

Andrzej Stasiak
Łódź, Polska

Ruch turystyczny w Muzeum Budownictwa Ludowego w Sanoku

WSTĘP

Latem 1997 r. na terenie Muzeum Budownictwa Ludowego w Sanoku przeprowadzone zostały badania ankietowe wśród zwiedzających tę placówkę. Stanowiły one część szerszych badań ruchu turystycznego w polskich skansenach prowadzonych przez Katedrę Geografii Miast i Turyzmu Uniwersytetu Łódzkiego od 1996 r.¹. Ankietowani byli wyłącznie turyści indywidualni powyżej 18 roku życia, którzy odwiedzili skansen od 14 do 22 sierpnia (w tym także 17 sierpnia podczas Festiwalu Muzyki Karpackiej „Na pograniczach”). Ankieta zawierała kilkanaście pytań m.in. o motyw wizyty w skansenie, źródło informacji o muzeum, środek lokomocji, ocenę ekspozycji. Ogółem badaniom poddano 321 osób, co stanowi około 1 proc. indywidualnych zwiedzających w 1997 r.

Analizy publiczności zwiedzającej skansen w grupach zorganizowanych dokonano na podstawie rejestru wycieczek prowadzonego przez pracowników muzeum (liczba grup, miejsce pochodzenia, organizator, liczba uczestników itp.)

Niniejszy artykuł jest wstępnym podsumowaniem uzyskanych wyników oraz próbą charakterystyki publiczności MBL w Sanoku.

FREKWENCJA W LATACH 1961–97

1. Liczba zwiedzających

Pierwsi zwiedzający pojawili się w Muzeum Budownictwa Ludowego w Sanoku już w czasie budowy skansenu. Jak większość nowych obiektów skansen wzbudził na początku swego istnienia duże zainteresowanie turystów. W 1961 r. odwiedziło go ok. 2 tys. osób. W następnych latach widzów było mniej (ok. kilkuset rocznie), ale już w 1966 r. (roku oficjalnego otwarcia placówki) frekwencja osiągnęła niemal 8 tys. osób (Blin–Olbert 1988).

¹ Podobne badania ankietowe przeprowadzone zostały w 1996 r. w Muzeum Wsi Słowińskiej w Klu-
kach i Górnośląskim Parku Etnograficznym w Chorzowie, a w 1997 r. w Wielkopolskim Parku Etnogra-
ficznym w Lednogórze–Dziekanowicach, Kurpiowskim Parku Etnograficznym w Nowogrodzie Łomżyń-
skim i Muzeum Wsi Kieleckiej w Tokarni.

Muzeum Budownictwa Ludowego w Sanoku w krótkim czasie stało się wiodącą placówką skansenowską w Polsce. O jego pozycji świadczy również liczba zwiedzających, która z roku na rok systematycznie rosła, by na początku lat siedemdziesiątych przekroczyć 40 tys. Druga połowa dekady okazała się jeszcze lepsza. Frekwencja podwoiła się, osiągając w 1978 r. 95 tys. osób (Czajkowski 1981, Blin–Olbert 1988). Kolejne lata przyniosły jednak czterdziestoprocentowy spadek liczby zwiedzających, wynikający z ogólnej sytuacji społeczno–politycznej kraju (kryzys gospodarczy, stan wojenny). Ale już od 1983 r. frekwencja ponownie wrasta, by pod koniec lat osiemdziesiątych osiągnąć drugie w historii muzeum maksimum (1989 r. – 95,5 tys.). Również i tym razem nie udało się przekroczyć granicy 100 tys. zwiedzających. W 1990 r. liczba turystów gwałtownie spadła aż o 45 proc., a rok później nie osiągnęła nawet 50 tys. (tab. 1, ryc. 1).

Tabela 1

Frekwencja w MBL w Sanoku w latach 1983–97

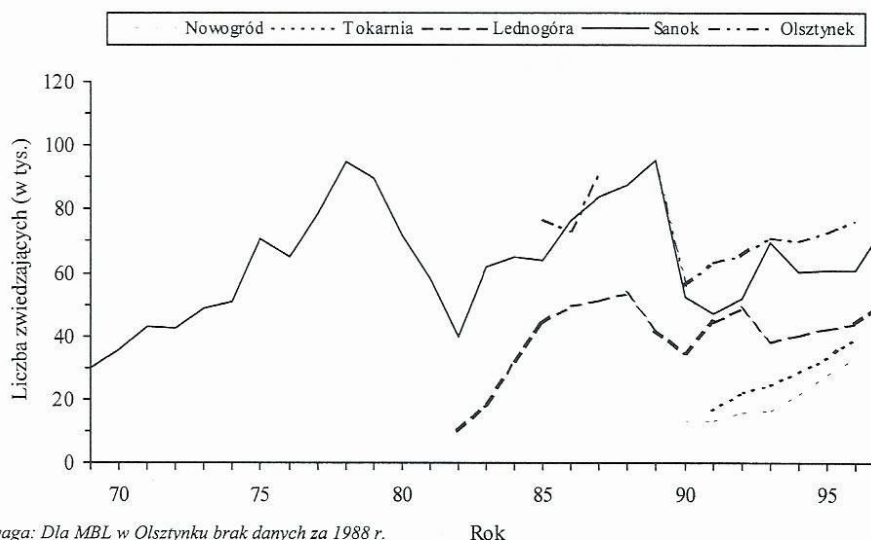
Rok	Liczba zwiedzających	Rok	Liczba zwiedzających
1983	61 827	1990	52 229
1984	64 900	1991	47 301
1985	64 000	1992	51 940
1986	76 546	1993	69 613
1987	83 881	1994	60 152
1988	87 413	1995	61 029
1989	95 462	1996	61 017
		1997	74 882

