

Małgorzata Rodacka

ul. Lniana 25 m. 21
91-158 Łódź

RUCH TURYSTYCZNY W MUZEACH BIOGRAFICZNYCH W POLSCE I ICH ZNAJOMOŚĆ WŚRÓD SPOŁECZEŃSTWA

TOURISM IN POLISH BIOGRAPHICAL MUSEUMS AND THEIR PERCEPTION

Zarys treści: W artykule przedstawiono charakterystykę ruchu turystycznego w muzeach biograficznych w Polsce. Ruch turystyczny uznano za główny miernik atrakcyjności turystycznej tych obiektów. Na podstawie badań przeprowadzonych wśród studentów uniwersytetów państwowych w Polsce, wykazano zależność pomiędzy wielkością ruchu turystycznego w muzeach a ich znajomością.

Abstract: The article presents a description of tourism in Polish biographical museums. The number of tourists has been regarded as the main measure of tourist attractiveness. On the basis of research carried out among state university students in Poland, the relation between the intensity of tourist activity in the museums and the knowledge about them was demonstrated.

Słowa kluczowe: muzeum biograficzne, atrakcyjność turystyczna, ruch turystyczny.

Key words: biographical museum, tourist attractiveness, tourist activity/movement.

1. WPROWADZENIE

1. INTRODUCTION

Muzea jako nośniki treści dających wiedzę o przeszłości oraz współczesności należą do najważniejszych z dóbr kultury. Jednym z rodzajów muzeów są muzea biograficzne, upamiętniające życie i działalność wybitnych postaci z zakresu literatury, sztuki, nauki, życia społecznego. W dobie europeizacji, będącej skutkiem jednoczenia Europy, placówki biograficzne przechowujące materialne dokumenty życia w różnych epokach i regionach mogą, i powinny odgrywać szczególną rolę w poznawaniu własnej historii i kształtowaniu postaw patriotycznych.

Museums illustrating the past and the present of a country are among its most important cultural assets. Biographical museums commemorate the lives and creative output of distinguished writers, artists, scientists and so on and in a time of Europeanisation, places documenting life in various historical periods and regions can, and should, play an important part in learning about history and evoking a sense of national identity.

O niegasnącej popularności obiektów związanych z życiem i działalnością sławnych osób świadczy fakt, iż od powstania pierwszego muzeum biograficznego (ponad 100 lat temu) liczba zarówno placówek, jak i zwiedzających sukcesywnie wzrasta. Według materiałów GUS, w 1997 r. muzea biograficzne stanowiły około 9% muzeów w Polsce. Łącznie 56 obiektów odwiedziło ponad 900 tys. osób. Ruch turystyczny w muzeach oraz działalność tych placówek zmierzająca do przycią-

Places connected with the lives of famous people prove to be continually popular, and the number of biographical museums has been gradually growing since the first was established over 100 years ago. According to GUS (the Main Statistical Office), in 1997 about 9% of Polish museums were biographical (56 museums visited by over 900,000 people). Tourist activity and marketing policy point to the tourist functions performed.

gnięcia i obsługi gości świadczy o pełnionej przez nie funkcji turystycznej.

Celem artykułu jest ukazanie głównych czynników wpływających na atrakcyjność turystyczną muzeów biograficznych, za miernik której przyjęto ruch turystyczny, prezentacja znajomości badanych obiektów oraz udowodnienie korelacji pomiędzy wielkością ruchu turystycznego w poszczególnych muzeach a ich znajomością wśród społeczeństwa.

Badaniami objęto wszystkie muzea biograficzne w Polsce według stanu na koniec roku 1997 r. (zinventoryzowano 56 muzeów). Podstawowy materiał źródłowy stanowiły informacje zawarte w ankietach otrzymanych bezpośrednio od muzeów w 1997 r., wyniki badań szczegółowych prowadzonych w wybranych obiektach oraz badań ankietowych przeprowadzonych w 1998 r., a dotyczących wiedzy na ich temat wśród studentów trzech wybranych kierunków (geografii, historii i filologii polskiej) uniwersytetów w Polsce – UAM Poznań, UG, UJ, UŁ, UMCS w Lublinie, UMK w Toruniu, UŚ, UW i UW.

2. MUZEA BIOGRAFICZNE W POLSCE I ICH WALORY TURYSTYCZNE

Pod pojęciem **muzeum biograficzne** autorka rozumie muzeum gromadzące zbiory związane z życiem i działalnością wybitnych postaci, w którym ekspozycja dotycząca biografii bohatera jest dominująca i stanowi tło dla innych tematów, jak epoka, region czy profesja.

Pamiętki po znanych Polakach były gromadzone i przechowywane na wiele lat przed utworzeniem pierwszego muzeum o charakterze biograficznym. Do najstarszych, XIX-wiecznych ekspozycji literackich należy dawny pokój Adama Mickiewicza w Śmiełowie i pamiętki związane z osobą Jana Kochanowskiego, przechowywane w dworze czarnoleskim. Pierwszy obiekt biograficzny na ziemiach polskich, któremu nadano status muzeum, udostępniono dla zwiedzających w 1896 r. Był nim Dom Jana Matejki w Krakowie – rodzinna kamienica przy ul. Floriańskiej. Od tego czasu otwarto w Polsce około 70 muzeów biograficznych, z których kilkanaście już nie istnieje.

Podobnie jak w historii rozwoju innych pałaców kulturalnych, najbardziej dynamiczny wzrost liczby obiektów i zarazem zwiedzających przypada

The aim of this article is to present the main factors that determine the attractiveness of biographical museums and also knowledge of them, as well as to demonstrate the correlation between the intensity of tourist activity in individual museums and such knowledge.

The research involved the 56 biographical museums operating in Poland at the end of 1997. The main sources of information were the 1997 survey results provided by the museums, results of detailed research carried out in selected museums, as well as the results of a questionnaire regarding knowledge of them carried out in 1998 among the students of three selected subjects (geography, history and Polish) – Adam Mickiewicz University in Poznań, Gdańsk University, Jagiellonian University, Łódź University, Maria Skłodowska-Curie University in Lublin, Mikołaj Kopernik University in Toruń, University of Silesia, Warsaw University, Wrocław University.

2. POLISH BIOGRAPHICAL MUSEUMS AND THEIR TOURIST ASSETS

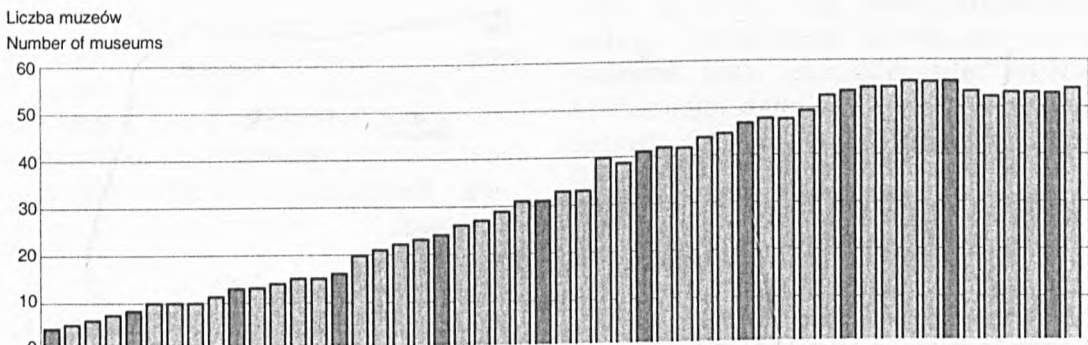
The notion of a **biographical museum** is understood as a museum displaying exhibits connected with the life and work of distinguished people. Those based on biography prevail and are a point of reference for other aspects such as the historical period, their profession and the region in which they lived.

Memorabilia connected with famous Poles had been collected and kept for many years before the first biographical museum was established. Among the first was the 19th c exhibition of Adam Mickiewicz's room in Śmiełów, and the memorabilia connected with Jan Kochanowski presented at Czarnolas. The first biographical museum in Poland was opened to the public in 1896 – Jan Matejko's house in Kraków – in the building where he lived with his family in Floriańska Street. Since then about 70 biographical museums have been opened several of which do not exist any more.

na lata sześćdziesiąte i siedemdziesiąte (rys. 1). Prawie 60% istniejących obecnie muzeów biograficznych powołano do życia w latach 1960–1980, w okresie szczególnie sprzyjającym powstawaniu muzeów, zgodnie z hasłem „muzea uniwersytetami kultury”. W dwóch kolejnych dziesięcioleciach powstawało znacznie mniej placówek kulturalnych, w tym i muzeów. W latach osiemdziesiątych zahamowanie rozwoju muzeów i spadek mobilności społeczeństwa związane były z sytuacją polityczną i kryzysem gospodarczym w kraju. W latach dziewięćdziesiątych, w okresie przemian ustroju, powstawanie nowych placówek utrudniała zmiana sposobu finansowania kultury związana z przejściem od resortowego do samorządowego zarządzania. Co więcej, po roku 1989 liczba muzeów biograficznych zmalała, m.in. zlikwidowano wszystkie cztery muzea poświęcone W. I. Leninowi.

