

**WSPÓŁCZESNE
OBLICZA
PRZESZŁOŚCI**

WSPÓŁCZESNE OBLICZA PRZESZŁOŚCI

Redakcja

Arkadiusz Marciniak,
Danuta Minta-Tworzowska,
Michał Pawleta



Poznań 2011
Wydawnictwo Poznańskie

“This project has been funded with support from the European Commission (“Culture” 2007–2013 programme). This publication reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein”.

„Niniejszy projekt został zrealizowany dzięki finansowemu wsparciu Komisji Europejskiej (Program Kultura 2007–2013). Publikacja odzwierciedla wyłącznie stanowisko ich autorów, Komisja Europejska nie ponosi zaś odpowiedzialności za jakiegokolwiek wykorzystanie informacji zawartych w tejże publikacji”

Fotografia na pierwszej stronie okładki: Robert Demarczyk

Tłumaczenie abstraktów i streszczeń z j. polskiego na angielski oraz korekta tekstów angielskich: Joanna Haracz-Lewandowska za wyjątkiem tekstu 1 (Wprowadzenie) – Arkadiusz Marciniak

Tłumaczenie abstraktów i streszczeń z j. angielskiego na polski: Dariusz Błaszczuk



Recenzenci
prof. dr hab. Włodzimierz Rączkowski
prof. dr hab. Jacek Woźny

Redakcja

ISBN

Spis treści

Arkadiusz Marciniak, Danuta Minta-Tworzowska, Michał Pawleta

Współczesne oblicza przeszłości. Wprowadzenie.	9
(Contemporary faces of the past. An introduction — summary)	21

OBRAZY PRZESZŁOŚCI W PRAKTYCE ARCHEOLOGICZNEJ. PODSTAWY TEORETYCZNE

Henryk Mamzer

O archeologicznej autokreacji.	25
(On archaeological self-creation — summary)	37

Danuta Minta-Tworzowska

Człowiek i rzecz w perspektywie archeologicznej (czyli rzecz w perspektywie antropocentrycznej)	39
(Man and thing in archaeological perspective [or thing in anthropocentric perspective] — summary)	59

Sławomir Kadrow

Mitologizacyjny charakter teorii migracjonistycznych w archeologii — wybrane zagadnienia	63
(The myth of migrationist theories in archaeology — selected aspects — summary) .	78

OBRAZY PRZESZŁOŚCI W NARRACJACH TERAŹNIEJSZOŚCI

Michał Pawleta

Przeszłość we współczesności	83
(The past in the present — summary)	100

Bogusław Gediga

Zmienność w obrazowaniu przeszłości	103
(Changeability in presentation of the past — summary)	112

<i>Anna Zalewska</i>	
Archeologiczny „palimpsest” jako specyficzna postać interakcji terażniejszości Z... ..	115
(Archaeological „palimpsest” as a specific form of the present interacting with... — summary).....	130
<i>Dawid Kobiątka</i>	
Społeczny wizerunek archeologii — o rzeczywistości w fikcji	133
(The social face of archaeology — on reality in fiction — summary)	146
<i>Nina Schücker</i>	
The faces of Arminius: The Battle of Teutoburg Forest in the German public .	149
(Oblicza Arminiusza: Bitwa w Lesie Teutoburskim w odbiorze niemieckiej opinii pub- licznej — streszczenie)	173

OBRAZY PRZESZŁOŚCI I ICH SPOŁECZNA KONSUMPCJA

<i>Lech Czerniak</i>	
Dla kogo są wykopaliska? Profesjonaliści i społeczeństwo	177
(Who are excavations for? Professionals and society — summary)	185
<i>Anna Grossman</i>	
Społeczne oczekiwania a rzeczywiste potrzeby ochrony dziedzictwa kulturowe- go w Biskupinie.....	187
(Social expectations versus actual needs of cultural heritage protection in Bisku- pin — summary)	201
<i>Anna Grossman, Wojciech Piotrowski</i>	
Rezerwat archeologiczny w Biskupinie. Czas transformacji	205
(An open-air archaeological museum in Biskupin. A time of transformation — summa- ry)	214
<i>Jarosław M. Fraś, Marek Skubisz, Marek Materna</i>	
Osada VI Oraczy w Bochni — archeologia w służbie turystyki	217
(Osada VI Oraczy in Bochnia — archaeology in the service of tourism — summary)	227
<i>Michał Pawleta</i>	
Odległa przeszłość w życiu współczesnego człowieka. Przypadek góry Ślęży ..	231
(On the role of a [distant] past in a life of present-day people: a case study of Ślęża Mountain — summary).....	251
<i>Kostas Kasvikis, Eleutheria Theodoroudi, Aggeliki Tsopela, Kostas Kotsakis</i>	
Making alternative meanings from the past: approaches to cultural diversity in Greek museums.....	253
(Tworzenie alternatywnych znaczeń z przeszłości: różne podejścia do różnorodności kul- turowej w greckich muzeach — streszczenie)	264

<i>Piotr Maliński</i>	
Wybrane aspekty społecznego odbioru archeologii na sudańskiej prowincji. Badania etnologiczne nad ekspresją plastyczną dzieci z plemienia Manasir . . .	267
(Selected aspects of the social perception of archaeology in the Sudanese province. Ethnological surveys on artistic creativity among the Manasir children — summary) . . .	283
<i>Małgorzata Trelka</i>	
Korzyści społeczne popularyzacji archeologii na przykładzie Gdańska	287
(Presenting archaeology to benefit communities — developing Gdańsk as a case study — summary)	301
<i>Rafał Zapłata</i>	
Przeszłość w dobie technologii cyfrowych — cyfrowe oblicza przeszłości	305
(The past in the era of digital technology — the digital face of the past — summary).	320
<i>Agnieszka Mączyńska</i>	
Archeologia i media — małżeństwo z rozsądku	323
(Archaeology and the media — a marriage of convenience — summary)	330

Spółeczne korzyści popularyzacji archeologii na przykładzie Gdańska

Abstrakt: Centra Archeologiczne wnoszą ważny wkład w prezentowanie, zrozumienie i popularyzację archeologii. Ich zadaniem jest również ochrona stanowisk archeologicznych, wzbudzanie zainteresowania przeszłością i dostarczanie środków finansowych niezbędnych dla opieki nad dziedzictwem archeologicznym i jego ochrony oraz dalszego pogłębiania wiedzy na temat archeologii. W dzisiejszych czasach istnieją różne modele centrów archeologicznych: ich funkcjonowanie wynika z kontekstu historycznego, z udziału finansowego instytucji sektora publicznego i dodatkowego dochodu płynącego z wizyt odwiedzających, a także z działań komercyjnych. Pośredniczą także w łączeniu historii z lokalnym i narodowym patriotyzmem, jak również w identyfikowaniu się z dziejami regionu oraz w aktywnym wzbudzaniu zainteresowania archeologią. Centra tego typu muszą funkcjonować w sposób przyjazny dla ich użytkowników.

W niniejszym artykule postaram się wykazać, że istnieje potrzeba prezentowania archeologii i jej osiągnięć szerszemu gronu społecznemu, w tym turystom. Następnie zbadam możliwość powołania nowego Centrum Archeologicznego Pomorza Środkowego w Gdańsku, regionie charakteryzującym się dużym potencjałem historycznym, który dopiero zaczyna zdawać sobie sprawę z możliwości i znaczenia dziedzictwa kulturowego także dla turystyki.