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych dyrekcji MBL.

Zjawisko to obserwowano praktycznie we wszystkich placówkach muzealnych w Polsce. Przemiany ustrojowe, zubożenie dużej części społeczeństwa czy wreszcie niepewna sytuacja finansowa muzeów (ograniczenie dotacji z budżetu państwa) nie sprzyjały wzrostowi frekwencji (por. Ziemiński 1994, Szpilewska 1995, Rodacka 1997, Stasiak 1998a). O tym, jak głębokie były to przeobrażenia świadczy fakt, że do dziś niewielu placówkom udało się powrócić do poziomu frekwencji sprzed 1990 r.

W MBL w Sanoku dopiero w 1997 r. frekwencja po raz pierwszy w tej dekadzie przekroczyła 70 tys. Mimo to sanocki skansen nadal należy do najczęściej odwiedzanych tego typu placówek w Polsce (ryc. 1). Wyższą frekwencją może poszczycić się jedynie MBL w Olsztynku (w latach 1993–96 na poziomie 75–80 tys.).

Warto w tym miejscu podkreślić również fakt, że zdecydowaną większość zwiedzających stanowią obywatele polscy. Liczba obcokrajowców odwiedzających skansen waha się w skali roku w granicach kilku procent. Do końca lat osiemdziesiątych stanowili oni 1–2 proc. muzealnej publiczności (ok. 1–2 tys. osób) i wywodzili się przede wszystkim z dawnych krajów socjalistycznych (Bułgaria, Czechosłowacja, Jugosławia, NRD, Węgry, ZSRR). Po 1990 r. liczba cudzoziemców tylko nieznacz-



Uwaga: Dla MBL w Olsztynku brak danych za 1988 r.

Ryc. 1. Frekwencja w wybranych skansenach w Polsce.
(Źródło: opracowanie własne na podstawie danych dyrekcji muzeów)

nie wzrosła, ale ze względu na spadek ogólnej frekwencji ich udział sięga 5–7 proc. Zmienił się również kierunek przyjazdu zagranicznych gości. Obecnie dominują turyści z Europy Zachodniej: z Francji, Holandii, Niemiec, Włoch i Wielkiej Brytanii.

2. Struktura zwiedzających

Muzea skansenowskie są specyficznym typem muzeum, jeśli chodzi o strukturę zwiedzających. W niemal wszystkich placówkach dominują zwiedzający w grupach zorganizowanych, a zwłaszcza młodzież w ramach wycieczek szkolnych. Podobnie sytuacja wygląda i w Sanoku, choć struktura zwiedzających nie jest stała i podlega pewnym przeobrażeniom (tab. 2, ryc. 2).

Zmiany struktury publiczności jednoznacznie wskazują na rosnące znaczenie indywidualnych zwiedzających. O ile w połowie lat osiemdziesiątych udział tej grupy widzów wynosił 10–20 proc., to obecnie sięga 35–40 proc. Gdyby do tego dodać jeszcze uczestników imprez folklorystycznych, to okaże się, że indywidualni turyści stanowią ok. 45 proc. publiczności muzeum. Tymczasem odsetek zwiedzających w grupach zorganizowanych spadł z poziomu 80–90 proc. do 60 proc. Wiąże się to zarówno ze zmniejszeniem udziału dzieci i młodzieży w grupach szkolnych (o kilkanaście procent), jak i poważnym ograniczeniem liczby tzw. wycieczek zakładowych. Po 1990 r. uczestnicy tego typu imprez stanowili tylko ok. 10 proc. widzów, gdy pod koniec lat osiemdziesiątych było ich 25–30 proc.²

² W 1997 r. odsetek zwiedzających w grupach innych niż szkolne wyniósł co prawda ponad 16 proc., ale wliczono w to także indywidualnych widzów korzystających z usług przewodnika (ok. 1,5 tys. osób)

