

## Funkcja turystyczna polskich skansenów

### I. Skansen jako walor turystyczny

Wśród wielu trendów i zjawisk zachodzących we współczesnej turystyce, jednym z najważniejszych jest dynamiczny rozwój turystyki poznawczej (krajoznawczej). U źródeł tego typu podróży leży wrodzona ciekawość świata. Każdy z nas wykazuje chęć poznania innych krajów, ludzi, kultur. Nie ulega przy tym wątpliwości, że wiedza nabyta w czasie podróży (podczas osobistego kontaktu) jest łatwiej przyswajana, efektywniejsza i często znacznie bogatsza od wiedzy podręcznikowej. Nie bez powodu mówi się przecież, że „podróże kształcą”.

Przedmiotem zainteresowania turystów mogą być zarówno specyficzne elementy środowiska przyrodniczego, jak i pewne przejawy działalności człowieka. Ogół tych przyrodniczych (naturalnych) i antropogenicznych (stworzonych przez człowieka) walorów decyduje o atrakcyjności turystycznej miejscowości lub regionu [Lijewski, Mikułowski, Wyrzykowski 1992].

Niewątpliwie jednym z ważniejszych walorów antropogenicznych jest tradycyjna kultura ludowa. Nie wszystkie jednak jej treści odgrywają taką samą rolę w turystyce. Mniejsze znaczenie mają styl życia, zwyczaje i tradycje, język (gwarra) itp. Stwarzają one pewną „otoczkę”, atmosferę, decydują o odrębności regionu, lecz tak naprawdę są przedmiotem zainteresowania tylko specjalistów [Lijewski, Mikułowski, Wyrzykowski 1992]. Przeciętnego turystę ciekawi raczej materialne dziedzictwo wsi, a więc: tradycyjna drewniana architektura (zarówno świecka, jak i sakralna), typowe układy przestrzenne wsi (np. owalnica, wielodrożnica, ulicówka), wreszcie sztuka ludowa i wyroby rzemieślnicze (np. rzeźbiarstwo, malarstwo na szkle, tkactwo, hafciarstwo, garncarstwo, kowalstwo, wycinankarstwo).

Niestety, zniszczenia II wojny światowej a także późniejsze przemiany społeczno-polityczne sprawiły, że przejawy oryginalnej kultury ludowej stały się niezwykle rzadkie. Właściwie mamy w Polsce jedynie kilka regionów etnograficznych, w których nadal kultywowane są dawne obrzędy i zwyczaje (Podhale, Łowickie, Kaszuby, Kurpie). Na pozostałych obszarach duchowy i materialny dorobek kultury ludowej został w dużej części zabezpieczony w muzeach etnograficznych, skansenach i izbach regionalnych. Wydaje się, że z każdym rokiem - w miarę zanikania tradycyjnego folkloru - będzie wzrastała atrakcyjność tych placówek nie tylko dla „mieszczuchów”, ale i dla samych mieszkańców wsi.

Szczególne role w dokumentowaniu tego dorobku kulturowego przypada muzeom skansenowskim. Podstawowym zadaniem tych placówek jest bowiem odtworzenie pełnego krajobrazu kulturowego wsi polskiej. Ekspozycję stanowią nie tylko zgromadzone we wnętrzach eksponaty, ale także same budynki, ich rozplanowanie przestrzenne, tzw. „mała architektura”: płoty, kapliczki, studnie, zieleń otaczająca zagrody (przydomowe ogródki, sady, rośliny uprawne), układy pól itp. [Terlecka 1978, Czajkowski 1980, 1984]. Ukazaniu duchowego dziedzictwa wsi (sposobu życia mieszkańców, ich obyczajów, rozwarstwienia społecznego) służą działania zmierzające do „ożywienia” muzeum: hodowla

zwierząt gospodarczych, prowadzenie gospodarki rolnej tradycyjnymi metodami, pokazy pracy rzemieślników, organizacja różnego rodzaju imprez folklorystycznych [Kurzątkowski 1978, Wicher-Jesionowska 1978, Reinfuss 1978, Czajkowski 1980, 1984].

Dodatkowo skanseny ze względu na swą specyfikę (ekspozycja na powietrzu, duża powierzchnia, tereny zielone, możliwość organizowania imprez plenerowych) są znacznie bardziej atrakcyjne dla zwiedzających niż tradycyjne muzea.

W 1996 roku obchodziliśmy 90 rocznicę powstania najstarszego polskiego skansenu - Kaszubskiego Parku Etnograficznego we Wdzydzach Kiszewskich. W ciągu tych 90 lat powstało w naszym kraju ponad 50 placówek o charakterze skansenowskim (w tym muzea - zagrody *in situ*). Są one jednak rozmieszczone dość nierównomiernie (rys. 1). Najwięcej skansenów zlokalizowanych jest w górach (Karpaty), najmniej na tzw. Ziemiach Odzyskanych (choć w ostatnich latach otwarto placówki w Bogdańcu i Pstrążnej). Tym niemniej istniejąca sieć skansenów w Polsce oferuje zwiedzającym dość szeroki wachlarz możliwości. Nie zawsze tylko ten duży potencjał jest w pełni wykorzystywany. Z jednej strony wynika to z niewystarczającej reklamy i promocji turystycznej (wiele interesujących muzeów pozostaje praktycznie nieznanymi poza najbliższym regionem), z drugiej z ograniczania działalności skansenu jedynie do pracy dydaktyczno-wychowawczej z uczniami szkół.

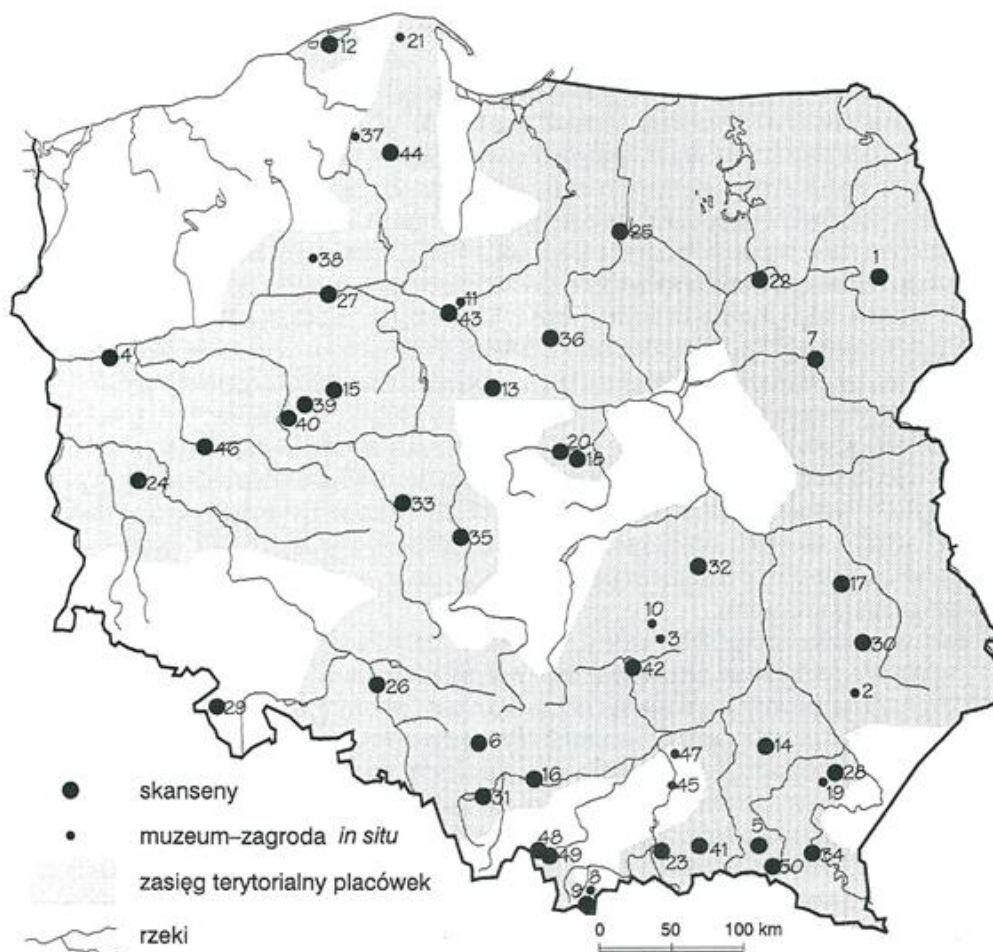
## II. Możliwości wykorzystania skansenów w turystyce