Słowa kluczowe: archeologia społeczna, turystyka kulturowa, centra archeologiczne, archeologia a ekonomia regionu, popularyzowanie archeologii na Pomorzu Środkowym

Abstract: Heritage Centres make an important contribution to the presentation, understanding and popularisation of archaeology. They protect heritage sites, generate and produce interest in the past and provide the finances to both look after heritage and further explore it. Currently there are several models for heritage centres: they all rely on a historical setting, an input of government and public sourcing and additional income derived through visitor footfall and merchandising. They additionally serve an important function as a cohesive force in allying history with local and national pride as well as identifying and actively generating interest in archaeology. These centres have, through necessity, become increasingly user friendly and important in the recent past as private finance has become more crucial. This has led to an increasing emphasis on the sustainability (financial viability) of Heritage Centres. Any centre should in the future be sustainable whilst serving the public function of community awareness.

In this article I will try to underline the importance of presenting archaeology to a wider audience. I will also investigate the feasibility of setting up a new heritage centre in the Pomeranian region of Poland and in particular Gdańsk. This is an area of significant historical importance in a region which is only just beginning to realise the potential and importance of the heritage industry in the above terms and for tourism.

Keywords: public archaeology, cultural tourism, heritage interpretation centre, archaeology and regional economy, popularisation of archaeology in the Pomeranian region

Wstęp

Celem artykułu jest uzasadnienie potrzeby powstania Centrum Archeologicznego na Pomorzu Środkowym, jak również wskazanie elementów planu organizacyjno-finansowego dla takiego centrum. Utworzony plan będzie określał zasady ogólnego modelu powoływania i funkcjonowania tego rodzaju instytucji promujących dziedzictwo kulturowe oraz archeologiczne. Podstawowym uzasadnieniem dla istnienia centrów promocji, między innymi dziedzictwa archeologicznego, jest świadomość, że edukacja wraz z dobrze zarządzanymi dobrami kultury materialnej i niematerialnej może przynieść korzyści nie tylko społeczne, ale też ekonomiczne. W takim zakresie archeologia może mieć istotne znaczenie społeczne w XXI w., ale jest w stanie osiągnąć to tylko wówczas, gdy będzie prezentowana społeczeństwu w odpowiedni sposób (Schadla-Hall 2006, 76). Podstawą analizy przeprowadzonej w tym artykule będzie również charakterystyka korzyści społecznych wynikających z popularyzacji tej dziedziny wiedzy.

Zasoby archeologii mogą być wykorzystane w różnych dziedzinach edukacji, co warunkuje interdyscyplinarny charakter tej nauki. Stanowią one często inspirację dla artystów, pisarzy, polityków, jak również szerszego grona społecznego. W codziennym życiu często odwołujemy się do kultury materialnej z przeszłości. Pojęcie archeologii w tym artykule to więc nie tylko prahistoria, ale również zabytki nieruchome, które znajdują się nadal w użytkowaniu i mogą być badane za pomocą metod archeologicznych (Millar 1999, 3; Hendson 2001).

Przed stworzeniem wytycznych dla planu organizacyjno-finansowego przeprowadziłam badania w wybranych muzeach o potencjale turystycznym w Gdańsku i na Pomorzu Środkowym, zwłaszcza pod kątem ich atrakcyjności pod względem archeologiczno-historycznym. Moja ocena oraz krytyka skupiły się głównie na analizie jakościowej opartej na sposobach prezentacji, interpretacji i wystawiennictwie. Umożliwiła ona także zgromadzenie informacji odnoszących się do frekwencji odwiedzających w pięciu głównych muzeach Gdańska. Przedstawione wyniki badań są dość ogólne oraz ograniczone do kilku zaledwie przypadków, co uwarunkowane zostało charakterem niniejszego artykułu oraz założonymi w nim celami.

Celem zbieranych informacji była diagnoza obecnego stanu w wybranych muzeach na Pomorzu, a przygotowywany *business plan* dotyczy profesjonalnego zarządzania zasobami archeologii. Podstawą mojej analizy będzie założenie, że muzea archeologiczne oraz centra archeologiczne muszą przyjąć plany zarządzania, które można zrealizować, tzn. muzea muszą być zarządzane jako przedsiębiorstwa, przyciągające swoją ofertą odwiedzających, przy zachowaniu idei, iż pozyskiwanie funduszy nie powinno naruszać standardów opracowanych dla instytucji państwowych i publicznych (ICOM 2006, 1.10).

Artykuł ma na celu wykazanie, że archeologia może mieć pozytywny wpływ na lokalną ekonomię, a Centrum Archeologiczne na Pomorzu może przynieść wiele korzyści społeczności lokalnej poprzez podniesienie społecznego zaangażowania w ochronę dziedzictwa kulturowego, jak również w jego demokratyczne zarządzanie. Stabilne i zrównoważone zarządzanie dziedzictwem kulturowym, dostosowane do realiów rynku, ma zaś kluczowe znaczenie dla archeologii w dobie niepewnego finansowania i zmian politycznych.

Rola społeczna archeologii

Proces popularyzacji i interpretacji badań archeologicznych nie jest i nigdy nie był oderwany od politycznej tendencyjności, co bynajmniej nie zaprzecza jego naukowej wartości. Archeologią posługiwano się, aby demonstrować tożsamość narodową oraz narodziny mitów dotyczących „początków narodu”. Nacjonalizm nie może istnieć bez archeologii, ponieważ to w historii tej dyscypliny nauki nadano rangę zasobów czy dóbr kultury przedmiotom, które są również w dzisiejszych czasach przypisywane różnym przeszłym grupom społecznym (Jones 1997, 2). Taką rolę archeologii obserwować można na przykładzie wielu krajów, w szczególności na początku XX w. Przykładowo w Wielkiej Brytanii ważną rolę odgrywali wówczas archeolodzy, pracujący w tym okresie nad uzasadnieniem mitu Anglików jako nacji anglosaskiej.

W tym samym czasie rezultaty badań archeologicznych były wykorzystywane do uzasadnienia tezy o ważności Rzymian w kształtowaniu się społeczeństwa brytyjskiego, co wiązało się z przejmowaniem wartości świata klasycznego, które były przekładane na realia XIX-wiecznej Wielkiej Brytanii i wzmacniały ideę jej imperialnej pozycji w świecie (Schadla-Hall 2006, 76–77). Jako inny przykład można przywołać Europę Środkową, gdzie w dwudziestoleciu międzywojennym archeologia była narzędziem wykorzystywanym w polityce nacjonalistycznej. Zagadnienie pochodzenia i lokalizacji Prasłowian i ich praw do określonych terenów stanowiło interesującą i ważną ideologicznie broń do walki z obcą dominacją. Te nacjonalistyczne tendencje, które rozwinęły się w Europie w początku XX w., często prowadziły do inwestycji rządowych w badania archeologiczne. Jednym z lepiej znanych przykładów jest Biskupin. Stanowisko to w latach 30. zeszłego stulecia było głównym argumentem Polaków na rzecz prawa do ziem zachodnich i północnych. Było więc ono istotnym elementem propolskim w obliczu rosnącego polsko-niemieckiego konfliktu politycznego, który miał swe podłoże w terytorialnych roszczeniach III Rzeszy (Piotrowska 1997–1998, 262–265).

Popularyzowanie i prezentowanie archeologii

Spoleczna świadomość potrzeby opieki nad dziedzictwem kulturowym oraz jego ochrony jest niezmiernie istotna, jej znaczenie zostało już rozpoznane w Karcie z Burra (ICOMOS 1998). Podkreślano w niej m.in. potrzebę zachowania lokalnej wiedzy, umiejętności i tradycji, które stanowią część całościowego procesu zarządzania dziedzictwem kulturowym, w którego skład wchodzi dziedzictwo archeologiczne.

Edukacja dotycząca przeszłości powinna być rozpatrywana jako atrybut archeologii i w sytuacji, gdy adresowana jest w odpowiedni sposób, może wzbogacić współczesne i przyszłe społeczeństwo (Stone 1997, 24). Archeologia publiczna kreuje także możliwość włączenia społeczeństwa do dialogu. Można w nim stawiać określone pytania na temat przeszłości, których zadanie w innym przypadku nie byłoby możliwe.