Tabela 2

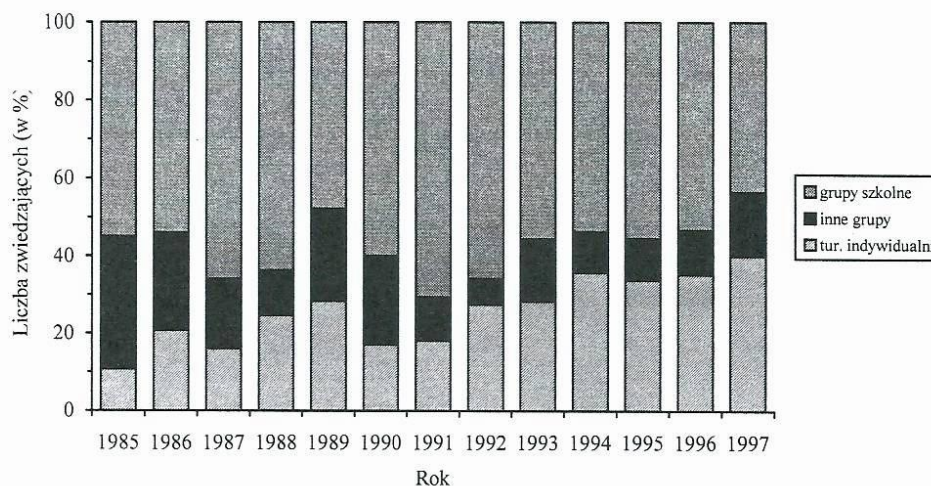
Struktura zwiedzających MBL w Sanoku w latach 1983-97
(bez uczestników imprez folklorystycznych)

Rok	Liczba zwiedzających						
	Ogółem	Zwiedzający indywidualni	proc.	W grupach zorganizowanych:			
				Razem	proc.	Młodzież szk.	%
1983	43 827	5000	11,41	38 827	88,59	*	*
1984	54 900	11000	20,04	43 900	79,96	*	*
1985	56 000	6000	10,71	50 000	89,29	*	ok. 55
1986	76 546	15878	20,74	60 668	79,26	41 351	54,02
1987	75 881	12197	16,07	63 684	83,93	50 107	66,03
1988	77 413	19071	24,64	58 342	75,36	49 316	63,71
1989	74 493	21107	28,33	53 386	71,67	35 582	47,77
1990	42 229	7 229	17,12	35 000	82,88	*	ok. 60
1991	37 301	6 760	18,12	30 541	81,88	26 355	70,65
1992	41 940	11 530	27,49	30 410	72,51	27 592	65,79
1993	49 203	13 930	28,31	35 273	71,69	27 362	55,61
1994	54 451	19 493	35,80	34 958	64,20	29 234	53,69
1995	51 467	17 400	33,81	34 067	66,19	28 515	55,40
1996	56 217	19 845	35,30	36 372	64,70	29 895	53,18
1997	68 282	27 407	40,14	40 875	59,86	29 659	43,47

* - brak wiarygodnych danych

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych dyrekcji MBL

Więcej światła na przemiany struktury zwiedzających rzuca analiza liczb bezwzględnych. Rok 1990 przyniósł załamanie frekwencji we wszystkich grupach publiczności. Spadła wtedy zarówno liczba indywidualnych widzów (z ok. 20 tys. do 6–7 tys.), młodzieży szkolnej (z 40–50 tys. do 26–27 tys.), jak i pozostałych zwiedzających (z kilkunastu do kilku tysięcy). Od tego czasu liczba turystów w dwóch ostatnich grupach utrzymuje się mniej więcej na tym samym poziomie (odpowiednio: 27–30 tys. i 5,5–8 tys.). Jedynie liczba indywidualnych zwiedzających powoli, ale systematycznie rośnie, osiągając w 1997 r. ponad 27 tys. Wzrost frekwencji muzealnej w ostatnich latach jest więc przede wszystkim zasługą tej części publiczności.



Ryc. 2. Struktura zwiedzających MBL w Sanoku w latach 1983-97

(Źródło: opracowanie własne na podstawie danych dyrekcji MBL)