Nowe warunki społeczno-ekonomiczne oraz współczesne tendencje w turystyce (masowość, dynamiczny rozwój turystyki indywidualnej, poznawczej, agroturystyki) wymagają podjęcia nowych metod działania także w muzealnictwie. Coraz częściej mówi się o konieczności stosowania strategii marketingowej w placówkach muzealnych [Kowalczyk 1995].

Kluczowe znaczenie ma tu dokładne rozpoznanie **publiczności muzeum** (wielkość i sezonowość ruchu turystycznego, charakterystyka społeczno-demograficzna zwiedzających, motywy wizyt w muzeum itp), stworzenie atrakcyjnej **oferty muzealnej** (opracowanie nowej lub modyfikacja starej ekspozycji w celu zaspokojenia potrzeb zwiedzających, np. potrzeby uzupełniania i poszerzania wiedzy, odpoczynku, relaksu i zabawy, doznawania przeżyć estetycznych) oraz właściwa **promocja muzeum** (uświadomienie potencjalnemu zwiedzającemu określonych potrzeb i poinformowanie go o możliwości ich zaspokojenia, kreowanie pozytywnego wizerunku muzeum w społeczeństwie).

Warto w tym momencie odpowiedzieć sobie na pytanie: jaka jest aktualnie oferta turystyczna polskich skansenów i jakie są możliwości jej poszerzenia, w celu przyciągnięcia jak największej liczby zwiedzających?

Wspomniano już wcześniej, że większość skansenów pełni przede wszystkim **funkcję placówek oświatowo-wychowawczych**, zajmując się upowszechnianiem dorobku kultury ludowej wśród najmłodszego pokolenia (działalność wystawiennicza, lekcje muzealne, odczyty, pokazy itp). Metody realizacji tego podstawowego dla każdego muzeum zadania zostały już dość szczegółowo opisane [m.in. Czajkowski 1984, Blin-Olbert 1988, Wicher-Jesionowska 1989, Czajkowski 1990, Sołtysiak 1990, Unger 1990, Żygulski jr. 1990].



- |  |  |
|--|--|
| 1. BIALYSTOK Muzeum Wsi Białostockiej                            | 26. OPOLE Muzeum Wsi Opolskiej                                     |
| 2. BIŁGORAJ Muzeum Rzemiosł Ludowych                             | 27. OSIEK Rezerwat Archeologiczno-Etnograficzny                    |
| 3. BODZENTYN Zagroda Czernikiewiczów                             | 28. PRZEWORSK Skansen  |
| 4. BOGDANIEC Muzeum Budownictwa i Techniki Wiejskiej             | 29. PSTRAŻNA Skansen   |
| 5. BÓBRKA Muzeum – Skansen Przemysłu Naftowego                   | 30. PSZCZELA WOLA Skansen Pszczelański                             |
| 6. CIORZÓW Górnosłański Park Etnograficzny                       | 31. PSZCZYNA Zagroda Wsi Pszczyńskiej                              |
| 7. CIECHANOWIEC Dział Budownictwa Ludowego przy Muzeum Rolnictwa | 32. RADOM Muzeum Wsi Radomskiej                                    |
| 8. CZARNA GÓRA - ZAGORA Zagroda Korkoszów                        | 33. RUSSÓW Skansen Wsi Kaliskiej                                   |
| 9. JURGÓW Pasterska Wieś Letnia                                  | 34. SANOK Muzeum Budownictwa Ludowego                              |
| 10. KAKONIN Zagroda wiejska                                      | 35. SIERADZ Sieradzki Park Etnograficzny                           |
| 11. KASZCZOREK Zagroda wiejska                                   | 36. SIERPC Muzeum Wsi Mazowieckiej                                 |
| 12. KLUKI Skansen Słowiński                                      | 37. SOMINY Kaszubska Zagroda                                       |
| 13. KLÓBKA Kujawsko-Dobrzyński Park Etnograficzny                | 38. STARA ŚWIĘTA Chalupa podcieniowa                               |
| 14. KOLBUSZOWA Muzeum Kultury Ludowej                            | 39. SWARZĘDZ Skansen Pszczelański                                  |
| 15. LEDNICA Wielkopolski Park Etnograficzny                      | 40. SZRENIAWA Skansen Pszczelański przy Muzeum Narodowym Rolnictwa |
| 16. LIPOWIEC Nadwiślański Park Etnograficzny                     | 41. SZYMBARK Ośrodek Budownictwa Ludowego                          |
| 17. LUBLIN Muzeum Wsi Lubelskiej                                 | 42. TOKARNIA Muzeum Wsi Kieleckiej                                 |
| 18. ŁOWICZ Ośrodek Plenerowy Budownictwa Ludowego                | 43. TORUŃ Park Etnograficzny                                       |
| 19. MARKOWA Zagroda wiejska                                      | 44. WDZYDZE KISZEW. Muzeum – Kaszubski Park Etnograficzny          |
| 20. MAURZYCE Łowicki Park Etnograficzny                          | 45. WIERZCHOSŁAWICE Muzeum – Zagroda W. Witosa                     |
| 21. NADOLE Zagroda chłopska                                      | 46. WOLSZTYN Skansen Budownictwa Ludowego Zach. Wielkopolski       |
| 22. NOWOGRÓD Skansen Kurpiowski im. A. Chętnika                  | 47. ZALIPIE Muzeum – Zagroda Felicji Curyłowej                     |
| 23. NOWY SĄCZ Sąddecki Park Etnograficzny                        | 48. ZAWOJA - MARKOWE Skansen                                       |
| 24. OCZKA Zielonogórski Park Etnograficzny                       | 49. ZUBRZYCA GÓRNA Orawski Park Etnograficzny                      |
| 25. OLSZTYNEK Muzeum Budownictwa Ludowego                        | 50. ZYNDRANOWA Muzeum Kultury Łemkowskiej                          |

Rys. 1. Skanseny w Polsce (opracowanie własne)

Utrzymania i dalszego rozwoju wymaga również **rola organizatora imprez folklorystycznych**, tak popularnych wśród turystów. Krystyna Wicher-Jesionowska [1978] podaje, że do Muzeum Wsi Opolskiej na Jarmark Ludowy przybywało jednorazowo nawet ponad 10 tysięcy osób! W pierwszej połowie lat 90. corocznie w polskich skansenach odbywało się około 70 imprez folklorystycznych, z czego kilka (toruńskie „Spotkania z Folklorem”, „Plenery Wiejskie” w Ciechanowcu, „Jarmark Wdzydzki” czy sanocki „Jarmark Folklorystyczny”) szczyci się ponaddwudziestoletnią tradycją [Stasiak 1996]. Są to zarówno imprezy o charakterze obrzędowym (dożynki, topienie Marzanny, wróżby andrzejkowe, wieczere wigilijne, regionalne wesela), jarmarki i festyny, jak i prezentacje sztuki ludowej i pokazy najpopularniejszych rzemiosł. Nie można nie doceniać tej działalności skansenów. Imprezy plenerowe z jednej strony przyciągają rzesze zwiedzających, prezentując im niezwykle malowniczy i atrakcyjny obraz wsi (co nie znaczy, że zawsze w pełni prawdziwy) [por. Kurzątkowski 1978], z drugiej - wzbudzają wśród mieszkańców lokalny patriotyzm i poczucie dumy ze swej „małej ojczyzny”. W konsekwencji powinno prowadzić to do konsolidacji społeczności lokalnej wokół skansenu i kultywowania regionalnych, często już zapomnianych tradycji. A takie ożywienie folkloru podniesie z pewnością atrakcyjność turystyczną całego regionu.