Konieczne jest również ustanowienie bardziej przekonujących metod w celu włączenia społeczeństwa w sprawiedliwy udział w już ograniczonych zasobach dóbr

kulturowych. Poprzez zastosowanie innowacyjnych rozwiązań w ukazywaniu, jak przeszłość informuje nas o teraźniejszości, możemy zainspirować lokalnych mieszkańców do zainteresowania się archeologią, a tym samym zachęcać odbiorców do krytycznego myślenia. Jest to niezbędne przy próbach zrozumienia dzisiejszej polityki i jednocześnie tworzy współczesną świadomość społeczną.

Edukacja i przekazywanie wiedzy na temat archeologii szerszym grupom społecznym (m.in.: interpretacji jej zasobów, znaczenia i ważności) daje niespotykane efekty, które wykraczają poza tradycyjne osiągnięcia akademickie. Oczywiście jest, że archeolodzy pełnią kluczową funkcję w komunikowaniu wyników swoich badań naukowych. Autentyczność i jakość są głównymi atutami w prezentacji i sposobie, w jaki jest przekazywana wiedza o przeszłości. To nie tylko więc kwestia interpretacji przeszłości albo odpowiedzialności zawodowej, etycznej czy moralnej — jest to również istotny czynnik, który odróżnia archeologię publiczną od doświadczenia przygody, jaką oferuje przykładowo Disneyland.

Popularyzowanie archeologii wśród społeczeństwa prowadzi do zwiększenia zainteresowania ochroną dziedzictwa archeologicznego, a tym samym zminimalizowania niszczenia stanowisk, wandalizmu czy nielegalnego handlu zabytkami (Jameson 1997, 16; Smardz 1997, 101). Archeologia może mieć również korzystny wpływ na osłabianie tendencji rasistowskich i przejawów nietolerancji. Imigracja nie jest zjawiskiem nowym, poprzez interpretacje zabytków archeologicznych możemy starać się ukazać fale migracyjne i dane zabytki, pozostawione przez ludność mieszkającą w przeszłości na danych terenach. Dzięki temu współcześni imigranci mogą się czuć milej widziani. Archeologia publiczna jest więc potrzebna nie tylko dlatego, gdyż jest politycznie poprawna, ale również dlatego, iż wzbogaca naszą dyscyplinę (Marshall 2002, 9).

Istnieją różne sposoby marketingowe, które były i są wykorzystywane w celu przekształcenia rezerwatów archeologicznych, parków tematycznych czy zabytków nieruchomych w atrakcje turystyczne. Jakkolwiek są one projektowane, w proces ich powstawania muszą zostać włączone wszystkie zainteresowane grupy. Tego typu przedsięwzięcia o charakterze muzealno-rozrywkowym powinny być poddane krytyce lub akceptacji odwiedzających, bo to oni z nich korzystają.

Warto zauważyć, że istnieją także negatywne aspekty komercjalizacji archeologii, dlatego zarządzający dziedzictwem archeologicznym mają przed sobą wiele wyzwań. Jednym z nich jest ukazanie archeologii jako dziedziny odpowiadającej na potrzeby i wyzwania współczesnego społeczeństwa. Zwiększenie zysków niekoniecznie leży w interesie organizacji, które opiekują się stanowiskami archeologicznymi, muzeami oraz innymi instytucjami opieki nad dobrami kulturowymi z tego powodu, iż wzrost zysku często wiąże się ze wzrostem liczby odwiedzających, którzy mogą się przyczynić do zniszczenia substancji zabytkowej. Dlatego istnieje tu nieusuwalny konflikt pomiędzy potrzebą zachęcenia zwiedzających a zarządzaniem dobrami kulturowymi i ich utrzymaniem w charakterze ekonomicznie trwałej atrakcji (Caulton 1999, 42). Jednym ze sztandarowych przykładów jest brytyjskie stanowisko Stonehenge, gdzie dostęp do megalitów został ograniczony. W niektórych przypadkach archeolodzy decydują się na kompromis w celu osiągnięcia zrównoważonego rezultatu, z którego będą czerpać porównywalne korzyści zarówno oni, jak też społeczeństwo.

Zanim przystąpię do krytyki oferty muzealniczej w Gdańsku i regionie Pomorza Środkowego, spróbuję zdefiniować, co tworzy kulturowy produkt turystyczny. Według T. Silberga nie każde muzeum lub stanowisko archeologiczne ma odpowiedni potencjał bądź chce być atrakcją turystyczną, tak samo jak nie musi jej stanowić: „kulturowy produkt turystyczny odnosi się do: instytucji, stylu życia, potencjału, jakie ma dziedzictwo kulturowe, oraz festynów” (Silberg 1995, 362). Im lepszy produkt kulturowy, tym większe szanse na społeczno-gospodarczy rozwój regionu, a co za tym idzie, może on wpłynąć na poprawę jakości życia mieszkańców. Kryteria atrakcyjności produktu kulturowego według Silberga (1995, 362) są następujące: „postrzegana jakość produktu, świadomość, właściwa obsługa odwiedzających, trwałość, unikatowość produktu, dogodność, wsparcie i udział społeczny”.

Wybrane przykłady głównych muzeów w Gdańsku i ich oferta wizji (obrazu) przeszłości Pomorza

a) Muzeum Archeologiczne w Gdańsku (MAG)

Muzeum Archeologiczne w Gdańsku zarządza Grodziskiem w Sopocie, oddziałem w Gniewie oraz Centrum Edukacji Archeologicznej „Błękitny Lew”. Muzeum znajduje się przy ulicy Mariackiej w jednej z bardziej malowniczych części gdańskiej starówki. Ze względu na urokliwy charakter tego miejsca oraz jego popularność ulicę Mariacką odwiedza bardzo dużo osób. Lokalizacja ta jest więc oczywistym atutem. Zaskakującym faktem jednak jest to, że roczna frekwencja odwiedzających muzeum jest bardzo niska (zob. tab. 1), z pewnością dlatego, że oferta muzeum nie wydaje się atrakcyjna ani dla turystów odwiedzających Gdańsk, ani dla jego mieszkańców.

Pierwszą ekspozycję, którą się zwiedza, będąc w MAG, stanowi wystawa sudańska o charakterze etnograficznym. Głównym celem tej ekspozycji jest przekazanie wiedzy o codziennym życiu we współczesnej sudańskiej wsi. Muzeum prowadzi badania archeologiczne na terenie Sudanu, w związku z czym wyeksponowano artefakty sudańskie. Następnie zwiedza się wystawę przedstawiającą pradzieje Pomorza Środkowego, która nie zmieniła się od dziesiątek lat. Gabloty z takimi przedmiotami, jak neolityczne narzędzia i inne zabytki z epoki kamienia, nie mają podpisów zawierających podstawowe informacje na ich temat, nie wspominając już o ich interpretacji, która mogłaby ułatwić zrozumienie zastosowania tych przedmiotów w przeszłości. W muzeum istnieje również kilka wystaw czasowych, które są bardzo proste, ale mają wysoki stopień informatywności, na przykład wystawa poświęcona archeologicznym badaniom ratowniczym na autostradach lub historii bursztynu na przestrzeni wieków.

