracy			
	liczba placówek, które udzieliły odpowiedzi na temat charakteru współpracy (n)	stała, regularna	okazjonalna	liczba placówek, które udzieliły odpowiedzi na temat form współpracy (n)	przyjmowanie podopiecznych tych placówek w muzeum (oprowadzanie, wykłady, warsztaty muzealne)	działania poza muzeum realizowane w danej placówce (wykłady, warsztaty, wystawy i inne wydarzenia muzealne)	inne formy współpracy
ośrodki i domy pomocy społecznej, domy seniorów	251	15,9%	50,6%	162	93,8%	26,5%	6,8%
szpitale, sanatoria, placówki ochrony zdrowia, w tym ośrodki leczenia chorób psychicznych oraz uzależnień	251	8,4%	25,9%	83	89,2%	31,3%	8,4%
instytucje penitencjarne (zakłady karne i poprawcze)	251	9,6%	23,5%	80	73,8%	36,3%	37,5%
świątlice środowiskowe	250	14,0%	35,6%	122	95,1%	15,6%	4,1%
ośrodki dla cudzoziemców	251	1,2%	3,2%	11	100,0%	18,2%	0,0%

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z projektu *Statystyka muzeów*.

Pojedyncze muzea uczestniczące w ankiecie wymieniły także inne ciekawe sposoby i formy współpracy z instytucjami działającymi na rzecz ochrony zdrowia, włączenia społecznego oraz resocjalizacji. Na podstawie udzielanych przez nie odpowiedzi łatwo stwierdzić, muzea mogą również zapewniać przestrzeń ekspozycyjną na wystawy prac podopiecznych tych instytucji lub wspomagać omawiane placówki w organizacji wydarzeń kulturalnych i wystaw na miejscu, w ich własnych murach, w tym pokazywać w nich dzieła z własnej kolekcji lub innego typu wystawy czasowe (np. wystawy czasowe w więzieniach, przychodniach i szpitalach lub w ich otoczeniu). Niekiedy tworzone są szersze programy dedykowane takim uczestnikom (np. program gier i zabaw na okres wakacji lub ferii), udostępniana jest przestrzeń zielona w otoczeniu muzeów, organizowane są kiermasze i aukcje tworzonych przez nich prac (np. prac pacjentów szpitali, więźniów). Pracownicy muzeów mogą także zasiadać w jury konkursów artystycznych na terenie takich placówek. Niektóre muzea organizują też akcje charytatywne (np. wydarzenia kulturalne) mające na celu zgromadzenie środków finansowych na

dany cel społeczny czy placówkę (np. hospicjum, szpital). Z drugiej strony instytucje medyczne mogą wspomagać muzea podczas organizowanych przez nie imprez masowych i plenerowych, np. organizując punkty medyczne. Włączanie się muzeów w działalność resocjalizacyjną może ponadto obejmować współpracę z pracownikami odpowiednich instytucji w przygotowywaniu programu kulturalnego dla osób w nich przebywających (jedno na dziesięć ankietowanych muzeów, które współpracowały z placówkami więziennymi w omawianym okresie) oraz pomoc osób przebywających w tych instytucjach lub podopiecznych placówek społecznych w działaniach muzealnych o charakterze porządkowym lub merytorycznym (18,8% muzeów, które współpracowały z więzieniami, 15 placówek), a także przekazywanie wydawnictw muzealnych i pamiątek muzealnych na nagrody dla laureatów konkursów wiedzy i artystycznych, zbiorów materiałów plastycznych lub książek dla ich potrzeb lub udzielanie im (np. więźniom) korespondencyjnych lub bezpośrednich konsultacji (np. w zakresie modelarstwa, umiejętności związanych z tradycyjnym rzemiosłem).

Muzeum jako podmiot planowania rozwoju lokalnego i regionalnego oraz partner samorządu terytorialnego

Ważnym partnerem w działaniach i aktywnościach muzeów na rzecz rozwoju społeczno-gospodarczego, w szczególności rozwoju lokalnego powinien być samorząd terytorialny⁵. Jedną z części ankiet dotyczyła zatem bardziej szczegółowych kwestii związanych z formami i zasięgiem współpracy muzeów z władzami i administracją samorządową: partycypacji muzeów w tworzeniu dokumentów planistycznych i strategicznych samorządów terytorialnych różnego szczebla (np. strategia rozwoju, lokalny program rewitalizacji, program rozwoju turystyki, programy związane z włączeniem społecznym), uwzględniania i roli przypisywanej muzeom w tych opracowaniach. Obejmowała także temat form i obszarów rzeczywistej roboczej współpracy pomiędzy instytucjami muzealnymi a samorządami niezależnie od zależności organizacyjnej muzeów (tj. uwzględniając zarówno muzea, dla których organizatorami są władze lokalne, jak i samorządowego wyższego szczebla oraz inne podmioty).

Tabela 11. Uczestnictwo przedstawicieli muzeów w działaniach związanych z planowaniem rozwoju lokalnego

Udział przedstawicieli muzeów w:	Odsetek muzeów, które potwierdziły swój udział w danego typu działaniach	Liczba muzeów, które odpowiedziały na pytanie w ankiecie (n)
spotkaniach samorządowych komisji szczebla lokalnego, powiatowego lub regionalnego	60,4%	250
spotkaniach i debatach na temat rozwoju lokalnego organizowanych przez organizacje pozarządowe lub instytucje naukowe	48,2%	251
powstawaniu i konsultacji gminnych, powiatowych i regionalnych strategii rozwoju	39,8%	251
powstawaniu i konsultacji lokalnych programów rewitalizacji	36,7%	251

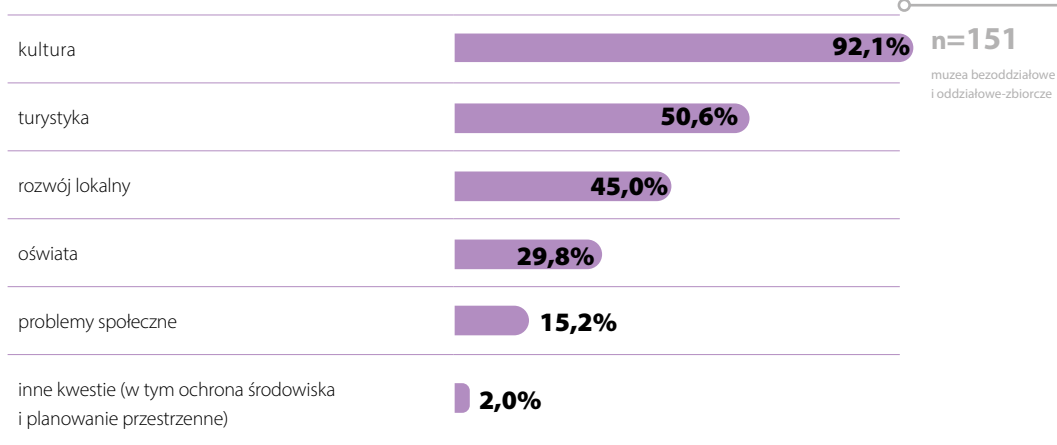
5 OECD, ICOM, *Culture and local development: maximising impact. Guide for local governments, communities and museums. Launch version*, Paris 2018; M. Murzyn-Kupisz, D. Hołuj, J. Działek, K. Gorczyca, *Museums and local governments as partners in local development? Opportunities and challenges in the context of the current paradigm shift*, "Museum International", 2019, w recenzji.

powstawaniu i konsultacji gminnych i wojewódzkich programów ochrony zabytków	22,8%	250
powstawaniu i konsultacjach dokumentów planistycznych (np. studium kierunków i uwarunkowań zagospodarowania przestrzennego, miejscowe plany zagospodarowania przestrzennego)	18,7%	251
powstawaniu i konsultacji gminnych i wojewódzkich programów ochrony zabytków	11,6%	249

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z projektu *Statystyka muzeów*.

W okresie sprawozdawczym 2017–2018 najczęstszą formą włączania się muzeów w planowanie strategiczne na poziomie lokalnym i regionalnym jest uczestnictwo w spotkaniach samorządowych komisji ukierunkowanych na określony obszar funkcjonowania gminy lub regionu. Przedstawiciele ponad połowy uczestniczących w ankiecie muzeów (60,4% placówek, które udzieliły odpowiedzi na pytania o ten zakres działań) brali udział w tego typu komisjach (Tabela 11). Najczęściej byli uwzględniani i zapraszani do udziału w pracach komisji ds. kultury, najbliższej związanej tematycznie z tradycyjnie rozumianą misją muzeów (aż 92,1% ankietowanych, którzy wykazali udział w pracach komisji samorządowych). Trzech na pięciu ankietowanych partycypowało także w komisjach ds. turystyki a prawie połowa (45,0%) w pracach komisji ds. rozwoju lokalnego. Muzea były także zapraszane, choć znacznie rzadziej, do komisji skupionych na sprawach edukacyjno-oświatowych (29,8, tj. co trzecie, które udziela się w komisjach samorządowych, lecz zaledwie co szóste spośród ogółu placówek, które udzieliły odpowiedzi na pytanie o współpracę w ramach komisji) oraz komisji ds. rozwiązywaniu problemów społecznych (15,2% uczestniczących w pracach komisji muzeów). Odsetek muzeów, które włączały się w komisje ds. ochrony środowiska i planowania przestrzennego był natomiast marginalny (Wykres 20).

Wykres 20. Rodzaj komisji samorządowych, w których uczestniczyli przedstawiciele muzeów (odsetek muzeów, które wykazały udział swoich przedstawicieli w komisjach samorządowych)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z projektu *Statystyka muzeów*.

Prawie połowa muzeów (121, tj. 48,2% spośród tych placówek, które udzieliły odpowiedzi na dane pytanie) zadeklarowała ponadto, że w latach 2017–2018 uczestniczyły w spotkaniach i debatach na temat rozwoju lokalnego organizowanych przez organizacje pozarządowe lub instytucje naukowe (94,2% instytucji, które odpowiedziały twierdząco na pytanie o udział w takich spotkaniach). W większości przypadków są uczestnikami takich spotkań organizowanych przez inne instytucje poza siedzibą muzeum. Warto jednak nadmienić, że dwie piąte muzeów zapewniło także przestrzeń na takie spotkania, a niektóre z nich (10,8%) były nawet ich inicjatorami lub organizatorami.

Tabela 12. Statystyka uczestnictwa przedstawicieli muzeów w powstawaniu dokumentów strategicznych i planistycznych

Uczestnictwo w:	Udostępnianie danych i informacji na potrzeby tego typu opracowań	Udział w dyskusjach i konsultacjach	Formalne uwagi zgłaszane w formie pisemnej	Tworzenie własnych opracowań planistycznych danego typu	Bezpośredni udział pracowników muzeum w tworzeniu treści tego typu dokumentów (ich współautorzy)	Liczba muzeów, które uczestniczyły w powstawaniu danego typu dokumentów oraz udzieliły informacji na pytanie o charakter uczestnictwa (n)
powstawaniu i konsultacji gminnych, powiatowych i regionalnych strategii rozwoju	56,6%	78,8%	19,2%	-	-	99
powstawaniu i konsultacji lokalnych programów rewitalizacji	62,2%	81,1%	21,1%	2,2%	-	90
powstawaniu i konsultacji gminnych i wojewódzkich programów ochrony zabytków	64,9%	71,9%	19,3%	-	22,8%	57
powstawaniu i konsultacjach dokumentów planistycznych (np. studium kierunków i uwarunkowań zagospodarowania przestrzennego, miejscowe plany zagospodarowania przestrzennego)	53,2%	68,1%	40,4%	12,8%	-	47
powstawaniu i konsultacji programów lub strategii rozwiązywania problemów społecznych	53,6%	67,9%	17,9%	-	-	28

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z projektu *Statystyka muzeów*.

Przedstawiciele muzeów bywają zapraszani lub też z własnej inicjatywy w jakimś stopniu uczestniczą w powstawaniu rozmaitych dokumentów strategicznych i planistycznych samorządów terytorialnych różnych szczebli, takich jak strategie rozwoju, lokalne programy rewitalizacji, programy ochrony zabytków, studia kierunków i uwarunkowań zagospodarowania przestrzennego, miejscowe plany zagospodarowania przestrzennego oraz strategie rozwiązywania problemów społecznych (Tabela 12). Prawie dwie piąte ankietowanych, którzy przekazali informacje na ten temat (39,8%), deklaruje udział w tworzeniu i opiniowaniu gminnych, powiatowych lub regionalnych strategii rozwoju, a ponad jedna trzecia udział w procesie powstawania lokalnych programów rewitalizacji. Najczęściej wkład muzeów polega na udziale w dyskusjach nad danym dokumentem oraz udostępnianiu danych i informacji niezbędnych do przygotowania tego typu opracowań i diagnoz, stanowiących ich podstawę. Znacznie rzadziej muzea zgłaszają formalne, pisemne uwagi do tego typu opracowań (jedna na pięć badanych placówek, które w jakikolwiek sposób angażują się w proces powstawania takich dokumentów). Jedna z uczestniczących w ankiecie placówek wspomniała także o zainicjowaniu warsztatów dotyczących społecznych aspektów rewitalizacji z udziałem artystów i społeczników jako możliwej formie wkładu muzeów w proces planowania rewitalizacji. Instytucje muzealne biorą również udział w tworzeniu strategii i programów ochrony zabytków blisko powiązanych z misją statutową muzeów (ponad jedna piąta badanych placówek, które udzieliły odpowiedzi na to pytanie w ankiecie), przede wszystkim partycypując w dyskusjach i konsultacjach oraz udostępniając materiały i dane do tego typu dokumentów (odpowiednio 71,9% oraz 64,9% muzeów, które odnotowały swój udział w procesie powstawania dokumentów strategicznych związanych z ochroną zabytków). Pewien odsetek muzeów (ponad jedna piąta z 57 placówek aktywnie uczestniczących w pracach nad strategiami, 5,2% z ogółu 250 badanych muzeów, które odpowiedziały na pytanie o uczestnictwo w planowaniu strategicznym dotyczącym dziedzictwa kulturowego) jest też szerzej zaangażowany w powstawanie związanych z zabytkami programów ze względu na bezpośredni udział pracowników muzeów jako ekspertów i specjalistów doskonale obeznanych ze specyfiką lokalnego dziedzictwa kulturowego, w tworzeniu treści tego typu dokumentów. Ankietowane placówki wspomniały także o możliwej formie włączania się muzeów w formalny proces rozpoznania obiektów zabytkowych w ramach konsultacji i działań na rzecz wpisu zabytków lub otoczenia zabytków (poza terenem muzeum) do rejestru zabytków.

Choć pracownicy muzeów są nierzadko głównymi lokalnymi ekspertami, znakomicie znającymi i rozumiejącymi unikalność lokalnego krajobrazu kulturowego, a placówki muzealne często stanowią ważne obiekty zabytkowe i dominanty lub unikalne zespoły krajobrazowe w obrębie danych jednostek terytorialnych, wydaje się więc naturalne, że ich wiedza i zasoby archiwalne powinny być wykorzystywane przy tworzeniu dokumentów związanych z planowaniem przestrzennym, w rzeczywistości potencjał ten jest w praktyce wykorzystywany relatywnie rzadko. Twierdząco na pytanie dotyczące udziału ich przedstawicieli w powstawaniu i konsultacjach takich dokumentów planistycznych jak studium kierunków i uwarunkowań zagospodarowania przestrzennego czy miejscowe plany zagospodarowania przestrzennego odpowiedziało zaledwie 18,7% placówek biorących udział w ankiecie, które zdecydowały się udzielić odpowiedzi na to pytanie o tą kwestię. W przypadku twierdzącej odpowiedzi na pytanie o zaangażowanie w proces planowania przestrzennego, najczęstszą formą włączania się w ten proces było uczestnictwo w dyskusjach nad i konsultacjach tych dokumentów oraz udostępnianie danych i materiałów na potrzeby tego typu opracowań (odpowiednio ponad dwie trzecie i ponad połowa deklarujących taką

aktywność placówek). Dwie na pięć biorących udział w jakimś etapie tworzenia dokumentów planowania przestrzennego placówek deklarowało fakt zgłaszania formalnych uwag do nich w formie pisemnej. Ze względu na wielkoobszarowy charakter nieruchomości, jakie użytkują lub złożoność problemów przestrzennych, z jakimi się borykają, muzea mogą także podejmować się tworzenia własnych opracowań planistycznych lub zarysu takich opracowań jako rekomendacji lub bazy wyjściowej do prac nad nimi kontynuowanych przez władze lokalne. Miało to miejsce w na razie relatywnie nielicznych, w kontekście polskim przypadkach (sześć, tj. jedno na osiem aktywnych w jakiegokolwiek formie w zakresie planowania przestrzennego muzeów, zaledwie 2,4% ogółu ankietowanych, którzy udzielili odpowiedzi na pytanie o tą formę działalności muzeów).

Inną ważną kwestią, niezależnie od udziału placówek muzealnych w ich powstawaniu, jest to, czy muzea są uwzględnione i ich potencjał rozpoznany w aktualnych dokumentach strategicznych władz samorządowych (obowiązujących na koniec okresu sprawozdawczego). Największy odsetek muzeów posiadał wiedzę na temat swej obecności w samorządowych dokumentach strategicznych szczebla lokalnego (prawie połowa badanych, w tym prawie jedna trzecia jest świadoma faktu, że dane muzeum zostało uwzględnione w tego typu dokumentach). Pewne obawy może natomiast budzić to, że w przypadku dokumentów szczebla powiatowego i regionalnego prawie dwie trzecie placówek nie miało informacji na temat swej obecności w strategiach samorządowych, a jeśli taką informacją dysponowały, to często odnotowywały, iż zostały w owych strategiach pominięte (Tabela 13).

Tabela 13. Obecność muzeów w aktualnych dokumentach strategicznych władz samorządowych

n=251

muzea bezoddziałowe
i oddziałowe-zbiorcze

Dokumenty szczebla	Muzeum zostało uwzględnione	Muzeum nie zostało uwzględnione	Muzeum nie posiada pełnych informacji na ten temat
lokalnego	33,1%	12,7%	54,2%
powiatowego	14,3%	19,5%	66,1%
wojewódzkiego	17,1%	17,1%	65,7%

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z projektu *Statystyka muzeów*.

Muzea najczęściej wskazują na obecność placówek muzealnych w strategiach na poziomie lokalnym (w skali gminy, na terenie której mają siedzibę lub oddział), zwłaszcza w ogólnych strategiach rozwoju lokalnego (prawie jedna czwarta placówek, które udzieliły odpowiedzi na to pytanie) (Tabela 14). Prawie co siódme muzeum wspomniało także o uwzględnieniu go w lokalnych strategiach rozwoju turystyki (muzea rozumiane przez samorząd jako atrakcje turystyczne) oraz w lokalnych programach rewitalizacji (muzea jako potencjalnie ważne instytucje wspomagające proces rewitalizacji i biorące w nim udział). Zgodnie z deklaracjami (wiedzą) muzeów ich obecność w dokumentach strategicznych wyższego szczebla jest znacznie mniej powszechna i ponownie sprowadza się do uwzględniania w ogólnych strategiach, programach rozwoju turystyki lub kultury i opieki nad zabytkami (zaledwie co dziesiąte uwzględnione w powiatowych i regionalnych

strategiach rozwoju oraz w strategiach rozwoju turystyki). W świetle wyników ankiet wydaje się więc, że nadal bardzo słabo formalnie rozpoznany jest potencjał muzeów w zakresie wspierania rozwoju innych niż ukierunkowane na obsługę turystów działalności gospodarczych, budowania kapitału społecznego, aktywizacji zawodowej, włączenia społecznego, kształtowania przywiązania do miejsca zamieszkania, szerszej niż ukierunkowana na przyciąganie turystów promocji gmin i regionów, czy poprawy ładu przestrzennego.

Tabela 14. Typ dokumentów strategicznych, w których wedle wiedzy muzeów są one uwzględnione (odsetek odpowiedzi spośród muzeów, które udzieliły odpowiedzi na pytania w tej sekcji ankiety)

Dokumenty szczebla	Strategia rozwoju	Strategia rozwoju turystyki	Lokalny program rewitalizacji	Inny dokument strategiczny	Jaki?
lokalnego	23,1%	13,9%	13,5%	1,6%	program opieki nad zabytkami, rozwoju kultury, strategia rozwiązywania problemów społecznych
powiatowego	9,6%	8,4%	-	0,4%	program opieki nad zabytkami
wojewódzkiego	12,0%	10,8%	-	2,0%	program opieki nad zabytkami, strategia rozwoju kultury oraz instytucji kultury

n=251

muzea bezoddziałowe
i oddziałowe-zbiorcze

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z projektu *Statystyka muzeów*.

W praktyce muzea i samorządy lokalne lub regionalne podejmują wiele stałych form współpracy (Tabela 15). Należą do nich uwzględnianie muzeów oraz ich pomoc przy organizacji zewnętrznych oficjalnych wizyt na terenie gminy, np. delegacji miast/regionów partnerskich, potencjalnych inwestorów, władz różnego szczebla (ponad dwie trzecie placówek, które udzieliły odpowiedzi na formy współpracy z podmiotami samorządowymi zaangażowanych jest w tego typu współpracę z władzami samorządowymi). Placówki muzealne udostępniają też samorządowi przestrzenie w budynkach muzealnych i ich otoczeniu na potrzeby wydarzeń kulturalnych oraz okolicznościowych organizowanych przez samorząd (ponad połowa placówek kooperujących z samorządami), a także wspierają go w organizacji wydarzeń kulturalnych i integracyjnych dla społeczności lokalnej, w tym dużych wydarzeń plenerowych (ponad jedna czwarta). Muzea często funkcjonują więc jako ważne wizytówki i prestiżowe przestrzenie reprezentacyjne gminy, a także przestrzenie integracji społeczności lokalnej. Muzea są też dla samorządów ważnymi partnerami w zakresie edukacji i popularyzacji lokalnego dziedzictwa, tożsamości i kultury. Częściej niż dwa na pięć muzeów współpracuje z samorządem przy organizacji konkursów dotyczących lokalnego lub regionalnego dziedzictwa i historii, prawie jedna trzecia jest główną instytucją wdrażającą wspólnie z samorządem programy regionalnej edukacji kulturalnej, a jedna piąta wspiera takie programy realizowane przez samorząd. Muzea są także bardzo istotnymi partnerami samorządów w zakresie wydawania publikacji na temat przeszłości oraz współczesności gmin i regionów (dwie na pięć placówek spełnia tę funkcję) oraz wydawania materiałów promujących jednostki terytorialne (ponad jedna trzecia).

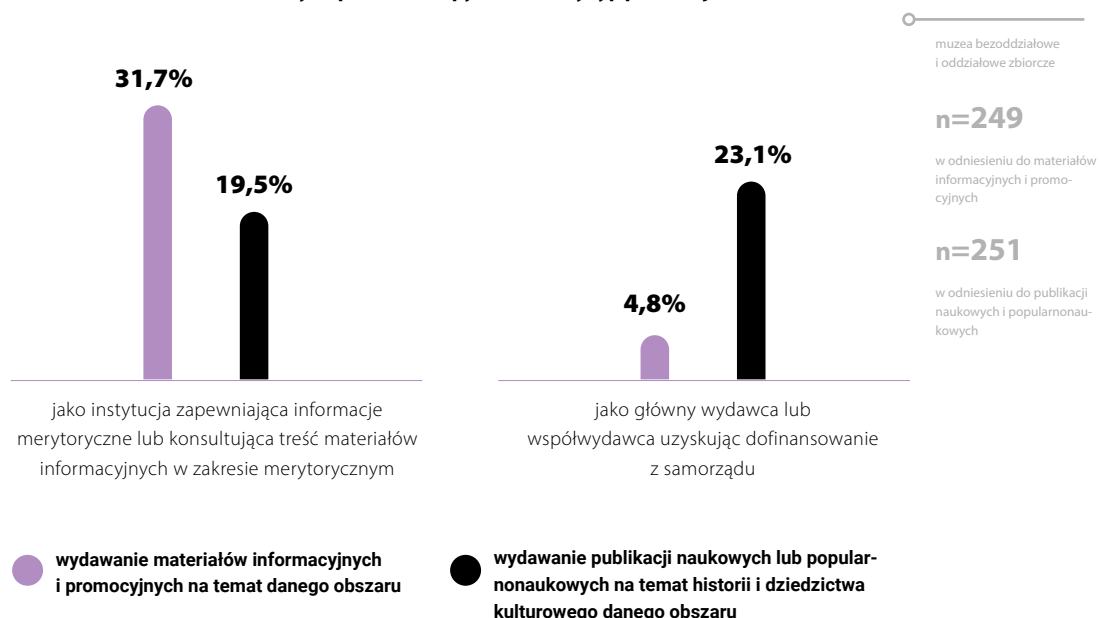
Tabela 15. Formy współpracy muzeów z samorządami lokalnymi lub regionalnymi (bez względu na to, kto jest ich organizatorem)

Formy współpracy	Odsetek muzeów, które udzieliły odpowiedzi i zadeklarowały daną formę współpracy z samorządem lokalnym	Liczba muzeów, które udzieliły odpowiedzi na pytanie o daną formę współpracy z władzami samorządowymi (n)
przyjmowanie na terenie gminy/powiatu zewnętrznych, oficjalnych gości	70,5%	251
udostępnianie przestrzeni na potrzeby wydarzeń kulturalnych oraz okolicznościowych organizowanych przez samorząd lokalny lub regionalny	53,4%	251
organizacja samorządowych wydarzeń kulturalnych (poza budynkiem muzeum, w tym wydarzeń plenerowych)	28,8%	250
organizacja konkursów dotyczących lokalnego lub regionalnego dziedzictwa kulturowego oraz historii	44,2%	249
wdrażanie wspólnie z samorządem lokalnym lub regionalnym programów edukacji kulturalnej lub edukacji regionalnej (w odniesieniu do programów organizowanych i realizowanych przez muzeum)	30,1%	249
wdrażanie wspólnie z samorządem lokalnym lub regionalnym programów edukacji kulturalnej lub edukacji regionalnej (w odniesieniu do programów organizowanych i realizowanych przez samorząd lokalny lub regionalny)	20,9%	249
wydawanie publikacji naukowych/popularnonaukowych (książki/albumy) na temat historii i dziedzictwa kult. obszaru (gminy/powiatu/regionu, gdzie zlokalizowane jest muzeum i jego oddziały)	42,6%	251
wydawanie materiałów informacyjnych i promocyjnych (broszury, ulotki, mapy, przewodniki) na temat gminy, powiatu lub regionu	36,5%	249
uwzględnianie muzeum w działaniach promocyjnych samorządu lokalnego (promocja wydarzeń własnych muzeum, uwzględnianie muzeum w materiałach promocyjnych)	73,7%	251
uwzględnianie muzeum w działaniach promocyjnych samorządu regionalnego (promocja wydarzeń własnych muzeum, uwzględnianie w materiałach promocyjnych)	64,1%	251

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z projektu *Statystyka muzeów*.