**Skansen jako placówka rekreacyjna.** Możliwość zaspokajania potrzeby rekreacji i wypoczynku człowieka na terenie skansenu dostrzeżono z pewnym opóźnieniem. Sformułowana w 1978 roku polska definicja muzeum na wolnym powietrzu określa je jako „placówkę dydaktyczno-wychowawczą”. Dopiero po trzech latach dodano, że skansen jest także „placówką rekreacyjną” [Czajkowski 1984]. A przecież zwiedzanie muzeum na wolnym powietrzu polega na wędrowaniu od obiektu do obiektu. Spacer ten odbywa się często w terenie zadrzewionym i zróżnicowanym geomorfologicznie, co dodatkowo sprzyja wypoczynkowi fizycznemu i psychicznemu. Szczególne predyspozycje, by stać się swoistymi oazami zieleni i spokoju mają skanseny położone w miastach (Chorzów, Opole, Sanok, Toruń). Specjalnie zaprojektowane pasy drzew i krzewów odgradzają przebywających tam ludzi od niedogodności i uciążliwości miasta (gwar, hałas, kurz, spaliny, pośpiech). Istotne jest tu uzyskanie efektu wyciszenia, stworzenie wrażenia sielskiego, wiejskiego krajobrazu. Stwierdzono bowiem, że połączenie naturalnego krajobrazu i agrocenozy (krajobrazu ukształtowanego w wyniku działalności rolniczej człowieka) pozytywnie oddziałuje na psychikę i emocje zwiedzających [Terlecka 1978]. Przeprowadzone badania [Salwa 1979, Czajkowski 1984 za Laenem] dowodzą, że większość osób wybierających relaks w muzeum na wolnym powietrzu podświadomie poszukiwała naturalnego krajobrazu. Potrzeby tej nie zaspokajały ogólnie dostępne parki miejskie. Świadome budowanie nastroju przez kompozycje roślinne jest jednak sztuką i wymaga dużej wiedzy. Dlatego w zagospodarowaniu przestrzennym terenu muzeum powinien uczestniczyć architekt krajobrazu.

**Skansen jako kulturowe dopełnienie atrakcyjności krajobrazowej obszarów chronionych.** Szczególnie cenne i interesujące dla potencjalnych turystów wydaje się zestawienie walorów przyrodniczych i antropogenicznych, a zwłaszcza ukazanie wzajemnych relacji i zależności. Nie ulega bowiem wątpliwości, że warunki geograficzne i środowisko przyrodnicze miały w przeszłości duży wpływ na gospodarkę człowieka, miejscowy styl życia, powstawanie specyficznych, lokalnych tradycji i obyczajów. Całe to dziedzictwo kulturowo-gospodarcze jest tym cenniejsze, gdy nadal funkcjonuje w swym naturalnym otoczeniu.

Zygmunt Pisarski [1993] podkreśla nawet, że społeczność lokalna ze swoim folklorem stanowi nieodzowny element parku narodowego. Dlatego celowe wydaje się dążenie do budowy muzeów etnograficznych, a zwłaszcza skansenów, na terenie parku narodowego lub w jego otulinie. Poza bezsprzecznymi walorami poznawczymi ma to jeszcze jedną dodatkową zaletę. Taka lokalizacja zapewnia wysoką frekwencję. Do muzeum trafią bowiem zarówno turyści świadomie poszukujący czegoś więcej niż tylko „ładnych widoków”, jak i turyści przypadkowi, którzy niekoniecznie muszą być zainteresowani ekspozycją etnograficzną. Ale przecież zadaniem muzeum jest sprawić, by pobyt w nim na długo pozostał w pamięci wszystkich zwiedzających.

Obecnie w Polsce istnieje kilka skansenów w pobliżu parków narodowych:

- Muzeum Wsi Słowińskiej w Klukach na terenie Słowińskiego Parku Narodowego,
- Pasterska Wieś Letnia Jurgów - Polana Podokólne i Zagroda Korkoszków w Czarnej Górze przy Tatrzańskim Parku Narodowym,
- Orawski Park Etnograficzny w Zubrzycy Górnej i niedawno otwarty mały skansen w Zawoi-Markowe przy Babiogórskim Parku Narodowym,
- nowy skansen w Pstrążnej koło Kudowy przy Parku Narodowym Gór Stołowych.

Wysoką frekwencją charakteryzuje się zwłaszcza Muzeum Wsi Słowińskiej w Klukach, gdzie w 1993 roku zanotowano blisko 49 tysięcy zwiedzających (5 miejsce pod względem liczby zwiedzających polskie skanseny).

Wypada mieć tylko nadzieję, że te pozytywne doświadczenia przyspieszą budowę podobnych placówek w pobliżu innych parków narodowych (np. Polskiego Parku Narodowego).

**Skansen jako punkt węzłowy historycznych i etnograficznych szlaków turystycznych.** Już w 1979 roku Janusz Kamocki zwrócił uwagę na brak ogólnie znanych tras turystycznych związanych tematycznie z zagadnieniami etnograficznymi. Od tego czasu właściwie niewiele się zmieniło. Nawet tak niezwykle, jak na polskie warunki, szlak tatarski na Białostoczczyźnie popadł ostatnio w zapomnienie. A przecież historia, religia, kultura i obyczaje Tatarów są dla większości polskiego społeczeństwa wręcz egzotyczne.

Z polskich skansenów jedynie Wielkopolski Park Etnograficzny w Lednógórze-Dziewanowicach i Muzeum Budownictwa Ludowego w Sanoku znajdują się na szlakach tematycznych. W pierwszym przypadku jest to historyczny Szlak Piastowski. Z kolei Muzeum Budownictwa Ludowego w Sanoku, jako jedyny polski skansen, zostało włączone do europejskiej trasy po skansenach dla turystów zmotoryzowanych [Stasiak 1996].

Ciekawą inicjatywą jest też, podjęta w ostatnim czasie, próba wytyczenia w Euroregionie Karpackim monograficznej trasy turystycznej o charakterze kulturowo-krajoznawczym i religijnym [Ptaszycka-Jackowska 1995]. Ten tzw. szlak ikon ma prowadzić po najciekawszych obszarach krajobrazowych i kulturowych (cerkwie i muzea) Karpat Wschodnich. Najważniejszym ogniwem szlaku ma stać się sanocka kolekcja ikon w Muzeum Historycznym i Muzeum Budownictwa Ludowego. Rozpatrywanych przy tym jest co najmniej kilkanaście wariantów lokalnych, regionalnych i międzynarodowych.

Do problemu wytyczania szlaków turystycznych można podejść także z innej strony. Zamiast dołączać skansen do „zewnętrznych” tras, można spróbować opracować „wewnętrzne” szlaki. Ścieżka dydaktyczna, która powstała

w Muzeum Wsi Radomskiej przybliży zwiedzającym, obok zagadnień etnograficznych, także problematykę ekologiczną.