Podczas mojej wizyty w Muzeum w 2008 r. można było zwiedzać ekspozycje o niejednolitym poziomie prezentacji, niektóre z nich nie spełniały dzisiejszych standardów w muzealnictwie. Interpretacja oraz wystawiennictwo jest centralną funkcją muzeum, brak zaś niezbędnych aktualizacji wystaw, które spełniałyby podstawowe zasady, jest niezgodny z „Kodeksem Etyki dla Muzeów” (ICOM). Potencjał, jaki ma oddział przy

ulicy Mariackiej, jest więc niewykorzystany, gdyż nie zapewnia on społeczeństwu ciekawej i atrakcyjnej oferty.

b) Muzeum Morskie w Gdańsku

Muzeum Morskie jest największą tego typu placówką w Polsce. Mieści się w pomieszczeniach o znaczącej w skali międzynarodowej randze. Budynki, którymi zarządza, należą do ośmiu różnych wydziałów i niektóre z nich są najbardziej znanymi historycznymi budowlami w Trójmieście, jak przykładowo Wielki Żuraw czy Spichlerze, stanowiące część gdańskiego historycznego układu urbanistycznego. Muzeum Morskie sprawuje również pieczę nad historycznymi statkami i latarniami morskimi.

Główną misją tej placówki jest wspieranie ochrony oraz promocji zabytków marynistycznych, związanych z historią Gdańska, jak również ukazanie zmian w polityce morskiej, gospodarce, technice oraz kulturze poprzez dokumentowanie i popularyzowanie tradycji marynistycznych w Polsce, a także pokazanie społeczeństwu zabytków archeologicznych, odkrytych przez pracowników Oddziału Archeologii Podwodnej. Wystawy, które udostępniono zwiedzającym w różnych oddziałach muzeum, są dobrze przedstawione dzięki zastosowaniu wizualizacji materiałów archeologicznych, takich jak modele zrekonstruowanych stanowisk archeologicznych, rysunki, interaktywne obrazy zabytków pradziejowych w formie komputerowej itd. Gabloty zostały oznakowane w czytelny sposób, informacje zaś przetłumaczono na język angielski. Dodatkowo w każdej galerii dostępny jest opis tematu poszczególnych sal wystawowych, w różnych językach, w formie wydrukowanych laminowanych arkuszy papieru. Ponadto muzeum koncentruje się na programach zachęcających lokalną społeczność do wzięcia udziału w ofercie edukacyjnej, skierowanej głównie do dzieci w wieku szkolnym oraz do młodzieży.

c) Muzeum Historii Gdańska

Zarządza ono najbardziej prestiżowymi budynkami w Gdańsku o charakterze świeckim, do których należą: Ratusz, Dwór Artusa, Dom Uphagena, Muzeum Bursztynu, Muzeum Poczty Gdańskiej i warownia Westerplatte. Ratusz jest budowlą gotycko-renesansową, której wnętrze jest bogato przyozdobione unikalnymi w stylu obrazami, a także meblami w stylu gdańskim, które odzwierciedlają złożoność historii tego miasta. Dwór Artusa z kolei położony jest w obrębie starówki. Jest to najstarszy budynek stojący, związany z legendą arturiańską, ma on wspaniałe dekoracje i służył pierwotnie jako miejsce spotkań bractwa, które gromadziło współczesne elity miasta oraz gości — królów, szlachtę, a także kupców (Cieślak, Biernat 1985, 368).

Natomiast pochodzący z XVIII w. Dom Uphagena był własnością kupca. Został odbudowany 10 lat po zakończeniu II wojny światowej z ideą przywrócenia mieszkańcom Gdańska jego wnętrza jako muzeum. Stanowi on jednocześnie bardzo ciekawy przykład prac renowacyjno-konserwatorskich, mających na celu odzwierciedlenie klimatu wnętrza okresu XVIII w. (Mamuszka 1972, 20). W Domu Uphagena mieszczą

się różne wystawy, zlokalizowane zwłaszcza w salach znajdujących się na wyższych piętrach kamienicy. Jedną z bardziej interesujących jest ekspozycja poświęcona losom antyków zrabowanych i nielegalnie wywiezionych z kraju podczas II wojny światowej. Muzeum udało się odzyskać niektóre przedmioty, o czym pracownicy uprzejmie informują odwiedzających, tłumacząc, które obiekty z poszczególnych pomieszczeń zaginęły w czasie II wojny światowej. Przewodnicy oprowadzający w muzeum znają historię skradzionych przedmiotów i z chęcią o niej opowiadają. Jeden z nich wyraził nadzieję, że uda mu się pracować w przyszłości we w pełni zrekonstruowanych pokojach.

Muzeum Historii Miasta Gdańska ma w swojej ofercie ciekawe programy edukacyjne, które skierowane są do lokalnej społeczności, zwłaszcza młodzieży szkolnej. Interaktywne programy edukacyjne okazały się sukcesem, dlatego niedawno rozszerzono ofertę i umożliwiono rezerwację programów edukacyjnych dla szkół z całego kraju, również w czasie letnich wakacji. Muzeum zachęca miejscowe dzieci i młodzież, które odwiedziły je w ramach obowiązkowych zajęć szkolnych, do udziału w wakacyjnych warsztatach wraz z rodzicami.

Ponadto sezonowe imprezy rodzinne są częścią całorocznej oferty edukacyjnej. Muzeum Historii Miasta Gdańska niedawno otwarło sale, które są wyposażone w urządzenia multimedialne przeznaczone specjalnie dla celów edukacyjnych i poprawienia standardu warsztatów praktycznych.

d) Muzeum Narodowe w Gdańsku

Muzeum Narodowe w Gdańsku mieści się w zabytkowym klasztorze Franciszkanów z XV w. Budynek ten jest średniowiecznym przykładem gotyckiego zespołu klasztorowego (Cieślak, Biernat 1985, 608). Jego wnętrze zawiera późnogotyckie rzeźby, ołtarze i dzieła anonimowych artystów. Prezentowane są tam typowe dla regionu zabytki z XIV–XIX w., między innymi dzieła złotnictwa, ceramika oraz meble. Najbardziej znaczącą pozycję w kolekcji średniowiecznych arcydzieł stanowi *Sąd Ostateczny* Hansa Memlinga.

Muzeum w swych kolekcjach posiada interesujące i unikatowe eksponaty. Jedną z ciekawych wystaw jest historia porcelany w Gdańsku, na której eksponowane są zabytki w uporządkowany sposób, zgodnie z ich pochodzeniem z poszczególnych warsztatów. Są to wyjątkowe zbiory sztuki, które wymagałyby jednak lepszej prezentacji i właściwej ekspozycji. Gabloty są oznakowane tekstami informacyjnymi, pisanymi bardzo małą czcionką i tylko w języku polskim, w przeciwieństwie do innych muzeów w Gdańsku, które są bardziej przyjazne dla zagranicznych turystów.

Podczas mojej wizyty w muzeum zauważyłam tylko jedną grupę dzieci szkolnych; poza tą wycieczką nie było innych gości. Niska frekwencja ma jednak przyczyny, gdyż zwiedzający może wyczuć bardzo formalną atmosferę, a obsługa śledzi każdy krok, traktując go jak potencjalnego „złodzieja starożytności”.

Muzeum Narodowe w Gdańsku jest prowadzone w sposób, który bynajmniej nie zachęca odwiedzających do powrotu. Pracownicy nie są przeszkoleni w zakresie interakcji ze zwiedzającymi. Na stronie internetowej zamieszczono jednak następujące

oświadczenie: „zrezygnowaliśmy z tradycyjnej formy oprowadzania po galeriach, jako nieefektywnego i odstrasżającego sposobu pokazywania wyjątkowych zbiorów”¹. W swojej ofercie edukacyjnej instytucja ta umieściła: lekcje muzealne, warsztaty, wykłady, seminaria i konkursy. Muzeum nie prowadzi sprzedaży pamiątek, publikacji adekwatnych do kolekcji, jakkolwiek przy kasie można nabyć przewodnik po obiekcie.

e) Muzeum Miasta Gdyni

Nowe Muzeum Miasta Gdyni zostało oddane do użytku publicznego w 2007 r. i mieści się w budynku wykonanym i zaprojektowanym specjalnie dla tego celu. Dwa piętra są przeznaczone na wystawy tematyczne obejmujące wszystkie aspekty historycznego dziedzictwa miasta, począwszy od jego pradziejów do założenia Gdyni w 1926 r.