Samorządy najczęściej korzystają ze wsparcia merytorycznego muzeów jako instytucji dostarczających materiały wizualne, archiwalne i merytoryczne do materiałów promocyjnych i informacyjnych gminy (funkcję tę deklaruje prawie jedna trzecia badanych muzeów), rzadziej samorządy zlecają im wydawanie materiałów promocyjnych i informacyjnych jako takich (zaledwie 4,8 ankietowanych) (Wykres 21). Częściej natomiast samorządy decydują się całościowo powierzyć proces opracowania i wydawania muzeom w przypadku wydawnictw naukowych i popularnonaukowych (np. książki, albumy, przewodniki) na temat dziedzictwa kulturowego i historii danego obszaru (prawie jedna czwarta badanych placówek deklaruje spełnianie roli wydawcy w tym zakresie, prawie jedna piąta wspiera też merytorycznie działania wydawnicze samorządów). W opinii muzeów są one także z reguły uwzględniane w działaniach promocyjnych samorządu i tworzonych przez niego materiałach promocyjnych zarówno na szczeblu lokalnym (73,7% placówek), jak i regionalnym (64,1% placówek). Jednocześnie trzeba zauważyć, że intensywność promocji i sposób uwzględnienia w materiałach promocyjnych danego muzeum jest różna i w dużej mierze warunkowana relacjami personalnymi pomiędzy przedstawicielami samorządów a dyrekcją muzeów oraz jego umiejscowieniem organizacyjnym (np. z reguły szersze uwzględnianie w działaniach promocyjnych samorządów lokalnych placówek, dla których władze lokalne są organizatorem niż placówek pod nadzorem władz publicznych innego szczebla, prywatnych i pozarządowych).

Wykres 21. Charakter współpracy muzeów i samorządów w zakresie wydawania materiałów informacyjnych i promocyjnych oraz publikacji naukowych i popularnonaukowych na temat danego obszaru (odsetek muzeów, które udzieliły odpowiedzi na pytanie o dany typ publikacji)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z projektu *Statystyka muzeów*.

Spostrzeżenia końcowe

Wyniki ankiet dotyczących społeczno-ekonomicznego oddziaływania muzeów zrealizowanych w ramach programu Statystyka muzeów potwierdziły wielość oraz złożoność powiązań, jakie mają muzea z interesariuszami z najbliższej okolicy, regionu, a także w skali kraju i podmiotami z zagranicy. Wynikają one zarówno z tworzenia relacji o charakterze ekonomicznym, jak i rozmaitych powiązań merytorycznych, tworzenia wspólnych przedsięwzięci i programów, często spełniających połączone funkcje i cele ekonomiczne, edukacyjne oraz społeczne, artystyczne, integracyjne, promocyjne lub popularyzujące wiedzę.

Zrealizowane badania są spójne z najnowszą metodologią jakościowych badań społeczno-ekonomicznego oddziaływania muzeów i wymiarów ich oddziaływania zaproponowaną przez ICOM oraz OECD⁶. Zgromadzone dane stanowią zarazem potwierdzenie, jak i ważną wskazówkę w zakresie potencjału społeczno-ekonomicznego muzeów, wykraczając poza zwyczajowy opis ich działalności w wymiarze kulturowym, tj. danych statystycznych obrazujących najważniejsze obszary klasycznie rozumianej, podstawowej działalności misyjnej tego typu placówek (gromadzenie, opracowywanie, konserwacja oraz upowszechnianie zbiorów), ewentualnie wybranych danych dotyczących frekwencji muzealnej lub wielkości zatrudnienia w placówkach muzealnych. Pokazują w skali kraju istotne, złożone role i funkcje, jakie mogą odgrywać instytucje muzealne w procesie formalnej i nieformalnej edukacji, włączeniu społecznym, rozwoju oferty turystycznej, planowaniu rozwoju lokalnego, a szerzej stymulowaniu rozwoju społeczno-gospodarczego w skali lokalnej i regionalnej. Powtórzenie badań ankietowych zrealizowanych dla okresu sprawozdawczego 2017–2018 według tej samej metodologii w pewnej perspektywie czasowej (np. za 4–5 lat), na tej samej lub większej próbie placówek, pozwoliłoby pokazać i sprawdzić, czy, jakie i na ile społeczne i ekonomiczne funkcje muzeów opisywane w raporcie stają się udziałem rosnącej liczby placówek muzealnych w Polsce oraz jakie sfery ich działalności wymagają większego wsparcia publicznego, tak by muzea mogły w pełni zrealizować swój potencjał społeczno-ekonomiczny.

⁶ OECD, ICOM, *Culture and local development...*, op. cit.

Rozdział zawiera omówienie i interpretację wyników ankiety na temat społeczno-ekonomicznego oddziaływania muzeów oraz ich relacji z otoczeniem zaprojektowanej w 2018 roku i zrealizowanej przez NIMOZ w ramach programu *Statystyka muzeów w 2019 roku* (dane za okres sprawozdawczy obejmujący lata 2017–2018). Jego celem było pokazanie, na podstawie oryginalnych danych empirycznych, złożoności i wielowymiarowości ekonomicznych oraz społecznych relacji polskich muzeów z ich otoczeniem, zarówno tym najbliższym (organizacje, instytucje i firmy z terenu tej samej gminy), jak i w skali regionu oraz kraju. Analizie poddano m.in. współpracę muzeów z zewnętrznymi podmiotami w zakresie zlecenia usług niezbędnych w działalności tego typu placówek kultury, formy i zakres działalności gospodarczej i usług okołomuzealnych świadczonych przez muzea na rzecz odbiorców indywidualnych i innych podmiotów, powiązania muzeów z tzw. sektorem kreatywnym (uwzględniając m.in. inne instytucje kultury, branżę reklamową, medialną, w tym nowe media, wydawniczą, muzyczną i sceniczną, twórców reprezentujących sztuki wizualne, projektowanie oraz rzemiosło artystyczne), sektorem turystyki oraz ich zaangażowanie w tworzenie lokalnych i regionalnych marek turystycznych. W raporcie uwzględniono także współpracę placówek muzealnych z organizacjami pozarządowymi, instytucjami edukacyjnymi i naukowymi (szkołami różnego szczebla oraz uczelniami wyższymi, w tym uczelniami artystycznymi), jak również instytucjami opieki społecznej, bezpieczeństwa publicznego oraz ochrony zdrowia. Pod uwagę wzięto też potencjał muzeów jako uczestników planowania rozwoju lokalnego i regionalnego oraz partnerów samorządu terytorialnego w realizacji jego zadań i funkcji. Omówiono ponadto kwestie pozyskiwania wsparcia sponsorów zewnętrznych oraz działań podejmowanych przez muzea związanych z ochroną, posiadających zarówno wymiar ekonomiczny, jak i kulturowy, wartości niematerialnych w dyspozycji muzeów.

M-U-

-Z-E-A

W

Z-O-

-H-S

R-O-K-U

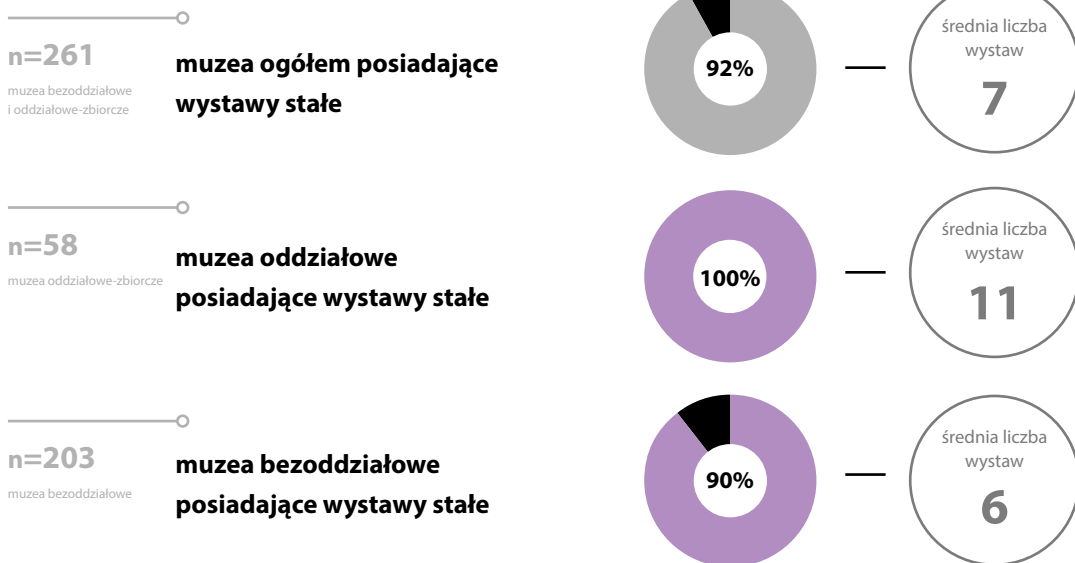
n oznacza liczbę muzeów, które udzieliły odpowiedzi na konkretne pytanie.

Muzea oddziałowe wypełniają dwa rodzaje ankiet: zbiorczą oraz dla poszczególnych oddziałów (w tym siedzib głównych). W związku z tym liczba n każdorazowo została podpisana oznaczając, które formularze wzięto pod uwagę w wyliczeniach.

Dane zobrazowane w tej części publikacji nie zawierają odpowiedzi „brak danych”.

1. Działalność wystawiennicza

1.1. Wystawy stałe



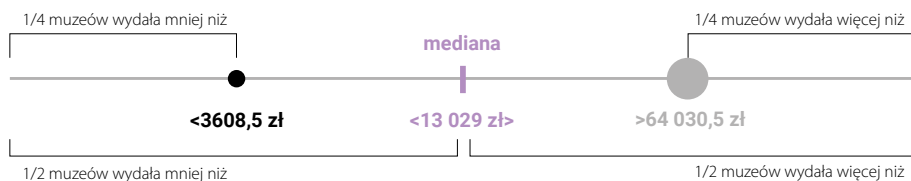
	wystawy, do których dostępne były treści audio/audio-wideo	wystawy nowo otwarte	wystawy zmodernizowane
bezoddziałowe	25,1%	6,9%	8,7%
oddziałowe	16,9%	7,2%	3,3%
RAZEM	22,1%	7,0%	6,7%
n (muzea bezoddziałowe i oddziałowe-zbiorcze)	239	240	240

1.2. Wydatki na wystawy stałe

42,3% muzeów poniosło wydatki na wystawy stałe

n=248

muzea bezoddziałowe
i oddziałowe-zbiorcze



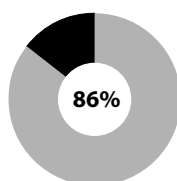
13,2% odsetek wydatków na wystawy stałe z wszystkich wydatków merytorycznych

n=243

muzea bezoddziałowe
i oddziałowe-zbiorcze

1.3. Wystawy czasowe

**muzea ogółem posiadające
wystawy czasowe**



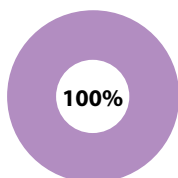
średnia liczba
wystaw

11

n=261

muzea bezoddziałowe
i oddziałowe-zbiorcze

**muzea oddziałowe
posiadające wystawy czasowe**



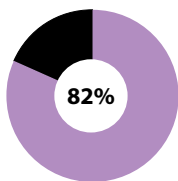
średnia liczba
wystaw

17

n=58

muzea oddziałowe-zbiorcze

**muzea bezoddziałowe
posiadające wystawy czasowe**



średnia liczba
wystaw

9

n=203

muzea bezoddziałowe

wystawy, do których dostępne były
treści audio/audio-wideo

n=219

muzea bezoddziałowe
i oddziałowe-zbiorcze

bezoddziałowe	1,4%
oddziałowe	2,0%
RAZEM	1,7%

1.3.1. Rodzaje wystaw czasowych

57,7% własne

20,5% współorganizowane

21,8% wypożyczone

n=261

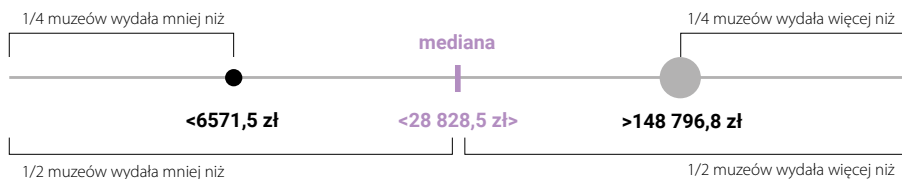
muzea bezoddziałowe
i oddziałowe-zbiorcze

1.4. Wydatki na wystawy czasowe

n=251

muzea bezoddziałowe
i oddziałowe-zbiorcze

69,3% muzeów poniosło wydatki na wystawy czasowe



n=246

muzea bezoddziałowe
i oddziałowe-zbiorcze

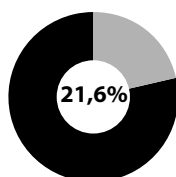
17,0% odsetek wydatków na wystawy czasowe z wszystkich wydatków merytorycznych

1.5. Wystawy zagraniczne

n=222

muzea bezoddziałowe
i oddziałowe-zbiorcze

**muzea ogółem,
które zorganizowały wystawy za granicą**



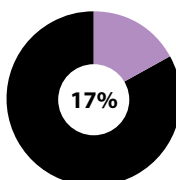
średnia liczba wystaw

2

mediana wystaw

1

**muzea bezoddziałowe,
które zorganizowały wystawy za granicą**



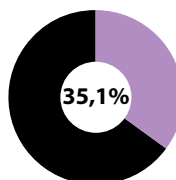
średnia liczba wystaw

2

mediana wystaw

1

**muzea oddziałowe,
które zorganizowały wystawy za granicą**



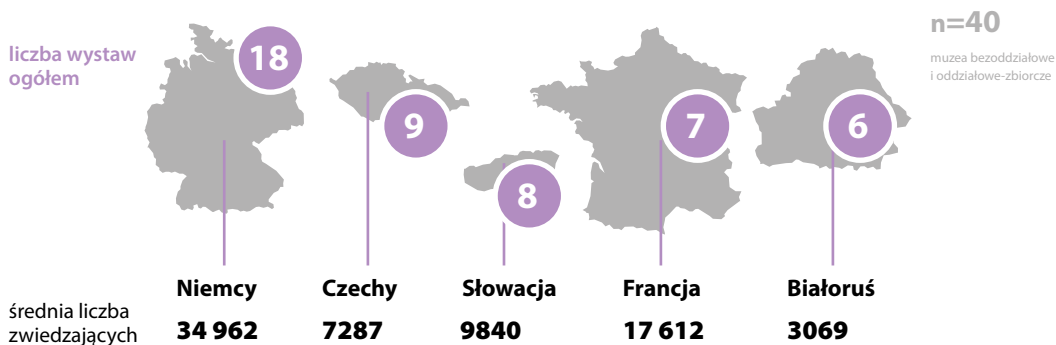
średnia liczba wystaw

2

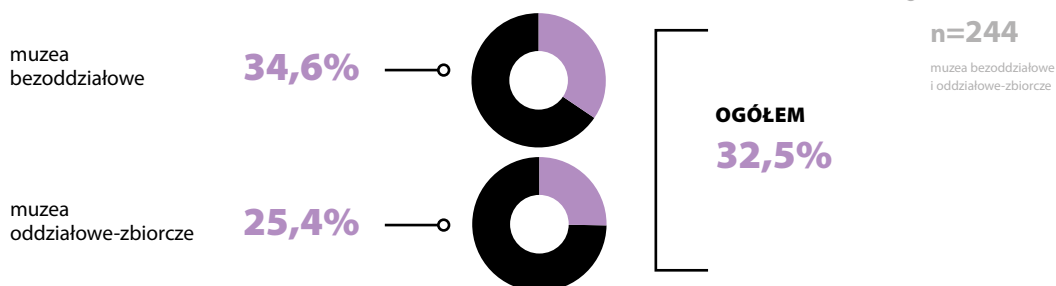
mediana wystaw

1

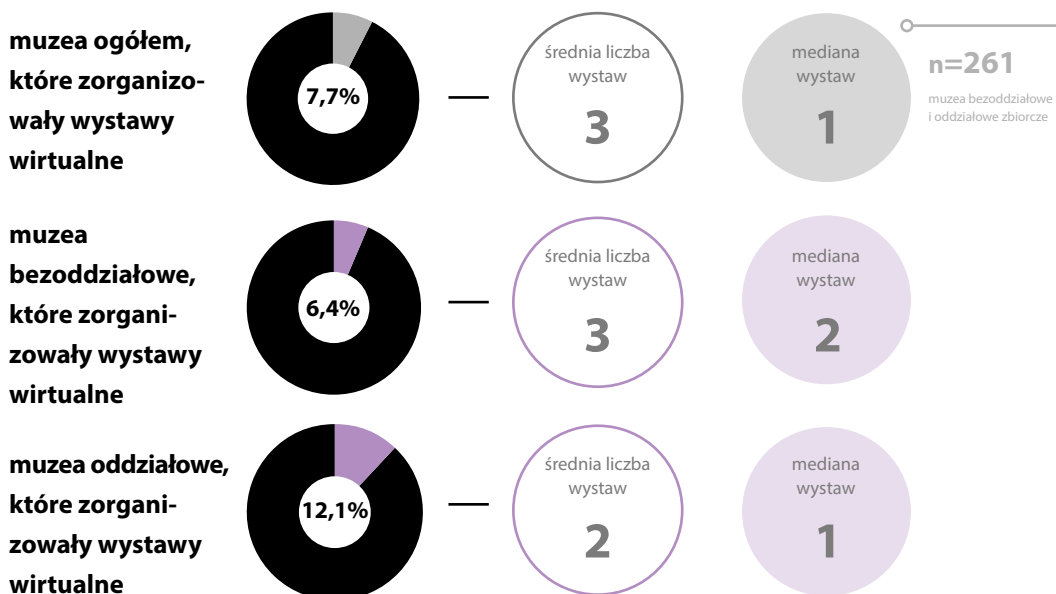
1.6. Liczba wystaw zorganizowanych za granicą wraz z frekwencją



1.7. Średni odsetek muzealiów udostępniionych na wystawach i w magazynach



1.8. Wystawy wirtualne



2. Frekwencja na wystawach

2.1. Frekwencja na wystawach w podziale na liczbę mieszkańców jednostki administracyjnej, w której znajduje się muzeum

n=405

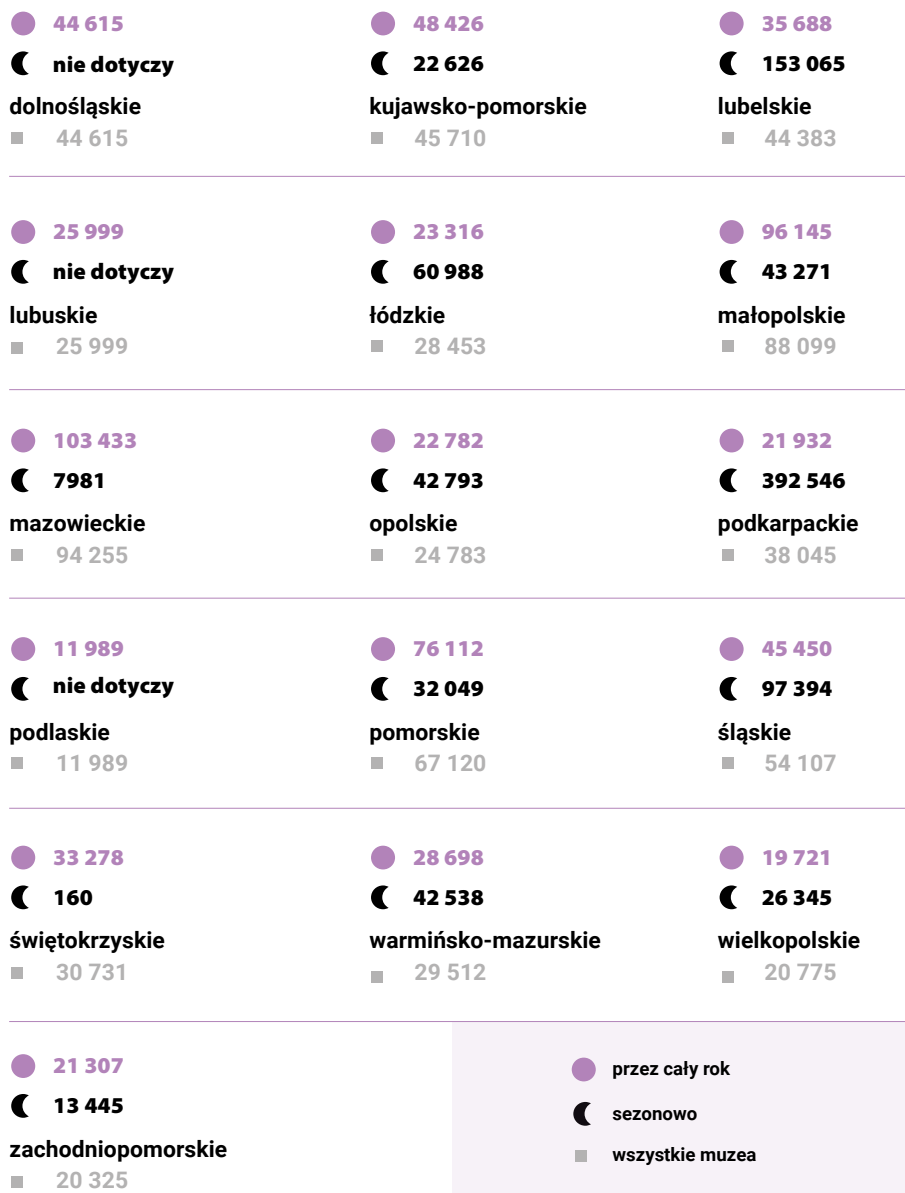
muzea bezoddziałowe
i oddziały muzealne

dolnośląskie	42 203	podkarpackie	38 045
do 10 tys.	46 015	do 10 tys.	13 592
od 10 do 100 tys.	27 841	od 10 do 100 tys.	68 085
powyżej 500 tys. mieszkańców	50 776	od 100 do 500 tys.	17 091
kujawsko-pomorskie	45 710	podlaskie	11 989
do 10 tys.	43 927	do 10 tys.	19 750
od 10 do 100 tys.	10 750	od 10 do 100 tys.	4 974
od 100 do 500 tys.	72 235	od 100 do 500 tys.	14 751
powyżej 500 tys. mieszkańców	12 363	pomorskie	64 488
lubelskie	38 084	do 10 tys.	20 957
do 10 tys.	35 360	od 10 do 100 tys.	60 003
od 10 do 100 tys.	24 109	od 100 do 500 tys.	53 133
od 100 do 500 tys.	56 297	powyżej 500 tys. mieszkańców	335 933
lubuskie	25 999	śląskie	46 511
od 10 do 100 tys.	18 361	do 10 tys.	0
od 100 do 500 tys.	36 184	od 10 do 100 tys.	61 021
łódzkie	28 453	od 100 do 500 tys.	30 633
do 10 tys.	62 705	powyżej 500 tys. mieszkańców	242 765
od 10 do 100 tys.	12 038	świętokrzyskie	28 536
od 100 do 500 tys.	7 073	do 10 tys.	47 779
powyżej 500 tys. mieszkańców	39 420	od 10 do 100 tys.	17 725
małopolskie	86 246	od 100 do 500 tys.	11 930
do 10 tys.	5 733	warmińsko-mazurskie	29 512
od 10 do 100 tys.	117 583	do 10 tys.	68 135
powyżej 500 tys. mieszkańców	84 731	od 10 do 100 tys.	21 176
mazowieckie	88 139	od 100 do 500 tys.	21 385
do 10 tys.	29 022	wielkopolskie	19 871
od 10 do 100 tys.	19 902	do 10 tys.	20 316
od 100 do 500 tys.	33 500	od 10 do 100 tys.	7 997
powyżej 500 tys. mieszkańców	139 646	od 100 do 500 tys.	6 879
opolskie	22 530	powyżej 500 tys. mieszkańców	34 076
do 10 tys.	2 548	zachodniopomorskie	19 129
od 10 do 100 tys.	4 255	do 10 tys.	3 538
od 100 do 500 tys.	72 401	od 10 do 100 tys.	23 970
		od 100 do 500 tys.	13 660
Średnia frekwencja na wystawach w kraju			49 409
do 10 tys.			28 363
od 10 do 100 tys.			40 551
od 100 do 500 tys.			38 535
powyżej 500 tys. mieszkańców			93 318

2.2. Średnia liczba zwiedzających wystawy w podziale na województwa w przypadku muzeów otwartych dla zwiedzających przez cały rok oraz otwartych sezonowo

n=405

muzea bezoddziałowe
i oddziały muzealne

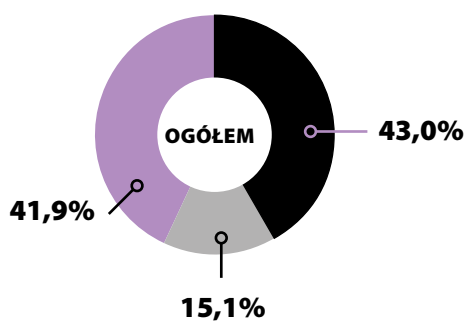
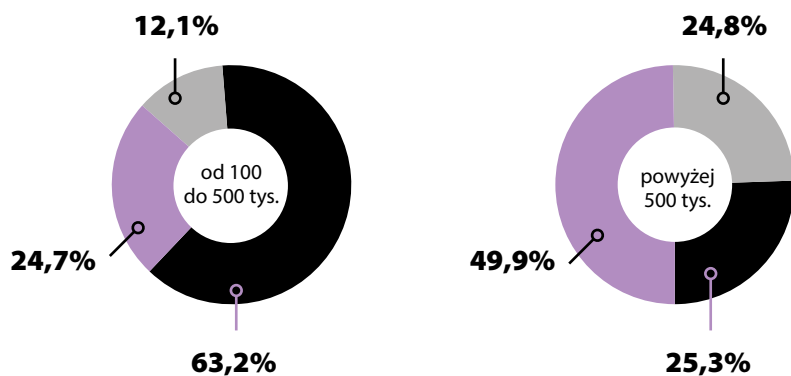
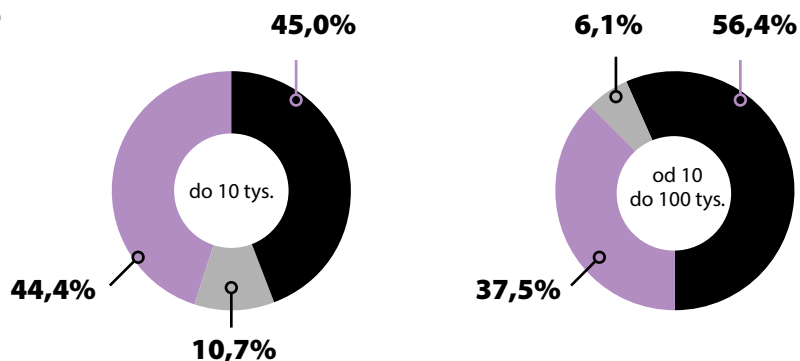


	mediana	średnia frekwencja
W KRAJU	51 852	13 276
przez cały rok	52 281	13 151
sezonowo	48 426	18 606