Obiekty biograficzne to obiekty bardzo różnorodne pod względem charakteru siedziby, wielkości zbiorów, zakresu działalności, lokalizacji.

As with other cultural sites, the most dynamic increase in the number of both museums and visitors took place in the 1960s and 70s (Fig. 1). Nearly 60% of the biographical museums presently existing were established between 1960 and 1980 when the slogan “museums – universities of culture” was being promoted. The next two decades brought fewer new cultural sites and this included museums. In the 1980s the slow development of museums and low mobility in society were caused by the political situation and the economic crisis. In the 1990s, during the time of political and economic transformation, the opening of new museums was hindered by changes in the way culture was financed following the transition from governmental to local financing. What is more, after 1989 the number of museums decreased e.g. all four museums devoted to Lenin were closed.



Rys. 1. Liczba muzeów biograficznych w Polsce do 1996 r. (źródło: opracowanie własne na podstawie literatury)

Fig. 1. The number of biographical museums in Poland up to 1996 (source: author's work based on the literature)

Upamiętniają sylwetki osób różnorodnej profesji żyjących na przestrzeni ponad pięciu stuleci (od 2 połowy XV w. do współczesności), zdominowane są jednak przez literatów wieku XIX i XX (pisarzy, poetów, dramaturgów, publicystów). W znacznej mniejszości są przedstawiciele innych dziedzin sztuki: sztuk plastycznych (malarstwa, rzeźby, grafiki itp.), kompozytorów i wykonawców dzieł muzycznych. Nieliczne obiekty związane są z osobami reprezentującymi naukę, wojskowość oraz dostojników kościoła.

Obiekty mieszczące muzea biograficzne w Polsce to w większości domy rodzinne (urodzenia i zamieszkania), miejsca pracy lub choćby czaso-

Biographical museums are varied as far as their character, size of collection, scope of activity and location are concerned. They commemorate famous representatives of different professions from the last five centuries (between the second half of the 15th c and the present) however, they mostly focus on writers of the 19th and 20th c (novelists, playwrights, poets, essayists). Representatives of other arts are a minority: artists (painters, sculptors and graphic designers), composers and musicians. Some museums are devoted to people representing science, the army or the church.

wego pobytu bohatera. Tylko w trzech przypadkach nie są one związane z osobą swojego patrona. Lokalizacja muzeów biograficznych w autentycznych budynkach związanych z osobą lub rodziną bohatera jest jedną z cech wyróżniającą badany typ muzeów spośród innych obiektów. Siedziby muzeów to budowle różniące się pod względem charakteru, architektury, wieku, gabarytu. Prezentują one szeroki wachlarz zabytkowych budynków, od pamiętających czasy średniowiecza kamienic i renesansowych zamków do wiejskich chat i współczesnych kamienic miejskich. Wiele z nich, przed przeznaczeniem na cele muzealne, wielokrotnie zmieniało funkcje, wygląd, właścicieli. Związek miejsca z postacią przesądził o fakcie, iż najwięcej muzeów posiada siedzibę w dworach i dworkach, typowych dla krajobrazu polskiej wsi.

Polish biographical museums are mostly situated in buildings where the famous people were born or lived, worked or at least stayed temporarily. Only three of them are not directly linked to a particular person. Such a location is typical of biographical museums distinguishing them from other types. The museums are in buildings of differing character, architecture, age and size from medieval tenant houses and renaissance palaces to country cottages and contemporary urban buildings. Many of them, before they became museums, had served other purposes, looked different and had different owners. As the location is strictly related to the individual, most museums are situated in the stately homes and manor houses typical of the Polish countryside.



Rys. 2. Muzea biograficzne w Polsce w 1996 r. w granicach międzywojennych (źródło: opracowanie własne)

Fig. 2. Biographical museums in Poland in 1996 (source: author's work based on the literature)

Najbardziej charakterystyczną cechą wyróżniającą muzea biograficzne jest, obok lokalizacji i charakteru zbiorów, rozmieszczenie na mapie Polski. Położone są we wszystkich typach krajobrazu: od pojezierzy, przez pas nizin i wyżyn, po tereny górskie; widoczna jest jednak koncentracja obiektów w krainach geograficznych nawiązujących do trzech dawnych dzielnic historycznych: Mazowsza, Wielkopolski i Małopolski. Rozmieszczenie takie wynika ze wspomnianej specyfiki lokalizacji muzeów. Mapa rozmieszczenia obiektów jest jednocześnie mapą „życia” bohaterów, zależnego z kolei od okresu w historii Polski, w którym żyli.

Muzea biograficzne przedstawiają różnorodne walory: estetyczne, intelektualne, wychowawcze. Atrakcyjność turystyczna muzeów biograficznych zdefiniowana została w pracy jako zespół charakterystycznych cech przyciągających turystów, związanych głównie z podmiotem ekspozycji, czyli postacią, której poświęcono ekspozycję, zgromadzonymi zbiorami, obiektem będącym siedzibą placówki. W pracy przyjęto ponadto istotny wpływ położenia na atrakcyjność turystyczną obiektów, wyróżniono oddzielną grupę walorów związanych z położeniem muzeum. Za najbardziej atrakcyjne położenie uznano lokalizację w regionach turystycznych o bogatych walorach wypoczynkowych i krajoznawczych oraz w zabytkowych zespołach miejskich wielkich centrów krajoznawczych (Krakowa, Torunia, Warszawy).

3. RUCH TURYSTYCZNY W MUZEACH BIOGRAFICZNYCH W POLSCE

Ruch turystyczny uznano za główny miernik atrakcyjności turystycznej muzeów. Rozpiętość rocznej wielkości frekwencji w muzeach biograficznych w Polsce w 1996 r. była ogromna, od ponad 180 tys. do niespełna 350 osób.

W latach 1994–1996 jedynie w czterech obiektach odnotowano ponad 100 tys. zwiedzających rocznie (rys. 3). Były to: muzea Kopernika we Fromborku i w Toruniu, Dom Rodzinny Ojca Św. Jana Pawła II w Wadowicach, Dom Urodzenia Chopina w Żelazowej Woli. Należy podkreślić, iż należą one jednocześnie do czołówki najpopularniejszych muzeów w Polsce. Kolejne muzea: Sienkiewicza w Oblęgorku, Kochanowskiego w Czarnolesie i Matejki w Krakowie, charakteryzowały się już o wiele mniejszą frekwencją

Following after location and type of exhibit, the most characteristic feature of biographical museums is their distribution. They can be found in all types of landscapes: from lake districts, through lowlands and uplands, to the mountains. However, they are clearly more numerous in the geographical regions connected with three former historical provinces: Mazowsze, Wielkopolska and Małopolska. The map of museum distribution is at the same time a map of the lives of famous people depending on the historical period in which they lived.

Biographical museums have aesthetic, intellectual and educational qualities. Their attractiveness is defined by the author as a set of characteristic features connected mainly with the person the exhibition is devoted to, the exhibits and the building itself. The author assumed that the location significantly affects the tourist attractiveness of the museums, and identified those assets connected with location. The most attractive location is considered to be one in tourist regions with considerable recreational and tourist assets, as well as in historical urban centres, like Kraków, Toruń or Wrocław.