W placówce tej widać nowoczesne podejście do wystawiennictwa, można skorzystać z licznych materiałów interaktywnych oraz prezentacji multimedialnych, które w interesujący sposób angażują zwiedzających w poznawanie przeszłości Gdyni, poprzez wykorzystanie najnowszych trendów w dziedzinie wystawienniczej i konserwatorskiej. Muzeum Miasta Gdyni składa się z dwóch niewielkich oddziałów znajdujących się w Centrum Kultury i Rozrywki Gdynia oraz Domu Abrahama. Pracownicy nowo wybudowanego gmachu są dobrze wyszkoleni w zakresie obsługi zwiedzających. Zachęcający jest również system sprzedaży biletów, pozwalający na darmowe wizyty w każdy piątek. Pomimo że to naprawdę znakomite muzeum próbuje zaangażować w swoją działalność lokalne społeczności, liczba zwiedzających jest w nim nadal bardzo niska.

f) Szlak zamków krzyżackich²

Zamek w Malborku jest unikalny w skali światowej. Znajduje się on na trasie zamków krzyżackich. Zespół tych obiektów jest niewątpliwie jednym z najważniejszych atutów turystyki historycznej w regionie pomorskim, który przedstawia średniowieczne dziedzictwo kulturowe pod względem architektury obronnej i myśli filozoficznej tego okresu. Do dnia dzisiejszego na Pomorzu Środkowym w dobrym stanie zachowało się pięć zamków gotyckich w: Bytowie, Człuchowie, Nowem, Gniewie i Kwidzynie. Wstępnie zaplanowana trasa zamków krzyżackich stwarza interaktywne doświadczenie kulturalne, otwierając tym samym możliwości dla różnorodnych przedsięwzięć i atrakcji turystycznych, takich jak wiernie odtworzone stroje historyczne, demonstracje kulinarne i — co najważniejsze — malownicze krajobrazy. Dodam, iż zamek w Malborku jest wpisany na listę światowego dziedzictwa UNESCO, regularnie otrzymuje znaczne dofinansowanie z funduszy europejskich i „EEA Grants Norway”³.

¹ Za: <http://www.muzeum.narodowe.gda.pl/mod.php?dz=45&query=%0D>, dostęp 02.02.2010 r.

² Źródło: linki i informacje na temat szlaku Krzyżackiego znajdują się pod adresem: <http://www.zamkigotyckie.org.pl>, dostęp: 02.02.2010 r.

³ Źródło: <http://www.zamek.malbork.pl/index.php?p=informacje&aid=60>, dostęp: 10.05.2010 r.

Muzeum ma bardzo rozwiniętą ofertę, z której mogą skorzystać dzieci, młodzież oraz osoby o szczególnych potrzebach edukacyjnych. W jej skład wchodzi nie tylko zajęcia dydaktyczne dla grup szkolnych, ale również Młodzieżowe Koło Przyjaciół Zamku, które organizuje cotygodniowe spotkania oraz wiosenne i letnie gry i warsztaty edukacyjne. Ciekawą metodą zaangażowania młodych osób w poznanie historii zamku krzyżackiego jest „Wyprawa rycerska”. Stanowi ona interaktywny rodzaj gry historycznej, podczas której uczestnicy w małych grupach zwiedzają tereny zamkowe i w atmosferze odkrywania i przygody rozwiązują szereg zadań i zagadek.

Jednak nie wszystkie muzea zamkowe dysponują tak doskonałą ofertą, jak zamek w Malborku. Przykładowo Muzeum Zachodnio-Kaszubskie w Bytowie nie posiada oddziału edukacyjnego, zajmującego się aspektami dydaktycznymi⁴. Placówka ta na swojej stronie internetowej zawarła następujące oświadczenie: „dopiero w 2005 roku archeologia znalazła się w obszarze zainteresowań badawczo-ekspozycyjnych muzeum. Stąd kolekcja zgromadzonych zabytków nie prezentuje się zbyt okazale”.

Podczas mojej wizyty w 2006 r. można było zwiedzać ekspozycję etnograficzną, jedyną wystawę w ofercie muzealnej, która mieści się w sześciu salach przeznaczonych do prezentacji zabytków, dotyczących kultury materialnej Kaszub oraz sztuki ludowej Kaszub i Pomorza (do dziś jest to jedyna stała wystawa w muzeum). Sale są wypełnione narzędziami i sprzętami dokumentującymi stan kultury materialnej południowo-zachodniej części Kaszub, od rolnictwa po zajęcia pozarolnicze, w tym rzemiosło i przedmioty codziennego użytku domowego. Nagromadzenie zabytków i sposób, w jaki zostały one wyeksponowane, może przytłoczyć zwiedzającego ilością nieusystematyzowanych informacji; uwagi te dotyczą także informacji o ekspozycjach. Sposób prezentacji zabytków wymagałby unowocześnień, chociaż — z drugiej strony — jego tradycyjność może być też elementem edukacji jako przykład dający możliwość poznawania niestosowanych obecnie form wystawienniczych.

Analiza danych

Przedstawione powyżej muzea różnią się pod względem oferty dydaktycznej, ekspozycji zabytków, informatywności oraz liczby odwiedzających (tab. 1). Muzeum w Gdyni ma nowoczesne rozwiązania kuratorskie, jakkolwiek dane statystyczne wskazują na bardzo niską frekwencję odwiedzających, czego przyczyną może być brak odpowiedniego marketingu oraz stosunkowo krótki okres istnienia tej placówki.

Atrakcyjność powyżej wymienionych instytucji jest związana ze sposobem ich zarządzania, w niektórych jednostkach muzealnych priorytetem jest przyciągnięcie jak największej liczby odwiedzających, który to czynnik nie stanowi bynajmniej gwarancji organizowania wystaw o najwyższym jakościowo poziomie. Przykładowo ciekawą ofertę dla odwiedzających prezentuje Muzeum w Malborku, jakkolwiek mniejsze muzea, które znajdują na peryferiach szlaku zamków krzyżackich (na przykład Bytów), nie są zarządzane w sposób, który umożliwiłby im lepszą promocję przeszłości Pomorza. Nie

⁴ Źródło: Muzeum Zachodnio-Kaszubskie w Bytowie, kancelaria; informacja ustna (10.05.2010 r.)

Tabela 1. Liczba odwiedzających w wybranych muzeach na Pomorzu Środkowym*

	Liczba odwiedzających w latach			
	2004	2005	2006	2007
Muzeum Miasta Gdynia — ogólna liczba odwiedzających	98 256	33 716	35 075	31 880
Muzeum Archeologiczne w Gdańsku				16 581
Zamek w Gniewie			28052	29 503
Grodzisko w Sopocie				16 760
Muzeum Archeologiczne w Gdańsku — ogólna liczba odwiedzających			64 791	62 844
Muzeum Morskie w Gdyni — ogólna liczba odwiedzających			223 270	500 000
Muzeum Narodowe w Gdańsku — ogólna liczba odwiedzających		118 049	132 817	120 965
Muzeum Historyczne Miasta Gdańsk		164 087	194 731	239 564
Ratusz Głównego Miasta		65 016	53747	79 286
Dom Uphagena		24 584	27283	23 128
Dwór Artusa		49 068	30050	36 675
Westerplatte		31 303	28522	33 510
Muzeum Bursztynu			55314	62 750
Muzeum Historyczne Miasta Gdańsk — ogólna liczba odwiedzających we wszystkich oddziałach muzeum		372 886	389462	479 128
Wizyty w muzeach w województwie pomorskim: ogólna liczba odwiedzających		1 639 670	1 901 959	2 049 596

* Źródło: Gdańskie Biuro Statystyczne Kruszyńska. Informacja ustna (10.05.2008 r.)

we wszystkich placówkach równie dobrze prowadzona jest obsługa odwiedzających. Aby zmniejszyć różnice w poziomie wystawiennictwa i obsługi zwiedzających, można by wprowadzić system standaryzacji, czyli akredytacji dla muzeów, który mógłby monitorować standardy ekspozycji zabytków, opisów gablot wystawowych, konserwacji kolekcji oraz pozostałych aspektów muzealnictwa.