2.3. Wejścia na poszczególne typy wystaw w podziale na wielkość miasta, w którym znajduje się muzeum

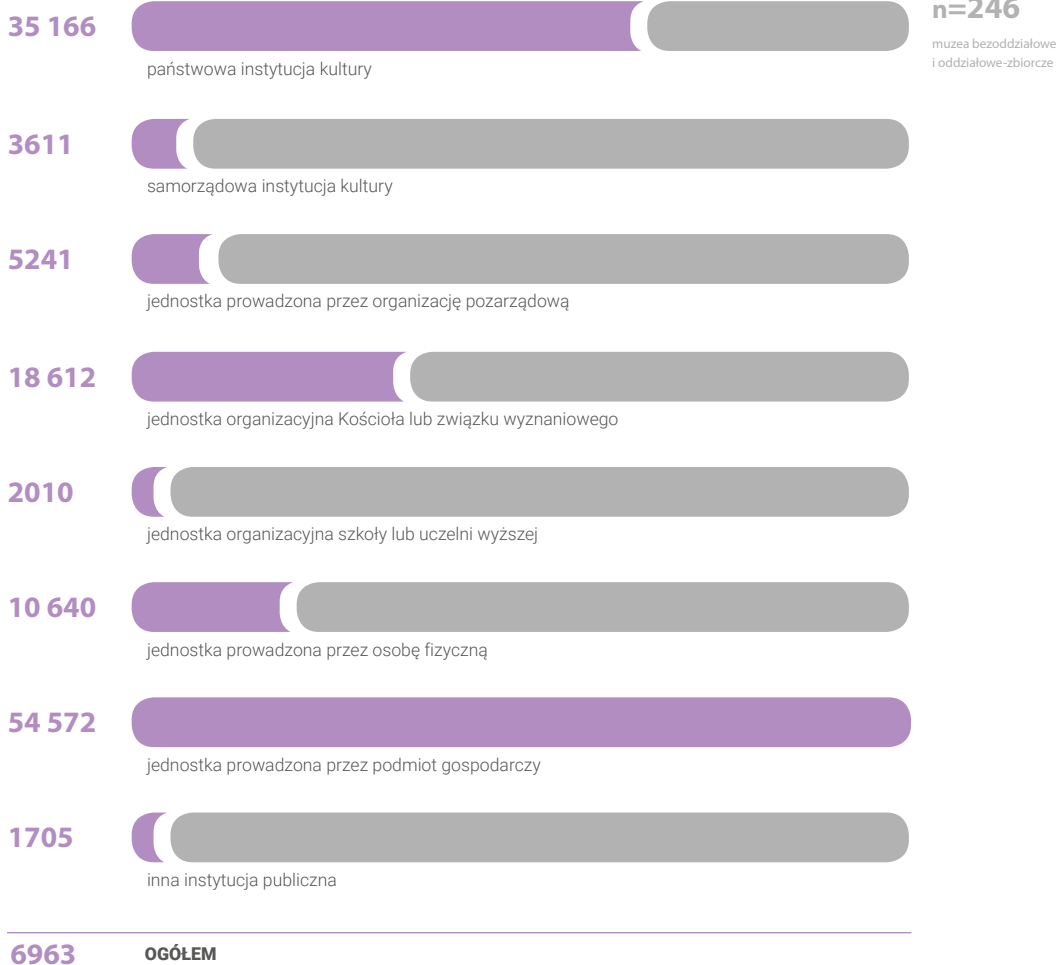
n=390

muzea bezoddziałowe
i oddziały muzealne



- wystawy stałe
- wystawy czasowe
- wystawy czasowe i stałe podczas jednej wizyty

2.4. Średnia frekwencja na jednej wystawie w podziale na typ organizatora muzeum



2.5. Średnia frekwencja na jednej wystawie w podziale na województwa

Województwo	Średnia frekwencja	Województwo	Średnia frekwencja
dolnośląskie	10 211	podlaskie	968
kujawsko-pomorskie	9 572	pomorskie	11 843
lubelskie	6 168	śląskie	3 056
lubuskie	4 315	świętokrzyskie	3 964
łódzkie	2 057	warmińsko-mazurskie	7 799
małopolskie	9 492	wielkopolskie	3 306
mazowieckie	11 667	zachodniopomorskie	2 559
opolskie	3 819	W KRAJU	6963
podkarpackie	2 972		

n=246
muzea bezoddziałowe
i oddziałowe-zbiorcze

2.6. Stosunek wejść płatnych do wejść bezpłatnych na wystawy

n=401

muzea bezoddziałowe
i oddziały muzealne

	wejścia płatne	wejścia bezpłatne
dolnośląskie	66,3%	33,7%
do 10 tys.	55,5%	44,5%
od 10 do 100 tys.	65,6%	34,4%
powyżej 500 tys. mieszkańców	68,7%	31,3%
kujawsko-pomorskie	77,8%	22,2%
do 10 tys.	86,5%	13,5%
od 10 do 100 tys.	63,4%	36,6%
od 100 do 500 tys.	76,0%	24,0%
powyżej 500 tys. mieszkańców	0,0%	100,0%
lubelskie	49,9%	50,1%
do 10 tys.	61,3%	38,7%
od 10 do 100 tys.	43,3%	56,7%
od 100 do 500 tys.	41,9%	58,1%
lubuskie	75,8%	24,2%
od 10 do 100 tys.	77,0%	23,0%
od 100 do 500 tys.	74,1%	25,9%
łódzkie	57,2%	42,8%
do 10 tys.	39,1%	60,9%
od 10 do 100 tys.	45,2%	54,8%
od 100 do 500 tys.	12,7%	87,3%
powyżej 500 tys. mieszkańców	76,2%	23,8%
małopolskie	78,6%	21,4%
do 10 tys.	68,3%	31,7%
od 10 do 100 tys.	83,3%	16,7%
powyżej 500 tys. mieszkańców	72,9%	27,1%
mazowieckie	45,3%	54,7%
do 10 tys.	43,7%	56,3%
od 10 do 100 tys.	47,6%	52,4%
od 100 do 500 tys.	54,7%	45,3%
powyżej 500 tys. mieszkańców	44,6%	55,4%
opolskie	14,8%	85,2%
do 10 tys.	0,0%	100,0%
od 10 do 100 tys.	51,0%	49,0%
od 100 do 500 tys.	10,9%	89,1%
podkarpackie	74,0%	26,0%
do 10 tys.	71,2%	28,8%
od 10 do 100 tys.	76,5%	23,5%
od 100 do 500 tys.	58,4%	41,6%

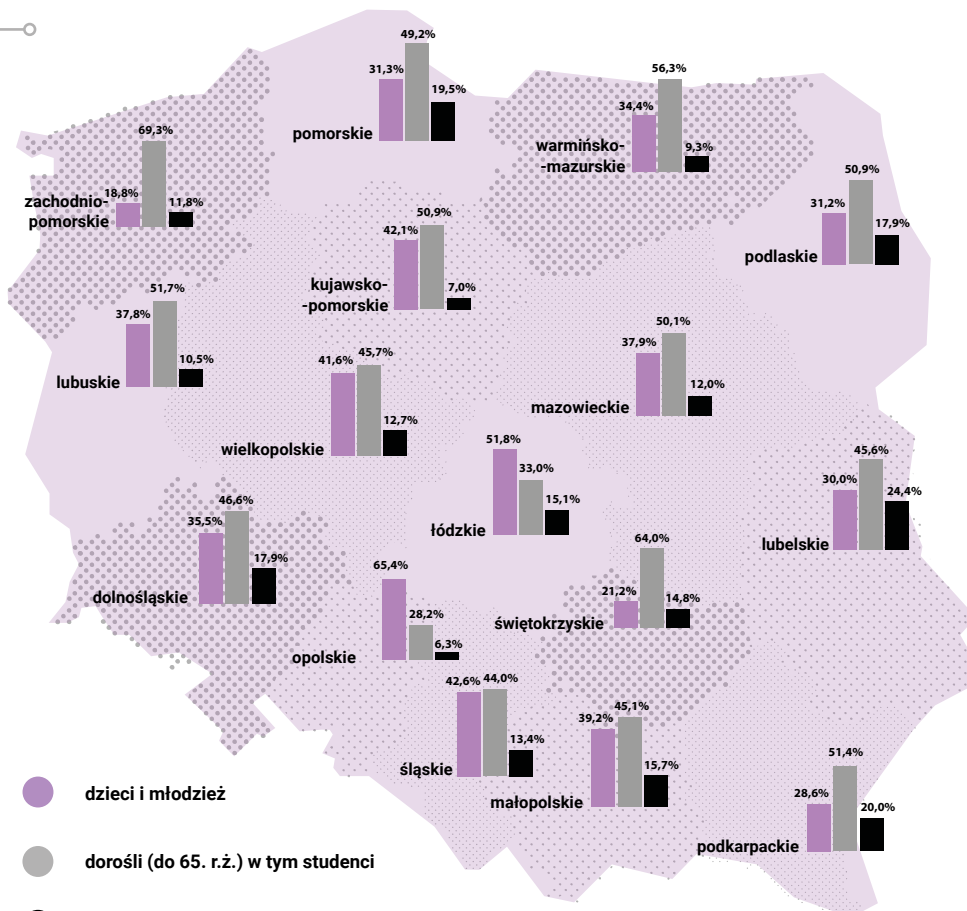
podlaskie	59,0%	41,0%
do 10 tys.	54,7%	45,3%
od 10 do 100 tys.	67,5%	32,5%
od 100 do 500 tys.	60,4%	39,6%
pomorskie	81,4%	18,6%
do 10 tys.	73,5%	26,5%
od 10 do 100 tys.	77,6%	22,4%
od 100 do 500 tys.	79,3%	20,7%
powyżej 500 tys. mieszkańców	88,8%	11,2%
śląskie	72,3%	27,7%
od 10 do 100 tys.	83,6%	16,4%
od 100 do 500 tys.	69,1%	30,9%
powyżej 500 tys. mieszkańców	69,2%	30,8%
świętokrzyskie	67,1%	32,9%
do 10 tys.	68,5%	31,5%
od 10 do 100 tys.	77,2%	22,8%
od 100 do 500 tys.	51,5%	48,5%
warmińsko-mazurskie	79,8%	20,2%
do 10 tys.	99,1%	0,9%
od 10 do 100 tys.	70,5%	29,5%
od 100 do 500 tys.	77,3%	22,7%
wielkopolskie	55,3%	44,7%
do 10 tys.	66,1%	33,9%
od 10 do 100 tys.	30,3%	69,7%
od 100 do 500 tys.	58,4%	41,6%
powyżej 500 tys. mieszkańców	52,9%	47,1%
zachodniopomorskie	72,0%	28,0%
do 10 tys.	78,0%	22,0%
od 10 do 100 tys.	78,4%	21,6%
od 100 do 500 tys.	53,0%	47,0%

	wejścia płatne	wejścia bezpłatne
W KRAJU	67,4%	32,6%
do 10 tys.	64,1%	35,9%
od 10 do 100 tys.	75,0%	25,0%
od 100 do 500 tys.	62,3%	37,7%
powyżej 500 tys. mieszkańców	64,6%	35,4%

2.7. Frekwencja w grupach wiekowych w podziale na województwa

n=228

muzea bezoddziałowe
i oddziałowe-zbiorcze



- dzieci i młodzież
- dorośli (do 65. r.ż.) w tym studenci
- seniorzy

W KRAJU	
dzieci i młodzież	34,6%
dorośli (do 65. r.ż.) w tym studenci	49,4%
seniorzy	16,0%

2.8. Frekwencja w grupach wiekowych w podziale na liczbę mieszkańców miejscowości, w której znajduje się muzeum

n=228

muzea bezoddziałowe
i oddziałowe-zbiorcze

	dzieci i młodzież	dorośli (do 65. r.ż.) w tym studenci	seniorzy
do 10 tys.	33,2%	53,6%	13,2%
od 10 do 100 tys.	32,0%	48,3%	19,7%
od 100 do 500 tys.	37,3%	51,9%	10,8%
powyżej 500 tys. mieszkańców	37,2%	44,2%	18,6%
OGÓŁEM	34,6%	49,4%	16,0%

3. Działalność edukacyjna

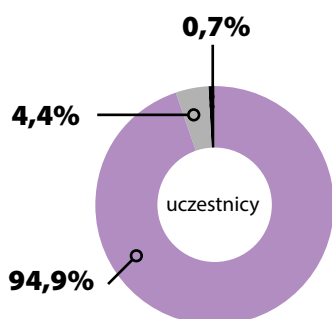
3.1. Liczba zajęć i uczestników lekcji muzealnych

	średnia liczba zajęć	średnia liczba uczestników (w jednym muzeum)	mediana zajęć	mediana uczestników (w jednym muzeum)
dolnośląskie	193	4114	41	1311
kujawsko-pomorskie	222	3708	65	1100
lubelskie	50	1218	20	450
lubuskie	72	1578	42	1155
łódzkie	104	2596	62	1941
małopolskie	116	2712	46	900
mazowieckie	464	10 245	58	1375
opolskie	61	1573	38	836
podkarpackie	135	3079	95	2101
podlaskie	105	3288	86	2135
pomorskie	247	5701	90	1344
śląskie	246	4638	100	2256
świętokrzyskie	121	2896	55	1459
warmińsko-mazurskie	132	2839	50	1202
wielkopolskie	303	4347	110	2382
zachodniopomorskie	223	4816	118	2554
W KRAJU	211	4413	60	1394

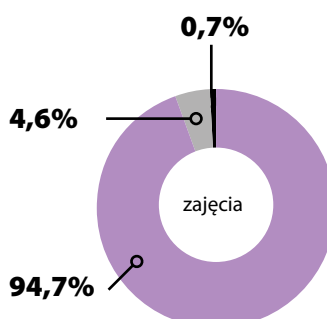
n=257

muzea bezoddziałowe i oddziałowe-zbiorcze

3.2. Uczestnicy lekcji muzealnych w podziale na wiek



3.3. Lekcje muzealne skierowane do poszczególnych grup wiekowych



n=251

muzea bezoddziałowe i oddziałowe-zbiorcze

● dzieci i młodzież
 ● dorośli
 ● seniorzy

3.4. Liczba zajęć i uczestników warsztatów

n=257

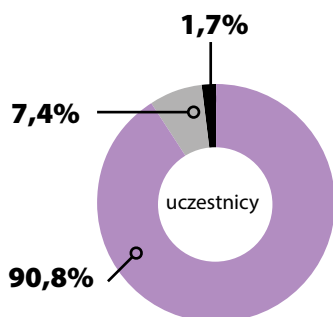
muzea bezoddziałowe
i oddziałowe-zbiorcze

	średnia liczba zajęć	średnia liczba uczestników (w jednym muzeum)	mediana zajęć	mediana uczestników (w jednym muzeum)
dolnośląskie	77	1448	27	551
kujawsko-pomorskie	350	15 259	14	240
lubelskie	51	1160	5	65
lubuskie	52	1188	5	117
łódzkie	65	1428	24	625
małopolskie	66	1272	1	35
mazowieckie	114	10 344	29	576
opolskie	75	1783	70	1015
podkarpackie	61	1498	12	250
podlaskie	16	440	11	221
pomorskie	89	1898	44	892
śląskie	40	852	30	524
świętokrzyskie	94	1926	40	915
warmińsko-mazurskie	53	1023	17	389
wielkopolskie	67	1899	28	381
zachodniopomorskie	48	1069	15	298
W KRAJU	87	3454	20	418

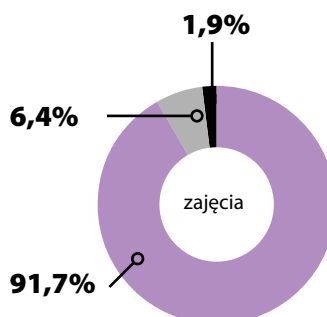
3.5. Uczestnicy warsztatów w podziale na wiek

n=250

muzea bezoddziałowe
i oddziałowe-zbiorcze

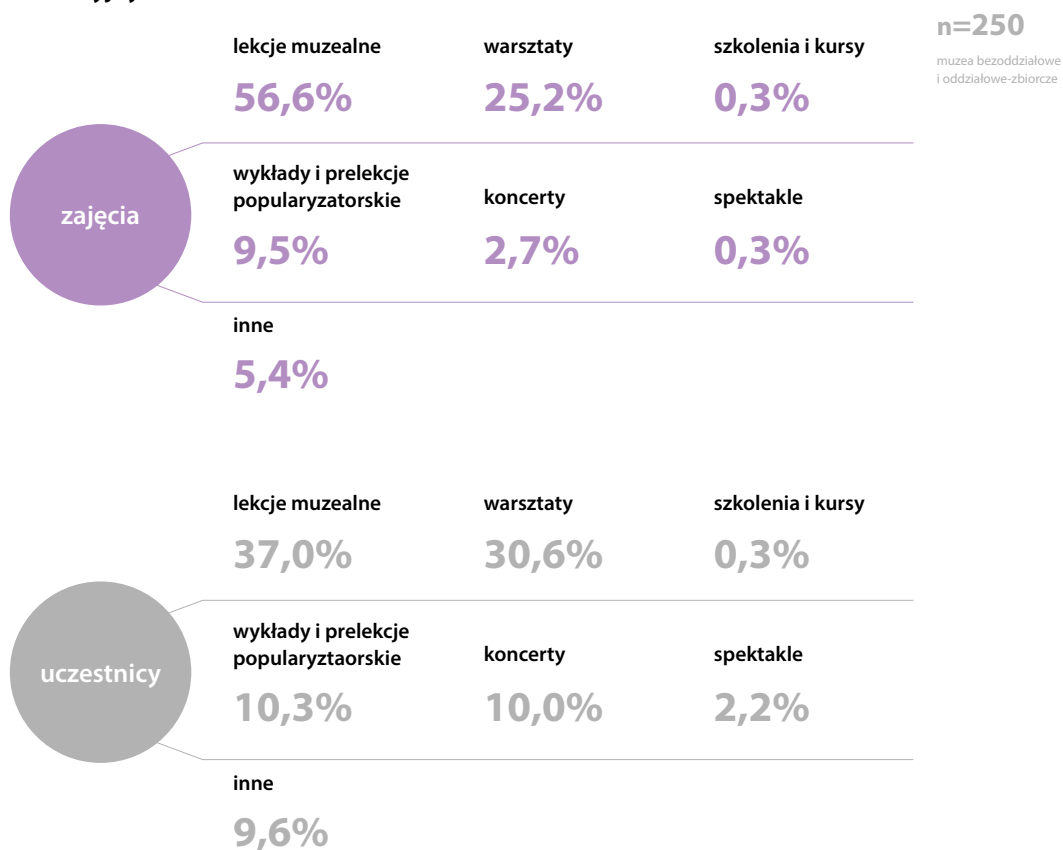


3.6. Warsztaty skierowane do poszczególnych grup wiekowych



● dzieci i młodzież
 ● dorośli
 ● seniorzy

3.7. Procentowy rozkład liczby zajęć i uczestników poszczególnych działań edukacyjnych



3.8. Liczby zajęć i uczestników działań edukacyjnych

n=250
muzea bezoddziałowe i oddziałowe-zbiorcze

	zajęcia				
	szkolenia i kursy	wykłady i prelekcje popularyzatorskie	koncerty	spektakle	inne
średnia liczba zajęć	1	33	9	1	18
mediana zajęć	0	8	1	0	0

Liczba uczestników w przeliczeniu na jedno muzeum

	uczestnicy				
	szkolenia i kursy	wykłady i prelekcje popularyzatorskie	koncerty	spektakle	inne
średnia liczba uczestników	31	1172	1134	254	1095
mediana uczestników	0	357	87	0	0

3.9. Współprowadzone działania edukacyjne

n=260

muzea bezoddziałowe
i oddziałowe-zbiorcze

61,9%

muzeów prowadziło zajęcia edukacyjne przygotowywane
i realizowane wspólnie z innymi instytucjami

3.10. Ukierunkowana oferta edukacyjna

n=260

muzea bezoddziałowe
i oddziałowe-zbiorcze

46,2%

muzeów prowadziło w roku sprawozdawczym zajęcia edukacyjne skierowane do osób niewidomych i słabowidzących, osób niesłyszących i słabosłyszących, osób z dysfunkcją narządu ruchu, osób z niepełnosprawnością intelektualną, osób chorych psychicznie

n=113

muzea bezoddziałowe
i oddziałowe-zbiorcze

średnia
liczba zajęć

17

mediana

8

287

średnia liczba
uczestników

150

mediana

n=260

muzea bezoddziałowe
i oddziałowe-zbiorcze

72,3%

muzeów posiadało ofertę skierowaną do rodzin

68,1%

muzeów posiadało ofertę skierowaną do seniorów

12,3%

muzeów posiadało ofertę skierowaną do mniejszości narodowych

n=259

muzea bezoddziałowe
i oddziałowe-zbiorcze

6,6%

muzeów posiadało ofertę skierowaną do imigrantów i uchodźców

35,1%

muzeów posiadało ofertę skierowaną do środowisk społecznie wykluczonych

n=260

muzea bezoddziałowe
i oddziałowe-zbiorcze

80,0%

muzeów posiadało ofertę skierowaną do turystów

84,6%

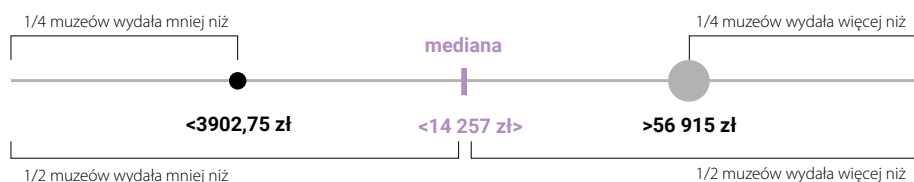
muzeów posiadało ofertę skierowaną do społeczności lokalnej

3.11. Wydatki na działalność edukacyjną

60,7% muzeów poniosło wydatki na edukację

n=247

muzea bezodziałowe
i oddziałowe-zbiorcze



7,9% odsetek wydatków na edukację w wydatkach merytorycznych ogółem

n=213

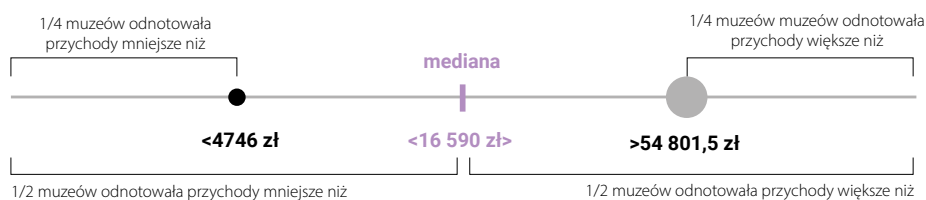
muzea bezodziałowe
i oddziałowe-zbiorcze

3.12. Przychody z działań edukacyjnych

53,9% muzeów uzyskało przychody z działań muzealnych

n=254

muzea bezodziałowe
i oddziałowe-zbiorcze



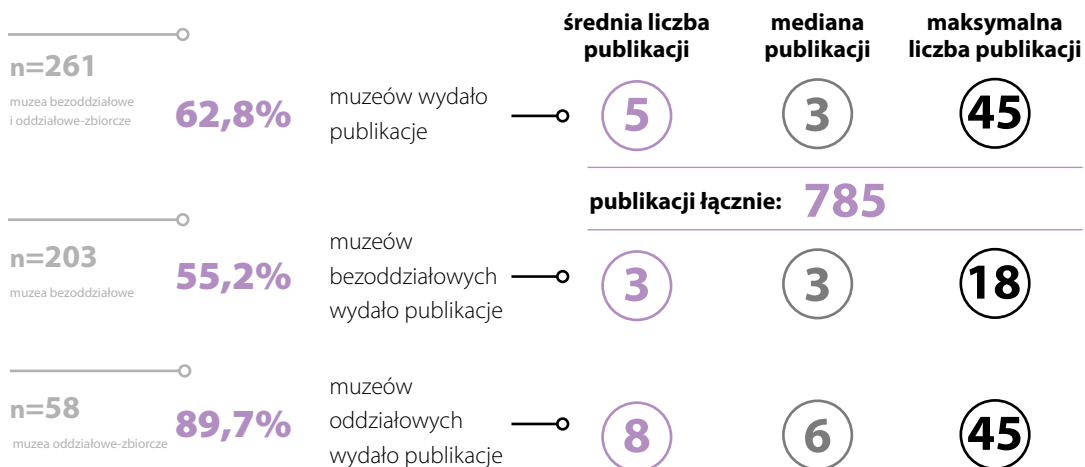
3,3% odsetek przychodów z edukacji w przychodach własnych ogółem

n=217

muzea bezodziałowe
i oddziałowe-zbiorcze

4. Działalność wydawnicza

4.1. Aktywność wydawnicza muzeów



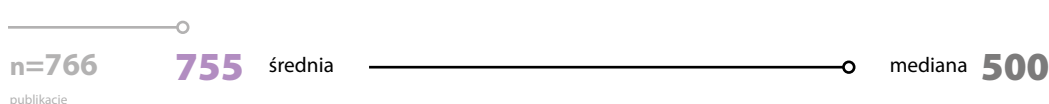
4.2. Typ publikacji



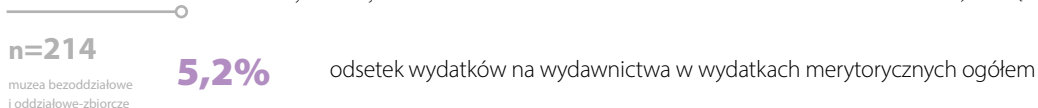
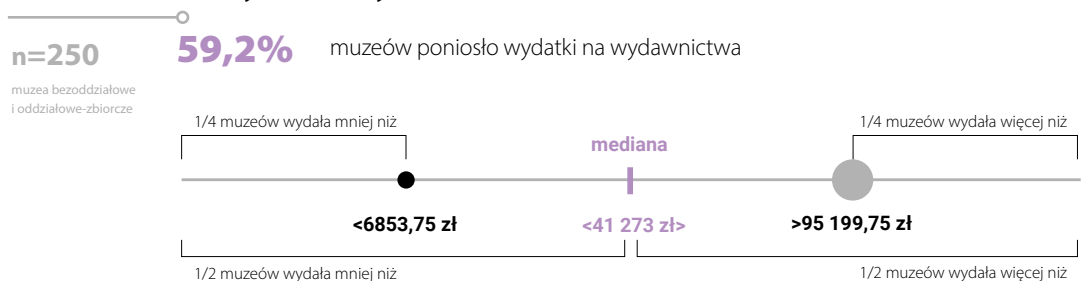
4.3. Forma wydania