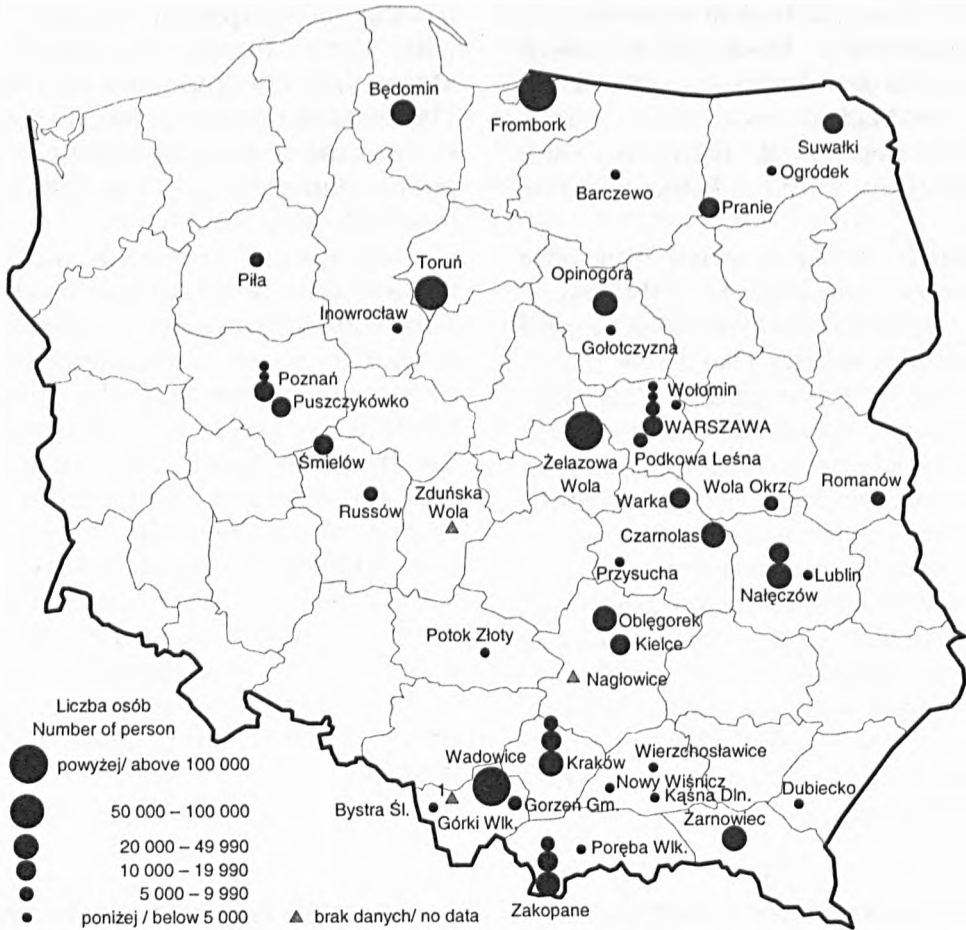
3. TOURIST ACTIVITY IN POLISH BIOGRAPHICAL MUSEUMS

Tourist activity is considered to be the primary measure of tourist attractiveness. The annual attendance rate in 1996 varied enormously – from over 180,000 to merely 350.

In the years 1994–1996 four museums alone were visited annually by over 100,000 visitors each (Fig. 3): the Copernicus Museums in Frombork and Toruń, the home of Pope John Paul II in Wadowice and Chopin's Birthplace in Żelazowa Wola. They are at the same time the most popular museums in Poland. The next in line: the Sienkiewicz Museum in Oblęgorek, Kochanowski Museum in Czarnolas and Matejko Museum in

roczną, rzędu 40 tys. 1/3 muzeów to obiekty, które rocznie odwiedza od ok. pięciu do 15 tys. osób, ponad połowa ogółu nie osiąga jednak wartości 10 tys. (tab. I).

Kraków were visited by just 40,000 people. One third of museums are visited by about 5,000–15,000, and 50% did not exceed 10,000 (Table I).



Rys. 3. Ruch turystyczny w muzeach biograficznych w Polsce w latach 1994–1996 (źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych)

Fig. 3. Tourism in biographical museums in the period 1994-1996 (source: author's work based on a survey)

Tabela I. Frekwencja w muzeach biograficznych w Polsce w latach 1994–1996

Table I. Visiting figures for biographical museums in Poland in 1994–1996

Lp. No.	Muzeum Museum	Liczba zwiedzających			Zwiedzający w grupach (%)		
		Number of visitors			Visitors in groups (%)		
		1994	1995	1996	1994	1995	1996
1.	M. Kopernika – Frombork	173 818	155 047	180 898	60,0	60,0	60,0
2.	Dom F. Chopina – Żelazowa Wola	155 000	154 000	147 000	51,6	51,9	53,1
3.	Dom Ojca Świętego – Wadowice	–	–	147 544	–	–	–
4.	Dom M. Kopernika – Toruń	57 473	77 331	100 693	–	–	–
5.	H. Sienkiewicza – Oblęgorek	35 085	39 161	46 095	78,1	75,7	79,0
6.	Dom J. Matejki – Kraków	32 000	36 300	47 135	–	–	38,9
7.	J. Kochanowskiego – Czarnolas	–	–	40 000	–	–	–

Tabela I. Frekwencja w muzeach biograficznych w Polsce w latach 1994–1996 (c.d.)

Table I. Visiting figures for biographical museums in Poland in 1994–1996

Lp. No.	Muzeum Museum	Liczba zwiedzających			Zwiedzający w grupach (%)		
		Number of visitors			Group visitors (%)		
		1994	1995	1996	1994	1995	1996
8.	Hymnu Narodowego – Będzin	24 828	25 074	28 106	81.0	84.5	81.7
9.	Romantyzmu – Opinogóra	22 375	21 548	27 962	74.1	76.9	75.0
10.	S. Żeromskiego – Nałęczów	23 305	r	1 154 ^b	70.0	–	54.5
11.	M. Konopnickiej – Żarnowiec	24 041	22 425	22 522	91.5	89.5	88.6
12.	J. Kasprówicza – Zakopane	19 530	21 716	23 208	56.4	62.4	71.8
13.	B. Prusa – Nałęczów	16 645	16 375	15 283	67.1	69.3	68.1
14.	S. Żeromskiego – Kielce	15 711	15 087	16 802	97.5	82.2	94.7
15.	A. Mickiewicza – Śmiełów	17 119	14 915	14 664	69.9	73.6	67.0
16.	K.I. Gałczyńskiego – Pranie	14 007	15 100	15 695	41.6	46.5	45.6
17.	A. Fiedlera – Puszczycówko	13 000	14 000	15 000	80.0	80.0	80.0
18.	S. Wyspiańskiego – Kraków	12 459	13 609	15 459	42.1	39.9	50.6
19.	K. Szymanowskiego – Zakopane	11 615	11 439	13 133	45.9	40.4	42.8
20.	H. Sienkiewicza – Poznań	10 952	11 056	12 028	89.1	80.1	90.1
21.	M. Konopnicka – Suwałki	r	r	10 890	–	–	80.5
22.	F. Chopina – Warszawa	12 000	13 500	6 500	–	–	–
23.	K. Makuszyńskiego – Zakopane	4 380	7 390	13 611	54.3	70.2	63.1
24.	Dom J. Mehoffera – Kraków	r	r	8 101	–	–	41.3
25.	M. Dąbrowskiej – Russów	7 530	8 775	7 420	63.6	47.3	54.5
26.	H. Sienkiewicza – Wola Okrzejska	6 065	6 970	8 107	91.5	99.0	98.5
27.	K. Pułaskiego – Warka	–	–	6 700	–	–	59.7
28.	J. I. Kraszewskiego – Romanów	5 960	6 880	6 976	84.1	84.3	86.4
29.	S. Staszica – Piła	7 106	5 043	6 305	83.9	85.4	88.1
30.	Iwaskiewiczów – Podkowa Leśna	6 770	5 920	5 650	56.9	46.0	47.0
31.	M. Skłodowskiej-Curie – Warszawa	6 309	4 650	5 837	47.1	21.5	31.2
32.	E. Żegadłowicza – Gorzeń Górny	zamknięte/closed	5 200	5 200	–	–	–
33.	Dom J. Kasprówicza – Inowrocław	–	–	5 000 ^a	–	–	–
34.	J. Matejki – Nowy Wiśnicz	4 563	5 210	5 012	–	–	79.1
35.	A. Świętochowskiego – Gołotczyzna	3 140	3 632	5 606	73.2	85.7	87.2
36.	W. Pola – Lublin	1 770	5 459	3 410	50.8	76.9	73.3
37.	W. Orkana – Poręba Wielka	–	–	3 500 ^a	–	–	–
38.	Z. Krasieńskiego – Potok Złoty	–	–	3 500 ^a	–	–	–
39.	Z. Kossak-Szczuckiej – Górki W.	3 500	3 510	3 030	85.7	79.8	66.0
40.	O. Kolberga – Przysucha	2 375	2 772	3 233	69.1	76.1	51.6
41.	I. Paderewskiego – Kańska Dolna	1 900	2 700	3 500	65.8	66.7	74.3
42.	Z. i W. Nałkowskich – Wołomin	2 777	1 994	2 495	84.7	80.4	69.3
43.	W. Witosa – Wierzchosławice	3 072	2 550	1 211 ^c	82.1	76.0	70.9
44.	M. Dąbrowskiej – Warszawa	2 396	2 279	1 835	51.7	49.1	44.6
45.	W. Broniewskiego – Warszawa	2 141	2 149	2 045	94.0	89.4	95.5
46.	J. Matejki – Kraków–Krzesławice	2 000	2 000	2 000	90.0	90.0	90.0
47.	I. Krasickiego – Dubiecko	1 667	965	1 860	–	–	–
48.	A. Struga – Warszawa	1 437	1 380	1 471	49.2	46.8	25.5
49.	M. Kajki – Ogródek	1 341	1 525	1 113	75.4	75.5	75.3
50.	F. Nowowiejskiego – Barczewo	985	606	500	79.1	90.6	83.8
51.	J. I. Kraszewskiego – Poznań	379	631	755	83.9	86.1	88.1
52.	K. Ilakowiczówny – Poznań	235	294	347	63.0	83.7	83.9

^a Dane szacunkowe na podstawie danych z lat wcześniejszych; ^b w okresie 14 XI–31 XII; ^c czynne czasowo z powodu remontu; r – remont (opracowanie własne na podstawie ankiet).