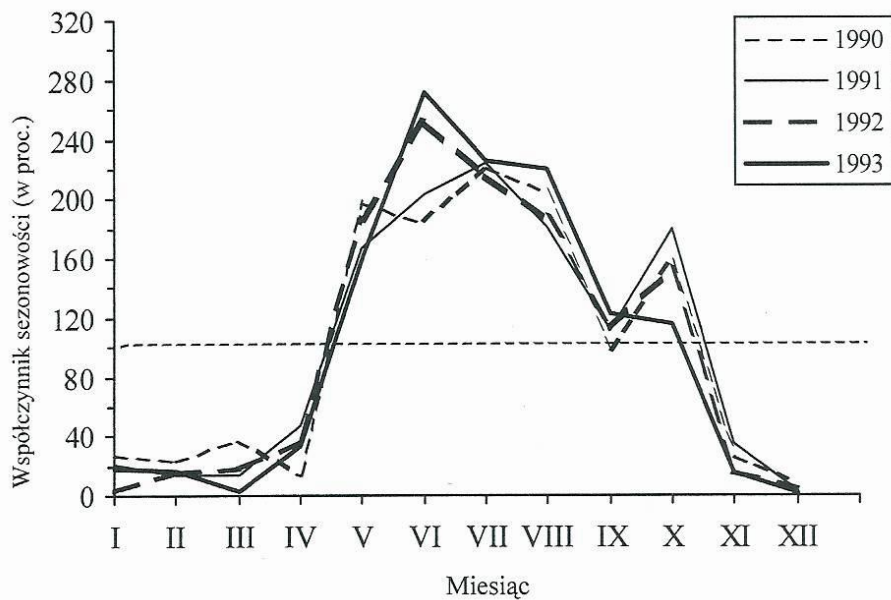
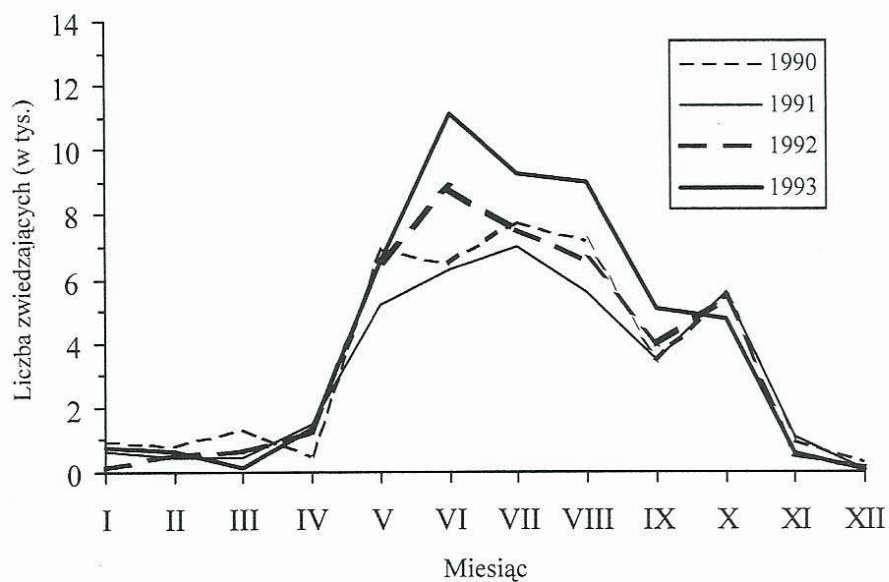
Zaobserwowane w MBL w Sanoku zmiany struktury zwiedzających nie są niczym wyjątkowym. Wzrost znaczenia indywidualnych turystów wśród publiczności muzealnej zarejestrowano już w wielu innych placówkach (Ziemiński 1994, Stasiak 1998a). Tendencja ta wydaje się zresztą dość korzystna. J. Ziemiński (1994) podkreśla, że wzrost liczby zwiedzających w grupach „towarzyskich” czy „rodzinnych” wiąże się ze zdecydowanie lepszą percepcją zbiorów niż podczas wycieczek szkolnych. Są to bowiem osoby świadomie dokonujące wyboru muzeum do zwiedzania, zainteresowane tematyką ekspozycji i mające często już pewne przygotowanie do odbioru prezentowanych treści.

Duże „rozdrobnienie” publiczności stwarza jednak poważny problem obsługi takich kiluosobowych grup zwiedzających. Przewodnicy nie są przecież w stanie oprowadzić po muzeum każdej rodziny. Problem wzrasta jeszcze bardziej w przypadku wielkopowierzchniowych muzeów skansenowskich.

Tendencja do stopniowej dominacji turystyki indywidualnej wydaje się być trwała (choćby z powodu rozwoju motoryzacji i wzrostu mobilności społeczeństwa). Nie można więc liczyć na zniknięcie problemu.

3. Sezonowość ruchu turystycznego

Mimo, że większość dużych muzeów skansenowskich w Polsce otwartych jest przez cały rok, to już sama specyfika ekspozycji na wolnym powietrzu stwarza oczywiste ograniczenia możliwości zwiedzania tych placówek. Duży wpływ warunków pogodowych zaznacza się nierównomiernym rozłożeniem frekwencji w ciągu roku. Największe natężenie ruchu turystycznego przypada na miesiące letnie i wczesno-



Ryc. 3a. Sezonowość ruchu turystycznego w MBL w Sanoku w latach 1990-93
(Źródło: opracowanie własne na podstawie danych dyrekcji MBL)

jesienne (maj–październik), minimum zaś na zimę i wczesną wiosnę (listopad–kwiecień). Taki rozkład ruchu turystycznego jest charakterystyczny dla wszystkich skansenów, choć mogą występować także indywidualne różnice. W muzeach, gdzie dominują wycieczki szkolne wyraźnie zaznacza się maksimum w maju–czerwcu. Z kolei w placówkach, w których gros publiczności stanowią indywidualni zwiedzający szczyt sezonu turystycznego przypada na miesiące wakacyjne.