4.4. Nakład

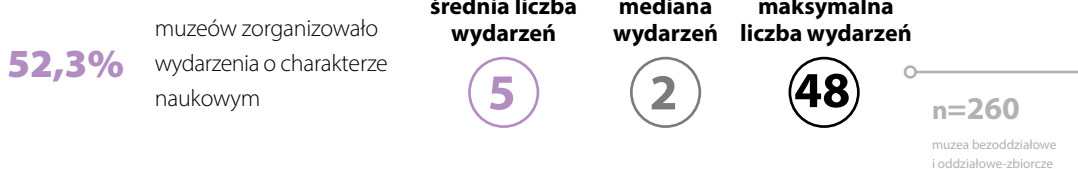


4.5. Wydatki na wydawnictwa

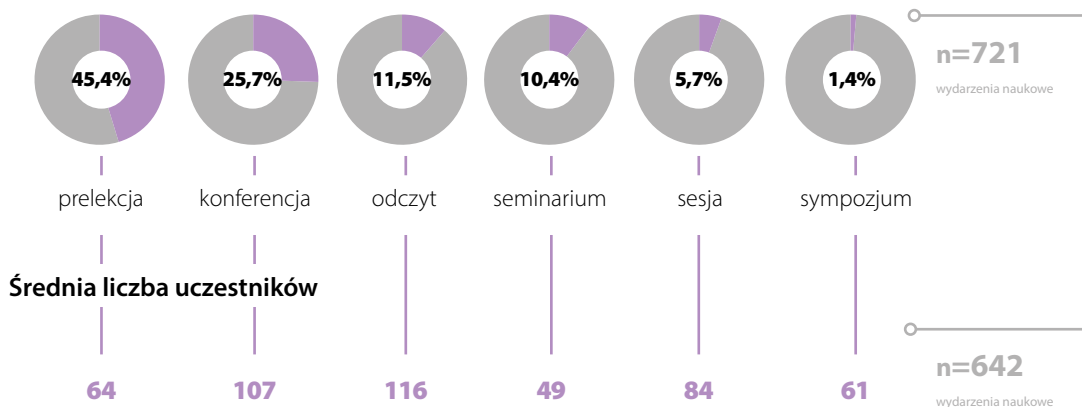


5. Działalność naukowa

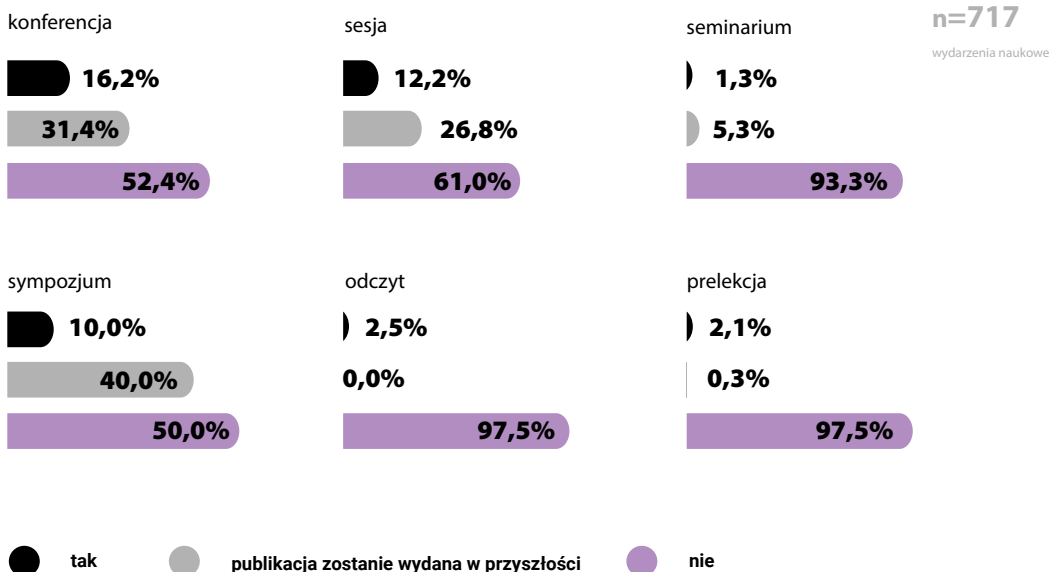
5.1. Wydarzenia naukowe



5.2. Podział uczestników poszczególnych wydarzeń naukowych



5.3. Publikacje do wydarzeń naukowych

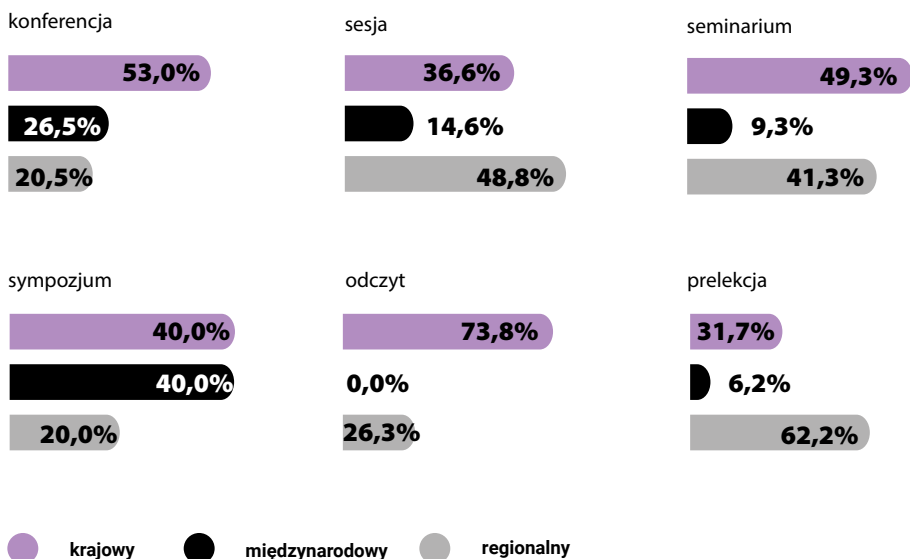


5.4. Zasięg wydarzeń naukowych

n=716

wydarzenia naukowe

Przez zasięg wydarzeń naukowych należy rozumieć pochodzenie prelegentów uczestniczących w wydarzeniach naukowych.

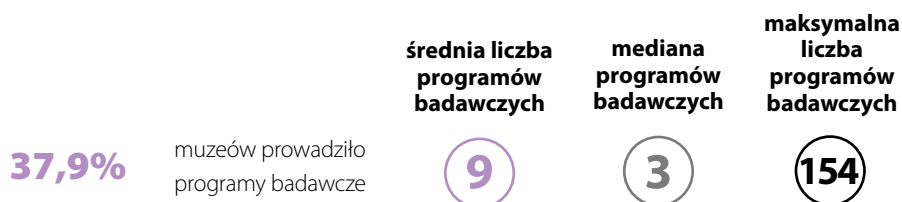


5.5. Konsultacje specjalistyczne i programy badawcze

n=261

muzea bezoddziałowe i oddziałowe-zbiorcze

27,6% muzeów zamawiało konsultacje specjalistyczne



n=261

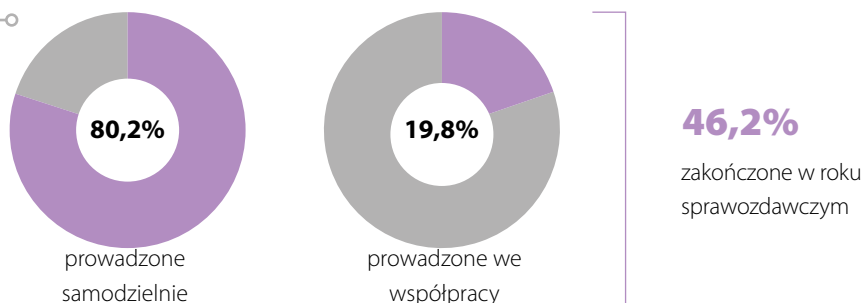
muzea bezoddziałowe i oddziałowe-zbiorcze

19,2% muzeów prowadziło badania zlecone z zewnątrz

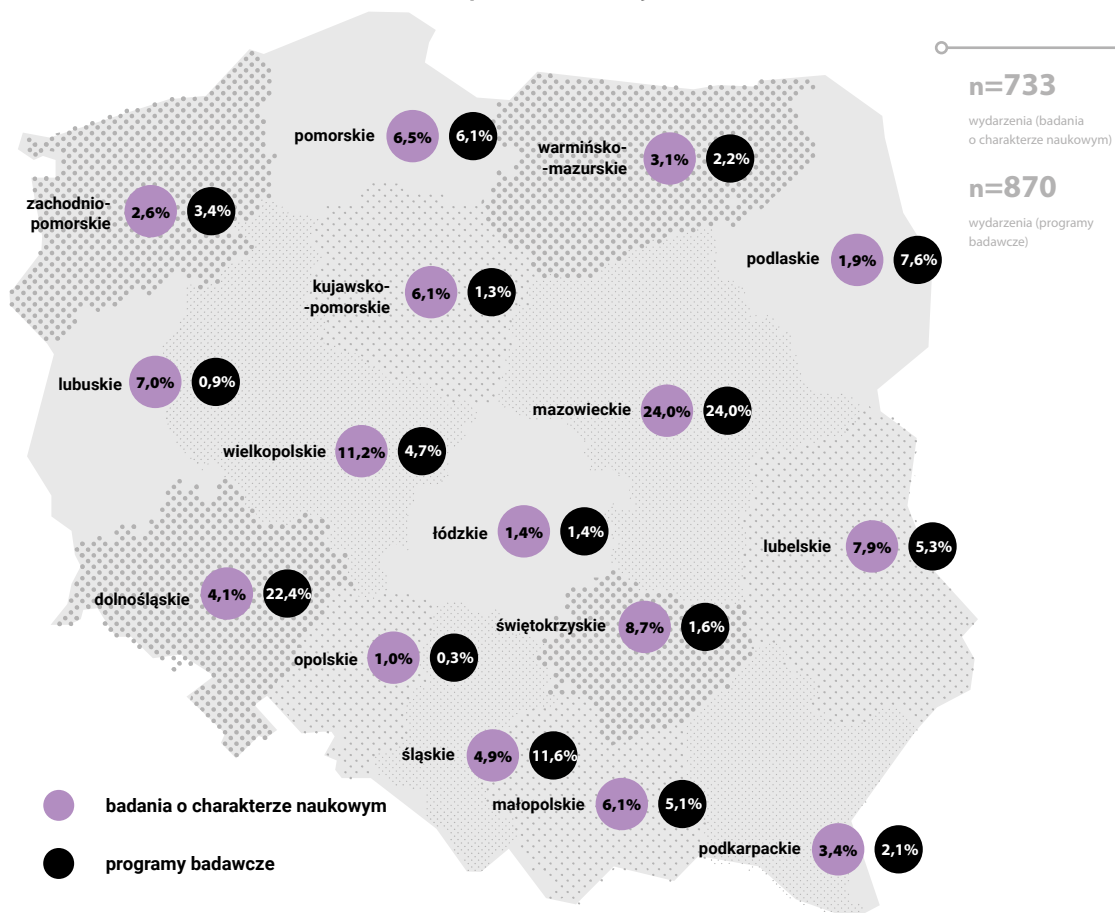
5.5.1. Podział programów badawczych

n=261

muzea bezoddziałowe i oddziałowe-zbiorcze

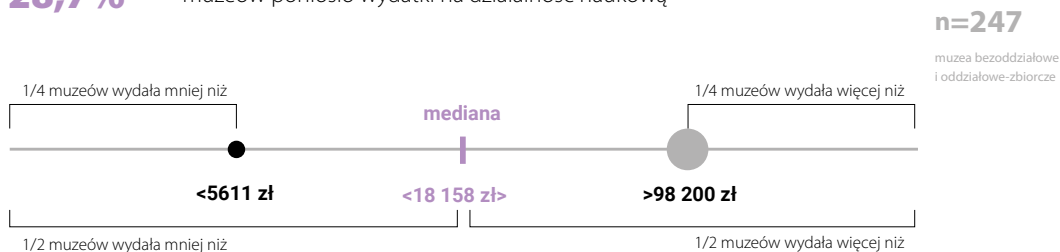


5.6. Działalność naukowa muzeów w podziale na województwa



5.7. Wydatki na działalność naukową

28,7% muzeów poniosło wydatki na działalność naukową



3,3%

wydatków na działalność naukową w stosunku do wszystkich wydatków merytorycznych

n=212
muzea bezodziałowe i oddziałowe-zbiornicze

6. Konserwacja

6.1. Rodzaje konserwacji

n=260

muzea bezoddziałowe
i oddziałowe-zbiorcze

55%

muzeów przeprowadziło w roku sprawozdawczym konserwację pełną obiektów

40%

muzeów przeprowadziło w roku sprawozdawczym konserwację częściową

51%

muzeów przeprowadziło w roku sprawozdawczym konserwację zachowawczą

6.2. Rodzaj konserwacji w podziale na muzea według typu organizatora

n=260

muzea bezoddziałowe
i oddziałowe-zbiorcze

Typ muzeum	muzea, które poddały obiekty konserwacji pełnej	muzea, które poddały obiekty konserwacji częściowej	muzea, które poddały obiekty konserwacji zachowawczej
państwowa instytucja kultury	85,7%	71,4%	76,2%
samorządowa instytucja kultury	62,2%	41,7%	55,6%
jednostka prowadzona przez organizację pozarządową	21,1%	31,6%	36,8%
jednostka organizacyjna Kościoła lub związku wyznaniowego	33,3%	16,7%	16,7%
jednostka organizacyjna szkoły lub uczelni wyższej	30,8%	23,1%	30,8%
jednostka prowadzona przez osobę fizyczną	18,2%	18,2%	18,2%
jednostka prowadzona przez podmiot gospodarczy	0,0%	0,0%	0,0%
inna instytucja publiczna	28,6%	14,3%	42,9%
OGÓŁEM	55,4%	39,6%	51,2%

Typ muzeum	obiekty poddane konserwacji pełnej		obiekty poddane konserwacji częściowej		obiekty poddane konserwacji zachowawczej	
	średnia	mediana	średnia	mediana	średnia	mediana
państwowa instytucja kultury	326	144	291	103	2145	548
samorządowa instytucja kultury	177	23	118	28	1850	90
jednostka prowadzona przez organizację pozarządową	13	3	4	2	77	28
jednostka organizacyjna Kościoła lub związku wyznaniowego	14	14	30	30	52	52
jednostka organizacyjna szkoły lub uczelni wyższej	11	8	20	18	81	12
jednostka prowadzona przez osobę fizyczną	3	3	3	3	6	6
jednostka prowadzona przez podmiot gospodarczy	-	-	-	-	-	-
inna instytucja publiczna	6	6	20	20	403	423
OGÓŁEM	179	25	130	23	1665	97

n=260

muzea bezoddziałowe i oddziałowe-zbiorcze

6.3. Pracownia konserwatorska

Typ muzeum	muzea posiadające pracownię konserwatorską	z tego: muzea, które świadczyły usługi konserwatorskie na rzecz innych podmiotów
państwowa instytucja kultury	71,4%	13,3%
samorządowa instytucja kultury	37,0%	38,8%
jednostka prowadzona przez organizację pozarządową	10,5%	50,0%
jednostka organizacyjna Kościoła lub związku wyznaniowego	0,0%	-
jednostka organizacyjna szkoły lub uczelni wyższej	0,0%	-
jednostka prowadzona przez osobę fizyczną	9,1%	0,0%
jednostka prowadzona przez podmiot gospodarczy	0,0%	-
inna instytucja publiczna	16,7%	0,0%
OGÓŁEM	33,2%	33,7%

n=259

muzea bezoddziałowe i oddziałowe-zbiorcze

6.4. Czy personel muzeum przechodzi szkolenia dotyczące profilaktyki konserwatorskiej w zakresie zasad obchodzenia się z obiektami?

n=260
muzea bezoddziałowe
i oddziałowe-zbiorcze

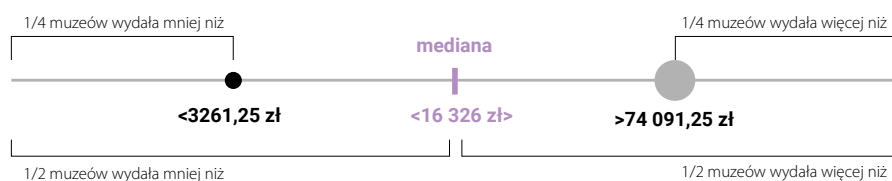
Typ muzeum	obligatoryjnie nowo zatrudnieni pracownicy	okresowo wszyscy pracownicy	szkolenia przeprowadzane są nieregularnie	nie przeprowadza się tego typu szkoleń
państwowa instytucja kultury	23,8%	19,0%	33,3%	33,3%
samorządowa instytucja kultury	33,1%	15,5%	26,5%	39,8%
jednostka prowadzona przez organizację pozarządową	10,5%	5,3%	5,3%	78,9%
jednostka organizacyjna Kościoła lub związku wyznaniowego	0,0%	16,7%	16,7%	66,7%
jednostka organizacyjna szkoły lub uczelni wyższej	23,1%	15,4%	15,4%	61,5%
jednostka prowadzona przez osobę fizyczną	0,0%	10,0%	0,0%	90,0%
jednostka prowadzona przez podmiot gospodarczy	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
inna instytucja publiczna	14,3%	28,6%	14,3%	57,1%
OGÓŁEM	27,3%	15,0%	23,1%	46,9%

6.5. Wydatki na konserwację

n=252

muzea bezoddziałowe
i oddziałowe-zbiorcze

57,1% muzeów poniosło wydatki związane z konserwacją



n=215

muzea bezoddziałowe
i oddziałowe-zbiorcze

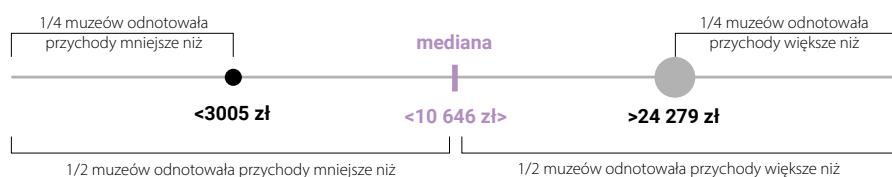
6,5% odsetek wydatków na konserwację z wydatków merytorycznych ogółem

6.6. Przychody z działalności konserwatorskiej

n=252

muzea bezoddziałowe
i oddziałowe-zbiorcze

8,3% muzeów odnotowało dochód z usług konserwatorskich



n=215

muzea bezoddziałowe
i oddziałowe-zbiorcze

0,2% odsetek przychodów z usług konserwatorskich w przychodach własnych ogółem

7. Digitalizacja

7.1. Pracownia digitalizacyjna

n=260

muzea bezoddziałowe
i oddziałowe-zbiorcze

Typ muzeum	instytucje, które posiadają pracownię digitalizacyjną	pracownie, które spełniają minimalne standardy
państwowa instytucja kultury	57,1%	91,7%
samorządowa instytucja kultury	23,2%	88,1%
jednostka prowadzona przez organizację pozarządową	15,8%	100,0%
jednostka organizacyjna Kościoła lub związku wyznaniowego	0,0%	-
jednostka organizacyjna szkoły lub uczelni wyższej	7,7%	100,0%
jednostka prowadzona przez osobę fizyczną	9,1%	0,0%
jednostka prowadzona przez podmiot gospodarczy	0,0%	-
inna instytucja publiczna	0,0%	-
OGÓŁEM	22,7%	88,1%

7.2. Serwerownia wykorzystywana m.in. do archiwizacji danych

n=260

muzea bezoddziałowe
i oddziałowe-zbiorcze

Typ muzeum	muzea, które są w trakcie budowy serwerowni	muzea, które nie posiadają serwerowni	muzea, które posiadają serwerownię	serwerownie, które spełniają minimalne standardy
państwowa instytucja kultury	14,3%	14,3%	71,4%	80,0%
samorządowa instytucja kultury	7,2%	53,0%	39,8%	84,5%
jednostka prowadzona przez organizację pozarządową	0,0%	94,7%	5,3%	100,0%
jednostka organizacyjna Kościoła lub związku wyznaniowego	0,0%	100,0%	0,0%	-
jednostka organizacyjna szkoły lub uczelni wyższej	7,7%	92,3%	0,0%	-
jednostka prowadzona przez osobę fizyczną	9,1%	90,9%	0,0%	-
jednostka prowadzona przez podmiot gospodarczy	0,0%	100,0%	0,0%	-
inna instytucja publiczna	0,0%	100,0%	0,0%	-
OGÓŁEM	6,9%	59,2%	33,8%	83,9%

7.3. Wykorzystanie elektronicznych baz danych

n=251

muzea bezoddziałowe
i oddziałowe-zbiorcze

71%

muzeów wykorzystuje elektroniczne bazy danych

n=243

muzea bezoddziałowe
i oddziałowe-zbiorcze

ogółem

rekordy nieposiadające
dokumentacji wizualnej

rekordy posiadające
dokumentację
wizualną

62,1%

44,3%

średnia liczba rekordów 25 014

19 466

11 991

mediana 7341

3117

5099

n=249

muzea bezoddziałowe
i oddziałowe-zbiorcze

61%

muzeów utworzyło nowe rekordy w 2018 roku

n=241

muzea bezoddziałowe
i oddziałowe-zbiorcze

ogółem

rekordy nieposiadające
dokumentacji wizualnej

rekordy posiadające
dokumentację
wizualną

62,1%

37,9%

średnia liczba rekordów 2347

2781

999

mediana 403

336

254

7.4. Cyfrowe odwzorowania

n=233

muzea bezoddziałowe
i oddziałowe-zbiorcze

67%

muzeów posiada cyfrowe odwzorowania wykonane dla obiektów

ogółem

rekordy utworzone
w roku sprawozdawczym

średnia liczba rekordów 39 451

3278

mediana 7461

856

n 157

138

59% muzeów, utworzyło nowe cyfrowe odwzorowania w roku sprawozdawczym

n=234
muzea bezoddziałowe i oddziałowe-zbiorcze

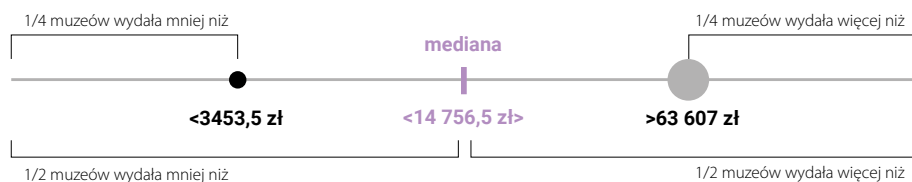
7% odsetek cyfrowych odwzorowań utworzonych w roku sprawozdawczym z wszystkich cyfrowych odwzorowań

n=136
muzea bezoddziałowe i oddziałowe-zbiorcze

7.5. Wydatki na digitalizację

21,2% muzeów poniosło wydatki na digitalizację

n=245
muzea bezoddziałowe i oddziałowe-zbiorcze



1,5% odsetek wydatków na digitalizację w stosunku do wszystkich wydatków merytorycznych

n=241
muzea bezoddziałowe i oddziałowe-zbiorcze



8. Zbiory i ewidencja

8.1. Obiekty wpisane do ksiąg inwentarzowych (muzealia)

n=230

muzea bezoddziałowe
i oddziałowe-zbiorcze

0,5%

muzealiów (obiekty w inwentarzu muzealnym) zostało wytworzonych cyfrowo (born-digital)

n=240

muzea bezoddziałowe
i oddziałowe-zbiorcze

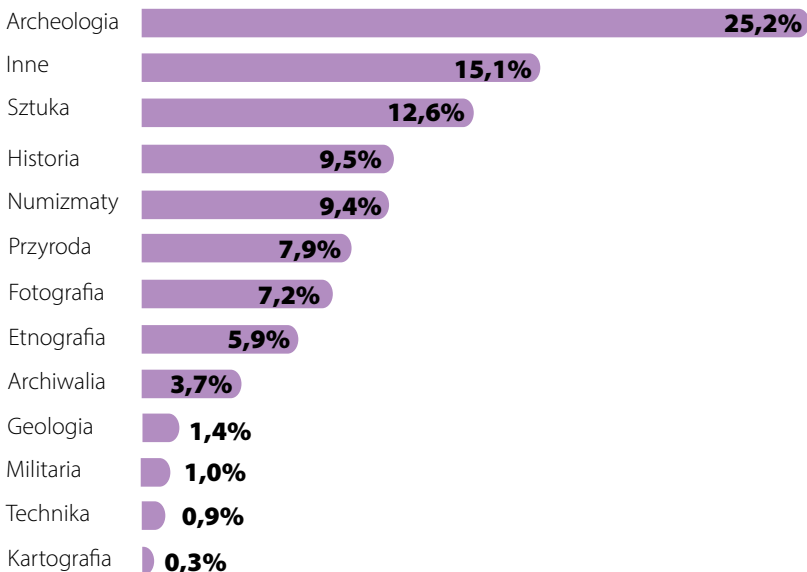
20,7%

muzealiów zostało skontrolowanych w roku sprawozdawczym

8.1.1. Podział muzealiów na kategorie zbiorów

n=254

muzea bezoddziałowe
i oddziałowe-zbiorcze



8.1.2. Pozyskanie muzealiów

n=258

muzea bezoddziałowe
i oddziałowe-zbiorcze

87,6%

muzeów w roku sprawozdawczym wpisało muzealia do ksiąg inwentarzowych

n=245

muzea bezoddziałowe
i oddziałowe-zbiorcze

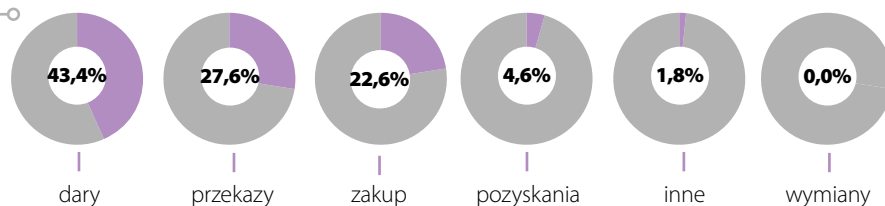
1,6%

muzealiów zostało wpisanych do ksiąg inwentarzowych w roku sprawozdawczym

8.1.3. Sposób pozyskania muzealiów

n=257

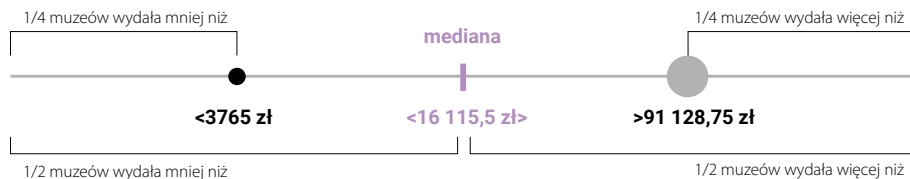
muzea bezoddziałowe
i oddziałowe-zbiorcze