### III. Ruch turystyczny w polskich skansenach

Przemiany ustrojowe po 1989 roku miały duży wpływ na liczbę zwiedzających muzea. Gwałtowne załamanie frekwencji (spowodowane ograniczeniem dotacji na działalność muzealną oraz znacznymubożeniem społeczeństwa i, co za tym idzie, rezygnacją z tzw. potrzeb wyższego rzędu) miało miejsce w latach 1990-1992. Dopiero po 1992 roku w części placówek muzealnych odnotowano wzrost liczby odwiedzających, w innych tendencja spadkowa trwa nawet do dziś.

Te niekorzystne zjawiska nie ominęły niestety także muzeów na wolnym powietrzu. Największą popularnością skanseny cieszyły się pod koniec lat 70. Do Muzeum Budownictwa Ludowego w Sanoku przybywało wtedy co roku blisko 100 tysięcy zwiedzających. Obecnie frekwencja jest niższa o ok. 30%, ale – co pocieszające – znów rośnie. Tendencje zwykłe widoczne są także w Lipowcu (ponad 50 tysięcy), Wdzydzach Kiszewskich (około 50 tysięcy). Na tym samym dość wysokim poziomie utrzymuje się liczba zwiedzających w Opolu-Bierkowicach (powyżej 50 tysięcy) i Lednogórze-Dziekanowicach (powyżej 40 tysięcy). Ogólnie jednak frekwencja w polskich skansenach nadal nie jest zbyt wysoka i waha się w granicach 20-40 tysięcy osób rocznie.

W dalszej części pracy analizie poddany zostanie ruch turystyczny w Górnośląskim Parku Etnograficznym w Chorzowie i Muzeum Wsi Słowińskiej w Klukach<sup>1</sup>.

**Górnośląski Park Etnograficzny w Chorzowie** położony jest we wschodniej części Wojewódzkiego Parku Kultury i Wypoczynku, tuż obok Stadionu Śląskiego. Powstał w 1975 roku na terenie dawnych hałd kopalnianych. Po zagospodarowaniu terenu skansen zajmuje obszar 25 ha. Obecnie ekspozycję stanowi 46 obiektów architektonicznych pochodzących z Górnego Śląska (podregiony: Beskid Śląski, podgórski, pszczyńsko-rybnicki, przemysłowy, lubliniecki) oraz Zagłębia Dąbrowskiego. Celem ekspozycji jest ukazanie zwiedzającym wsi śląskiej sprzed 100-150 lat, z okresu jeszcze przed uprzemysłowieniem Górnego Śląska (m.in. dom Kazimierza Skiby - ostatniego sołtysa Katowic).

**Muzeum Wsi Słowińskiej w Klukach** leży na północno-zachodnim brzegu Jeziora Łebsko i - co jest dość istotne - na terenie Słowińskiego Parku Narodowego. Skansen powstał w 1963 roku jako pojedyncza zagroda *in situ*. Obecnie jest znacznie rozbudowywany. Na powierzchni 8,5 ha zgromadzono 17 obiektów architektonicznych, reprezentujących lokalne budownictwo szkieletowe. Ekspozycja wewnątrz dokumentuje kulturę, sztukę i tradycyjne zajęcia Słowińców (rybołówstwo, kopanie torfu). Od 1992 roku w skład skansenu wchodzi także stary, XVIII-wieczny cmentarz z zabytkowymi grobami mieszkańców wsi.

Górnośląski Park Etnograficzny w Chorzowie i Muzeum Wsi Słowińskiej w Klukach różnią się między sobą nie tylko wielkością i charakterem ekspozycji. Diametralnie różny jest także ruch turystyczny na terenie tych dwu placówek.

#### Zasięg oddziaływania

Górnośląski Park Etnograficzny w Chorzowie to muzeum o zasięgu regionalnym. Około 90% zwiedzających pochodzi z województwa katowickiego

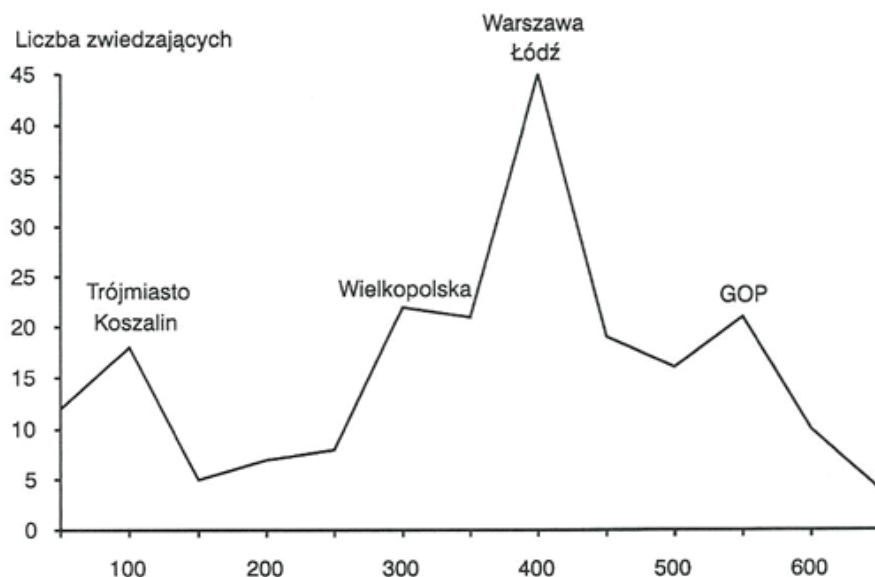
(współczynnik koncentracji Lorenza - 0,86). Są to przede wszystkim ludzie wypoczywający w Wojewódzkim Parku Kultury i Wypoczynku.

Znacznie większy zasięg oddziaływania ma Muzeum Wsi Słowińskiej w Klukach. Publiczność skansenu stanowili przedstawiciele aż 42 województw (współczynnik koncentracji Lorenza - 0,42), przy czym największy udział miały duże aglomeracje miejskie: Trójmiasto, Łódź, Poznań, Warszawa, Katowice (rys. 2). Mieszkańcy tych regionów Polski, wypoczywając podczas urlopu w Ustce, Rowach czy Łebie, podejmują krótkie wycieczki krajoznawcze po najbliższej okolicy.

Dodatkowo duże znaczenie ma turystyka zagraniczna. Wśród ankietowanych osób znalazło się 15% obcokrajowców, w tym blisko 10% Niemców (pozostali pochodzili z Belgii, Czech, Francji, Holandii, Szwajcarii, Włoch i Wielkiej Brytanii). Wypoczywali oni nad Morzem Bałtyckim lub podróżowali w celach krajoznawczych po Polsce.