Sezonowość ruchu turystycznego w MBL w Sanoku w latach 1990–97 przedstawia ryc. 3a i 3b. Aby móc porównać rozkład frekwencji w różnych latach przedstawiono ją zarówno w liczbach bezwzględnych, jak i za pomocą współczynnika sezonowości³.

Obok głównego, letniego nasilenia liczby zwiedzających skansen wyraźnie zaznacza się drugie maksimum przypadające na październik. Ten szczyt związany jest z powakacyjnymi wycieczkami szkolnymi i jesiennymi podróżami w Bieszczady. Odgrywa on jednak coraz mniejszą rolę. O ile bowiem w latach 1990–92 współczynnik sezonowości dla października wynosił ok. 150–180 proc., to w następnych latach spadł do ok. 90–120 proc. Co ciekawe, w 1997 r. po raz pierwszy od kilku lat frekwencja we wrześniu była zdecydowanie wyższa od październikowej (o blisko 800 osób).

Interesujące są także przesunięcia letniego maksimum. W okresie 1990–94 najwyższa wartość współczynnika wahała się w przedziale 220–290 proc. i przypadała na czerwiec lub lipiec. W latach 1995–96 maksimum letnie (260–300 proc.) występowało w sierpniu, a w 1997 r. w maju (260 proc.). Od 1996 r. jednak współczynnik sezonowości utrzymuje się na wysokim poziomie (powyżej 200 proc.) przez trzy, a nawet cztery miesiące (maj–sierpień). Trudno w tej chwili wyrokować, czy jest to początek trwalszej tendencji, czy też jedynie okresowe wahanie sezonowości. Może to jednak zwiastować trwałe przedłużenie głównego sezonu turystycznego w MBL w Sanoku.

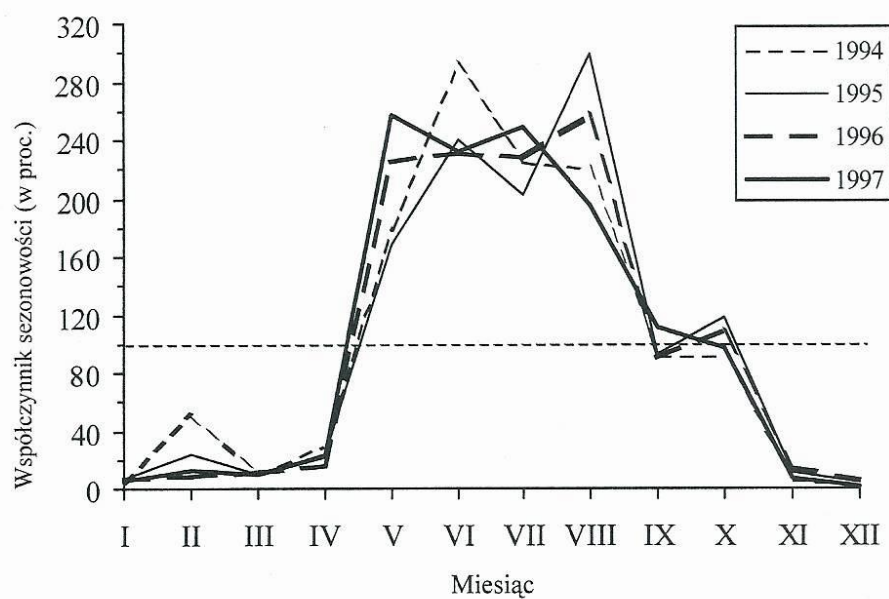
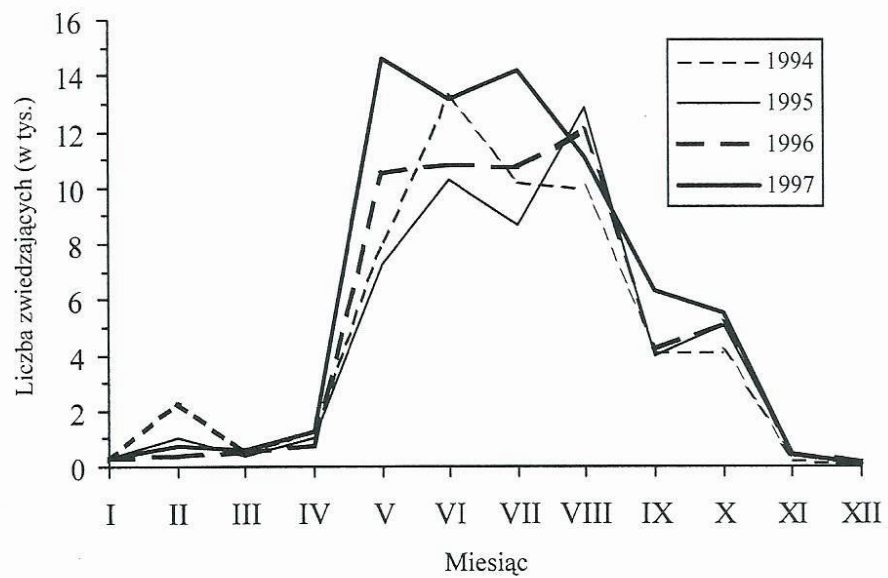
Oba te zjawiska (zanikanie jesiennego szczytu i wydłużenie letniego maksimum) są bez wątpienia odzwierciedleniem przemian struktury zwiedzających, a zwłaszcza wzrostu znaczenia wśród publiczności muzealnej turystów indywidualnych.