Na podstawie danych statystycznych, dotyczących liczby gości w wybranych muzeach, możemy stwierdzić, że frekwencja jest bardzo niska. Na przykład trzy „atrakcje”, wchodzące w skład Muzeum Archeologicznego w Gdańsku, mają mniejszą liczbę odwiedzających w skali roku niż Muzeum Bursztynu (62 750 zwiedzających w 2007 r.)⁵. Dla porównania, Sutton Hoo Visitors Centre, położone w znacznej odległości od infrastruktury miejskiej we wschodniej części Wielkiej Brytanii, przyciągnęło

⁵ Źródło: Muzeum Narodowe w Gdańsku, sekretariat; informacja ustna (maj 2008 r.).

100 000 osób⁶. Natomiast liczba odwiedzających Muzeum Archeologiczne w Gdańsku wynosi jedynie 16 000 osób. Liczby te wskazują, moim zdaniem, na problemy polskiej archeologii i jej społecznego funkcjonowania.

Uzasadnienie budowy Centrum Archeologicznego

W poprzednich rozdziałach próbowałam uwidocznic potrzebę popularyzowania archeologii i udostępniania jej wyników społeczeństwu. Wszystkie wyżej wymienione ośrodki muzealne pełnią ważną funkcję w umacnianiu tożsamości regionalnej, tradycji kulturowej i wiedzy o lokalnej przeszłości. Odpowiedzialnością za takie zadania obarcza się instytucje sektora publicznego, z rządowym wsparciem na różnych szczeblach. Tworzą one miejsca pracy, mają bezpośredni wpływ na wzrost dochodów państwa z podatków, a także przyczyniają się do zróżnicowania gospodarki. Nie ma wątpliwości, że aby informacje o dziedzictwie kulturowym, w tym dziedzictwie archeologicznym Gdańska, mogły efektywnie trafić do odbiorców, powinny być komunikowane w sposób przystępny, poprzez zastosowanie najnowszych technik oraz trendów, wykorzystywanych w jego promocji. Wstępne badania rynku przeprowadzone na przykładzie Muzeum w Gdańsku ukazują, że obecnie sektor ten podlega powolnym zmianom, zachodzącym w kierunku wychodzenia z prezentacją archeologii ku szerszemu gronu społecznemu.

Z pewnością Gdańsk ma olbrzymi potencjał w zakresie dziedzictwa kulturowego, jednak takie aspekty, jak komercjalizacja, wzrost liczby odwiedzających i stabilność finansowa, wymagają pilnych działań w tym zakresie. Nowe Centrum Archeologiczne wniosłoby różnorodność w sposoby prezentacji i interpretacji archeologii Pomorza Środkowego poprzez zastosowanie alternatywnych rozwiązań wobec często przestarzałych praktyk, wykorzystywanych obecnie (por. przedmiot mojej krytyki wyżej). Projekt nowego centrum dla zwiedzających miałby angażować nie tylko specjalistów, lecz również społeczność w dostarczaniu elementów zrównoważonego zarządzania dziedzictwem, które konsekwentnie zainspirowałoby zmiany w jego prezentacji, jak również rodziłoby zainteresowanie ochroną i zachowaniem wiedzy o przeszłości.

Istnieją dwa główne powody dla zbudowania nowego Centrum Archeologicznego. Po pierwsze, są to czynniki społeczne i kulturowe, polegające na: promocji korzyści płynących ze świadomości przeszłości regionu, podjęciu konstruktywnego zarządzania krajobrazem historycznym, jego konserwacją oraz ochroną, a także zapewnieniu zrównoważonego rozwoju turystyki. Po drugie, korzyści ekonomiczne, polegające na wspieraniu rozwoju przedsiębiorczości. Przed rozpoczęciem budowy centrum ważne jest ustalenie, czy potrzebne jest istnienie tegoż ośrodka, oraz upewnienie się, że lokalne władze, jednostki ochrony dziedzictwa oraz społeczności lokalne zostaną włączone w prowadzone w nim działania.

⁶Zgodnie z danymi National Trust Annual Report 04/05. Źródło: Internet: http://www.national-trust.org.uk/main/annual_report_0405_web_final1.pdf, dostęp: 29.05.2008 r.

Pomorze Środkowe wraz z Gdańskiem, miastem wojewódzkim, liczy obecnie 2,2 miliona mieszkańców⁷, istnieje więc w tym rejonie potencjalny rynek dla turystyki kulturowej. Rozwinęła się ona szczególnie w ostatnich latach za sprawą relatywnie taniego transportu oraz panującej ogólnie tendencji do korzystania z więcej niż jednego urlopu w roku. Jest to zjawisko spotykane szczególnie w krajach Europy Zachodniej, ale również w innych częściach świata (Millar 1999, 11). Według ostatnich danych statystycznych w roku 2007 muzea w regionie Pomorza Środkowego odwiedziło 2,1 miliona osób⁸. Dlatego władze lokalne oraz Regionalne Biuro Rozwoju Turystyki rozpoznało „niszę” na rynku i podejmuje w związku z tym wspomnianą wyżej inicjatywę.

Przegląd inwestycji

Centrum Archeologiczne powinno mieścić poruszającą wyobraźnię wystawę na temat przeszłości regionu Pomorza, jak również pełnić funkcje przewodnika po stanowiskach archeologicznych oraz szlakach kulturowych tego obszaru. W ten sposób mogłoby wpływać na popularyzację i promocję historii regionu, zwłaszcza poprzez udostępnienie informacji, wykorzystując interaktywne i innowacyjne metody komunikacji. Może to być osiągnięte poprzez wykreowanie doświadczenia kulturowego odkrycia z elementami przygody, które będą przyciągały odwiedzających i wpływały na rozwój usług pomocniczych, mających na celu promocję regionu. Nowe centrum znajdowałoby się w tętniącej życiem, turystycznej części Gdańska, w jego skład wchodziłyby też miejsca przeznaczone dla celów komercyjnych, jak sklep czy restauracja.

Proponowane Centrum udzielać będzie informacji na temat dostępu do atrakcji turystycznych, które są zazwyczaj pomijane przez odwiedzających, czego częstą przyczyną jest brak odpowiednich funduszy, pozwalających na prawidłowe zarządzanie danym obiektem lub stanowiskiem, jak również umożliwiających jego profesjonalną konserwację. Poprzez sprawne dostarczanie usług mających na celu poprawienie orientacji oraz informacji odwiedzający będą mieli możliwość zwiedzania stanowisk mało znanych. Centrum będzie przystosowane również do różnego rodzaju odbiorców; miałyby ono zaangażować grupy społeczne i zwiększyć dostępność, czy to pod względem finansowym, czy intelektualnym lub społecznym. Konsekwentnie polepszy to rozwój turystyki w regionie pomorskim.