### Sezonowość

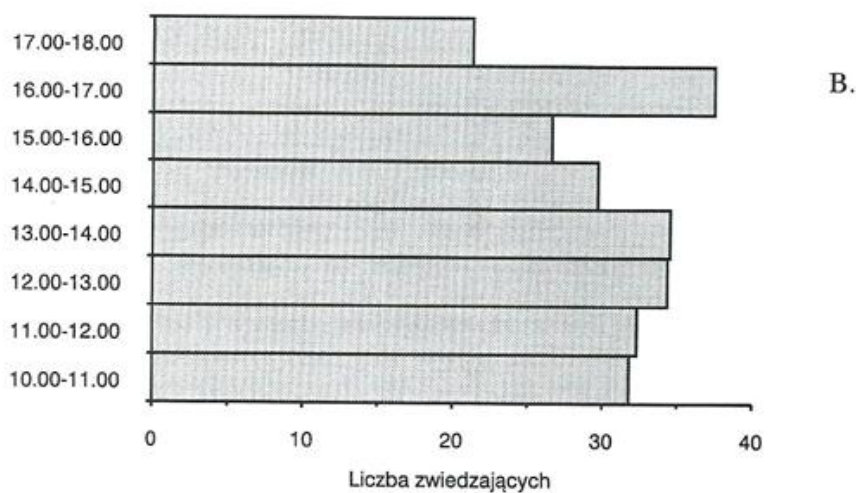
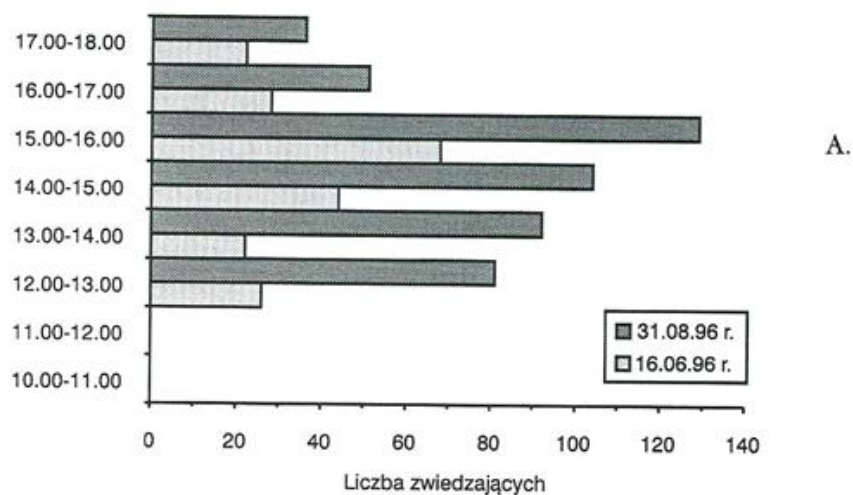
Maksimum ruchu turystycznego w obu skansenach przypada na okres letni, ale już jego tygodniowy i dzienny rozkład jest odmienny.



Rys. 2. Odległość miejsca zamieszkania od skansenu zwiedzających MWS w Klukach w 1996 r.

Frekwencja w Górnośląskim Parku Etnograficznym w Chorzowie opiera się przede wszystkim na całej serii imprez folklorystycznych (występy kapel i zespołów ludowych, festyny, dożynki itp.) organizowanych od maja do października. Dlatego najczęściej zwiedzających pojawia się tu w dni wolne od pracy: w święta i weekendy tuż przed rozpoczęciem imprezy (zazwyczaj o 16<sup>00</sup>). Z kolei w Klukach nie zauważa się większej różnicy między dniem roboczym a świątecznym. Większy wpływ na liczbę zwiedzających w danym dniu ma pogoda. Generalnie największa frekwencja występuje w dni pochmurne, nawet

z niewielkimi, przelotnymi opadami deszczu, co skutecznie zniechęca do pobytu na plaży. Godzinowy rozkład wielkości ruchu turystycznego charakteryzuje się dwoma maksimami. Pierwsze południowe ma miejsce około 12<sup>00</sup>-14<sup>00</sup>. Później następuje wyraźny spadek liczby zwiedzających (brak bazy gastronomicznej na miejscu, konieczność spożywania obiadów w stołówkach ośrodków wypoczynkowych), by około 16<sup>00</sup>-17<sup>00</sup> znów osiągnąć maksimum, tym razem popołudniowe (rys. 3).



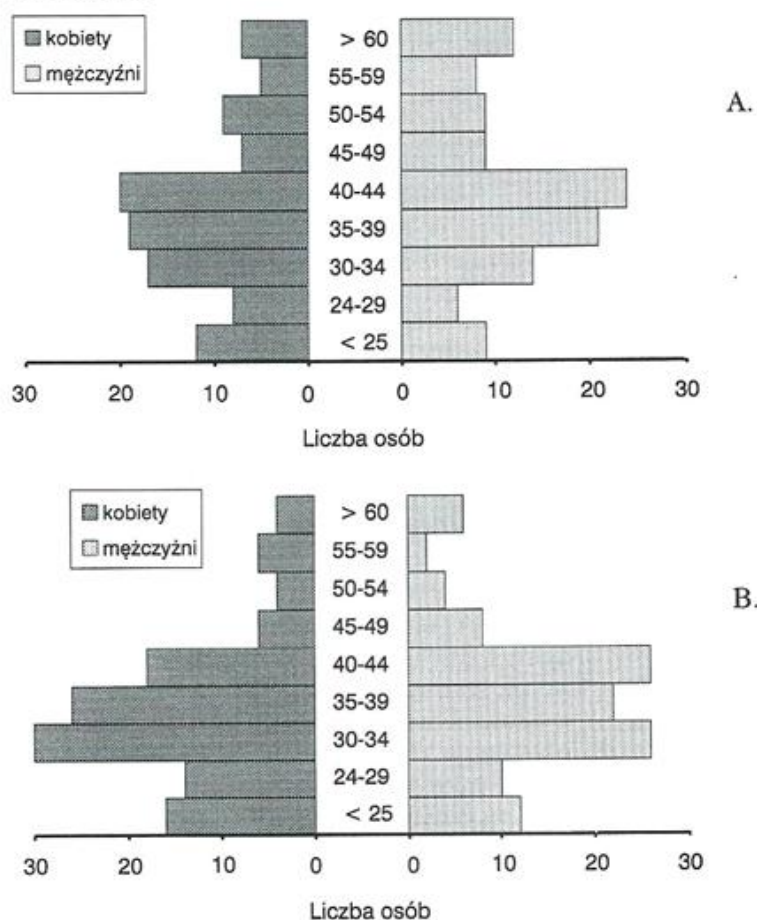
Rys. 3. Godzinowy rozkład ruchu turystycznego w: A. - GPE w Chorzwie (16.06.96 r. i 31.08.96 r.) B. - MWS w Klukach (wartości średnie 30.07-10.08.1996 r.)



### Charakterystyka społeczno-demograficzna

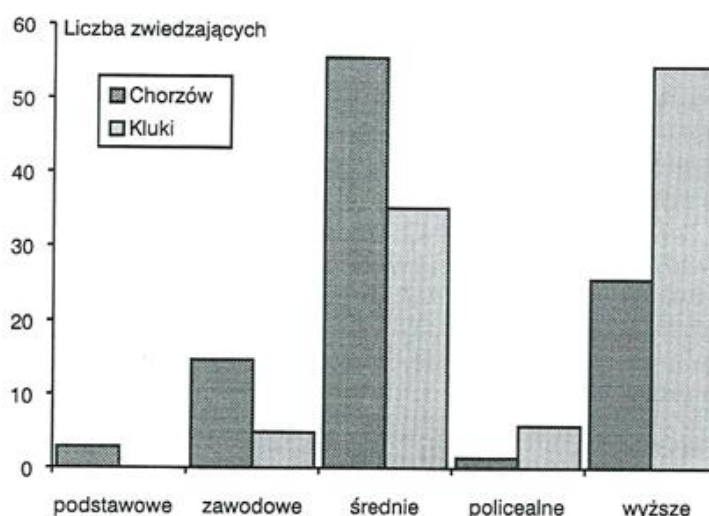
Skanseny zwiedzają przede wszystkim ludzie w średnim wieku (30-44 lata), w towarzystwie dwóch, trzech członków rodziny lub znajomych, co wynika zarówno z ich osobistych potrzeb, jak też i chęci pokazania muzeum dzieciom. Udział tej grupy wiekowej jest w obu placówkach wysoki (w Chorzowie - 53,2%, w Klukach - 61,7%). Kluki są za to częściej odwiedzane przez ludzi młodych poniżej 30 lat (21,7% wobec 16,2% w Chorzowie). W Chorzowie z kolei ponad 23% wszystkich widzów stanowią ludzie w starszym wieku (50 i więcej lat), w Klukach takich osób było tylko niecałe 11 % (por. rys. 4).

Charakterystyczne, że w obu placówkach nie stwierdzono większych dysproporcji w strukturze płci. Wydaje się, że skanseny równie często odwiedzają kobiety, jak i mężczyźni.