CHARAKTERYSTYKA GRUP ZORGANIZOWANYCH W 1997 R.

Według muzealnych statystyk w 1997 r. skansen w Sanoku odwiedziło blisko 41 tys. osób w 1557 grupach. W rzeczywistości zorganizowanych grup zwiedzających było mniej, gdyż w statystykach ujęto także indywidualnych widzów, którzy skorzystali z usług muzealnych przewodników⁴. Takich rodzinnych czy towarzyskich grup było niemal 180, czyli ok. 12 proc.

³ Współczynnik sezonowości wyliczony został wg. wzoru: $W_s = (x_i / x_{\text{gr}}) * 100$, gdzie W_s – współczynnik sezonowości, x_i – liczba zwiedzających w kolejnym miesiącu, x_{gr} – średnia liczba zwiedzających w miesiącu. Przy obliczeniach pominięto uczestników imprez folklorystycznych odbywających się na terenie skansenu.

⁴ Obsługę turystyczną zapewniała mniej więcej połowa spośród 77 osób, które ukończyły organizowany przez muzeum kurs przewodnicki.



Ryc. 3b. Sezonowość ruchu turystycznego w MBL w Sanoku w latach 1994-97

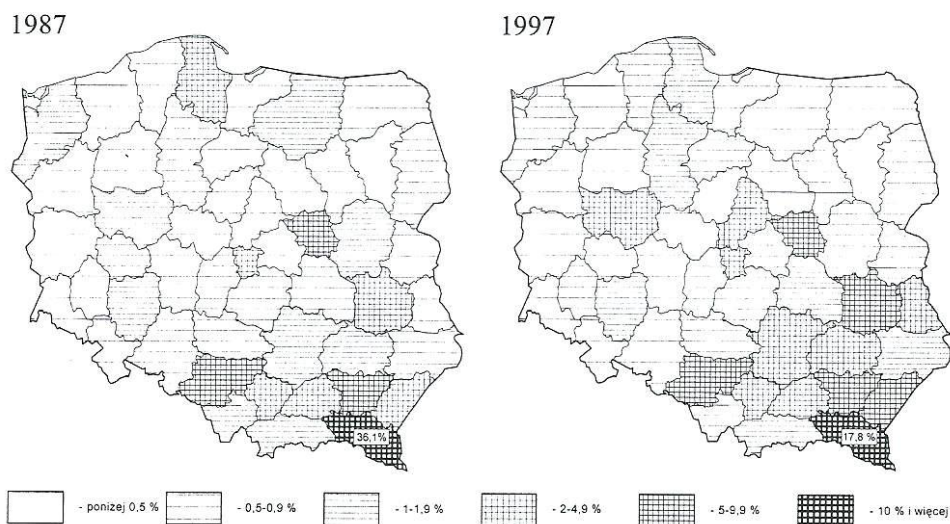
(Źródło: opracowanie własne na podstawie danych dyrekcji MBL)

Dodatkowe trudności w analizie zorganizowanego ruchu turystycznego stwarzała często spotykana praktyka dzielenia uczestników jednej wycieczki na dwie, a niekiedy nawet trzy, grupy zwiedzających. Dla potrzeb niniejszego opracowania pominięto rodzinne grupy zwiedzających z przewodnikiem, koncentrując się na zorganizowanych grupach wycieczkowych (nie muzealnych).

Zdecydowaną większość zwiedzających w zorganizowanych grupach stanowiły dzieci i młodzież (ok. 80 proc.), dorośli to jedynie ok. 20 proc. tej części publiczności. Nic w tym dziwnego, skoro najczęstszym organizatorem wycieczek do MBL w Sanoku były różnego rodzaju placówki oświatowe (przedszkola, szkoły podstawowe, zawodowe i średnie). Niemal 44 proc. imprez przygotowanych zostało przez nauczycieli, samorządy uczniowskie lub komitety rodzicielskie. Na kolejnych miejscach w tym swoistym rankingu organizatorów znalazły się biura podróży (ok. 14 proc. grup zorganizowanych) oraz zakłady pracy (blisko 13 proc. grup). W obu tych przypadkach uczestnikami wycieczek były zarówno dzieci, jak i dorośli. Znacznie mniejsze znaczenie jako organizator podróży do skansenu miało harcerstwo (ZHP i ZHR) i Kościoły (katolicki, prawosławny i greckokatolicki), które przysłały po ok. 2 proc. grup. Blisko 15 proc. wycieczek przygotowali inni organizatorzy turystyki, wśród nich m.in.: sanatoria i ośrodki wypoczynkowe (Iwonicz, Rymanów, Polańczyk, Solina), miejskie i gminne ośrodki kultury, organizacje turystyczne (PTTK, PTSM, SKPB).