^a Estimates based on earlier records; ^b in 14 XI–31 XII; ^c temporarily open due to redecoration; r – renovation (author's own compilation).

Najmniejszy ruch turystyczny notują muzea wielkich centrów krajoznawczych położone w dzielnicach, do których rzadko docierają turyści, m.in. warszawskie muzea Dąbrowskiej, Broniewskiego i Struga (ok. 2 tys. osób rocznie), oraz muzea Kraszewskiego i Iłakowiczówny w Poznaniu (odpowiednio 755 i 347 osób). Inne obiekty o bardzo niskiej frekwencji to muzea położone co prawda w regionach turystycznych, ale poza głównymi szlakami i ośrodkami wypoczynkowymi (Barczewo, Ogródek). Małą popularnością cieszą się ponadto niektóre muzea Pogórza Karpackiego, które podobnie jak dwa wyżej wymienione nie mieszczą się w granicach sąsiadujących z nimi obszarów największej koncentracji ruchu turystycznego.

Zarówno struktura i sezonowość frekwencji, jak i cechy społeczno-demograficzne zwiedzających wykazują silną zależność od lokalizacji i pozycji patrona. Z analizy struktury ruchu turystycznego w podziale na zwiedzających w grupach i indywidualnie wynikają następujące wnioski:

- największy udział grup charakteryzuje z reguły muzea poświęcone autorom szkolnych lektur (udział grup w ogólnej liczbie zwiedzających w 1996 r. wynosił ponad 90% w dwóch muzeach Sienkiewicza, w obu muzeach Konopnickiej, Muzeum Żeromskiego w Kielcach i Muzeum Broniewskiego w Warszawie),

- znaczny odsetek grup charakteryzuje obiekty położone w peryferyjnych częściach kraju, o małym potencjale ludnościowym (muzea w Woli Okrzejskiej i Romanowie),

- największy odsetek turystów indywidualnych odnotowują muzea dużych centrów krajoznawczych (Matejki, Mehoffera i Wyspiańskiego w Krakowie; Skłodowskiej i Struga w Warszawie) i regionów krajoznawczo-wypoczynkowych (Szymanowskiego w Zakopanem i Gałczyńskiego w Leśniczówce Pranie).

Rozkład frekwencji w ciągu roku zależny jest najbardziej od lokalizacji obiektu. Najbardziej wyraźną sezonowością charakteryzują się placówki położone na szlakach wycieczek krajoznawczych oraz w regionach turystycznych, różnią się one jednak okresem, w którym występuje maksimum frekwencji. Muzea na szlakach wycieczek, odwiedzane głównie przez grupy szkolne, charakteryzuje stosunkowo krótki sezon przypadający na wiosnę oraz mniej wyraźne ożywienie ruchu jesienią (Muzeum w Oblęgorku). W obiektach popularnych regionów wypoczynkowych ruch turystyczny jest pochodną ruchu do regionu. Sezonowość frekwencji

The smallest level of tourist activity is found in museums in large tourist centres but situated in districts which tourists rarely reach e.g. the Dąbrowska, Broniewski and Strug Museums in Warsaw (about 2,000 visitors a year), and the Kraszewski and Iłakowiczówna Museums in Poznań (755 and 347 visitors respectively). Other museums with small numbers are situated in tourist regions but away from main routes and tourist centres (Barczewo, Ogródek). Some museums in Pogórze Karpackie are not popular either as they are outside the areas of the most intensive tourist activity.

The structure and seasonality of visiting, as well as the socio-demographic profile of the visitors depend on the location and the importance of the person a museum is devoted to. Analysis of group and individual tourist activity leads to the following conclusions:

- Museums devoted to authors compulsory in school are mostly frequented by groups (90% of all visitors in 1996 to the two Sienkiewicz Museums, both Konopnicka Museums, the Żeromski Museum in Kielce and the Broniewski Museum in Warsaw);

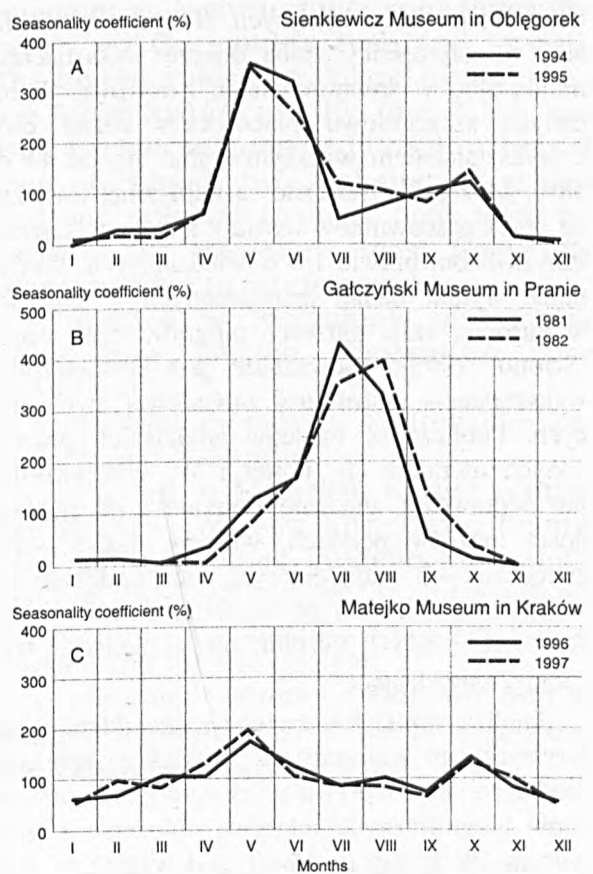
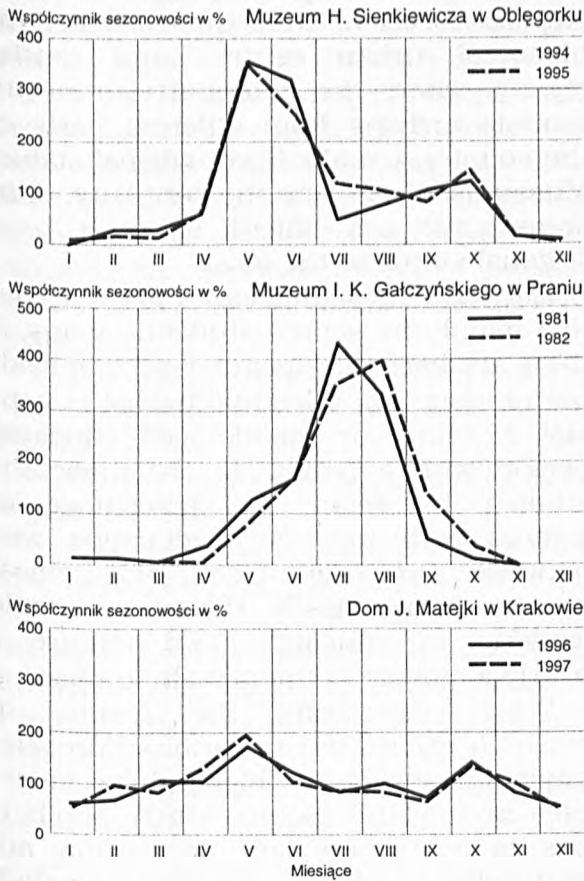
- Museums situated in peripheral parts of the country, with a small local population potential (in Wola Okrzejska and Romanów) are also visited by a significant number of groups;

- Most visitors to museums in large tourist centres (Matejko, Mehoffer, and Wyspiański Museums in Kraków, Skłodowska-Curie and Strug Museums in Warsaw) and to tourist and recreational regions (Szymanowski Museum in Zakopane and Gałczyński Museum in Leśniczówka Pranie) are individual tourists.