Rys. 4. Struktura wieku i płci zwiedzających GPE w Chorzowie (A) i MWS w Klukach (B) w 1996 r.

Znaczne różnice pojawiają się natomiast w strukturze wykształcenia (rys. 5). Ponad połowa zwiedzających Muzeum Wsi Słowińskiej w Klukach (54,3%) posiadała wykształcenie wyższe, brak było osób z wykształceniem podstawowym a z zawodowym niecałe 5%. W strukturze zawodowej przeważały zawody wolne, nauczyciele i pracownicy naukowci, biznesmeni oraz studenci.



Rys. 5. Struktura wykształcenia zwiedzających GPE w Chorzowie i MWS w Klukach w 1996 r.

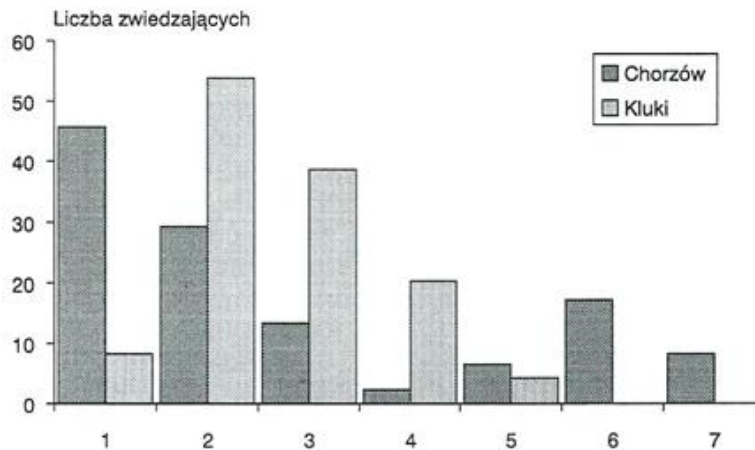
W Chorzowie zaś wyraźnie dominowało wykształcenie średnie (ponad 55%). Co czwarty zwiedzający ukończył studia wyższe a co siódmy legitymował się wykształceniem zawodowym. Dlatego wśród wymienianych zawodów częściej pojawiali się robotnicy i rzemieślnicy.

#### Charakter wizyt

Dla blisko 75% zwiedzających skansen w Klukach wizyta w muzeum była pierwszą. Co piąta osoba była tu po raz drugi. Potwierdza to tezę, że muzeum to zwiedza się przede wszystkim podczas urlopu. Kolejna wizyta następuje dopiero w czasie następnych wakacji (często po kilku latach) w celu zobaczenia zmian, jakie zaszły w skansenie. Właśnie ciekawość okazała się głównym motywem, skłaniającym do powtórnej wizyty w Klukach (rys. 6). Podało ją aż 54% ankietowanych. Na drugim i trzecim miejscu znalazły się: „chęć obcowania z kulturą ludową” (39%) oraz „zainteresowania, hobby” (20%).

Wizyty w skansenie w Klukach mają wyłącznie charakter poznawczy i ograniczają się jedynie do obejrzenia ekspozycji. Dlatego ponad 66% wszystkich zwiedzających zatrzymuje się tutaj na 1-1,5 godz., co jest wystarczające do spokojnego, dokładnego poznania całego obszaru muzeum (rys. 7). Tylko co szósty zwiedza krócej. Zbliżony jest także odsetek pozostających w skansenie dłużej, nie więcej jednak niż 3 godz.

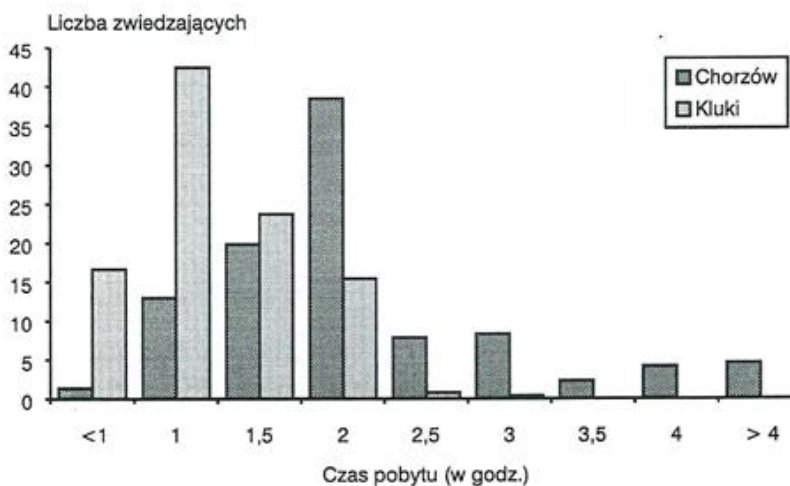
Znacznie bardziej zróżnicowana jest publiczność muzeum w Chorzowie. Po raz pierwszy skansen odwiedziło w 1996 roku nieco ponad 42%. Ponad 1/3 przebywała w skansenie cztery i więcej razy, przy czym aż 25% przyznaje, że bywa tu kilka razy w roku a nawet raz miesiącu. Tak duża częstotliwość wynika z roli, jakie pełni to muzeum. Jest to typowa placówka rekreacyjna, gdzie przychodzi się nie tylko zobaczyć ekspozycję, ale - niekiedy nawet przede wszystkim - by pospacerować i odpocząć od wielkomiejskiego hałasu. Blisko 46% zapytanych o motywy wizyty wskazało na potrzebę wypoczynku (rys. 6). Znacznie mniejsze



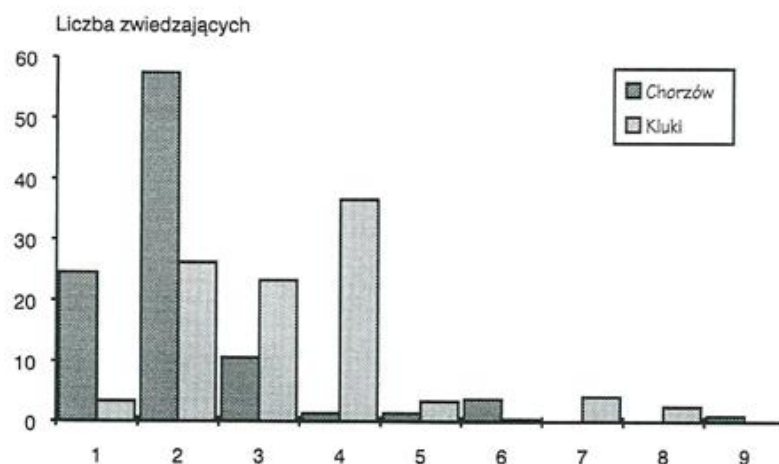
Rys. 6. Motywy wizyty w skansenie zwiedzających GPE w Chorzowie i MWS w Klukach w 1996 r. (1 - potrzeba wypoczynku, 2 - ciekawość, 3 - chęć obcowania z kulturą ludową, 4 - zainteresowania, hobby, 5 - pokazanie skansenu dzieciom, 6 - imprezy w skansenie, 7 - bliskość miejsca zamieszkania)

znaczenie odgrywała tu ciekawość (29%) i organizowane przez skansen imprezy folklorystyczne (17%).

Specyficzna działalność placówki sprawia, że mamy do czynienia z dwoma grupami zwiedzających. Pierwszą stanowią osoby zainteresowane obejrzeniem ekspozycji. Zajmuje im to zwykle 1,5-2 godz. (prawie 60%). Druga grupa to uczestnicy różnego rodzaju imprez organizowanych zarówno przez skansen, jak i przez własny zakład pracy. Ich czas pobytu na terenie parku etnograficznego waha się w przedziale od 3 do 5 godz. (20%).