8.1.4. Wydatki na zakup muzealiów

70,9% muzeów poniosło wydatki na zakup muzealiów

n=251
muzea bezoddziałowe
i oddziałowe-zbiorcze



27,3% odsetek wydatków na muzealia w wydatkach merytorycznych ogółem

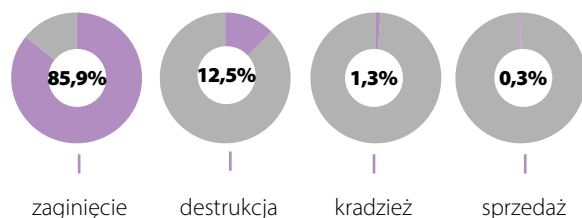
n=247
muzea bezoddziałowe
i oddziałowe-zbiorcze

8.1.5. Skreślenie muzealiów

6,6% muzeów skreśliło muzealia z ksiąg inwentarzowych w roku sprawozdawczym

n=258
muzea bezoddziałowe
i oddziałowe-zbiorcze

8.1.6. Powody skreśleń muzealiów



n=258
muzea bezoddziałowe
i oddziałowe-zbiorcze

8.1.7. Stosunek muzealiów skreślonych do wszystkich muzealiów wpisanych do ksiąg inwentarzowych

muzealia w księgach **99,99%** **0,01%** muzealia skreślone

n=245
muzea bezoddziałowe
i oddziałowe-zbiorcze

8.1.8. Dokumentacja wizualna muzealiów

27,9% muzealiów posiada wykonaną dokumentację wizualną

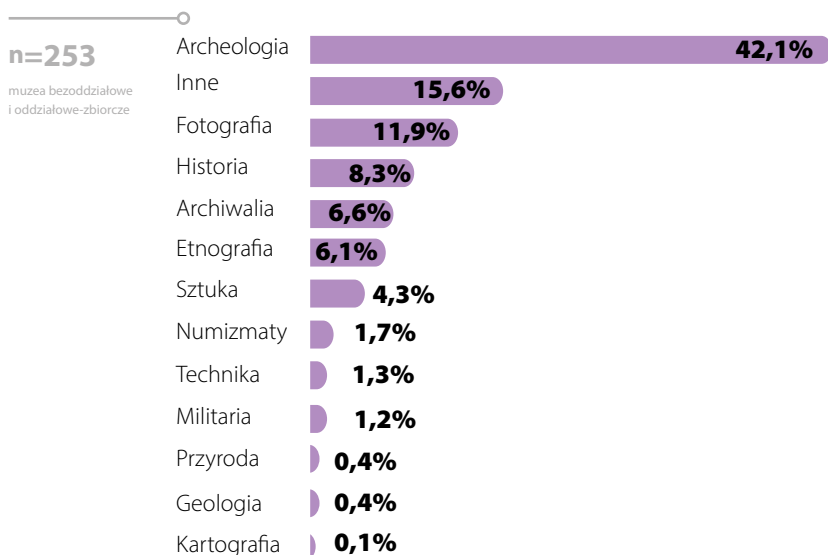
n=231
muzea bezoddziałowe
i oddziałowe-zbiorcze

8.2. Obiekty wpisane do ksiąg pomocniczych

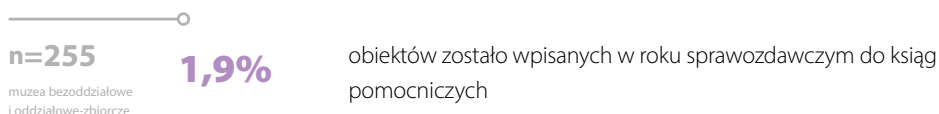
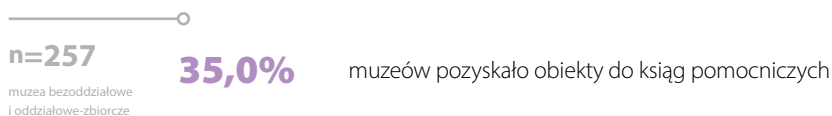
8.2.1. Stosunek obiektów z ksiąg pomocniczych do muzealiów



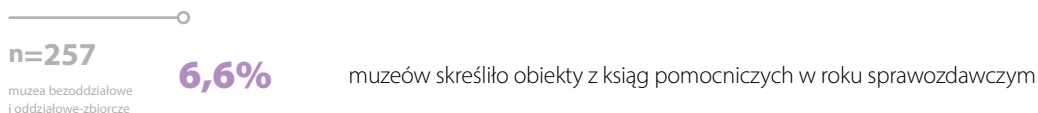
8.2.2. Podział obiektów na kategorie zbiorów



8.2.3. Pozyskanie obiektów do ksiąg pomocniczych



8.2.4. Skreślenie obiektów



8.2.5. Stosunek obiektów skreślonych do wszystkich obiektów wpisanych do zbiorów pomocniczych



8.2.6. Dokumentacja wizualna obiektów

9,7% obiektów posiada wykonaną dokumentację wizualną

n=241

muzea bezoddziałowe
i oddziałowe-zbiorcze

8.3. Obiekty wpisane do ksiąg depozytowych

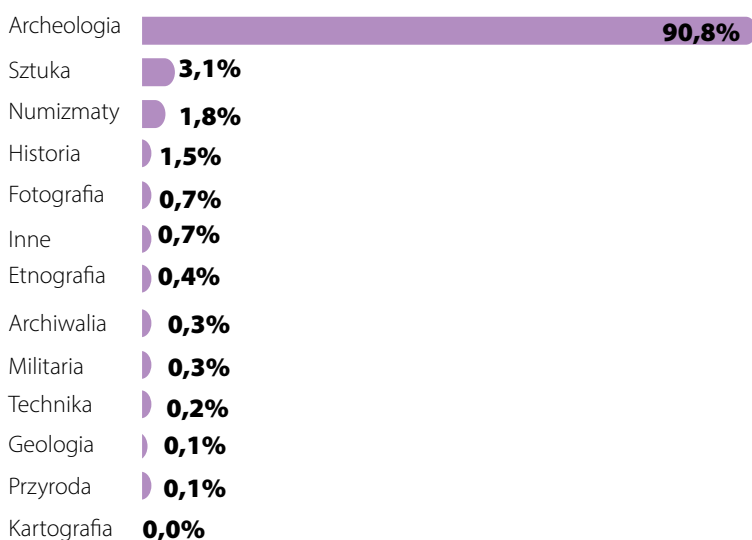
8.3.1. Stosunek obiektów z ksiąg depozytowych do muzealiów

muzealia **86,4%** **13,6%** obiekty z ksiąg
depozytowych

n=252

muzea bezoddziałowe
i oddziałowe-zbiorcze

8.3.2. Podział obiektów na kategorie zbiorów



n=253

muzea bezoddziałowe
i oddziałowe-zbiorcze

8.3.3. Pozyskanie obiektów do ksiąg depozytowych

35,7% muzeów wpisało obiekty do ksiąg depozytowych w roku sprawozdawczym

n=258

muzea bezoddziałowe
i oddziałowe-zbiorcze

1,4% obiektów wpisanych do depozytów zostało wpisanych w roku sprawozdawczym

n=255

muzea bezoddziałowe
i oddziałowe-zbiorcze

8.3.4. Sposób pozyskania obiektów do ksiąg depozytowych

72,6%

od instytucji

27,4%

od osób prywatnych

n=256

muzea bezoddziałowe
i oddziałowe-zbiorcze

8.3.5. Skreślenie obiektów

n=258

muzea bezoddziałowe
i oddziałowe-zbiorcze

22,9%

muzeów skreśliło obiekty z ksiąg pomocniczych w roku sprawozdawczym

8.3.6. Powody skreślenia obiektów

n=258

muzea bezoddziałowe
i oddziałowe-zbiorcze

wycofanie

99,99%

0,01%

zaginięcie

kradzież

0,00%

0,00%

destrukcja

8.3.7. Stosunek obiektów skreślonych do wszystkich obiektów wpisanych do ksiąg depozytowych

n=255

muzea bezoddziałowe
i oddziałowe-zbiorcze

obiekty
wpisane

99,5%

0,5%

obiekty
skreślone

8.4. Pozostałe informacje

8.4.1. Dokumentacja wizualna obiektów

n=241

muzea bezoddziałowe
i oddziałowe-zbiorcze

2,3%

obiektów posiada wykonaną dokumentację wizualną

n=191

muzea bezoddziałowe
i oddziałowe-zbiorcze

11,7%

procent muzealiów, do których nie zostały wyjaśnione kwestie prawno-autorskie

n=258

muzea bezoddziałowe
i oddziałowe-zbiorcze

25,6%

muzeów nie zna liczby muzealiów, do których nie wyjaśniono kwestii prawno-autorskich

8.4.2. Ewidencja obiektów

n=215

muzea bezoddziałowe
i oddziałowe-zbiorcze

24,7%

muzeów posiada obiekty niezewidencjonowane

n=213

muzea bezoddziałowe
i oddziałowe-zbiorcze

muzealia
w księgach
inwentarzowych

96,0%

4,0%

obiekty poza
ewidencją

n=203

muzea bezoddziałowe
i oddziałowe-zbiorcze

wszystkie obiekty
zewidencjonowane
(z ksiąg inwentarzo-
wych, depozytowych
i pomocniczych)

96,9%

3,1%

obiekty poza
ewidencją

8.4.3. Muzea, w których funkcjonuje stanowisko Głównego Inwentaryzatora lub Kierownika Działu Inwentarzy

n=260

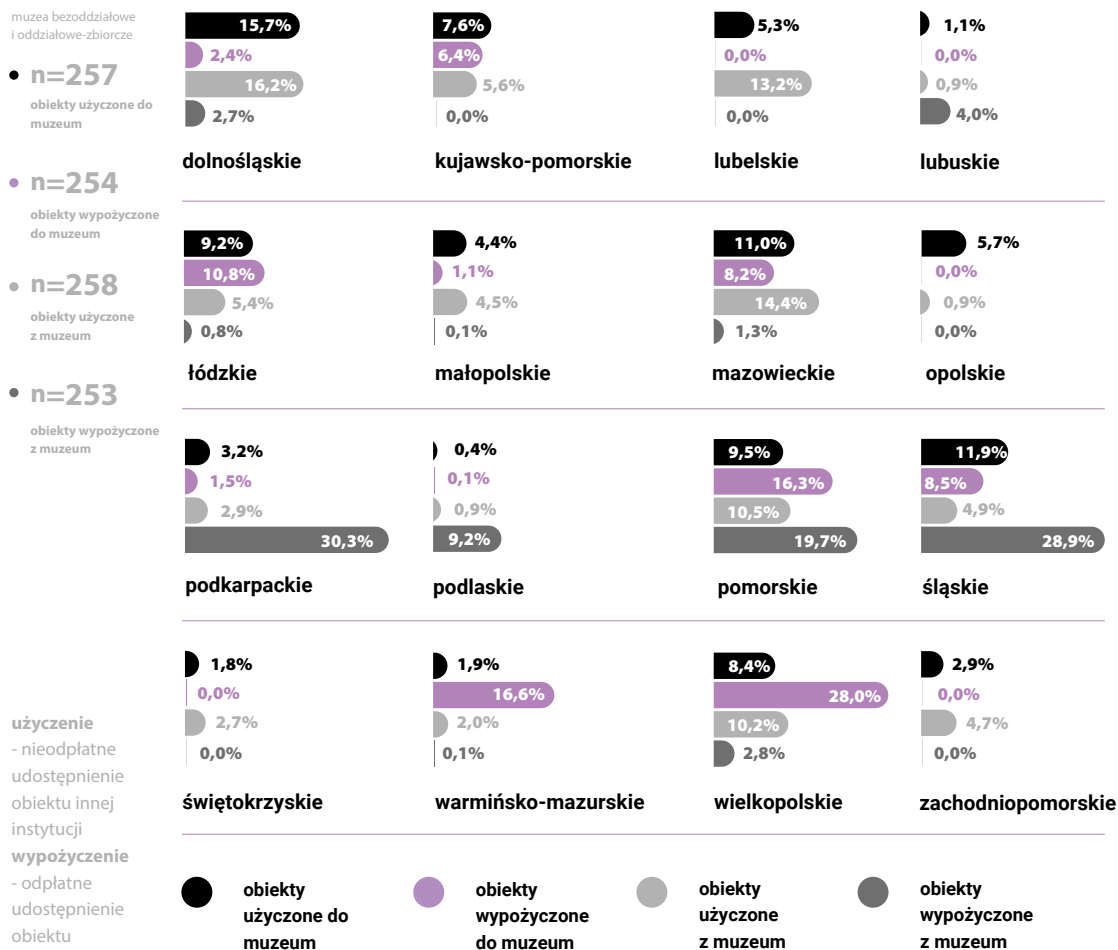
muzea bezoddziałowe
i oddziałowe-zbiorcze

Myślnik oznacza brak odpowiedzi w poszczególnych typach muzeów oddziałowych.

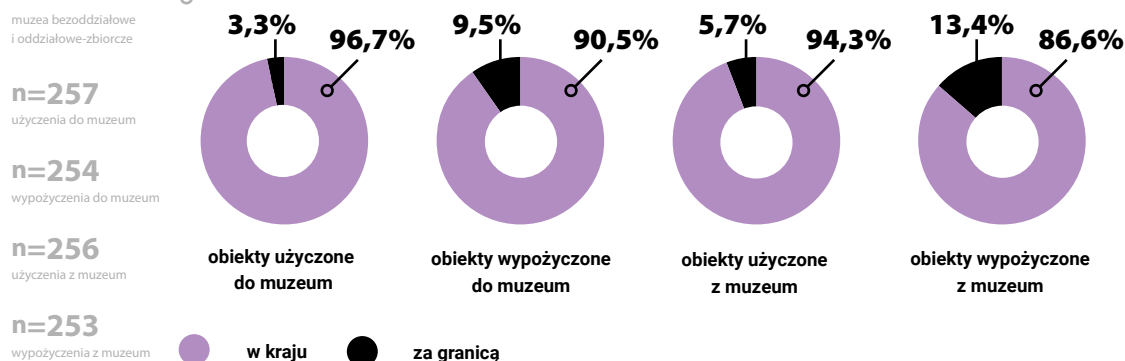
Typ muzeum	ogółem	bezoddziałowe	oddziałowe
państwowa instytucja kultury	61,9%	45,5%	80,0%
samorządowa instytucja kultury	34,8%	26,1%	59,6%
jednostka prowadzona przez organizację pozarządową	5,6%	5,6%	-
jednostka organizacyjna Kościoła lub związku wyznaniowego	0,0%	0,0%	-
jednostka organizacyjna szkoły lub uczelni wyższej	0,0%	0,0%	-
jednostka prowadzona przez osobę fizyczną	0,0%	0,0%	0,0%
jednostka prowadzona przez podmiot gospodarczy	0,0%	0,0%	-
inna instytucja publiczna	14,3%	14,3%	-
OGÓŁEM	30,0%	20,8%	62,1%

9. Ruch muzealiów

9.1. Odsetek obiektów użyczonych i wypożyczonych w podziale na województwa



9.2. Odsetek obiektów użyczonych i wypożyczonych w kraju i za granicą



10. Straty

10.1. Odsetek poniesionych strat

7,3% muzeów poniosło straty obiektów

72,0% strat obiektów wykryto podczas kontroli

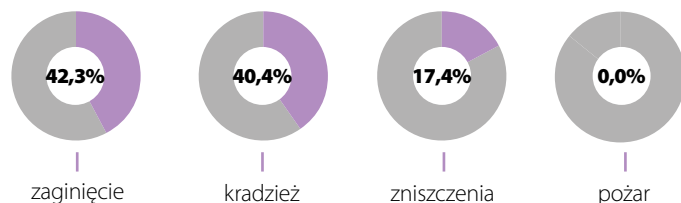
10.2. Odsetek strat w poszczególnych księgach inwentarzowych

76,6% muzealia z ksiąg inwentarzowych

9,9% obiekty z ksiąg pomocniczych

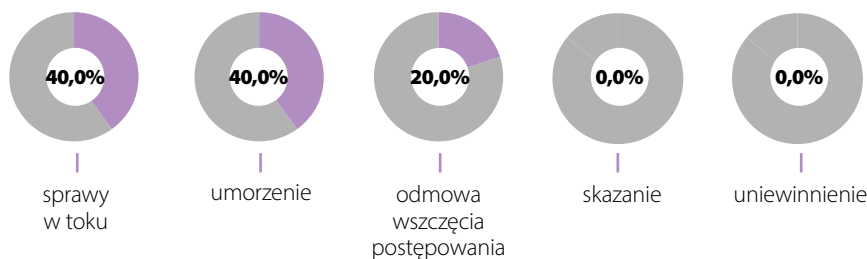
13,5% depozyty

10.3. Powody strat



10.4. Zgłoszenia strat organom ścigania

36,8% muzeów zgłosiło stwierdzone braki na policję



10.5. Odnalezienia obiektów

4,7% muzeów odnalazło zaginione braki

średnia liczba
odnalezionych
obiektów

14

mediana
odnalezionych
obiektów

2

n=260

muzea bezoddziałowe
i oddziałowe-zbiorcze

n=1008

obiekty (straty)

n=260

muzea bezoddziałowe
i oddziałowe-zbiorcze

n=260

muzea bezoddziałowe
i oddziałowe-zbiorcze

n=19

obiekty (straty)

10
spraw

n=236

muzea bezoddziałowe
i oddziałowe-zbiorcze

11. Standardy bezpieczeństwa

n=435

muzea bezoddziałowe
i oddziały muzealne

11.1. Stan zabezpieczeń muzealiów i budynków

11.1.1. Posiadanie planu ochrony z załącznikami przez muzea znajdujące się na terenach miejskich i wiejskich w podziale na województwa

		muzeum nie ma opracowanego planu ochrony	nie jest aktualny	jest aktualny
dolnośląskie	ogółem	23,7%	2,6%	73,7%
	miejski	24,3%	2,7%	73,0%
	wiejski	0,0%	0,0%	100,0%
kujawsko-pomorskie	ogółem	15,8%	10,5%	73,7%
	miejski	14,3%	7,1%	78,6%
	wiejski	20,0%	20,0%	60,0%
lubelskie	ogółem	53,1%	3,1%	43,8%
	miejski	52,0%	4,0%	44,0%
	wiejski	57,1%	0,0%	42,9%
lubuskie	ogółem	0,0%	14,3%	85,7%
	miejski	0,0%	20,0%	80,0%
	wiejski	0,0%	0,0%	100,0%
łódzkie	ogółem	40,9%	0,0%	59,1%
	miejski	42,1%	0,0%	57,9%
	wiejski	33,3%	0,0%	66,7%
małopolskie	ogółem	26,0%	2,0%	72,0%
	miejski	28,9%	2,2%	68,9%
	wiejski	0,0%	0,0%	100,0%
mazowieckie	ogółem	31,0%	8,6%	60,3%
	miejski	30,6%	10,2%	59,2%
	wiejski	33,3%	0,0%	66,7%
opolskie	ogółem	36,4%	9,1%	54,5%
	miejski	36,4%	9,1%	54,5%
podkarpackie	ogółem	30,4%	13,0%	56,5%
	miejski	27,8%	16,7%	55,6%
	wiejski	40,0%	0,0%	60,0%
podlaskie	ogółem	12,5%	12,5%	75,0%
	miejski	12,5%	12,5%	75,0%
pomorskie	ogółem	21,6%	0,0%	78,4%
	miejski	19,5%	0,0%	80,5%
	wiejski	30,0%	0,0%	70,0%
śląskie	ogółem	31,8%	0,0%	68,2%
	miejski	28,6%	0,0%	71,4%
	wiejski	100,0%	0,0%	0,0%

świętokrzyskie	ogółem	7,1%	0,0%	92,9%
	miejski	0,0%	0,0%	100,0%
	wiejski	20,0%	0,0%	80,0%
warmińsko-mazurskie	ogółem	35,3%	5,9%	58,8%
	miejski	33,3%	6,7%	60,0%
	wiejski	50,0%	0,0%	50,0%
wielkopolskie	ogółem	28,3%	2,2%	69,6%
	miejski	24,1%	3,4%	72,4%
	wiejski	35,3%	0,0%	64,7%
zachodniopomorskie	ogółem	35,3%	5,9%	58,8%
	miejski	31,3%	6,3%	62,5%
	wiejski	100,0%	0,0%	0,0%
W KRAJU	ogółem	28,7%	4,4%	66,9%
	miejski	27,9%	5,0%	67,1%
	wiejski	32,9%	1,4%	65,8%

11.1.2. Posiadanie instrukcji przygotowania zbiorów do ewakuacji w muzeach na terenach miejskich i wiejskich w podziale na województwa

		muzeum nie ma opracowanej instrukcji	nie jest aktualna	jest aktualna
dolnośląskie	ogółem	26,3%	13,2%	60,5%
	miejski	27,0%	13,5%	59,5%
	wiejski	0,0%	0,0%	100,0%
kujawsko-pomorskie	ogółem	31,6%	10,5%	57,9%
	miejski	35,7%	7,1%	57,1%
	wiejski	20,0%	20,0%	60,0%
lubelskie	ogółem	21,9%	9,4%	68,8%
	miejski	12,0%	8,0%	80,0%
	wiejski	57,1%	14,3%	28,6%
lubuskie	ogółem	0,0%	28,6%	71,4%
	miejski	0,0%	40,0%	60,0%
	wiejski	0,0%	0,0%	100,0%
łódzkie	ogółem	27,3%	13,6%	59,1%
	miejski	31,6%	10,5%	57,9%
	wiejski	0,0%	33,3%	66,7%
małopolskie	ogółem	26,0%	28,0%	46,0%
	miejski	28,9%	22,2%	48,9%
	wiejski	0,0%	80,0%	20,0%
mazowieckie	ogółem	46,6%	6,9%	46,6%
	miejski	49,0%	6,1%	44,9%
	wiejski	33,3%	11,1%	55,6%

n=435

muzea bezoddziałowe
i oddziały muzealne

opolskie	ogółem	18,2%	45,5%	36,4%
	miejski	18,2%	45,5%	36,4%
podkarpackie	ogółem	34,8%	8,7%	56,5%
	miejski	22,2%	11,1%	66,7%
	wiejski	80,0%	0,0%	20,0%
podlaskie	ogółem	25,0%	37,5%	37,5%
	miejski	25,0%	37,5%	37,5%
pomorskie	ogółem	25,5%	5,9%	68,6%
	miejski	22,0%	4,9%	73,2%
	wiejski	40,0%	10,0%	50,0%
śląskie	ogółem	36,4%	4,5%	59,1%
	miejski	33,3%	4,8%	61,9%
	wiejski	100,0%	0,0%	0,0%
świętokrzyskie	ogółem	7,1%	0,0%	92,9%
	miejski	0,0%	0,0%	100,0%
	wiejski	20,0%	0,0%	80,0%
warmińsko-mazurskie	ogółem	29,4%	11,8%	58,8%
	miejski	26,7%	13,3%	60,0%
	wiejski	50,0%	0,0%	50,0%
wielkopolskie	ogółem	21,7%	4,3%	73,9%
	miejski	20,7%	6,9%	72,4%
	wiejski	23,5%	0,0%	76,5%
zachodniopomorskie	ogółem	35,3%	11,8%	52,9%
	miejski	31,3%	12,5%	56,3%
	wiejski	100,0%	0,0%	0,0%
W KRAJU	ogółem	28,5%	12,2%	59,3%
	miejski	27,6%	12,2%	60,2%
	wiejski	32,9%	12,3%	54,8%

11.1.3. Posiadanie instrukcji bezpieczeństwa pożarowego w muzeach na terenach miejskich i wiejskich w podziale na województwa

n=433

muzea bezoddziałowe
i oddziały muzealne

		muzeum nie posiada opracowanej instrukcji	nie jest aktualna	jest aktualna
dolnośląskie	ogółem	13,2%	7,9%	78,9%
	miejski	13,5%	8,1%	78,4%
	wiejski	0,0%	0,0%	100,0%
kujawsko-pomorskie	ogółem	5,3%	5,3%	89,5%
	miejski	7,1%	0,0%	92,9%
	wiejski	0,0%	20,0%	80,0%
lubelskie	ogółem	37,5%	9,4%	53,1%
	miejski	40,0%	12,0%	48,0%
	wiejski	28,6%	0,0%	71,4%

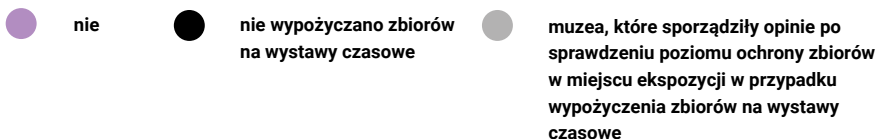
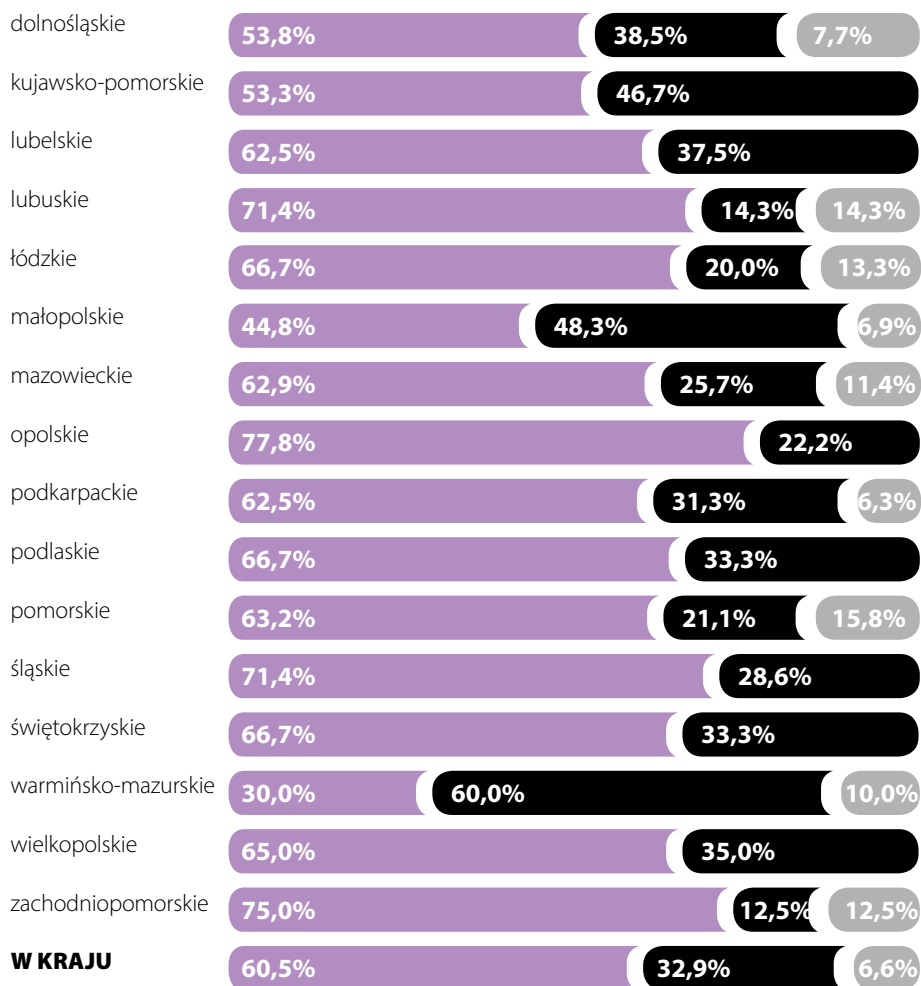
lubuskie	ogółem	0,0%	0,0%	100,0%
	miejski	0,0%	0,0%	100,0%
	wiejski	0,0%	0,0%	100,0%
łódzkie	ogółem	4,5%	31,8%	63,6%
	miejski	5,3%	31,6%	63,2%
	wiejski	0,0%	33,3%	66,7%
małopolskie	ogółem	14,0%	0,0%	86,0%
	miejski	13,3%	0,0%	86,7%
	wiejski	20,0%	0,0%	80,0%
mazowieckie	ogółem	13,8%	8,6%	77,6%
	miejski	14,3%	8,2%	77,6%
	wiejski	11,1%	11,1%	77,8%
opolskie	ogółem	18,2%	9,1%	72,7%
	miejski	18,2%	9,1%	72,7%
podkarpackie	ogółem	17,4%	4,3%	78,3%
	miejski	11,1%	5,6%	83,3%
	wiejski	40,0%	0,0%	60,0%
podlaskie	ogółem	12,5%	37,5%	50,0%
	miejski	12,5%	37,5%	50,0%
pomorskie	ogółem	11,8%	0,0%	88,2%
	miejski	12,2%	0,0%	87,8%
	wiejski	10,0%	0,0%	90,0%
śląskie	ogółem	14,3%	4,8%	81,0%
	miejski	10,0%	5,0%	85,0%
	wiejski	100,0%	0,0%	0,0%
świętokrzyskie	ogółem	0,0%	7,1%	92,9%
	miejski	0,0%	11,1%	88,9%
	wiejski	0,0%	0,0%	100,0%
warmińsko-mazurskie	ogółem	23,5%	5,9%	70,6%
	miejski	20,0%	6,7%	73,3%
	wiejski	50,0%	0,0%	50,0%
wielkopolskie	ogółem	8,7%	2,2%	89,1%
	miejski	3,4%	3,4%	93,1%
	wiejski	17,6%	0,0%	82,4%
zachodniopomorskie	ogółem	18,8%	12,5%	68,8%
	miejski	20,0%	6,7%	73,3%
	wiejski	0,0%	100,0%	0,0%
W KRAJU	ogółem	14,1%	6,9%	79,0%
	miejski	13,6%	7,2%	79,2%
	wiejski	16,4%	5,5%	78,1%

11.2. Ochrona wypożyczonych zbiorów na ekspozycji

n=258

muzea bezoddziałowe
i oddziałowe-zbiorcze

Czy sporządzano opinie po sprawdzeniu poziomu ochrony zbiorów w miejscu ekspozycji w przypadku wypożyczenia zbiorów na wystawy czasowe?