Zorganizowany ruch turystyczny dotyczy niemal wyłącznie obywateli polskich. W rejestrze wycieczek odnotowano jedynie 12 grup obcokrajowców (po 3 z Francji i Niemiec, po 1 z Czech, Holandii, Szwajcarii, Szwecji, Węgier i USA).

Interesująco przedstawia się przestrzenny rozkład pochodzenia grup zwiedzających MBL w Sanoku (ryc. 4). Wyraźnie dominują województwa Polski pld.–wsch.,



Ryc. 4. Pochodzenie zorganizowanych grup zwiedzających MBL w Sanoku w 1987 i 1997 r.

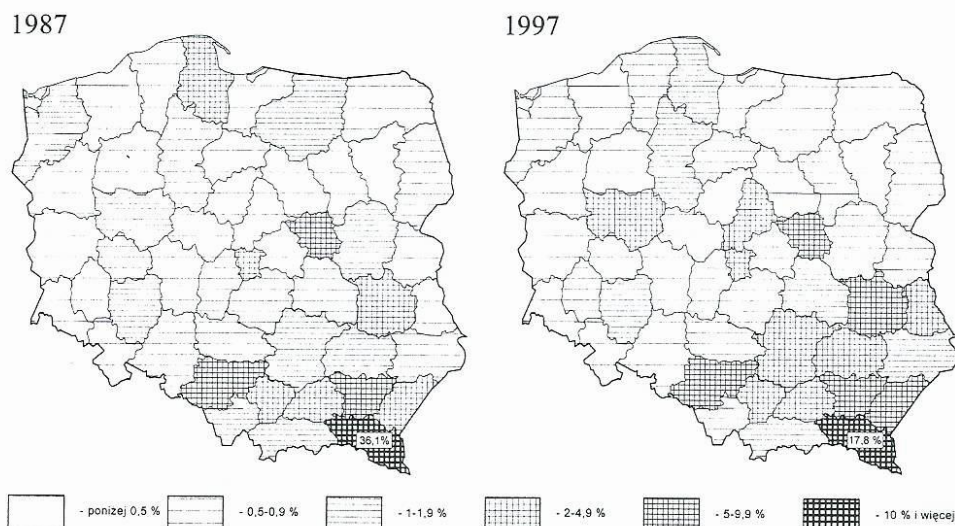
(Źródło: opracowanie własne za D. Blin-Olbert 1988 i na podstawie danych dyrekcji MBL)

Dodatkowe trudności w analizie zorganizowanego ruchu turystycznego stwarzała często spotykana praktyka dzielenia uczestników jednej wycieczki na dwie, a niekiedy nawet trzy, grupy zwiedzających. Dla potrzeb niniejszego opracowania pominięto rodzinne grupy zwiedzających z przewodnikiem, koncentrując się na zorganizowanych grupach wycieczkowych (nie muzealnych).

Zdecydowaną większość zwiedzających w zorganizowanych grupach stanowiły dzieci i młodzież (ok. 80 proc.), dorośli to jedynie ok. 20 proc. tej części publiczności. Nic w tym dziwnego, skoro najczęstszym organizatorem wycieczek do MBL w Sanoku były różnego rodzaju placówki oświatowe (przedszkola, szkoły podstawowe, zawodowe i średnie). Niemal 44 proc. imprez przygotowanych zostało przez nauczycieli, samorządy uczniowskie lub komitety rodzicielskie. Na kolejnych miejscach w tym swoistym rankingu organizatorów znalazły się biura podróży (ok. 14 proc. grup zorganizowanych) oraz zakłady pracy (blisko 13 proc. grup). W obu tych przypadkach uczestnikami wycieczek były zarówno dzieci, jak i dorośli. Znacznie mniejsze znaczenie jako organizator podróży do skansenu miało harcerstwo (ZHP i ZHR) i Kościół (katolicki, prawosławny i greckokatolicki), które przysłały po ok. 2 proc. grup. Blisko 15 proc. wycieczek przygotowali inni organizatorzy turystyki, wśród nich m.in.: sanatoria i ośrodki wypoczynkowe (Iwonicz, Rymanów, Polańczyk, Solina), miejskie i gminne ośrodki kultury, organizacje turystyczne (PTTK, PTSM, SKPB).

Zorganizowany ruch turystyczny dotyczy niemal wyłącznie obywateli polskich. W rejestrze wycieczek odnotowano jedynie 12 grup obcokrajowców (po 3 z Francji i Niemiec, po 1 z Czech, Holandii, Szwajcarii, Szwecji, Węgier i USA).

Interesująco przedstawia się przestrzenny rozkład pochodzenia grup zwiedzających MBL w Sanoku (ryc. 4). Wyraźnie dominują województwa Polski pld.-wsch.,



Ryc. 4. Pochodzenie zorganizowanych grup zwiedzających MBL w Sanoku w 1987 i 1997 r.