Rys. 7. Czas pobytu w skansenie zwiedzających GPE w Chorzowie i MWS w Klukach w 1996 r.



Rys. 8. Źródła wiadomości o skansenie zwiedzających GPE w Chorzowie i MWS w Klukach w 1996 r. (1 - „od zawsze”, 2 - poprzednie wizyty, 3 - rodzina, znajomi, 4 - przewodniki turyst., mapy, 5 - plakaty, 6 - telewizja, 7 - informacja turystyczna, 8 - szkoła, 9 - zakład pracy)

#### Źródła wiadomości o skansenie

Ciekawie wypada porównanie odpowiedzi zwiedzających na pytanie „Skąd Pan/Pani dowiedział/a się o istnieniu tego skansenu?” (rys. 8). W Chorzowie głównym źródłem wiadomości były „poprzednie wizyty” (ponad 57%). Co czwarty twierdził, że wiedział o skansenie „od zawsze”, tylko dopiero teraz zdecydował się na wizytę. Co dziesiąty natomiast został namówiony na zwiedzanie przez rodzinę lub znajomych. Bardzo często „przewodnikiem” po muzeum były dzieci, które wcześniej trafiły tu z wycieczką szkolną.

W Klukach ludzie najczęściej wskazywali na „przewodniki lub mapy turystyczne” (ponad 36%). Świadczy to dość jednoznacznie o aktywnym poszukiwaniu przez zwiedzających wartościowszych sposobów spędzania urlopu niż tylko plażowanie. Z drugiej strony jednak jest oznaką zupełnego braku reklamy i promocji muzeum w miejscowościach wypoczynkowych, co praktycznie uniemożliwia zwiedzanie skansenu przez osoby mniej aktywne lub słabo zorientowane w atrakcjach regionu. Potwierdzają to również wyniki ankiety. Do muzeum trafiły jeszcze tylko te osoby, które знаły je z poprzednich wizyt (ponad 26%) lub dowiedziały się o jego istnieniu od rodziny lub znajomych (23%).

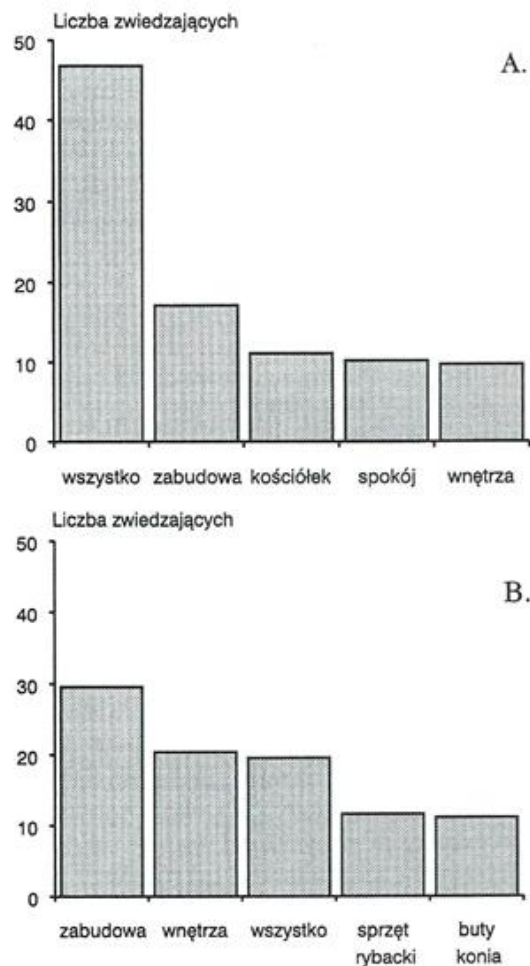
W obu skansenach (zarówno w Chorzowie, jak i w Klukach) marginalne znaczenie jako źródło informacji miały plakaty, telewizja, radio, szkoła oraz informacja turystyczna!

#### Atrakcyjność skansenów dla zwiedzających

Oczywiście każda placówka muzealna ma swoje cenne eksponaty, którymi się szczyli i na które szczególnie zwraca uwagę zwiedzających. Nie zawsze jednak odbiór ekspozycji przez widzów jest zgodny z preferencjami i założeniami fachowców. Poniższy wykres (rys. 9) przedstawia po pięć największych atrakcji Górnośląskiego Parku Etnograficznego w Chorzowie i w Muzeum Wsi Słowińskiej w Klukach w opinii zwiedzających.

Można zaryzykować stwierdzenie, że publiczność skansenów nie zwraca zbyt dużej uwagi na szczegóły. Znacznie bardziej istotne jest ogólne wrażenie odniesione podczas spaceru, nastrój miejsca, wiejski krajobraz. Stąd tak częste odpowiedzi: „podało mi się wszystko” (w Chorzowie aż 47%, w Klukach blisko 20%). Dodatkowo w Chorzowie mieszkańcy Górnego Śląska podkreślali wyjątkowość terenu skansenu, panujący tu spokój, ciszę, wiejską atmosferę (połączenie tych odpowiedzi dałoby około 15%). Odbiór skansenu „w całości” nie zwalnia jednak z dbałości o szczegóły. To one przecież decydują o specyficznej „atmosferze” miejsca. Na obraz wsi składają się i przydomowe ogródki, i strzechy, i nieporządek w pracowni rzemieślnika a nawet zapach skoszonej trawy czy dymu z pieca [por. Bartosz 1995].

Druga w kolejności postrzegana jest zabudowa. W Klukach znalazła się ona nawet na pierwszym miejscu. Przyczyną była zapewne „egzotyczna”, nietypowa dla większości obszarów Polski, a zarazem bardzo malownicza architektura.



Rys. 9. Pięć największych atrakcji GPE w Chorzowie (A) i MWS w Klukach (B) według zwiedzających w 1996 r.

I w Klukach i w Chorzowie zwiedzający najczęściej nie byli w stanie wskazać jakiejś pojedynczej zagrody, która podobałaby im się szczególnie.

Z pojedynczych obiektów architektonicznych zwiedzający skansen w Chorzowie często wymieniali kościółek (11%). Ta niewielka, drewniana świątynia - której budowa nie została jeszcze zakończona - stała się już jednym z najatrakcyjniejszych obiektów tego miejsca.

Ponad połowa zwiedzających obie placówki (po 56%) uznała je za atrakcyjne lub bardzo atrakcyjne. Większa zgodność panowała w Klukach. Blisko 43% głosowało za „atrakcyjny”. W Chorzowie głosy rozłożyły się bardziej równomiernie („atrakcyjny” - 36%, „bardzo atrakcyjny” - 20%).

### Typy zwiedzających

Na podstawie przeprowadzonej analizy ruchu turystycznego można pokusić się o charakterystykę przeciętnego zwiedzającego każdy z tych dwóch skansenów.

W Górnośląskim Parku Etnograficznym w Chorzowie jest to osoba w średnim wieku lub starsza, kobieta lub mężczyzna. Mieszka i pracuje w województwie katowickim. Jest robotnikiem lub rzemieślnikiem. Do skansenu przyjechała z rodziną własnym samochodem lub tramwajem. Głównym powodem podróży była chęć wypoczynku w Wojewódzkim Parku Kultury i Wypoczynku. Wizyta w skansenie wypadła niejako „przy okazji”, ma charakter poznawczy i trwa około 2 godz. Często jednak jest to już któryś z kolei pobyt w parku etnograficznym połączony z udziałem w imprezach folklorystycznych.