Sporządzone opinie:

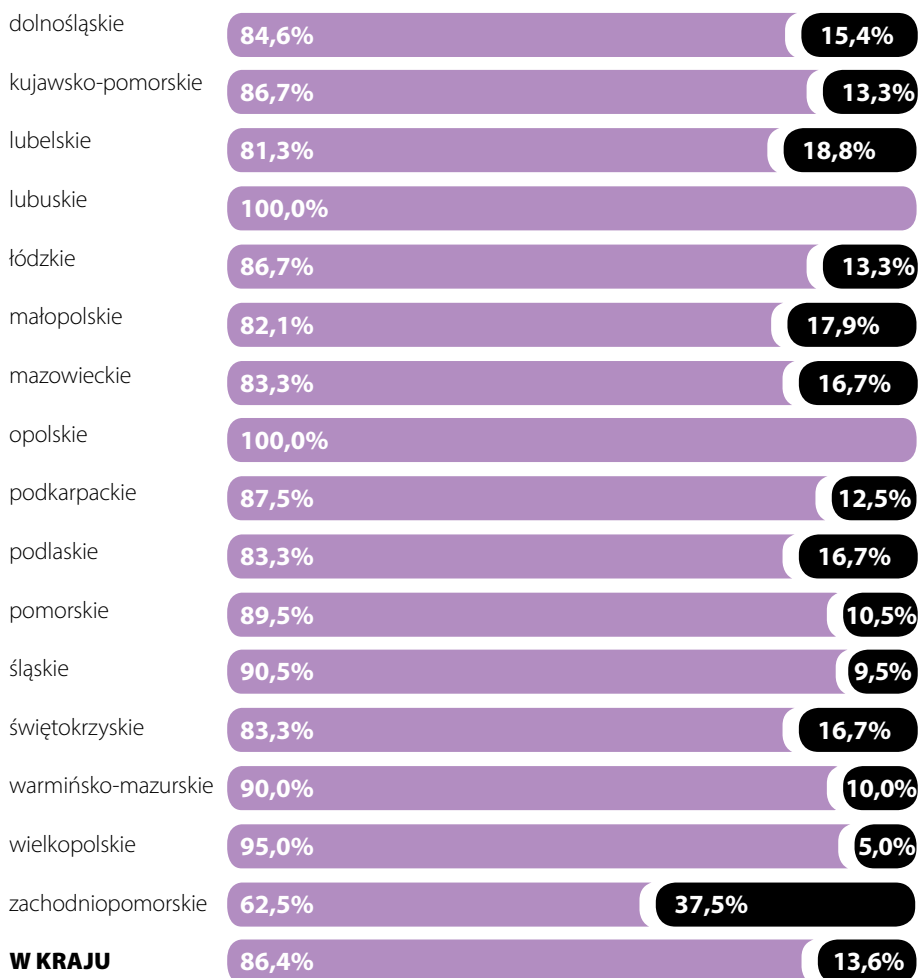


11.3. Transport zbiorów

Czy transporty zbiorów były konwojowane przez Specjalistyczne Uzbrojone Formacje Ochronne (SUFO)?

n=258

muzea bezoddziałowe
i oddziałowe-zbiorcze



● nie ● muzea, w których transporty zbiorów były konwojowane przez Specjalistyczne Uzbrojone Formacje Ochronne (SUFO)

Wartość transportów zbiorów:

od 1 jednostki
obliczeniowej
do 5

72,8%

od 5 jednostek
obliczeniowych
do 15

19,5%

od 15 jednostek
obliczeniowych
do 50

4,3%

powyżej 50
jednostek
obliczeniowych

3,4%

11.4. Systemy zabezpieczeń

muzea bezoddziałowe
i oddziały muzealne

n=433

muzea posiadające system
sygnalizacji przeciwpo-
żarowej (SSP)

n=432

muzea posiadające system
sygnalizacji włamania
i napadu (SSWiN)

n=433

muzea posiadające system
telewizji dozorowej (CCTV)

n=432

muzea posiadające system
kontroli dostępu (KD)

		muzea posiadające system sygnalizacji przeciwpożarowej (SSP)	muzea posiadające system sygnalizacji włamania i napadu (SSWiN)	muzea posiadające system telewizji dozorowej (CCTV)	muzea posiadające system kontroli dostępu (KD)
dolnośląskie	ogółem	78,9%	76,3%	73,7%	43,2%
	miejski	78,4%	75,7%	73,0%	41,7%
	wiejski	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
kujawsko-pomorskie	ogółem	78,9%	84,2%	57,9%	21,1%
	miejski	78,6%	78,6%	57,1%	28,6%
	wiejski	80,0%	100,0%	60,0%	0,0%
lubelskie	ogółem	65,6%	80,6%	56,3%	25,0%
	miejski	64,0%	83,3%	56,0%	24,0%
	wiejski	71,4%	71,4%	57,1%	28,6%
lubuskie	ogółem	85,7%	100,0%	100,0%	14,3%
	miejski	100,0%	100,0%	100,0%	20,0%
	wiejski	50,0%	100,0%	100,0%	0,0%
łódzkie	ogółem	90,9%	81,8%	59,1%	9,1%
	miejski	89,5%	78,9%	57,9%	5,3%
	wiejski	100,0%	100,0%	66,7%	33,3%
małopolskie	ogółem	78,0%	78,0%	42,9%	26,0%
	miejski	77,8%	77,8%	45,5%	28,9%
	wiejski	80,0%	80,0%	20,0%	0,0%
mazowieckie	ogółem	79,3%	87,9%	81,0%	43,1%
	miejski	77,6%	87,8%	77,6%	42,9%
	wiejski	88,9%	88,9%	100,0%	44,4%
opolskie	ogółem	81,8%	81,8%	45,5%	9,1%
	miejski	81,8%	81,8%	45,5%	9,1%
podkarpackie	ogółem	82,6%	78,3%	56,5%	13,0%
	miejski	88,9%	83,3%	61,1%	11,1%
	wiejski	60,0%	60,0%	40,0%	20,0%
podlaskie	ogółem	87,5%	100,0%	87,5%	50,0%
	miejski	87,5%	100,0%	87,5%	50,0%
pomorskie	ogółem	74,5%	78,4%	64,7%	25,5%
	miejski	80,5%	78,0%	65,9%	29,3%
	wiejski	50,0%	80,0%	60,0%	10,0%
śląskie	ogółem	85,7%	76,2%	63,6%	23,8%
	miejski	90,0%	80,0%	66,7%	25,0%
	wiejski	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%

świętokrzyskie	ogółem	85,7%	71,4%	64,3%	14,3%
	miejski	100,0%	77,8%	55,6%	22,2%
	wiejski	60,0%	60,0%	80,0%	0,0%
warmińsko- mazurskie	ogółem	76,5%	76,5%	35,3%	11,8%
	miejski	80,0%	80,0%	33,3%	13,3%
	wiejski	50,0%	50,0%	50,0%	0,0%
wielkopolskie	ogółem	77,8%	88,9%	68,9%	33,3%
	miejski	72,4%	86,2%	65,5%	35,7%
	wiejski	87,5%	93,8%	75,0%	29,4%
zachodnio- pomorskie	ogółem	82,4%	94,1%	76,5%	52,9%
	miejski	87,5%	93,8%	75,0%	50,0%
	wiejski	0,0%	100,0%	100,0%	100,0%
W KRAJU	ogółem	79,0%	82,2%	63,7%	28,5%
	miejski	80,3%	82,2%	63,2%	29,8%
	wiejski	72,2%	81,9%	66,7%	21,9%

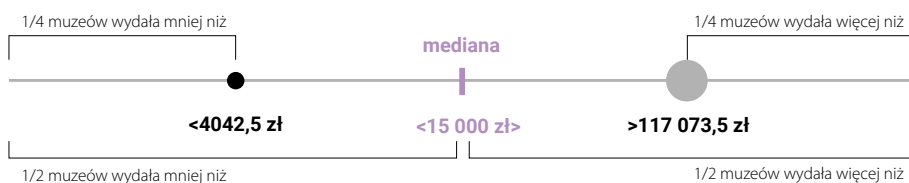
11.5. Wydatki na podnoszenie standardów bezpieczeństwa zbiorów

21,6%

muzeów odnotowało wydatki na podnoszenie standardów bezpieczeństwa zbiorów

n=245

muzea bezoddziałowe
i oddziałowe-zbiorcze



8,6%

odsetek wydatków na podnoszenie standardów bezpieczeństwa zbiorów w wydatkach ogółem

n=210

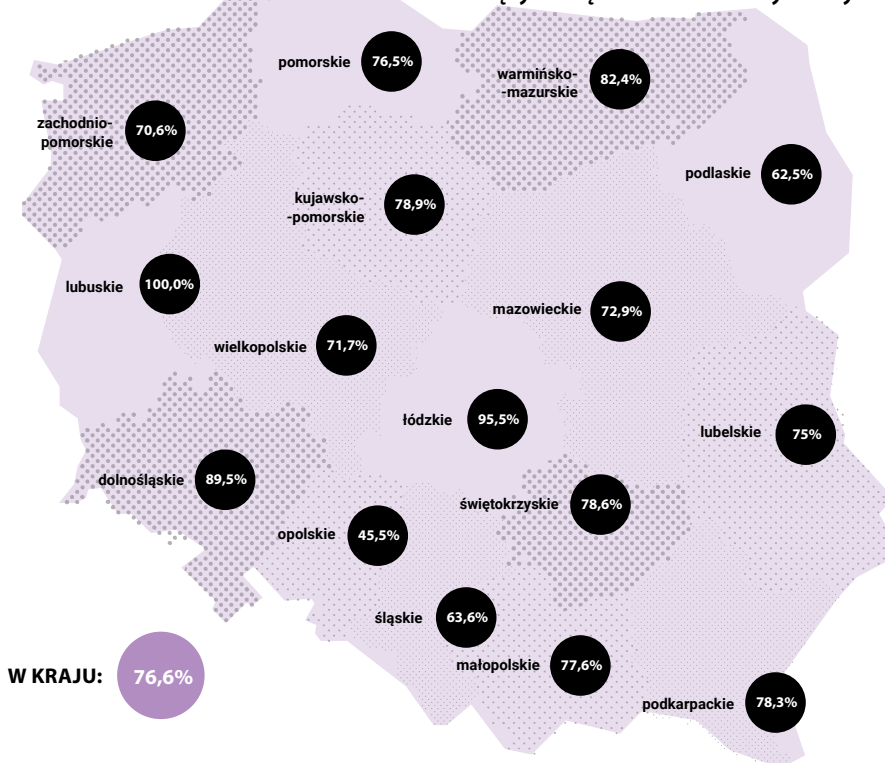
muzea bezoddziałowe
i oddziałowe-zbiorcze

12. Infrastruktura

n=435

muzea bezoddziałowe
i oddziały muzealne

12.1. Odsetek muzeów/oddziałów mieszczących się w obiekcie zabytkowym



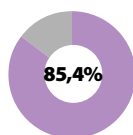
12.2. Przystosowanie budynków muzeów dla osób z niepełnosprawnościami

12.2.1. Elementy przystosowania budynków do osób z niepełnosprawnościami

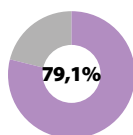
n=435

muzea bezoddziałowe
i oddziały muzealne

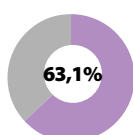
47,4% muzeów ma przystosowane budynki do osób z niepełnosprawnościami



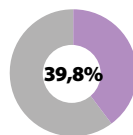
wejście do budynku



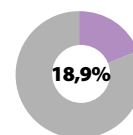
toalety dla niepełnosprawnych



windy/podjazdy wewnątrz budynku



parking przed budynkiem



dostosowanie systemu informacji wizualnej

55,8% przystosowanie sal ekspozycyjnych (w zakresie infrastruktury)

37,2% wszystkie sale

62,8% część sal

32,5% merytoryczne przystosowanie ekspozycji

19,4% wszystkie ekspozycje

80,6% część ekspozycji

3,9% inne udogodnienia wewnątrz budynku

12.3. Usługi dodatkowe na terenie muzeów

n=435
muzea bezoddziałowe
i oddziały muzealne

	usługi gastronomiczne	sklepik	udostępnione magazyny	biblioteka
dolnośląskie	28,9%	81,6%	2,6%	52,6%
kujawsko-pomorskie	21,1%	78,9%	5,3%	52,6%
lubelskie	6,3%	68,8%	3,1%	37,5%
lubuskie	28,6%	100,0%	0,0%	85,7%
łódzkie	18,2%	77,3%	4,5%	59,1%
małopolskie	22,4%	49,0%	6,1%	26,5%
mazowieckie	25,4%	59,3%	11,9%	66,1%
opolskie	0,0%	63,6%	0,0%	63,6%
podkarpackie	13,0%	87,0%	8,7%	56,5%
podlaskie	0,0%	87,5%	0,0%	62,5%
pomorskie	23,5%	74,5%	3,9%	27,5%
śląskie	27,3%	63,6%	18,2%	86,4%
świętokrzyskie	28,6%	71,4%	0,0%	35,7%
warmińsko-mazurskie	17,6%	82,4%	0,0%	52,9%
wielkopolskie	13,0%	84,8%	6,5%	56,5%
zachodniopomorskie	5,9%	88,2%	0,0%	41,2%
W KRAJU	19,3%	72,4%	5,7%	50,1%

12.4. Powierzchnie budynków muzealnych

12.4.1. Średnia powierzchnia sal wystaw stałych w budynku/budynkach muzealnych

muzea bezoddziałowe
i oddziały muzealne

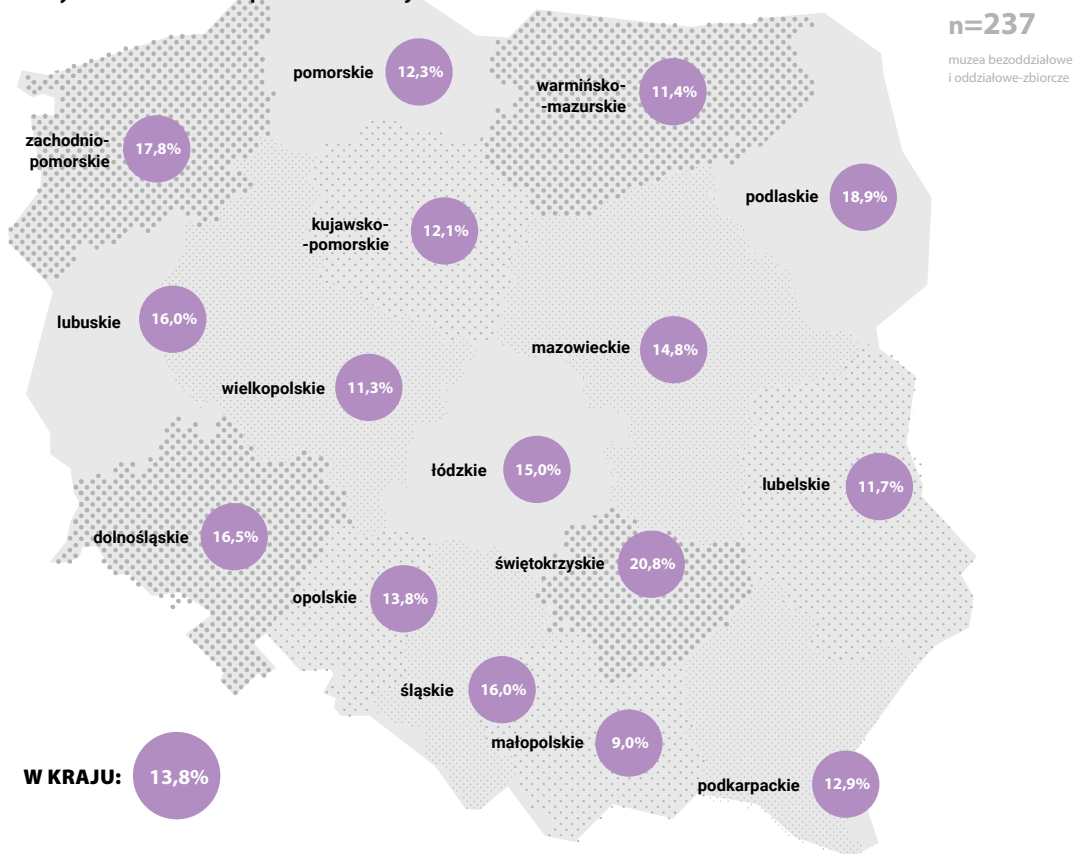
• n=405

• n=403

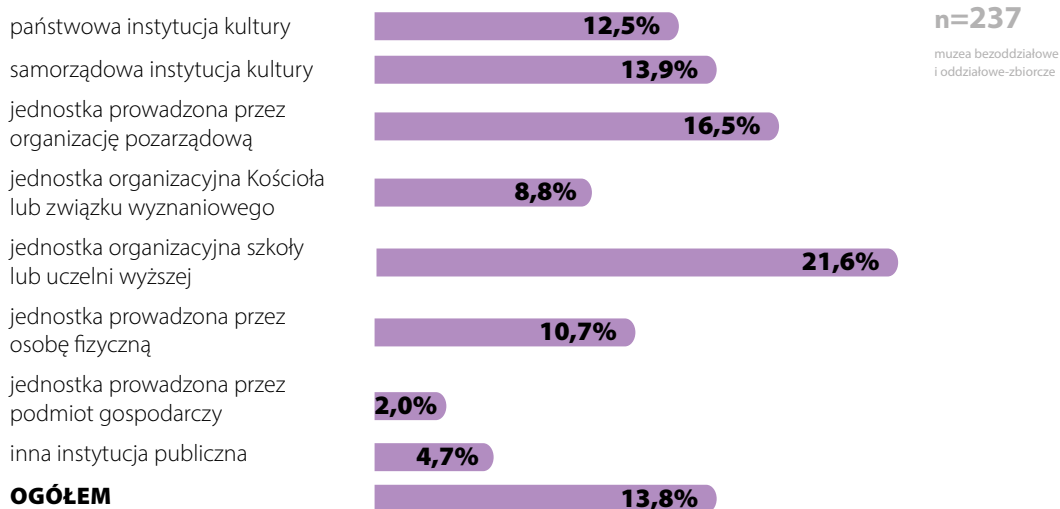
• n=417

	średnia powierzchnia sal wystaw stałych w budynku/budynkach muzealnych	średnia powierzchnia sal wystaw czasowych w budynku/budynkach muzealnych	średnia powierzchnia magazynów zbiorów w budynku/budynkach
dolnośląskie	854 m ²	363 m ²	222 m ²
kujawsko-pomorskie	6461 m ²	370 m ²	650 m ²
lubelskie	487 m ²	167 m ²	207 m ²
lubuskie	1078 m ²	132 m ²	459 m ²
łódzkie	805 m ²	487 m ²	401 m ²
małopolskie	870 m ²	257 m ²	149 m ²
mazowieckie	2632 m ²	234 m ²	441 m ²
opolskie	437 m ²	115 m ²	121 m ²
podkarpackie	585 m ²	195 m ²	360 m ²
podlaskie	855 m ²	120 m ²	440 m ²
pomorskie	727 m ²	171 m ²	166 m ²
śląskie	1215 m ²	550 m ²	534 m ²
świętokrzyskie	404 m ²	161 m ²	197 m ²
warmińsko-mazurskie	714 m ²	362 m ²	280 m ²
wielkopolskie	1207 m ²	178 m ²	644 m ²
zachodniopomorskie	958 m ²	290 m ²	374 m ²
W KRAJU	1315 m²	261 m²	348 m²

12.4.2. Średni procent powierzchni magazynów w stosunku do powierzchni użytkowej budynków muzeów w podziale na województwa



12.4.3. Średni procent powierzchni magazynów w stosunku do powierzchni użytkowej budynków muzeów w podziale na organizatora muzeum



13. Promocja i marketing

13.1. Strategia w działalności promocyjnej i marketingowej

n=260

muzea bezoddziałowe i oddziałowe-zbiorcze

muzea działające na podstawie strategicznego dokumentu w zakresie promocji i budowania wizerunku