The popularity of a museum through the year depends mostly on where it is situated. The clearest seasonality is observed in museums located on tourist routes and in tourist regions, but the periods in which they are visited by the largest numbers of tourists are different. Museums situated on excursion routes, visited mostly by school groups, have their relatively short busy seasons in spring and autumn (e.g. Sienkiewicz Mu-

cji jest bardzo wyraźna, główny szczyt ruchu turystycznego przypada na czas wakacji letnich (Muzeum w Leśniczówce Pranie). Muzea wielkich centrów krajoznawczych cechuje stosunkowo wyrównany napływ zwiedzających w ciągu całego roku (Dom Matejki w Krakowie). Zależność tę prezentują wykresy sezonowości dla trzech wybranych muzeów (rys. 4).

seum in Oblęgorek). Tourist activity in museums situated in popular recreational regions results from tourism in the regions themselves. The seasonality of visits is very clear with maximum activity during the summer holidays (e.g. Gałczyński Museum in Leśniczówka Pranie). The museums in large tourist centres are frequented relatively evenly throughout the year (e.g. Matejko Museum in Kraków). This dependency is illustrated in the seasonality graphs for three selected museums (Fig. 4).



Rys. 4. Współczynnik sezonowości ruchu turystycznego w wybranych muzeach biograficznych (źródło: opracowanie własne na podstawie: OGŁOZA 1996, TOMTAŁA 1985 oraz badania własne)

Fig. 4. The seasonality coefficient of tourist activity in selected biographical museums (source: the author's work based on OGŁOZA 1996, TOMTAŁA 1985 and her own research)

Zasięg oddziaływania muzeów biograficznych jest bardzo zróżnicowany, od lokalnego do międzynarodowego. Obiektów odwiedzanych licznie przez obcokrajowców jest niewiele, co związane jest z regułą z pozycją patronów muzeów na arenie międzynarodowej. Tylko czterem muzeom (Kopernika we Fromborku i w Toruniu, Ojca Św. Jana Pawła II w Wadowicach, Chopina w Żelazowej Woli) nadać można rangę międzynarodową, choć i w nich znaczna część gości zagranicznych to przedstawiciele Polonii, dla których miejsca te ma-

The appeal of biographical museums ranges from local to international. There are few museums visited by great numbers of foreigners usually because the person to whom the museum is devoted is not internationally renowned. Only four museums may be given

ją znaczenie patriotyczne. Większość placówek biograficznych posiada zasięg krajowy lub regionalny. Dla zasięgu oddziaływania przestrzennego muzeów równie duże znaczenie co ranga postaci, ma położenie obiektu. Zasięg krajowy mają z reguły obiekty zlokalizowane w zabytkowych zespołach miejskich i regionach turystycznych, gdzie turyści przybywający z różnych części kraju są potencjalnymi gośćmi muzeów. Zasięg najwyżej regionalny mają muzea położone peryferyjnie lub na obszarach o słabej dostępności komunikacyjnej.

Choć wciąż w większości obiektów najliczniejszą grupę zwiedzających stanowi młodzież szkolna, to w wielu muzeach zwiększa się odsetek widzów indywidualnych. Turysta indywidualny to najczęściej osoba dobrze wykształcona, młoda albo w średnim wieku, z rodziną. W badanych szczegółowo placówkach udział osób z wykształceniem wyższym wahał się od 44 do 58%. Muzea biograficzne są najliczniej zwiedzane przez pracowników oświaty i kultury. Łącznie stanowili oni prawie 1/4 odwiedzających. Porównując wyniki badań prowadzonych w muzeach w Europie, m.in. muzeach biograficznych Anglii (SQUIRE 1993), zauważalne jest podobieństwo wykształcenia i struktury zawodowej zwiedzających. Publiczność muzeów angielskich poświęconych literatom (B. Potter i W. Wordswortha) jest wprawdzie znacznie dojrzalsza od publiczności muzeów polskich, większy udział wśród zwiedzających mają emeryci, lecz podobnie jak w muzeach polskich co najmniej połowa to absolwenci wyższych uczelni, intelektualiści i tzw. „kadry zarządzające”.

Analiza wielkości, zasięgu i charakteru ruchu turystycznego wykazały, iż największą rolę spośród czynników wpływających na popularność muzeów biograficznych odgrywa położenie i ranga patrona. W ścisłej czołówce pod względem wielkości frekwencji i zasięgu oddziaływania znajdują się muzea bohaterów o randze międzynarodowej lub pierwszorzędnej krajowej. Ustabilizowaną pozycję mają muzea zlokalizowane w znanych miejscowościach turystyczno-wypoczynkowych (w Zakopanem i Nałęczowie), zabytkowych centrach ośrodków krajoznawczych (Krakowa, Poznań, Warszawy, Kielce) oraz położone w popularnych regionach turystycznych. Wielkość i różnorodność zbiorów odgrywa rolę drugoplanową, o czym świadczy m.in. wysoka pozycja Żelazowej Woli czy Czarnolasu, placówek o skromnych zbiorach

international status (Copernicus Museums in Frombork and Toruń, the Pope John Paul II Museum in Wadowice, Chopin Museum in Żelazowa Wola), though even in these most foreign visitors are Polish emigrants or their descendents for whom these places bear national significance. Most biographical museums are national or regional in character and the spatial influence of a museum depends on the significance of the person it is devoted to and its location. Museums situated in historical urban centres and tourist regions where the potential visitors are tourists arriving from different parts of the country, usually have national status. Museums situated on the periphery, or in areas which are difficult to reach, have regional status at the most.

Although most museums are still visited mainly by school students, many of them are becoming popular with individual tourists. An individual tourist is usually a young or middle-aged educated person with a family. In the museums studied in detail the percentage of visitors with university education was between 44% and 58%. Biographical museums are mostly visited by people working in education and culture – nearly a quarter of the overall number.

When comparing the results of research carried out in various European museums, e.g. in the biographical museums in England (Squire 1993), similarities in education and occupation are noticeable. People visiting English museums devoted to writers (Beatrix Potter and William Wordsworth) are older than those in Poland and there are more retired people among them. However, similar to Poland, at least half of them are university graduates, intellectuals or managers.

Analysis of tourist activity showed that the most important factors influencing the popularity of biographical museums location and the importance of the person it is devoted to. The most frequented and influential museums are those devoted to individuals of international or high national fame. Museums are well-established in well-known tourist loca-

rach. Dużą rolę odgrywa dostępność komunikacyjna obiektu, mniej znaczące (jak wynikało z porównania frekwencji z lokalizacją) natomiast okazało się zagospodarowanie turystyczne.

Potwierdzeniem powyższych wniosków są wyniki analizy treści ogólnopolskich przewodników turystycznych, które prezentują najciekawsze obiekty krajoznawcze Polski (choć nie można zaprzeczyć, iż o zamieszczeniu informacji na temat muzeum w danej publikacji decyduje czasem charakter i układ przewodnika). Weryfikacji poddano dostępne w 1998 r. na rynku polskim przewodniki turystyczne po Polsce (pięć polskich i cztery obcojęzyczne), mapę turystyczną Polski, dwa wydawnictwa o charakterze leksykonów oraz jeden podręcznik akademicki. Kierując się zawartością wybranych pozycji z literatury turystycznej, ze szczególnym uwzględnieniem przewodników zagranicznych, obiektami najczęściej polecanymi turystom okazały się muzea o następujących cechach:

- poświęcone osobom o międzynarodowej sławie, jak Chopin, Kopernik, Ojciec Św. Jan Paweł II,

- położone w ośrodkach turystycznych, jak Zakopane i Nałęczów,

- zlokalizowane w zabytkowych zespołach centrów krajoznawczych, jak Kraków, Warszawa i Toruń (w przypadku dużych miast przewodniki omawiają zazwyczaj tylko największe spośród ich licznych atrakcji, pomijając obiekty niewielkie i zlokalizowane poza centrum koncentracji ruchu turystycznego),

- identyfikowane z miejscem długotrwałego pobytu bohatera poznawanego poprzez naukę w szkole od wczesnego dzieciństwa, jak Czarnolas i Oblęgorek.