Zwiedzający Muzeum Wsi Słowińskiej w Klukach to osoba w średnim wieku bądź młodsza, kobieta lub mężczyzna, zwykle z wyższym wykształceniem (nauczyciel, pracownik naukowy, biznesmen) lub w trakcie jego zdobywania (student). Mieszka w którejś z dużych aglomeracji miejskich w Polsce, a urlop spędza nad Morzem Bałtyckim w Łebie, Ustce bądź Rowach. Nie zadowala się jednak biernym wypoczynkiem. Wertuje przewodniki i mapy w poszukiwaniu lokalnych atrakcji. Do skansenu dociera własnym autem, niekiedy na rowerze lub łodzią (rejsy po Jeziorze Łebsko). Zwiedzanie skansenu zajmuje jej 1-1,5 godz.

### IV. Zakończenie

Trudno w tak krótkiej pracy poruszyć wszystkie problemy turystycznego wykorzystania skansenów w Polsce. Można jednak pokusić się o sformułowanie kilku ogólniejszych wniosków i prawidłowości.

1. Skanseny są atrakcyjne turystycznie i z każdym rokiem będą wzbudzać coraz większe zainteresowanie zwiedzających. Wpływ na to będzie miał z jednej strony dynamiczny rozwój turystyki poznawczej, z drugiej - zanikanie przejawów oryginalnej kultury ludowej.

2. Skanseny, podobnie jak i inne muzea, będą musiały dostosować się do nowych warunków społeczno-politycznych i ekonomicznych, a także współczesnych trendów w turystyce. W przyszłości wzrost frekwencji nie będzie możliwy bez ścisłej współpracy ze specjalistami od marketingu i turystyki. Właściwe rozeznanie potrzeb potencjalnych zwiedzających, przygotowanie interesującej ekspozycji oraz skuteczna promocja i reklama - to podstawy skutecznej działalności muzeów.

3. Jednym ze sposobów „walki o zwiedzających” może być rozszerzenie dotychczasowej oferty muzealnej. Jak wykazano, skanseny mogą pełnić bardzo

różnorodne funkcje. A przecież przedstawione propozycje nie wyczerpują wszystkich możliwości działania tych placówek. Niekiedy przedsięwzięcia na niewielką skalę (np. organizowanie koncertów muzyki organowej w kościele czy przejażdżek konnych po terenie skansenu) mogą znacznie podnieść atrakcyjność turystyczną placówki [por. Stasiak 1996].

4. Analiza ruchu turystycznego w Górnos Śląskim Parku Etnograficznym w Chorzowie i Muzeum Wsi Słowińskiej w Klukach dowodzi, że każdy skansen jest inny, ma specyficzne zbiory, swoją „atmosferę” i... publiczność. Dlatego strategia rozwoju funkcji turystycznej musi być ustalana dla każdej placówki oddzielnie. Dzięki temu będziemy mogli w pełni docenić bogactwo i różnorodność dziedzictwa kulturowego wsi polskiej.

### Przypisy

1. Prezentowany materiał jest wynikiem badań terenowych prowadzonych przez autora w obu placówkach latem 1996 roku. Badaniami ankietowymi podczas 2 tygodni objęta została co dziesiąta dorosła osoba wychodząca ze skansenu. Ogółem uzyskano 216 ankiet w Górnos Śląskim Parku Etnograficznym w Chorzowie i 240 ankiet w Muzeum Wsi Słowińskiej w Klukach, co stanowi ponad 0,5% średniej frekwencji w obu placówkach w latach 1992-1994.

### Bibliografia

- Bartosz A.  
1995: *Sztuka kadzidlanego dymu, czyli jak uruchomić wszystkie zmysły*. „Acta Scansenologica” T. 7.
- Blin-Olbert D.  
1988: *Działalność oświatowa MBL w Sanoku*. „Materiały Muzeum Budownictwa Ludowego” nr 30.
- Czajkowski J.  
1980: *Wybrane zagadnienia metodologiczne dotyczące urządzania ekspozycji skansenowskich*. „Acta Scansenologica” T. 1.  
1981: *Raport o stanie muzealnictwa skansenowskiego w Polsce*. „Acta Scansenologica” T. 2.  
1984: *Muzea na wolnym powietrzu w Europie*. Rzeszów-Sanok.  
1990: *Muzealnictwo etnograficzne i skansenowskie w procesie wychowania młodzieży*. [W:] *Muzea a nauczanie i wychowanie*. Warszawa.
- Kamocki J.  
1979: *Etnograficzne szlaki turystyczne*. [W:] *Funkcje społeczne etnologii*. Poznań.
- Kowalczyk W.  
1995: *Marketing w muzeum*. „Muzealnictwo” nr 37.
- Kurzątkowski M.  
1978: *„Skansen ożywiony” - imitacja, inscenizacja czy mistyfikacja*. [W:] *Międzynarodowa Konferencja Skansenowska*. Sanok.
- Lijewski T., Mikułowski B., Wyrzykowski J.  
1992: *Geografia turystyki Polski*. Warszawa.
- Pisarski Z.  
1993: *Wybrane problemy zarządzania parkami narodowymi w różnych krajach europejskich*. „Ochrona Środowiska i Zasobów Naturalnych” nr 6.

- Ptaszycka-Jackowska D.  
1995: „Szlak ikon” w Euroregionie Karpackim (zarys koncepcji). „Peregrinus Cracoviensis” z. 1.
- Reinfuss R.  
1978: *Problem ekspozycji pracowni rzemieślniczych i wiejskich urzędzeń przemysłowych w muzeach na wolnym powietrzu*. [W:] Międzynarodowa Konferencja Skansenowska. Sanok.
- Salwa W.  
1979: *Zadania muzealnictwa skansenowskiego w warunkach rozwiniętej cywilizacji przemysłowej*. [W:] *Muzea skansenowskie w Polsce*. Poznań.
- Sołtysiak M.  
1990: *Zbiory muzealne w edukacji narodowej i upowszechnianiu kultury*. [W:] *Muzea a nauczanie i wychowanie*. Warszawa.
- Stasiak A.  
1996: *Muzea na wolnym powietrzu w Polsce i możliwości ich wykorzystania dla celów turystycznych*. „Turizm” z. 2.
- Terlecka W.  
1978: *Funkcje roślinności w odtworzeniu krajobrazu dawnej wsi w skansenie*. [W:] Międzynarodowa Konferencja Skansenowska. Sanok.
- Unger P. M.  
1990: *Przewodnictwo muzealne wobec problemów edukacyjno-wychowawczych*. [W:] *Muzea a nauczanie i wychowanie*. Warszawa.
- Wicher-Jesionowska K.  
1978: *Organizacja imprez folklorystycznych jako jedna z metod ożywienia ekspozycji skansenu na przykładzie Muzeum Wsi Opolskiej w Opolu-Bierkowicach*. [W:] Międzynarodowa Konferencja Skansenowska. Sanok.
- 1989: *Udział opolskiego skansenu w procesie edukacji historycznej i kultywowaniu tradycji regionalnych*. „Acta Scansenologica” T. 5.
- Żygulski Z. jr.  
1990: *Dydaktyczne i wychowawcze funkcje wystawiennictwa muzealnego*. [W:] *Muzea a nauczanie i wychowanie*. Warszawa.

*Andrzej Stasiak*

#### **Touristic Function of Polish Museums under the Open Sky**

##### **Summary**

In different regions of Poland the museal exhibition is the only source of the knowledge about the past and traditions of rural culture. Every year, according to the process of declining of the traditional folk culture, the attractiveness of museums under the open sky still arises. Specific character of such a museum (open exhibition, great area, greens, etc.) gives new possibilities. Some new trends in tourism (e.g. agrotourism, qualified tourism) change the offers of museums under the open sky. Museum as a recreation place, as object placed on historical or ethnographical tourists route, as a center which consolidates local community or a place for a cultivation of regional tradition could create a new perspectives.

In the second part of the text the author gives a short characteristic of touristic movement in Upper Silesian Ethnographic Park in Chorzów and the Museum in Kluki.