16,9%

20,4%

muzea w trakcie wdrażania/ opracowywania strategicznego dokumentu w zakresie promocji i budowania wizerunku

n=260

muzea bezoddziałowe i oddziałowe-zbiorcze

75,8%

muzeów posiada spójną identyfikację wizualną

n=232

oddziały

26,7%

oddziałów muzealnych prowadzi samodzielną działalność promocyjną i marketingową

13.2. Działalność muzeów w internecie

n=261

muzea bezoddziałowe i oddziałowe-zbiorcze

90,7%

muzea obecne w serwisach społecznościowych

n=260

muzea bezoddziałowe i oddziałowe-zbiorcze

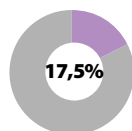
90,0%

muzea prowadzące witrynę/witryny internetowe

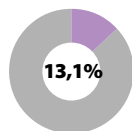
13.3. Muzea, w których wydarzenia dostępne były online poprzez streaming, content video w podziale na liczbę mieszkańców jednostki administracyjnej, w której znajduje się muzeum

n=434

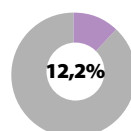
muzea bezoddziałowe i oddziały muzealne



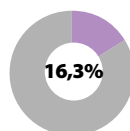
OGÓŁEM



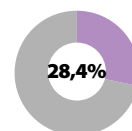
do 10 tys. mieszkańców



od 10 do 100 tys. mieszkańców

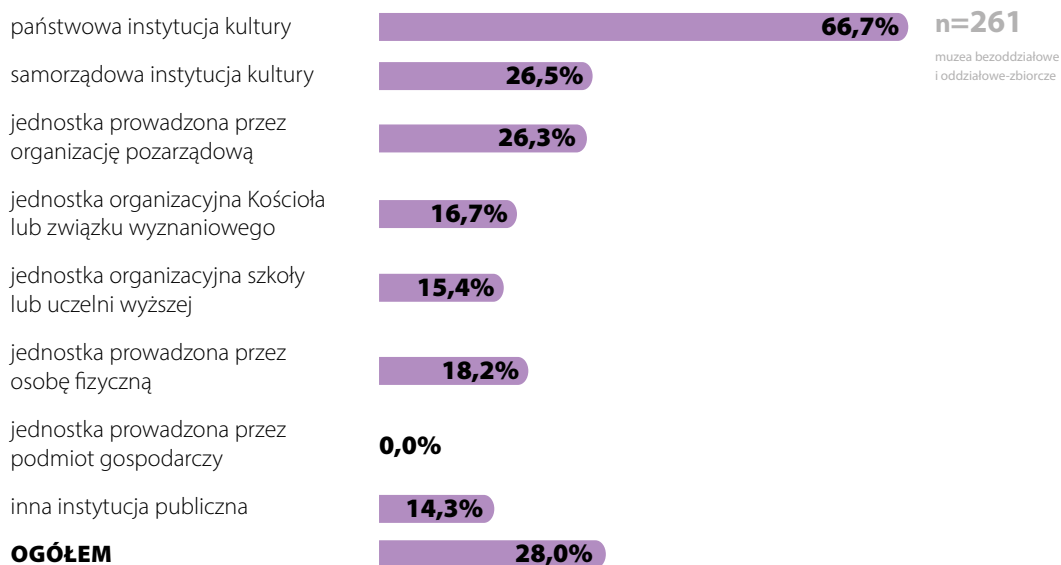


od 100 do 500 tys. mieszkańców

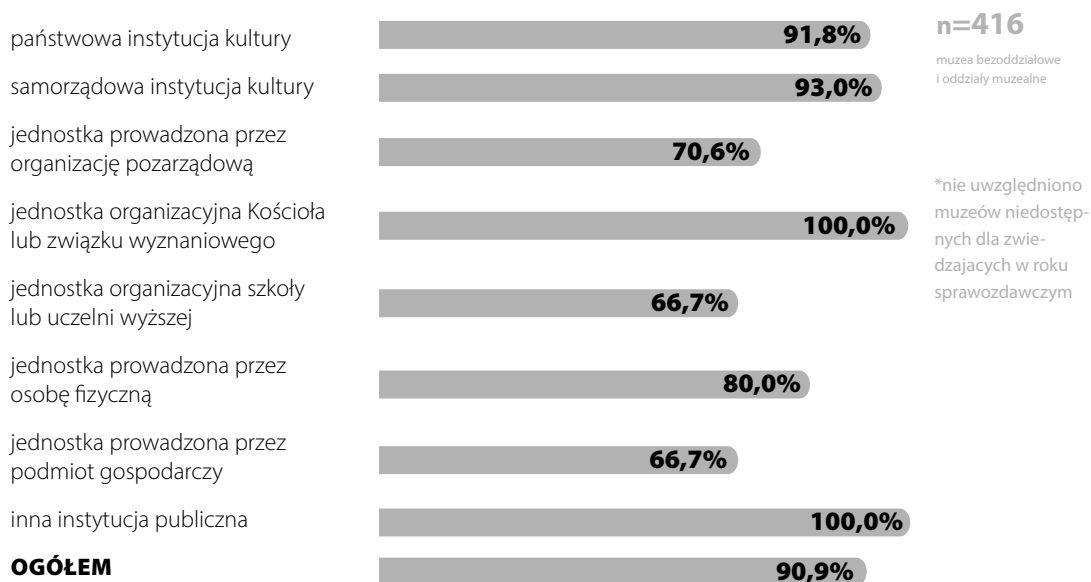


powyżej 500 tys. mieszkańców

13.4. Muzea prowadzące badania wizerunkowe oraz struktury publiczności



13.5. Muzea, w których przewidziany jest dzień bezpłatnego wstępu do muzeum*



13.6. Wydatki na działalność promocyjną

n=251

muzea bezoddziałowe
i oddziałowe-zbiorcze

62,9%

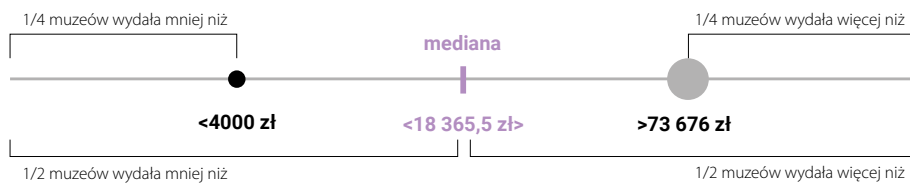
muzeów finansuje wydatki promocyjne wyłącznie ze środków własnych

n=248

muzea bezoddziałowe
i oddziałowe-zbiorcze

61,3%

muzeów poniosło wydatki związane z promocją



n=245

muzea bezoddziałowe
i oddziałowe-zbiorcze

10,0%

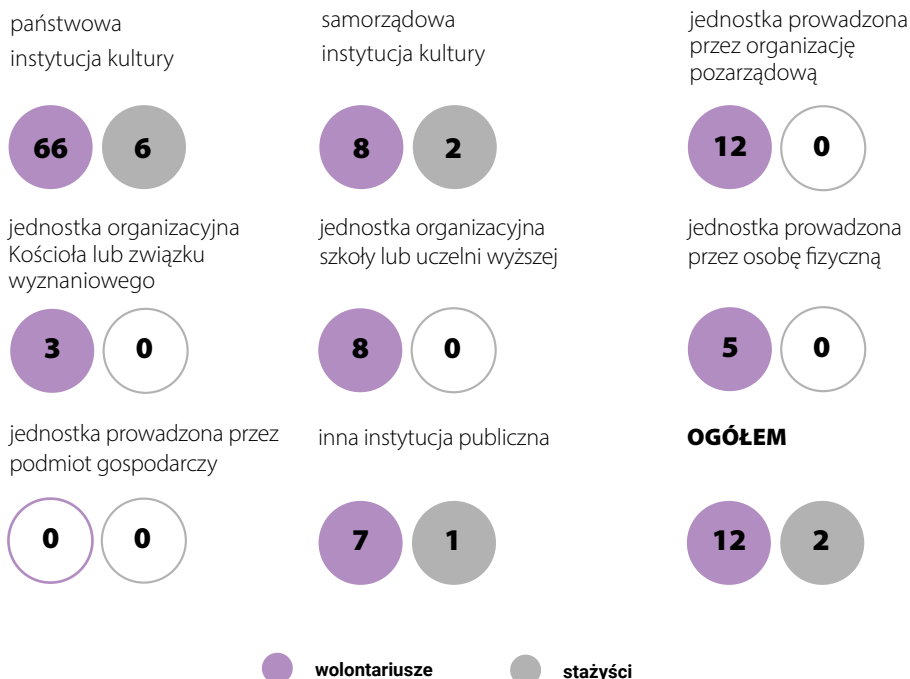
wydatków na promocję w wydatkach merytorycznych ogółem

14. Kadra

14.1. Średnia liczba wolontariuszy oraz stażystów w muzeach

n=256

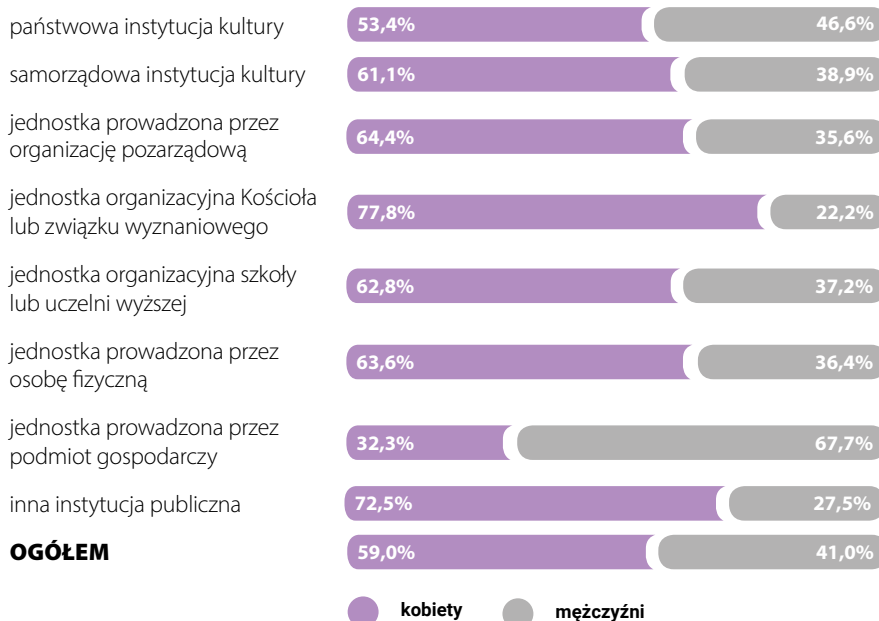
muzea bezodziałowe
i oddziałowe-zbiorcze



14.2. Podział pracowników etatowych ze względu na płeć

n=257

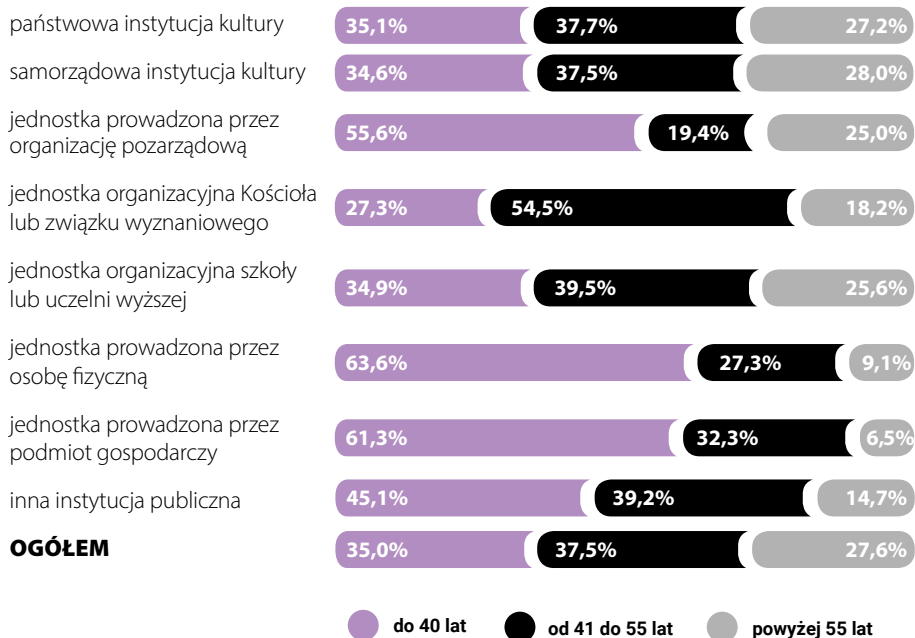
muzea bezodziałowe
i oddziałowe-zbiorcze



14.3. Podział pracowników etatowych ze względu na wiek

n=255

muzea bezoddziałowe
i oddziałowe-zbiorcze



14.4. Podział pracowników etatowych ze względu na wykształcenie

n=255

muzea bezoddziałowe
i oddziałowe-zbiorcze

	podstawowe	zasadnicze	średnie	licencjat	magisterskie	doktorat	habilitacja
państwowa instytucja kultury	2,9%	11,3%	29,2%	4,3%	47,8%	3,9%	0,6%
samorządowa instytucja kultury	3,0%	12,0%	25,6%	4,9%	50,1%	4,0%	0,4%
jednostka prowadzona przez organizację pozarządową	0,0%	2,3%	17,4%	5,8%	67,4%	7,0%	0,0%
jednostka organizacyjna Kościoła lub związku wyznaniowego	0,0%	11,1%	22,2%	11,1%	44,4%	11,1%	0,0%
jednostka organizacyjna szkoły lub uczelni wyższej	0,0%	0,0%	9,1%	2,3%	56,8%	27,3%	4,5%
jednostka prowadzona przez osobę fizyczną	0,0%	0,0%	9,1%	18,2%	72,7%	0,0%	0,0%
jednostka prowadzona przez podmiot gospodarczy	0,0%	19,4%	67,7%	6,5%	6,5%	0,0%	0,0%
inna instytucja publiczna	0,0%	0,0%	23,5%	2,0%	70,6%	3,9%	0,0%
OGÓLEM	2,9%	11,6%	26,5%	4,8%	49,6%	4,1%	0,5%

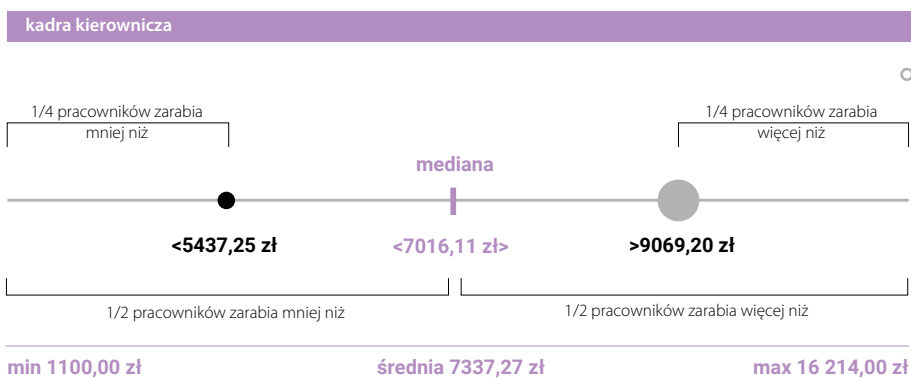
14.5. Odsetek pracowników wysłanych na:

n=243

muzea bezoddziałowe
i oddziałowe-zbiorcze

	kursy i szkolenia	studia podyplomowe	studia wyższe	studia doktoranckie	zagraniczne wyjazdy studyjne / staze /stypendia
państwowa instytucja kultury	25,0%	0,9%	0,3%	0,5%	0,5%
samorządowa instytucja kultury	25,1%	0,8%	0,2%	0,2%	0,6%
jednostka prowadzona przez organizację pozarządową	2,8%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
jednostka organizacyjna Kościoła lub związku wyznaniowego	22,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
jednostka organizacyjna szkoły lub uczelni wyższej	7,0%	7,0%	0,0%	4,7%	7,0%
jednostka prowadzona przez osobę fizyczną	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
jednostka prowadzona przez podmiot gospodarczy	25,8%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
inna instytucja publiczna	13,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
OGÓŁEM	24,9%	0,8%	0,3%	0,3%	0,6%

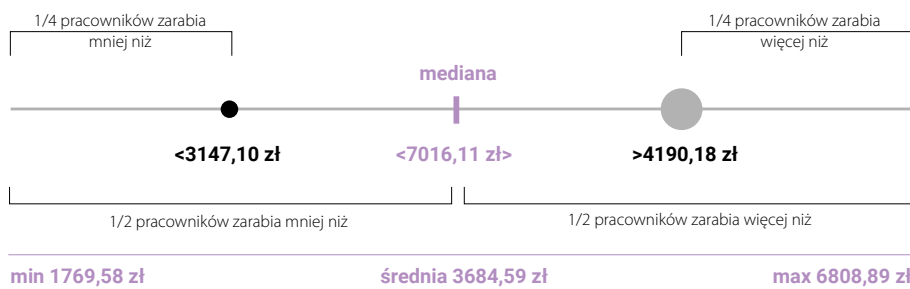
14.6. Średnie wynagrodzenie przypadające na jeden etat w podziale na stanowiska



pracownicy merytoryczni

n=204

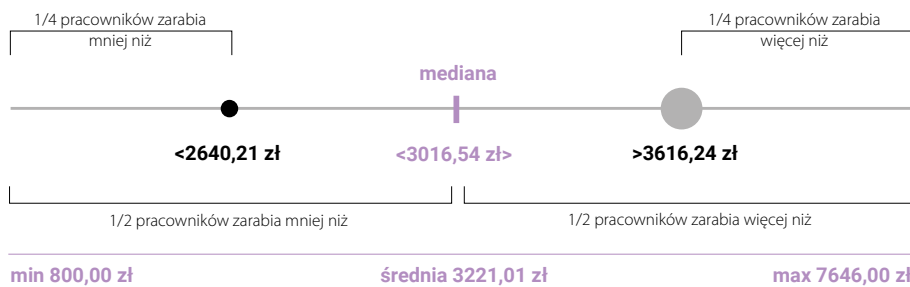
muzea bezoddziałowe
i oddziałowe-zbiorcze



pracownicy administracyjni

n=193

muzea bezoddziałowe
i oddziałowe-zbiorcze

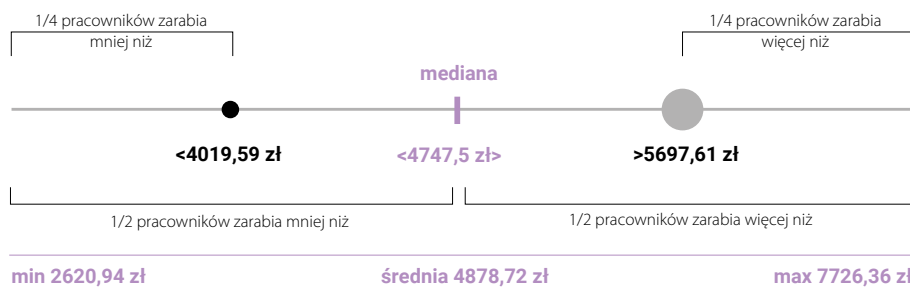


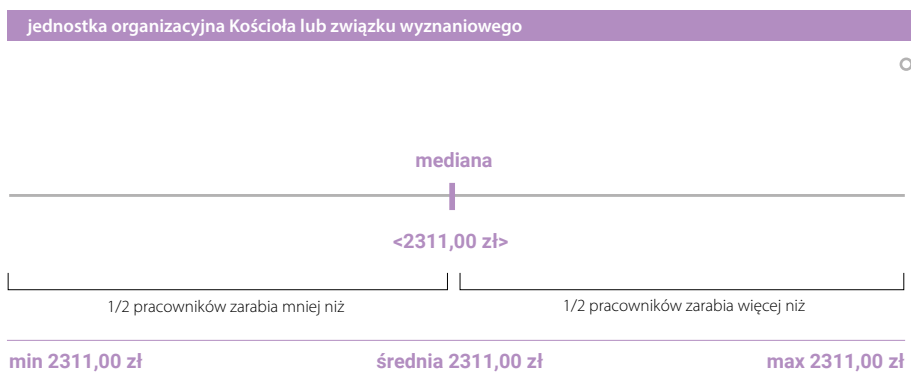
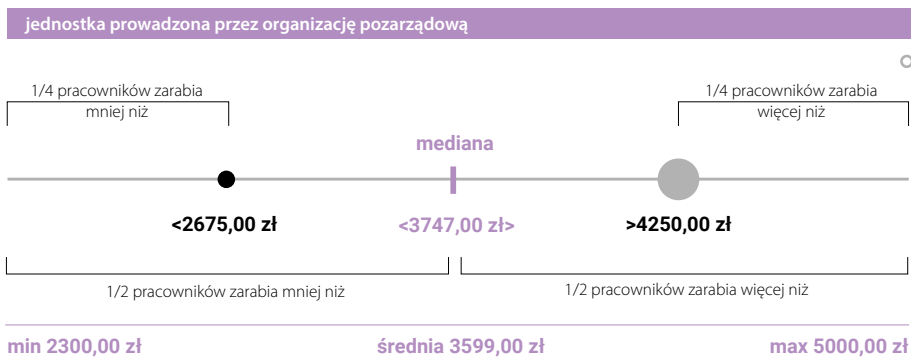
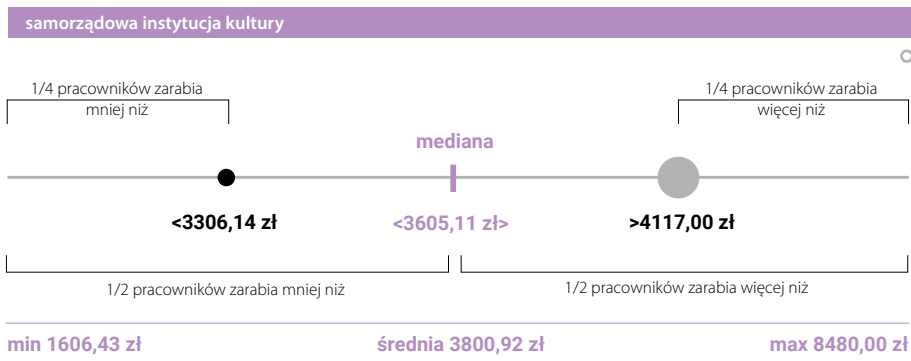
14.7. Średnie realne wynagrodzenie pracowników etatowych (w przeliczeniu na jeden etat) ze względu na organizatora instytucji

państwowa instytucja kultury

n=20

muzea bezoddziałowe
i oddziałowe-zbiorcze

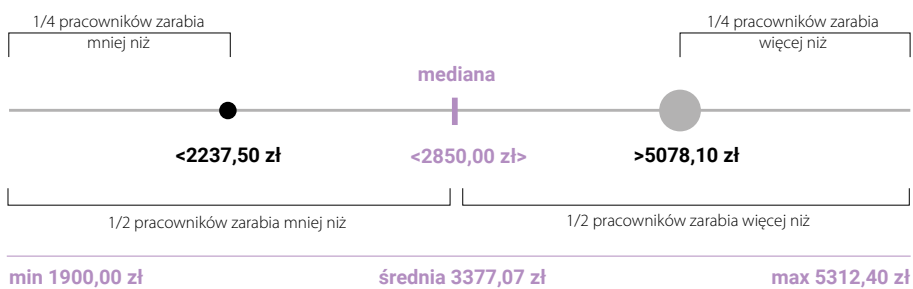




jednostka organizacyjna szkoły lub uczelni wyższej

n=6

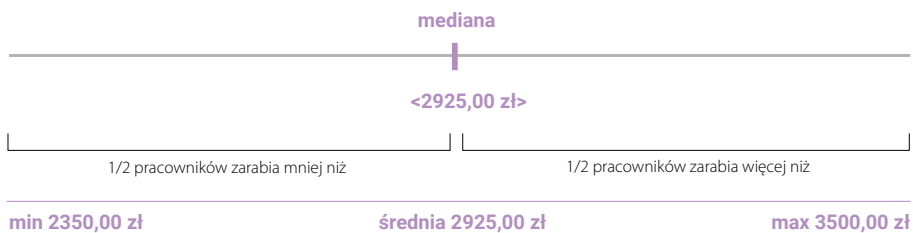
muzea bezoddziałowe
i oddziałowe-zbiorcze



jednostka prowadzona przez osobę fizyczną

n=2

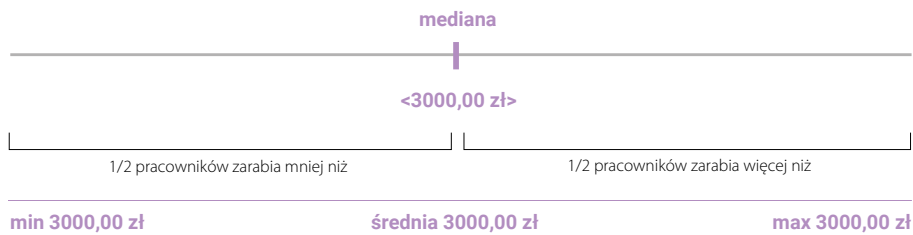
muzea bezoddziałowe
i oddziałowe-zbiorcze



jednostka prowadzona przez podmiot gospodarczy

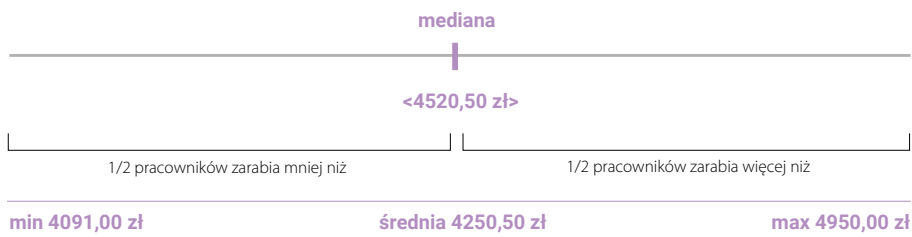
n=1

muzea bezoddziałowe
i oddziałowe-zbiorcze



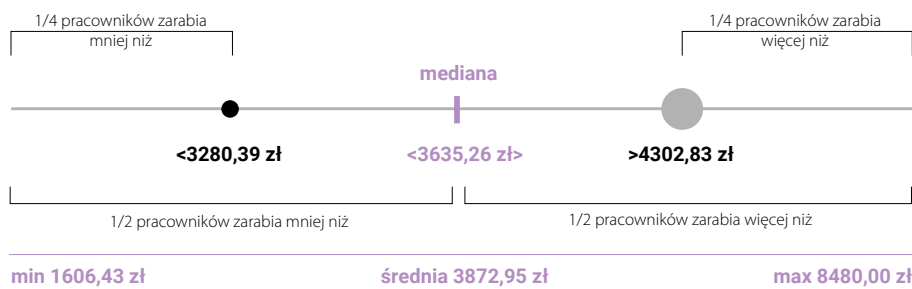
inna instytucja publiczna

n=2
muzea bezoddziałowe i oddziałowe-zbiorcze



OGÓŁEM

n=211
muzea bezoddziałowe i oddziałowe-zbiorcze

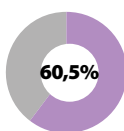


15. Dane finansowe

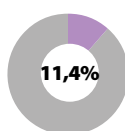
15.1. Struktura przychodów własnych

n=248

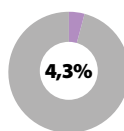
muzea bezoddziałowe
i oddziałowe-zbiorcze