4. ZNAJOMOŚĆ MUZEÓW BIOGRAFICZNYCH WŚRÓD STUDENTÓW UNIwersYTETÓW

Badania znajomości muzeów prowadzone metodą ankietową wśród studentów polskich uniwersytetów wskazały dużą zależność między wiedzą o muzeach a miejscem nauki i kierunkiem studiów. Pomijając znajomość uwarunkowaną wspomnianymi cechami, najszerszy zasięg oddziaływania obiektu charakteryzuje z pewnością te placówki, które wymieniane były najczęściej, niezależnie od ośrodka badań. Na wszystkich uczelniach wskazanych zostało sześć muzeów:

(e.g. Zakopane, Nałęczów), historical tourist centres (e.g. Kraków, Poznań, Warsaw, Kielce) and popular tourist regions. The size and variety of collections are of secondary importance here, shown by the high status of the museums in Żelazowa Wola or Czarnolas which have only modest collections. The accessibility of a museum, rather than tourist infrastructure, is crucial to popularity.

The above conclusions are confirmed by an analysis of tourist guidebooks on Poland which present the most attractive places of interest (although it must be admitted that the information about a given museum in a given guide sometimes depends on the guide's type and layout). The tourist guides on Poland available on the Polish market in 1998 (five Polish and four foreign language editions), a tourist map of Poland, two alphabetical guides and one university course book were reviewed. The museums most frequently recommended to tourists were:

- devoted to individuals of international fame: Chopin, Copernicus, Pope John Paul II;

- situated in tourist centres like Zakopane and Nałęczów;

- situated in historical tourist centres like Kraków, Warsaw and Toruń (in the case of large cities guidebooks usually present only the biggest of the available attractions, disregarding small museums outside the tourist centre);

- identified where a famous person studied at school lived for a long time, like Czarnolas and Oblęgorek.

4. UNIVERSITY STUDENTS' KNOWLEDGE OF BIOGRAPHICAL MUSEUMS

A survey into Polish students' knowledge about museums shows a close relation between this knowledge and the students' place and subject of study. Students of all the universities identified the following six museums:

- Chopin Museum in Żelazowa Wola,
- Copernicus Museum in Toruń,
- Sienkiewicz Museum in Oblęgorek,
- Kasprowicz Museum in Zakopane,

- Dom F. Chopina w Żelazowej Woli,
- Dom M. Kopernika w Toruniu,
- Muzeum H. Sienkiewicza w Oblęgorku,
- Muzeum J. Kasprowicza w Zakopanem,
- Muzeum K. Szymanowskiego w Zakopanem,
- Muzeum S. Żeromskiego w Nałęczowie.

Muzea w Żelazowej Woli i Oblęgorku znalazły się ponadto w czołówce najczęściej odwiedzanych muzeów biograficznych przez studentów pięciu uczelni, co wskazuje na ich największy zasięg.

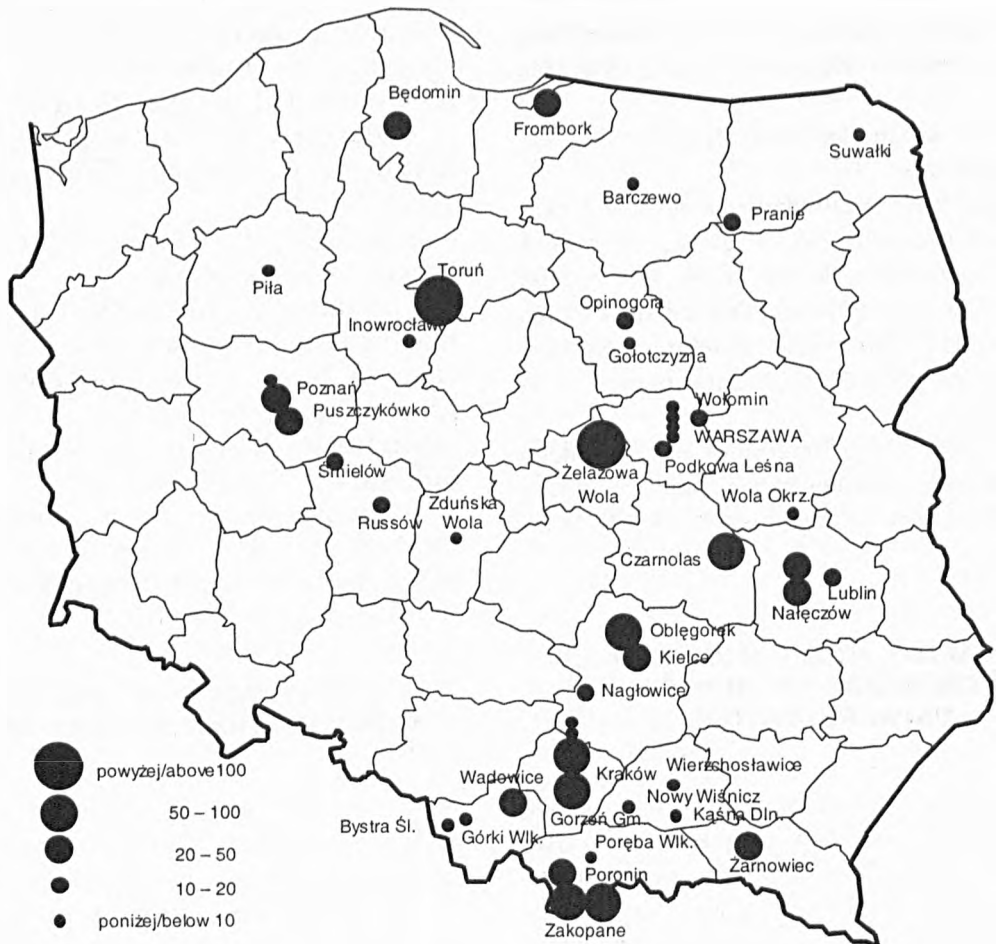
Rozpatrując sumę wypowiedzi z wszystkich badanych ośrodków, najliczniejsza grupa studentów (ponad 30%) zwiedziła Muzeum w Żelazowej Woli. Kolejne cztery obiekty ze ścisłej czołówki, muzea w Toruniu, Oblęgorku, Czarnolasie i J. Kasprowicza w Zakopanem, wymienione zostały przez znacznie mniejszą liczbę osób, 10–17% ogółu ankietowanych (rys. 5).

- Szymanowski Museum in Zakopane,
- Żeromski Museum in Nałęczów.

The museums in Żelazowa Wola and Oblęgorek were the most frequently visited by students of the five universities.

An analysis of the responses from all the universities in the study shows that the largest number of students (over 30%) visited the museum in Żelazowa Wola. The next four most popular – in Toruń, Oblęgorek, Czarnolas and the Kasprovicz Museum in Zakopane – were mentioned by a considerably smaller number (10–17%). These were considered to represent direct knowledge (Fig. 5).

The responses to a question on students' knowledge of museums they had not visited were similar with the same be-



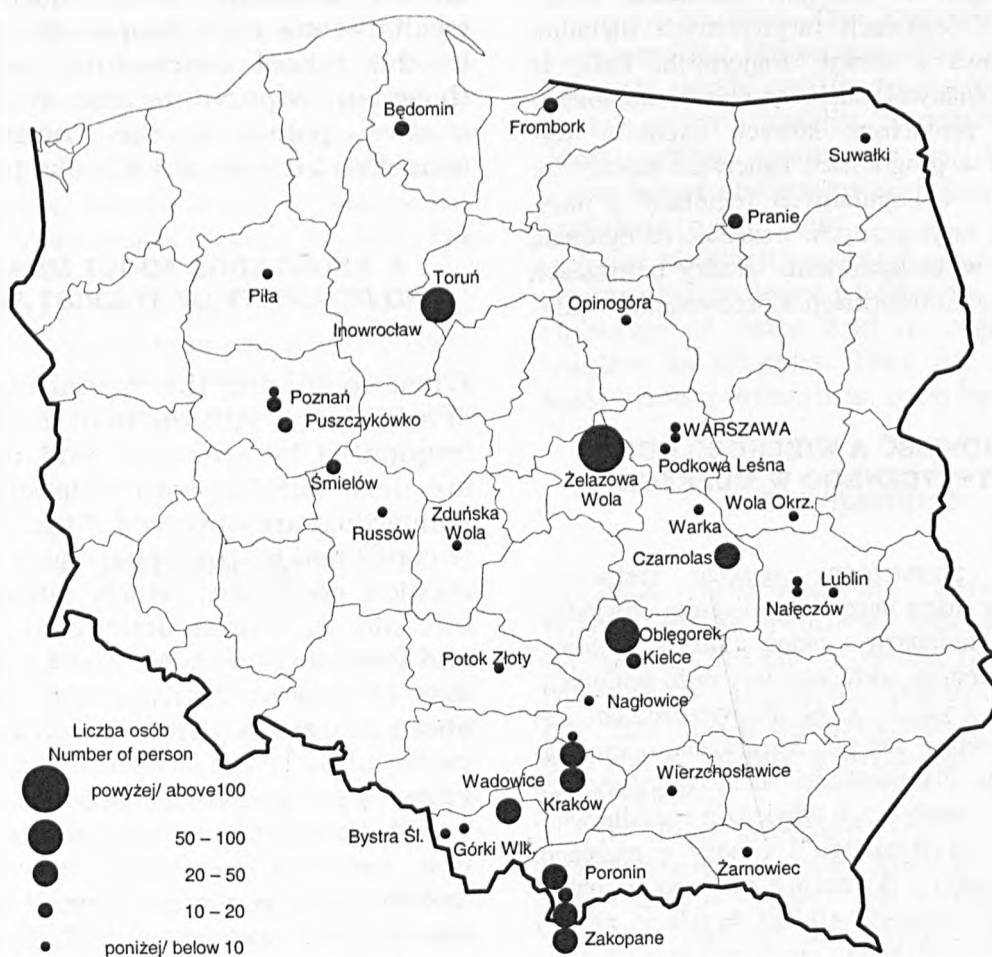
Rys. 5. Muzea biograficzne odwiedzane przez studentów uniwersytetów w Polsce (źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych, 1998)