Tym samym Centrum mogłoby realizować cele postawione przez Urząd Turystyki Województwa, mianowicie popularyzację nieznanego dziedzictwa poprzez zintegrowane zarządzanie turystyką w regionie oraz kontrolę jej wpływu na środowisko i okolicznych mieszkańców. Zmniejszy to nacisk turystyczny na starówkę Gdańska i umożliwi wypoczynek w okolicach wiejskich. Placówka ta tworzyłaby unikalne podejście do interpretacji dziedzictwa kulturowego oraz stosowałaby innowacyjne formy prezentacji trudnych zagadnień historii oraz kwestii spornych, jak np. polsko-niemieckie

⁷ Za: http://www.woj-pomorskie.pl/Pages/Lang/pl/Article/wojewodztwo_pomorskie_o_regionie.html, dostęp: 07.06.2008 r.

⁸ Źródło: Gdańskie Biuro Statystyczne Kruszyńska; informacja ustna (10.05.2008 r.).

dziedzictwo kulturowe, w tym kwestie tożsamości oraz kontynuacji/dyskontynuacji kulturowej, czy służyłaby wzmocnieniu poczucia przynależności regionalnej wśród lokalnych społeczności. Centrum odzwierciedlałoby cechy charakterystyczne dla regionu również poprzez zaangażowanie lokalnych artystów w proces jego projektowania. Promowałoby też prace artystów, które byłyby dostępne w sprzedaży w sklepie mieszczącym się w budynku.

Projekt ten stanowiłby przedmiot dotacji, o której przyznanie należałoby się ubiegać w ramach funduszu inwestycyjnego, pochodzącego z Unii Europejskiej; projekt angażowałby również środki lokalne oraz sponsoring. Roczne dofinansowanie z budżetu wynosiłoby 40% kosztów bieżących, pozostałe 60% pochodziłoby ze środków pozabudżetowych, komercyjnych działań, takich jak catering czy sklep.

Centrum miałoby umożliwić:

- 1) doświadczenie oraz poznawanie przeszłości regionu pomorskiego i podnoszenie świadomości na temat znaczenia otaczającego krajobrazu archeologicznego;
- 2) pomoc w zrozumieniu wartości kulturowych regionu oraz jego wyjątkowej wagi w skali polskiej czy europejskiej;
- 3) zaangażowanie społeczności lokalnych w demokratyczne zarządzanie lokalnym dziedzictwem poprzez rekrutację wolontariuszy oraz stworzenie możliwości stażu pracy, jak również miejsc pracy w rozwijającym się sektorze dziedzictwa kulturowego; wspieranie entuzjazmu u dzieci, jak również budzenie poczucia współwłasności i odpowiedzialności wobec lokalnego krajobrazu historycznego;
- 4) angażowanie osób odwiedzających przez dobrze wyszkolonych pracowników obsługi w poznawanie zagadnień związanych z przeszłością regionu (dziedzictwem materialnym i niematerialnym) poprzez wykorzystanie ciekawych i oryginalnych form ekspozycji, technik multimedialnych, wycieczek z przewodnikiem oraz innych imprez (Middleton, Hawkins 1998, 115).

Główne cele edukacyjne dla postulowanego Centrum Archeologicznego

Zadaniem Centrum powinno być komunikowanie treści kulturowych oraz spełnianie funkcji edukacyjnych dotyczących archeologii i historii regionu pomorskiego. Interpretacja przeszłości regionu mogłaby zostać oparta na wiedzy pochodzącej z badań Muzeum Archeologicznego w Gdańsku, Muzeum Historii Miasta Gdańska, Muzeum Narodowego w Gdańsku, Muzeum Morskiego w Gdańsku oraz innych placówek tego typu. Uzyskana wiedza stanowiłaby rezultat współpracy z lokalnymi muzeami w zakresie „Ustawy o ochronie i opiece nad zabytkami” z 2003 r., która zakłada, że w zakresie obowiązków, zarówno państwa, jak i właściciela obiektu, wchodzi również popularyzowanie i upowszechnianie wiedzy o zabytku oraz jego znaczeniu dla historii i kultury. Cel ten może zostać osiągnięty poprzez prezentację filmów, wykłady, prelekcje, zapewnienie dostępu do map, książek specjalistycznych, przewodników oraz udzielanie informacji ustnej. Nawiązana zostanie współpraca z muzeami w regionie, jak również innymi organizacjami zarządzającymi dziedzictwem kulturowym. Centrum zapewni

szkołom informacje na temat aktualnych wydarzeń, mających miejsce w regionie (w zgodzie ze szkolnym programem nauczania); będzie również pośredniczyć w organizowaniu szkolnych zajęć plenerowych w postaci wizyt w wybranych obiektach dziedzictwa kulturowego.

W procesie edukacyjnym ważną rolę będzie odgrywać angażowanie lokalnych mieszkańców oraz stowarzyszeń do udziału w różnych programach, mających na celu dotarcie do określonych grup społecznych, np. współpraca z popularnym Gdańskim Uniwersytetem Trzeciego Wieku, uczelnią skierowaną do dojrzałych odbiorców, którzy chcą poszerzyć swoje horyzonty oraz wiedzę. Odwiedzający będą mieli również możliwość uzyskania informacji w językach obcych, dostępnych w formie audioprzewodników oraz wydrukowanych broszur i folderów, a także w przypadku osób niewidomych pisanych w alfabecie Braille'a.

W celu ustalenia optymalnej oraz efektywnej komunikacji z potencjalną publicznością przeprowadzone zostaną badania sondażowe rynku. Oferta edukacyjna i komercyjna Centrum będzie poddawana ciągłej ocenie i zmianom, zgodnie z zainteresowaniami i wymogami osób je odwiedzających. Decydującym elementem określenia potrzeb gości będzie przeprowadzenie sondaży opinii publicznej, które uwzględnią zmiany ekonomiczne oraz zapotrzebowanie na określony rodzaj wiedzy.

Aby osiągnąć wyżej wymienione cele, Centrum winno działać we współpracy z samorządem lokalnym, Wydziałem Kultury i Sportu, jak również urzędami odpowiedzialnymi za realizację i wdrażanie planów dotyczących turystyki kulturowej tzn.: programów finansowanych przez Unię Europejską, których celem jest rozwój i doskonalenie umiejętności oraz dostosowanie się do norm i standardów, niezbędnych do funkcjonowania w konkurencyjnym środowisku sektora dziedzictwa kulturowego.

Zakończenie

W przedstawionym artykule dokonałam analizy jednego z ważnych aspektów popularyzowania archeologii. Materialne i niematerialne ślady przeszłości mają określoną wartość w naszym życiu, często jednak ludzie nie są w pełni świadomi ich potencjału. Jak pokazuje przykład Gdańska i Pomorza Środkowego, dobrze prezentowane i interpretowane dane dotyczące dziedzictwa kulturowego mogą stanowić jeden z najważniejszych elementów reklamy lokalnych osiągnięć, ponieważ to one decydują o oryginalności i kontraście pomiędzy różnymi kulturami.

Nie mam wątpliwości, iż aby skutecznie zarządzać atrakcjami turystycznymi, których podstawą jest dziedzictwo kulturowe, oraz jednocześnie odnieść sukces w tym zakresie, trzeba zastosować podobne zasady, jakie istnieją w świecie komercyjnym. Archeologia jest w stanie w określonym stopniu zarobić na sobie na rynku konkurencyjnych usług, uzyskany zaś w ten sposób profit może zostać spożytkowany na wspieranie różnych projektów czy badań naukowych, konserwację zabytków oraz popularyzację archeologii. Cel ten jednak może zostać osiągnięty tylko wówczas, kiedy atrakcje o potencjale turystycznym będą udostępniane jako „produkt w pełnym pakiecie”, w połączeniu z wytworami tradycyjnej sztuki, obiektami gastronomicznymi oraz sprzedają

detaliczną. W takim przypadku zwiedzanie przekształca się w formę kulturowego wypoczynku, dającego zadowolenie, wpisuje się jednocześnie we współczesną kulturę masową, kulturę przyjemności i jej oczekiwania.