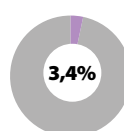
bilety



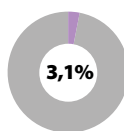
wynajem
pomieszczeń



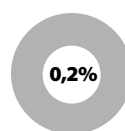
wydawnictwa



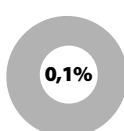
działania
edukacyjne



usługi
przewodnickie
(oprowadzanie)



usługi
konserwatorskie

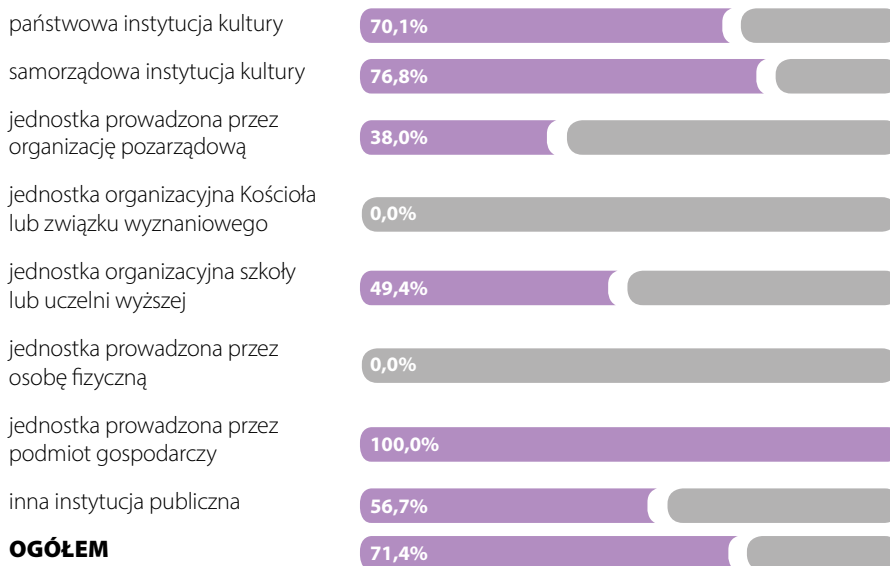


konsultacje
specjalistyczne

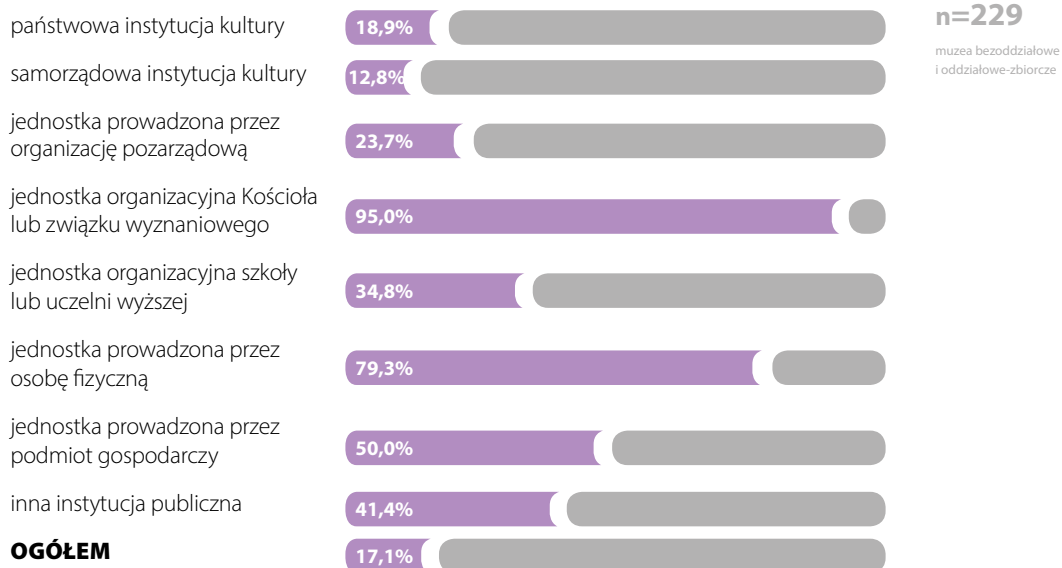
15.2. Średni stosunek dotacji od organizatorów do przychodów ogółem

n=228

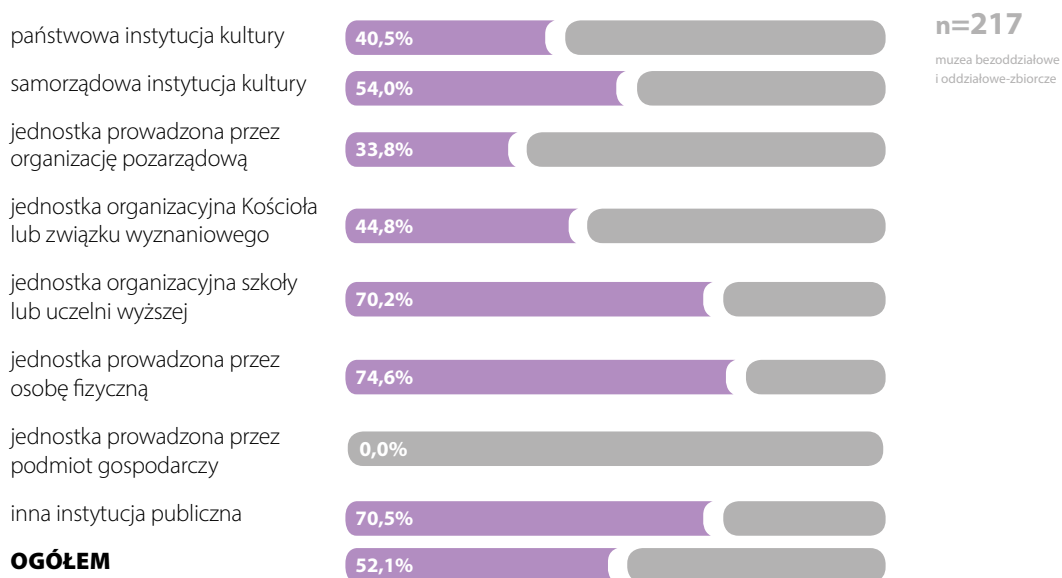
muzea bezoddziałowe
i oddziałowe-zbiorcze



15.3. Średni stosunek przychodów własnych do przychodów ogółem



15.4. Średni stosunek kosztów wynagrodzeń do kosztów ogółem



16. Pozostałe informacje

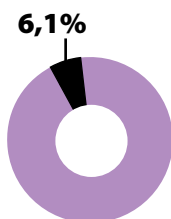
16.1. Konkursy muzealne

n=259

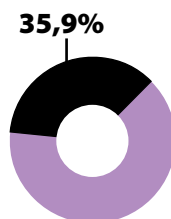
muzea bezoddziałowe
i oddziałowe-zbiorcze

30,1% muzeów otrzymało nagrody w konkursach

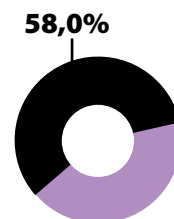
W tym:



międzynarodowe



ogólnopolskie



regionalne

16.2. Wykorzystanie informacji sektora publicznego

n=246

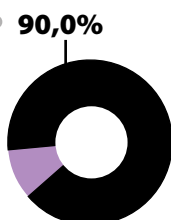
muzea bezoddziałowe
i oddziałowe-zbiorcze

20,7% muzeów podlegających ustawie o ponownym wykorzystaniu informacji sektora publicznego otrzymało wnioski o ponowne wykorzystanie informacji sektora publicznego

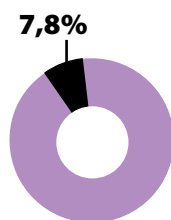
W tym:

n=1050

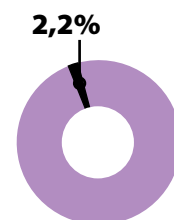
wnioski



wnioski przyjęte
bez zastrzeżeń



wnioski przyjęte z zastrzeżeniem
(określono warunki ograniczające
zakres ponownego wykorzystania
informacji sektora publicznego)



wnioski odrzucone
(odmówiono wyrażenia zgody
na udostępnienie lub przeka-
zanie informacji sektora pub-
licznego w celu ponownego
wykorzystania)

16.3. Wnioski o udostępnianie muzealiów

n=236

muzea bezoddziałowe
i oddziałowe-zbiorcze

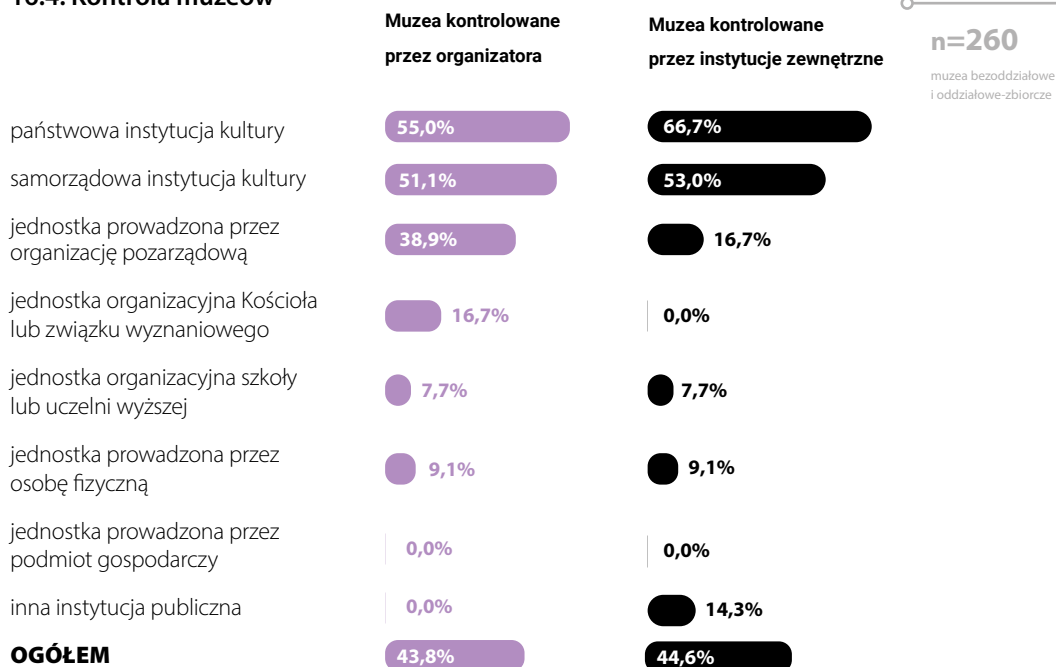
44,5% muzeów otrzymało wnioski o udostępnienie muzealiów

n=4274

wnioski

2,4% wniosków odrzucono

16.4. Kontrola muzeów



16.5. Realizacja projektów spoza budżetu podstawowego

51,7%

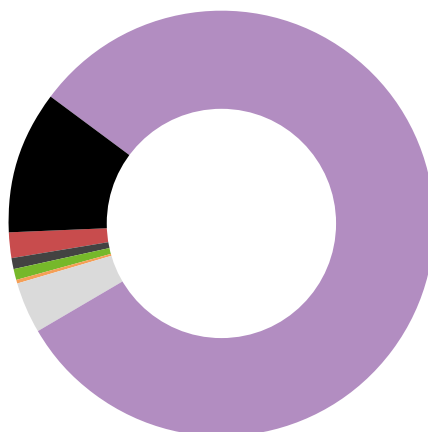
muzeów realizowało projekty finansowane z programów MKiDN, programów organizowanych przez instytucje podległe MKiDN lub ze środków europejskich

n=259

muzea bezoddziałowe i oddziałowe-zbiorcze

16.5.1. Programy w podziale na muzea ze względu na ich organizatora

- państwowa instytucja kultury **11,1%**
- samorządowa instytucja kultury **81,3%**
- jednostka prowadzona przez organizację pozarządową **3,8%**
- jednostka organizacyjna Kościoła lub związku wyznaniowego **0,3%**
- jednostka organizacyjna szkoły lub uczelni wyższej **0,9%**
- jednostka prowadzona przez osobę fizyczną **0,9%**
- jednostka prowadzona przez podmiot gospodarczy **0,0%**
- inna instytucja publiczna **1,7%**



n=343

programy dofinansowujące

Lista muzeów, które wzięły udział w projekcie Statystyka muzeów w 2018 roku

„XIX-wieczna chata podcieniowa” – prywatne muzeum Danuty i Krzysztofa Worobców w Kadzidłowie

Apteka-Muzeum PZF – Cefarm – Lublin S.A.

Centralne Muzeum Jeńców Wojennych w Łambinowicach-Opolu

Centralne Muzeum Włókiennictwa w Łodzi

Dolnośląskie Społeczne Muzeum Kolejnictwa przy Klubie Sympatyków Kolei we Wrocławiu

Europejskie Centrum Muzeum Haftu na Ziemi Garkowskiej

Europejskie Centrum Solidarności

Gminne Muzeum Kultury Duchowej i Materialnej Bojków w Myczkowie

Kolekcja Historycznych Przyrządów Pomiarowych Głównego Urzędu Miar

Kolekcja Mineralów Ziemi Olkuskiej i Skamieniałości Jury Krakowsko-Częstochowskiej

Lubuskie Muzeum Wojskowe w Zielonej Górze z siedzibą w Drzonowie

Międzyrzecki Rejon Umocniony – Muzeum Fortyfikacji i Nietoperzy w Pniewie

Muzeum – Kaszubski Park Etnograficzny im. Teodory i Izydora Gulgowskich we Wdzydzach Kiszewskich

Muzeum – Zamek Górków w Szamotułach

Muzeum – Zamek w Łańcutcie

Muzeum – Zespół Synagogałny we Włodawie

Muzeum „Górnośląski Park Etnograficzny w Chorzowie”

Muzeum Afrykanistyczne im. dra Bogdana Szczygła i Bożeny Szczygieł-Gruszyńskiej i Kolekcja Sztuki i Malarstwa Czarnej Afryki im. prof. dr. hab. Anny i pilota Leona Kubarskich

Muzeum Akademii Sztuk Pięknych w Warszawie

Muzeum Archeologiczne i Etnograficzne w Łodzi

Muzeum Archeologiczne w Biskupinie

Muzeum Archeologiczne w Gdańsku

Muzeum Archeologiczne w Poznaniu

Muzeum Archeologiczno-Historyczne w Głogowie

Muzeum Archeologiczno-Historyczne w Stargardzie Szczecińskim

Muzeum Archidiecezjalne w Katowicach

Muzeum Architektury we Wrocławiu

Muzeum Bitwy pod Grunwaldem w Stębarku

Muzeum Budownictwa Ludowego – Park Etnograficzny w Olsztynku

Muzeum Budownictwa Ludowego w Sanoku

Muzeum Bursztynu w Warszawie

Muzeum Ceramiki w Bolesławcu

Muzeum Częstochowskie
Muzeum Dawnej Wsi „Domek Tkaczy”
Muzeum Diecezjalne w Łowiczu
Muzeum Dobranocek w Rzeszowie
Muzeum Doctor Villa w Koszęcinie
Muzeum Dom Rodzinny Ojca Świętego Jana Pawła II w Wadowicach
Muzeum Dyplomacji i Uchodźstwa Polskiego Uniwersytet Kazimierza Wielkiego w Bydgoszczy
Muzeum Etnograficzne im. Marii Znamierowskiej-Prüfferowej w Toruniu
Muzeum Etnograficzne w Zielonej Górze z siedzibą w Ochli
Muzeum Fort Wielka Księża Góra
Muzeum Fryderyka Chopina
Muzeum Geologiczne – Instytut Nauk Geologicznych PAN
Muzeum Geologiczne im. Henryka Teisseyre
Muzeum Geologiczne im. Stanisława Józefa Thugutta
Muzeum Geologiczne Wydziału Geologii, Geofizyki i Ochrony Środowiska Akademii Górniczo-Hutniczej im. Stanisława Staszica w Krakowie
Muzeum Getta Warszawskiego
Muzeum Górnictwa Węglowego w Zabrze
Muzeum Górnośląskie w Bytomiu
Muzeum Gross-Rosen w Rogoźnicy
Muzeum Harcerstwa w Warszawie
Muzeum Historii Fotografii im. Walerego Rzewuskiego w Krakowie
Muzeum Historii Medycyny i Farmacji Uniwersytetu Medycznego w Białymstoku
Muzeum Historii Medycyny Warszawskiego Uniwersytetu Medycznego
Muzeum Historii Polski
Muzeum Historii Polskiego Ruchu Ludowego w Warszawie
Muzeum Historii Przemysłu w Opatówku
Muzeum Historii Żydów Polskich POLIN
Muzeum Historii Żydów Zamościa i Okolic
Muzeum Historyczne Miasta Gdańska
Muzeum Historyczne Miasta Krakowa
Muzeum Historyczne w Lubinie
Muzeum Historyczne w Przasnyszu

Muzeum Historycznego Inspektoratu Zamojskiego AK im. Stanisława Prusa „Adama” w Bondyrzu
Muzeum Historyczno-Archeologiczne w Ostrowcu Świętokrzyskim
Muzeum Historyczno-Etnograficzne w Andrychowie
Muzeum Historyczno-Misyjne Zgromadzenia Księża Misjonarzy w Krakowie
Muzeum Hutnictwa Cynku Walcownia
Muzeum Hutnictwa Doliny Małej Panwi
Muzeum II Wojny Światowej w Gdańsku
Muzeum im. Jacka Malczewskiego w Radomiu
Muzeum im. Jana Dzierżona w Kluczborku
Muzeum im. Jana Kasprowicza w Inowrocławiu
Muzeum im. Jerzego Dunin-Borkowskiego w Krośniewicach
Muzeum im. Kazimierza Pułaskiego w Warce
Muzeum im. ks. dr. Władysława Łęgi w Grudziądzu
Muzeum im. Wojciecha Kętrzyńskiego
Muzeum Inżynierii Miejskiej w Krakowie
Muzeum Jana Pawła II i Prymasa Wyszyńskiego
Muzeum Józefa Ignacego Kraszewskiego w Romanowie
Muzeum Józefa Piłsudskiego w Sulejówku
Muzeum Karkonoskie w Jeleniej Górze
Muzeum Kaszubskie im. F. Tredera w Kartuzach
Muzeum Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego Jana Pawła II
Muzeum Kinematografii w Łodzi
Muzeum Komunikacji Miejskiej MPK-Łódź
Muzeum Książąt Lubomirskich w Zakładzie Narodowym im. Ossolińskich we Wrocławiu
Muzeum Kultury Kurpiowskiej w Ostrołęce
Muzeum Kultury Ludowej Pogórza Sudeckiego w Kudowie Zdroju
Muzeum Kultury Ludowej w Kolbuszowej
Muzeum Kultury Ludowej w Węgorzewie
Muzeum Kultury Łemkowskiej w Zydranowej
Muzeum Lniarstwa im. Filipa de Girarda w Żyrardowie
Muzeum Lotnictwa Polskiego w Krakowie
Muzeum Lubelskie w Lublinie
Muzeum Lubuskie im. Jana Dekerta w Gorzowie Wielkopolskim

Muzeum Ludowych Instrumentów Muzycznych w Szydłowcu
Muzeum Łazienki Królewskie w Warszawie
Muzeum Marii Konopnickiej w Żarnowcu
Muzeum Matek Założycielek w Kętach
Muzeum Mazowieckie w Płocku
Muzeum Miasta Gdyni
Muzeum Miasta Łodzi
Muzeum Miasta Ostrowa Wielkopolskiego
Muzeum Miasta Pabianic
Muzeum Miasta Zgierza
Muzeum Miejskie „Dom Gerharta Hauptmanna” w Jeleniej Górze
Muzeum Miejskie „Szttygarka”
Muzeum Miejskie Dzierżoniowa
Muzeum Miejskie Suchej Beskidzkiej
Muzeum Miejskie w Nowej Soli
Muzeum Miejskie w Siemianowicach Śląskich
Muzeum Miejskie w Tychach
Muzeum Miejskie w Żorach
Muzeum Miejskie Wrocławia
Muzeum Mikołaja Kopernika
Muzeum Nadwiślańskie w Kazimierzu Dolnym
Muzeum Narodowe Rolnictwa i Przemysłu Rolno-Spożywczego w Szreniawie
Muzeum Narodowe w Kielcach
Muzeum Narodowe w Poznaniu
Muzeum Narodowe w Szczecinie
Muzeum Narodowe w Warszawie
Muzeum Narodowe we Wrocławiu
Muzeum Narodowe Ziemi Przemyskiej w Przemyślu
Muzeum Niepodległości w Warszawie
Muzeum Okręgowe im. Leona Wyczółkowskiego w Bydgoszczy
Muzeum Okręgowe im. Stanisława Staszica
Muzeum Okręgowe w Koninie
Muzeum Okręgowe w Lesznie

Muzeum Okręgowe w Rzeszowie
Muzeum Okręgowe w Sandomierzu
Muzeum Okręgowe w Sieradzu
Muzeum Okręgowe w Suwałkach
Muzeum Okręgowe w Toruniu
Muzeum Okręgowe Ziemi Kaliskiej w Kaliszu
Muzeum Opactwa Benedyktynów w Tyńcu
Muzeum Oręża i Techniki Użytkowej w Kobyłce
Muzeum Oręża Polskiego w Kołobrzegu
Muzeum Oświaty – Pedagogiczna Biblioteka Wojewódzka im. Mariana Rejewskiego w Bydgoszczy
Muzeum Pałacu Króla Jana III w Wilanowie
Muzeum Pamięci Sybiru
Muzeum Pana Tadeusza Zakładu Narodowego im. Ossolińskich
Muzeum Papiernictwa w Dusznikach Zdroju
Muzeum Pierwszych Piastów na Lednicy
Muzeum Początków Państwa Polskiego w Gnieźnie
Muzeum Poczty i Telekomunikacji we Wrocławiu
Muzeum Pojazdów Militarynych w Częstochowie
Muzeum Pojezierza Myśliborskiego
Muzeum Polaków Ratujących Żydów podczas II wojny światowej im. Rodziny Ulmów w Markowej
Muzeum Politechniki Krakowskiej
Muzeum Politechniki Wrocławskiej
Muzeum Polskiej Piosenki w Opolu
Muzeum Pomnika Historii Frombork Zespół Katedralny
Muzeum Pomorza Środkowego w Słupsku
Muzeum Powstań Śląskich w Świętochłowicach
Muzeum PRL-u (w organizacji)
Muzeum PRL-u w Rudzie Śląskiej
Muzeum Przemysłu i Kolejnictwa na Śląsku w Jaworzynie Śląskiej
Muzeum Przyrodnicze w Jeleniej Górze
Muzeum Przyrodnicze Wielkopolskiego Parku Narodowego
Muzeum Regionalne im. dra. Henryka Florkowskiego w Kościanie
Muzeum Regionalne im. Hieronima Ławniczaka w Krotoszynie

Muzeum Regionalne w Brzezinach
Muzeum Regionalne w Chojnowie
Muzeum Regionalne w Dobrodzieniu
Muzeum Regionalne w Drohiczynie
Muzeum Regionalne w Jaśle
Muzeum Regionalne w Krokowej
Muzeum Regionalne w Kutnie
Muzeum Regionalne w Pińczowie
Muzeum Regionalne w Pułtusk
Muzeum Regionalne w Stalowej Woli
Muzeum Regionalne w Szczecinku
Muzeum Regionalne w Trzebini
Muzeum Regionalne w Wągrowcu
Muzeum Regionalne Ziemi Limanowskiej w Limanowej
Muzeum Rolnictwa im. ks. Krzysztofa Kluka w Ciechanowcu
Muzeum Romantyzmu w Opinogórze
Muzeum Rzemiosła w Krośnie
Muzeum Sakralne Katedry Zamojskiej
Muzeum Samorządowe Ziemi Strzyżowskiej im. Zygmunta Leśniaka w Strzyżowie
Muzeum Sił Powietrznych w Dęblinie
Muzeum Służb Mundurowych w Gdańsku (w organizacji)
Muzeum Solca im. Księcia Przemysła w Solcu Kujawskim
Muzeum Sportu i Turystyki w Warszawie
Muzeum Sztuki i Techniki Japońskiej Manggha
Muzeum Sztuki w Łodzi
Muzeum Śląskie w Katowicach
Muzeum Tadeusza Kantora w Cricotece w Krakowie
Muzeum Tatrzańskie im. Dra Tytusa Chałubińskiego w Zakopanem
Muzeum Techniki Drogowej i Mostowej Okręgu Lubelskiego w Zamościu
Muzeum Techniki Wojskowej przy Stowarzyszeniu Miłośników Sprzętu Pancernego „SKOT” w Środzie Wielkopolskiej
Muzeum Tkactwa w Kamiennej Górze
Muzeum Treblinka. Niemiecki nazistowski obóz zagłady i obóz pracy (1941–1944)

Muzeum Twórczości Władysława Wołkowskiego
Muzeum Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego w Olsztynie
Muzeum Uniwersytetu Wrocławskiego
Muzeum Volkswagena Galeria Pępowo
Muzeum w Brodnicy
Muzeum w Chorzowie
Muzeum w Gostyniu
Muzeum w Koszalinie
Muzeum w Łęborku
Muzeum w Łowiczu
Muzeum w Nysie
Muzeum w Praszce
Muzeum w Przeworsku – Zespół Pałacowo-Parkowy
Muzeum w Raciborzu
Muzeum w Rybniku
Muzeum w Starej Papierni w Łąpinie
Muzeum Warmii i Mazur w Olsztynie
Muzeum Warszawy
Muzeum Witrażu
Muzeum Wsi Kieleckiej w Kielcach
Muzeum Wsi Lubelskiej w Lublinie
Muzeum Wsi Mazowieckiej w Sierpcu
Muzeum Wsi Opolskiej w Opolu
Muzeum Wsi Radomskiej w Radomiu
Muzeum Współczesne Wrocław
Muzeum Wydziału Nauk o Ziemi Uniwersytetu Śląskiego
Muzeum Zachodniokaszubskie w Bytowie
Muzeum Zamek Książąt Pomorskich w Darłowie
Muzeum Zamek w Oświęcimiu
Muzeum Zamkowe w Malborku
Muzeum Zamkowe w Pszczynie
Muzeum Zamojskie w Zamościu
Muzeum Zamoyskich w Kozłowie

Muzeum Zbrojownia na Zamku w Liwie
Muzeum Ziemi Bieckiej w Bieczu
Muzeum Ziemi Chełmskiej im. Wiktora Ambroziewicza w Chełmie
Muzeum Ziemi Kłodzkiej w Kłodzku
Muzeum Ziemi Kociewskiej
Muzeum Ziemi Kościerskiej im. dra Jerzego Knyby w Kościerzynie
Muzeum Ziemi Kujawskiej i Dobrzyńskiej we Włocławku
Muzeum Ziemi Leżajskiej w Leżajsku
Muzeum Ziemi Miechowskiej (w organizacji)
Muzeum Ziemi Międzyrzeckiej im. Alfa Kowalskiego
Muzeum Ziemi Mogileńskiej w Mogilnie z/s w Chabsku
Muzeum Ziemi Prudnickiej
Muzeum Ziemi Puckiej im. Floriana Ceynowy
Muzeum Ziemi Sochaczewskiej i Pola Bitwy nad Bzurą w Sochaczewie
Muzeum Ziemi Szubińskiej im. Zenona Erdmanna
Muzeum Ziemi Wieluńskiej w Wieluniu
Muzeum Ziemi Wschowskiej
Muzeum Ziemi Zawkrzeńskiej w Mławie
Muzeum Ziemi Złotowskiej
Muzeum Żup Krakowskich Wieliczka w Wieliczce
Muzeum Żywej Historii
Narodowe Muzeum Morskie w Gdańsku
Oleskie Muzeum Regionalne w Oleśnie
Ośrodek Spotkania Kultur
Pałac Schoena Muzeum w Sosnowcu
Państwowe Muzeum Etnograficzne w Warszawie
Państwowe Muzeum na Majdanku
Podlaskie Muzeum Kultury Ludowej
Salon Muzyczny im. Feliksa Nowowiejskiego w Barczewie
Skansen w Sidzinie – Muzeum Kultury Ludowej
Twierdza Kłodzko
Wielkopolskie Muzeum Niepodległości
Żywe Muzeum Piernika

ISBN 978-83-64889-38-7

Redaktor serii: Katarzyna Figiel

Sekretarz wydawnictw: Julia Wrede

Redakcja merytoryczna: Katarzyna Andrzejkiewicz, Katarzyna Żmijewska

Redakcja językowa i korekta: Monika Bielska-Łach

Opracowanie graficzne, skład i łamanie: Studio Graficzne Papercut

Druk: drukarnia dss

Wydawca: Narodowy Instytut Muzealnictwa i Ochrony Zbiorów

ul. Goraszewska 7

02-910 Warszawa

www.nimoz.pl

www.statystykamuzeow.pl

Seria *Statystyka muzeów* nr 3

© Narodowy Instytut Muzealnictwa i Ochrony Zbiorów, Warszawa 2019



NARODOWY
INSTYTUT MUZEALNICTWA
I OCHRONY ZBIORÓW





ISBN 978-83-64889-38-7



9 788364 889387



NARODOWY
INSTYTUT MUZEALNICTWA
I OCHRONY ZBIORÓW