Fig. 5. Biographical museums visited by university students in Poland (source: author's work based on a survey in 1998)

Podobnie przedstawiają się wyniki odpowiedzi na pytanie dotyczące wiedzy o istnieniu muzeów, w których studenci nie byli. W poszczególnych ośrodkach badań wymieniane były te same muzea (rys. 6). Obiekty najbardziej znane należą więc jednocześnie do najliczniej odwiedzanych. W ogólnym zestawieniu na pierwszym miejscu znalazło się muzeum w Żelazowej Woli, które wymieniła ponad 1/4 studentów.

ing mentioned in each university (Fig. 6). These were considered to represent indirect knowledge. Thus the best-known are at the same time the most frequently visited. In the general ranking the museum in Żelazowa Wola was in the lead, mentioned by over a quarter of the students.

First with direct and indirect knowledge categories was the Chopin Museum



Rys. 6. Muzea biograficzne znane studentom uniwersytetów w Polsce (źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych, 1998)

Fig. 6. Biographical museums well-known by university students in Poland (source: author's work based on a survey in 1998)

Pełen obraz popularności poszczególnych muzeów daje suma odpowiedzi na oba pytania o muzea znane bezpośrednio i pośrednio. Na pierwszym miejscu we wszystkich kategoriach znalazł się Dom Chopina w Żelazowej Woli, które wymieniło łącznie 56% studentów. Drugie w kolejności, Mu-

in Żelazowa Wola mentioned by 56% of the students, second was the Copernicus Museum in Toruń (nearly 30%), and third the Sienkiewicz Museum in Oblęgorek (25%). The percentages of those with knowledge of other museums is much

zeum Kopernika w Toruniu, znało już tylko niecałe 30% próby, a trzecie, Muzeum Sienkiewicza w Oblęgorku, 25%. Odsetek ankietowanych, którzy „kojarzą” inne placówki jest już znacznie mniejszy. Autorka pragnie zwrócić uwagę na wysoką, 10 pozycję zlikwidowanego w 1990 r. muzeum Lenina w Poroninie, które wciąż pamięta wiele osób, a niektóre nie wiedzą o tym, że już nie istnieje.

Głównym źródłem wiedzy studentów o muzeach okazała się szkoła, a w przypadku muzeów położonych w znanych ośrodkach krajoznawczych i regionach turystycznych literatura przewodnikowa i relacje znajomych. Fakt, iż najbardziej znanymi muzeami okazały się obiekty poświęcone postaciom, których nazwiska wymieniane są w programach nauczania najczęściej oraz obiekty w popularnych regionach i miejscowościach turystycznych, wskazuje na ogromną rolę szkoły w kształtowaniu wiedzy o muzeach oraz o czerpaniu informacji z przewodników turystycznych.

5. ZNAJOMOŚĆ A WIELKOŚĆ RUCHU TURYSTYCZNEGO W MUZEACH

Porównując przestrzenny rozkład frekwencji w muzeach z mapą muzeów najliczniej odwiedzanych przez studentów i mapą muzeów najlepiej znanych pośrednio widoczne jest duże podobieństwo obrazu (rys. 3, 5, 6). Potwierdzeniem jest wskaźnik korelacji rang C. Spearmana, opracowany oddzielnie dla wielkości ruchu turystycznego w muzeach i częstości ich odwiedzin oraz dla wielkości ruchu turystycznego i wiedzy o muzeach. Korelacja między frekwencją a znajomością muzeów z autopsji wyniosła +0,849; korelacja między frekwencją a wiedzą była nieco mniejsza i wyniosła +0,817. Pomimo że oba wskaźniki wskazują na dużą zależność dodatnią między cechami, w zestawieniu rang widoczne są również znaczne rozbieżności.

Bardzo widoczna niezgodność rang, wystąpiła w przypadku Muzeum Kopernika we Fromborku, obiektu o utrzymującej się od kilku lat najwyższej frekwencji wśród muzeów biograficznych. Pod względem znajomości bezpośredniej muzeum astronoma znalazło się dopiero na 16, a pod względem wiedzy na 15 miejscu. Kolejna rozbieżność dotyczyła Domu Ojca Św. w Wadowicach, które, zdaniem autorki, znane jest bardziej jako miejsce

lower. The author would like to draw the readers' attention to the high position (10th) of the Lenin Museum in Poronin, closed in 1990, which is still remembered by many people some of whom are unaware that it does not exist any more.

The main source of information was school, and in the case of museums situated in well-known tourist centres and regions – guidebooks and friends' recommendations. The fact that the best known museums were those devoted to characters most frequently mentioned in the school curriculum, as well as those in popular tourist regions and centres, points to the enormous role school and tourist guidebooks play.

5. KNOWLEDGE ABOUT MUSEUMS AND INTENSITY OF TOURIST ACTIVITY

When comparing the spatial distribution of attendance with the map of those most frequented by students, and those they are most familiar with indirectly, strong similarities are observed (Figs. 3, 5, 6). It is confirmed by the Spearman's rank correlation coefficient which differs for the intensity of tourist activity in museums and frequency of visits, and for the intensity of tourist activity and knowledge about museums. There was a correlation value of +0.849 between frequency of visits and knowledge about museums based on direct experience; the correlation between frequency of visits and knowledge of museums gained indirectly, was slightly smaller +0.817. Despite the fact that both values point to a significant mutual dependence, large discrepancies are noticeable when the ranks are compared.

A very clear discrepancy was observed in the case of the Copernicus Museum in Frombork, for years the most frequently visited biographical museum. It occupied however 16th and 15th position on the lists of museums according to direct and indirect knowledge. Another discrepancy concerned the Pope John Paul II Museum in Wadowice, which, in the author's opinion, is better known as a pilgrim destina-

pielgrzymkowe. Rangi frekwencji są ponadto wyższe w przypadku wielu muzeów „wycieczkowych”, gdzie znaczną część publiczności stanowi młodzież szkolna, zwłaszcza gdy obiekty położone są poza regionami turystycznymi. Przykładami takich placówek są muzea w Opinogórze i Romanowie.

Odwrotna rozbieżność, gdzie znajomość i wiedza o istnieniu muzeum jest większa niż o muzeach o znacznie wyższej frekwencji, wystąpiła w przypadku wszystkich obiektów biograficznych Zakopanego i Muzeum S. Wyspiańskiego w Krakowie. Różnice w rangach sięgają nawet 13 pozycji w Muzeum K. Szymanowskiego i K. Makuszyńskiego. Świadczy to o stosunkowo dużej popularności tych obiektów, która wynika po części z położenia w ośrodku turystycznym o międzynarodowej sławie, którego walory są powszechnie znane, nie zawsze jednak znajduje się chęci i czas na ich poznanie.

Największa zgodność dotyczy muzeów o najniższej frekwencji, położonych w peryferyjnych i mało atrakcyjnych turystycznie regionach, które rzeczywiście są muzeami najmniej znanymi nawet z nazwy.

6. ZAKOŃCZENIE

Zestawienie wielkości frekwencji w muzeach i wyników badań znajomości opisanych wyżej obiektów potwierdziły korelację tych cech. Przyjmując ponadto, iż wielkość ruchu turystycznego wskazuje na atrakcyjność turystyczną obiektów, można mówić o korelacji między znajomością a atrakcyjnością.