BIBLIOGRAFIA

- Cieslak E., Biernat C. 1985. *Historia Gdańska*, Gdańsk.
- Caulton T. 1999. Concept development, (w:) *Heritage visitors attractions: an operations management perspective*, red. A. Leask, I. Yeoman, New York, s. 39–53.
- ICOMOS. 1998. *The Burra Charter*, Internet: <http://www.icomos.org/australia/burra.html>, dostęp: 02.02.2010 r.
- ICOM. 2006. *Kodeks Etyki dla Muzeów*, Internet: <http://icom.museum/codes/poland.pdf>, dostęp: 27.02.2008 r.
- Hendson D. 2001. People and place, (w:) *History Today*, Internet: <http://www.britarch.ac.uk/educate/people.html>, dostęp 27.02.2008 r.
- Jameson J.H. 1997. *Presenting archaeology to the public*, Walnut Creek.
- Jones S. 1997. *The archaeology of ethnicity: constructing identities in the past and present*, London.
- Mamuszka F. 1972. *Droga królewska*, Wrocław.
- Marshall Y. 2002. *What is community archaeology*, "World Archaeology" t. XXXIV(2), s. 211–219.
- Middleton V., Hawkins R. 1998. *Sustainable tourism: a marketing perspective*, Eastbourne.
- Millan S. 1999. An overview of the sector, (w:) *Heritage visitors attractions: an operations management perspective*, red. A. Leask, I. Yeoman, New York, s. 1–22.
- Piotrowska D. 1997–1998. *Biskupin 1933–1996: archeology, politics and nationalism*, „Archaeologia Polona” t. XXXV–XXXVI, s. 255–285.
- Schadla-Hall T. 2006. *Public archaeology in the twenty-first century*, (w:) *A future for archaeology: the past in the present*, red. R. Layton, S. Shennan, P. Stone, London, s. 75–82.
- Silberg T. 1995. *Cultural tourism and business: opportunities for museums and heritage sites*, "Tourism Management" t. XVI(5), s. 361–365.
- Smardz E. 1997. *The past through tomorrow: interpreting Toronto's heritage to a multicultural public*, (w:) *Presenting archaeology to the public*, red. J.H. Jameson, Walnut Creek, s. 101–113.
- Stone P. 1997. Presenting the past: a framework for discussion, (w:) *Presenting archaeology to the public*, red. J.H. Jameson, Walnut Creek, s. 23–34.

Małgorzata Trelka

PRESENTING ARCHAEOLOGY TO BENEFIT COMMUNITIES – DEVELOPING GDAŃSK AS A CASE STUDY

(summary)

Archaeology analyses the surviving remnants of material culture from the past, this paper explains how the presentation of heritage centres can have a beneficial effect on contemporary life by enhancing community awareness of the past and hence their identity. It shows that well-presented and interpreted heritage sites can be the most important selling point of a locality, since they define the area's originality. This requires the successful management of heritage attractions and it is argued that this can only be achieved by implementing similar rules to those prevailing in the commercial world, that is financial viability.

In particular the purpose of this article is to explore the possibility of developing a sensible business plan for a Heritage Information and Interpretation Centre in Gdańsk. It initially tackles this by investigating

and developing general models for heritage centres and looks critically at how history and archaeology are currently presented to the public in the Pomeranian region through a critique of local museums. The paper also provides a detailed analysis of how well-presented archaeology can have a positive impact on local economies. It also shows that an intelligently conceived Heritage Information and Interpretation Centre could be beneficial to the feeling of cultural identity for the communities of the Gdańsk region. It suggests that this would be achieved since the heritage centre would increase community engagement in the stewardship of cultural site preservation and they would gain a sense of involvement and participation through democratic site management and hence a direct and personal link with their own past.

This paper argues that an enhanced presentation of archaeology can bring benefits to local communities as well as enhancing national identities. However, it reminds the reader that there are dangers if archaeology is misused, and this paper uses various examples to demonstrate how archaeology has been misused and manipulated in the past, in particular to produce a false identity of the origins and myths of different nations.

The preservation of evidence from the past can only be achieved with the cooperation of the local community and this — it is argued — requires enhanced local awareness and can only be accomplished by demonstrating to the public the importance of archaeology, a direct result of a well-grounded heritage centre. These aims can be achieved by engaging local communities and encouraging them to participate in heritage management and interpretation so that they can develop the relevant knowledge, skills and ownership, which can consequently lead to taking care of their heritage. Clearly, a common narrative can bring people together and develop among the communities a sense of place as well as an identity and local pride.

There are different approaches to presenting archaeology to the public. Community archaeology creates opportunities to encourage questions to be asked about the past that would not otherwise be considered. By inspiring local communities to explore archaeological remains in a different light and to think in new ways about how the past informs them, they are encouraged to use critical thinking. This is crucial in understanding current politics, therefore making for better citizens.

Before applying theory to practice in the Gdańsk based example, a detailed exploration through market research and critique of Pomeranian museums and heritage attractions in terms of presentation, interpretation and display was performed on the following case studies: Gdańsk Archaeological Museum, The Maritime Museum, Gdańsk History Museum, National Museum in Gdańsk, Gdynia Town Museum, Malbork Castle and Gothic Castle route.

The above analysis performed on different heritage attractions in the Pomeranian region was central to the article's contention that a new heritage centre was needed in the Gdańsk region. There are, it is argued, two main reasons for building Heritage centres. Firstly, the social and cultural factor — to promote cultural benefits, awareness of an area and its people, to undertake stewardship for an historic environment and provide tourism resources whereby a basis for sustainable tourism development are preserved. Secondly, the economic benefits — the encouragement of entrepreneurial activity.

This is approached in the context that an increasing number of European cities have selected tourism as a strategic sector for local development. The opportunities are used to enhance employment, regional development and national economic prospects without damaging the basic resources on which the industry depends. The article particularly emphasises that cultural tourism has been adopted as an element of tourism policy by the Polish government since it provides economic support for local culture.

On the basis that government, industry and local communities are committed to being actively involved in its ongoing operations, an outline for a business plan for a Heritage Centre in Gdańsk is presented. This it is argued will, as an attraction and benefit, provide an interpretative imaginative exhibition about Pomeranian history and archaeology as well as guide people through the heritage of the area. It will popularise and market the region's history by making information about the area accessible in an interactive and innovative way: this can be achieved by creating an experience of cultural discovery and adventure, focusing on attracting visitors and the development of ancillary services with the overall aim of promoting the area. The new centre should, the article argues, concentrate on centralising tourism heritage in the area as well as channelling visitors into the less popular archaeological sites, which could possibly benefit from cash injections from new visitors.

It is clear that in order to be a valid historical reference point and a focus for archaeological awareness the centre should draw material from as many avenues as possible, to this end authentic evidence

and records should be drawn from the Archaeological Museum in Gdańsk, Museum of Gdańsk History, National Museum in Gdańsk, Maritime Museum in Gdańsk and other museums.

The article also addresses the negative impact of tourism on archaeology and heritage management. It suggests that heritage tourism should be managed in a sustainable manner whereby the main aim is not just about protecting the historical environment; it is also concerned with long-term economic viability and social benefits. This cannot be separated from sustainable development in general.

It also argues that sustainable heritage management and adaptation to commercial realities is crucial for archaeology in the era of uncertain funding and political changes, therefore, in a competitive market, archaeology can profit only if it is sold as a product in a full package combined together with traditional arts, catering and retail facilities where it is transformed into a form of an entertainment experience encouraging visitor spending. The article concludes that a project for a new Heritage Tourist Information and Interpretation centre in Gdańsk is a prompt and appropriate response from archaeologists and historians to economical and political changes within the Polish context.

Adres autorki: ul. Pola 2/53, 81–433 Gdynia, email: mtrelka@aol.com