Najważniejszymi czynnikami wpływającymi na wielkość ruchu turystycznego w muzeach oraz jednocześnie na wiedzę o nich okazały się ranga patrona obiektu i atrakcyjna lokalizacja. Pięć muzeów o najwyższej frekwencji, najczęściej opisywanych w przewodnikach turystycznych i stosunkowo dobrze znanych (Kopernika we Fromborku i w Toruniu, Chopina w Żelazowej Woli, Ojca Św. w Wadowicach, Sienkiewicza w Oblęgorku), to obiekty związane z postaciami, których nazwiska znane są na arenie międzynarodowej. Należy jednak zwrócić uwagę, iż muzea poświęcone tym samym osobom znajdują się również na dość odległych miejscach listy według wielkości ruchu turystycznego. Wystarczy porównać średnią frekwencję z lat 1994–1996 trzech muzeów Sienkie-

tion. The visiting frequency ranks are also higher in the case of many 'excursion' museums where most visitors are school students, especially if the museums are away from tourist regions (e.g. the museums in Opinogóra and Romanów).

An opposite situation is found where knowledge of an unvisited museum is greater than one visited much more often, is found in the biographical museums in Zakopane and Wyspiański Museum in Kraków. The Szymanowski and Makuszyński Museums were 13th on the list, this partly results from their location in an internationally recognized tourist centre whose assets are well known but there is not always enough determination and time to see them.

Most similarities occur among the museums visited least frequently on the peripheries of cities and in regions unattractive for tourists. They are in fact the least known museums, even by name.

6. CONCLUSIONS

Analysis confirmed the correlation between visiting frequency and knowledge. Assuming that the intensity of tourist activity bears out tourist attractiveness, we can talk about a correlation between the knowledge about a museum and its attractiveness.

The most important factors determining the intensity and knowledge are the fame of the person the museum is devoted to and an attractive location. The five museums with the highest visiting frequency most often described in tourist guidebooks and relatively well known (the Copernicus Museums in Frombork and Toruń, Chopin Museum in Żelazowa Wola, the Pope John Paul II Museum in Wadowice, Sienkiewicz Museum in Oblęgorek) are museums devoted to those with international fame. It should be pointed out, however, that some other museums devoted to the same person may show relatively low tourist activity. It is sufficient to compare the mean visiting frequency in 1994–1996 in the three

wicza: w Oblęgorku (78,5 tys. osób), w Poznaniu (11 tys.) i w Woli Okrzejskiej (7 tys.); czy trzech muzeów Matejki: w Krakowie na Starym Mieście (38 tys.), w Nowym Wiśniczu (5 tys.) i w Krakowie – Krzesławicach (2 tys.). Tak znaczne zróżnicowanie popularności, a także znajomości obiektów (od trzeciego do ostatniego miejsca na liście pod względem wiedzy o muzeach) związane jest z charakterem ich położenia. Z analizy porównawczej lokalizacji i popularności muzeów biograficznych wynika, iż za najbardziej korzystne położenie należy uznać zabytkowe centra dużych ośrodków krajoznawczych, miejscowości o wykształcone funkcje turystycznej i regiony wypoczynkowe, zaś za najmniej dogodne pozaśródmiejskie dzielnice dużych miast oraz peryferyjne i słabo dostępne części kraju, nie postrzegane jako atrakcyjne turystycznie. Jak wykazano, lokalizację kształtuje szereg cech ruchu turystycznego: sezonowość, struktura, forma i charakter podróży oraz zasięg przestrzennego oddziaływania obiektów.

Ponadto istotnym czynnikiem kształtującym znajomość obiektów krajoznawczych jest wiedza wyniesiona ze szkoły. Wielkość i różnorodność zgromadzonych eksponatów odgrywa rolę drugoplanową, i to jedynie w przypadku muzeów biograficznych o szczególnie bogatych zbiorach.

Wyniki badań znajomości muzeów są z pewnością obarczone pewnym błędem, na prawdziwość wypowiedzi rzutowały pamięć, umiejętność kojarzenia, fakt, czy dany obiekt wywarł na zwiedzającego wrażenie na tyle istotne, iż zapamiętał on tę wizytę. Na podstawie wrażeń i zapamiętanych elementów również można wnioskować, jakie cechy decydują o atrakcyjności, a także o mankamentach muzeów biograficznych. Z wypowiedzi ankietowanych wynika, iż ogromną rolę w kształtowaniu atrakcyjności miejsca odgrywają: otoczenie i walory estetyczne samej siedziby, atmosfera, specyficzny nastrój panujący w muzeum, ale także organizacja zwiedzania. Wśród opinii negatywnych zwracano uwagę na statykę ekspozycji, brak możliwości bliższego kontaktu ze zbiorami, monotonię, przez co placówki nie mogą stanowić konkurencji dla innych dóbr kultury.

Muzea biograficzne odgrywają szczególną rolę w poznawaniu historii danego regionu, dlatego nawet niewielkim obiektom nie można odbierać ich znaczenia. Podkreślić należy, iż muzea na obszarach wiejskich są często jedynymi instytucjami kultury w promieniu kilku, a nawet kilkunastu kilometrów i pełnią nieocenioną funkcję oświatową.

Sienkiewicz museums: in Oblęgorek (78,500 visitors), in Poznań (11,000) and in Wola Okrzejska (7,000), or in the three Matejko museums: in Kraków Old Town (38,000 visitors), in Nowy Wiśnicz (5,000) and in Kraków-Krzesławice (2,000). Such differences in popularity, as well as in knowledge (ranging from third to last position on the list) are related to the type of location.

A comparative analysis of the location and popularity of biographical museums shows that the best locations are large tourist historical centres, places with a well-developed tourist function and holiday regions. The least beneficial are districts outside city centres, as well as peripheral areas and parts of the country difficult to reach. Location affects several aspects of tourist activity: seasonality, structure, the form and character of the trip and the area on which museums have an effect.

A significant factor shaping knowledge about museums is education at school. The size and diversity of museum collections play a secondary role, and are relevant only if a museum has a particularly rich collection.

The results of research into students' knowledge are certainly slightly distorted, as facts relating to a visit are not always remembered, and they impress visitors differently. Impressions and remembered elements are used to base conclusions about the factors which attract and the drawbacks of biographical museums. The surroundings and aesthetics of a museum, its atmosphere and visiting procedures affect its attractiveness. As for negative opinions, the static character of exhibitions, no opportunity to touch the exhibits and monotony were mentioned, which means they provide poor competition for other cultural assets.

Biographical museums are particularly important for learning about the history of a given region; therefore even the smallest ones should not be disregarded. It should be stressed that country museums are often the only cultural sites within several kilometres and play an invaluable educational role.

PRZYPIS

¹ Artykuł prezentuje część wyników badań prowadzonych w ramach zakończonej w 2001 r. rozprawy doktorskiej zatytułowanej *Muzea biograficzne w Polsce w aspekcie ich rangi i atrakcyjności turystycznej*. Praca powstała w Katedrze Geografii Miast i Turyzmu UŁ, pod opieką dr hab. Elżbiety Dziegieć.

NOTE

¹ The article presents some of the research results included in the PhD thesis *Muzea biograficzne w Polsce w aspekcie ich rangi i atrakcyjności turystycznej*, completed in 2001 at the Department of Urban Geography and Tourism University of Łódź, under the supervision of Prof. Elżbieta Dziegieć.

BIBLIOGRAFIA – BIBLIOGRPHY

OGŁOZA A., 1996, *Ruch turystyczny w Muzeum Henryka Sienkiewicza w Oblęgorku*, maszynopis pracy magisterskiej wykonanej w Katedrze Geografii Miast i Turyzmu UŁ, Łódź.

PÓLTURZYCCY M. i J., 1978, *Muzea literackie w nauczaniu języka polskiego*, Wyd. Szkolne i Pedagogiczne, Warszawa

RODACKA M. 2001, *Muzea biograficzne w Polsce w aspekcie ich rangi i atrakcyjności turystycznej*, maszynopis pracy doktorskiej wykonanej w Katedrze Geografii Miast i Turyzmu UŁ, Łódź.

SQUIRE S. J., 1988, Wordsworth and Lake District Tourism: Romantic Reshaping of Landscape, „The Canadian Geographer”, vol. 32, no 3, p. 237–247.

SQUIRE S. J., 1993, *Valuing countryside: reflections on Beatrix Potter tourism*, „Area”, vol. 25, no. 1, s. 37–48.

SZPILEWSKA W., 1995, *Problemy muzealnictwa w okresie przemian ustrojowych*, „Muzealnictwo”, z. 37, s. 5–8.

TOMTAŁA M., 1985, *Mazurskie szlaki Głeczyńskiego*, maszynopis pracy dyplomowej wykonanej na Podyplomowym Studium Turystyki UŁ, Łódź.