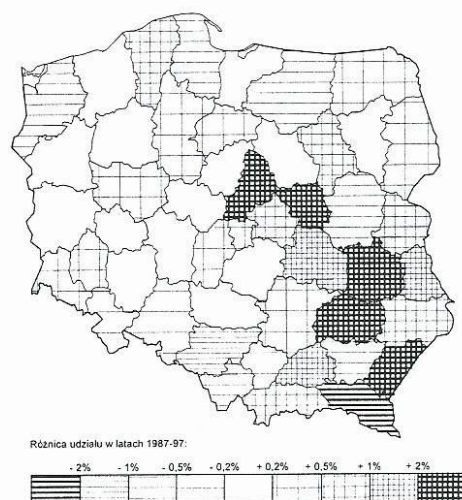
(Źródło: opracowanie własne za D. Blin-Olbert 1988 i na podstawie danych dyrekcji MBL)

z których pochodziła niemal co trzecia wycieczka (krośnieńskie – 17,8 proc., rzeszowskie – 7,6 proc., przemyskie – 6,7 proc.). Stosunkowo dużo grup wywodziło się również z wielkich aglomeracji miejskich (woj. warszawskie – 7,8 proc., katowickie – 7,1 proc.), woj. lubelskiego (6,2 proc.) oraz szeroko rozumianej Małopolski (woj. krakowskie, tarnowskie, tarnobrzskie, kieleckie – od 2 do 4,9 proc.). Najmniej wycieczek przyjechało do skansenu z najbardziej oddalonych rejonów Polski (powyżej 500 km) oraz słabiej zurbanizowanych województw centralnych (kaliskie, konińskie, piotrkowskie, sieradzkie, skierniewickie).

Wydać się, że właśnie te dwa czynniki (odległość i wielkomiejskość) mają główny wpływ na przestrzenne rozmieszczenie pochodzenia grup zorganizowanych. Tym niemniej wycieczki z 1997 r. pochodziły aż z 48 województw (jedynie woj. wrocławskie nie miało swojego przedstawiciela). Potwierdza to ogólnokrajowy zasięg oddziaływania MBL w Sanoku.

Podobny zasięg muzeum posiadało zresztą już przed 10 laty (por. Blin-Olbert 1988). W 1987 r. zanotowano ponad 63,6 tys. zwiedzających w 1827 grupach również z 48 województw (ryc. 4). Dominacja pld.-wsch. Polski była jednak wtedy znacznie bardziej wyraźna. Blisko połowa wycieczek (48,2 proc.) pochodziła z woj. krośnieńskiego, przemyskiego i rzeszowskiego, przy czym na samo krośnieńskie przypadała ponad 1/3 grup. Z pozostałych województw jedynie katowickie i warszawskie przekroczyły granicę 5 proc.

Zmiany przestrzennego zróżnicowania pochodzenia grup wycieczkowych w latach 1987–97 (ryc. 5) dowodzą stałego poszerzania się zasięgu oddziaływania MBL w Sanoku. Ogółem 24 województwa zanotowały wzrost udziału w publiczności skansenu, w 14 nie zaobserwowano większych zmian, a spadek miał miejsce jedynie w 11



Ryc. 5. Zmiany pochodzenia zorganizowanych grup zwiedzających MBL w Sanoku w latach 1987-97
(Źródło: opracowanie własne za D. Blin-Olbert 1988 i na podstawie danych dyrekcji MBL)

(w tym na obszarach dotkniętych powodzią w 1997 r.). Skansen odwiedza coraz mniej wycieczek z najbliższego regionu (woj. krośnieńskie, rzeszowskie), wzrasta natomiast odsetek zwiedzających z dalej położonych województw (lubelskiego, płockiego, tarnobrzeskiego, warszawskiego, chełmskiego, radomskiego czy tarnowskiego). Zjawisko poszerzania zasięgu oddziaływania muzeum kosztem spadku udziału 2–3 województw (które i tak dostarczają najwięcej zwiedzających) należy bez wątpienia uznać za korzystne.

CHARAKTERYSTYKA INDYWIDUALNYCH ZWIEDZAJĄCYCH W 1997 R.

1. Pochodzenie zwiedzających

Zdecydowaną większość wśród 321 ankietowanych turystów stanowili obywatele polscy (90,7 proc.). Jedynie 30 osób (9,3 proc.) mieszkało na stałe poza granicami Polski (po 10 we Francji i w Niemczech, 9 we Włoszech, 3 w Wielkiej Brytanii, 2 w Holandii, po 1 w Austrii, Australii, Belgii, Grecji, Ukrainie i USA). Ze względu na niewielką liczbę obcokrajowców nie zastosowano w niniejszym opracowaniu podziału na Polaków i cudzoziemców. Wszystkie wyniki odnoszą się więc do całej ankietowanej zbiorowości. Wyjątkiem jest ryc. 6, na której przedstawiono miejsca zamieszkania polskich turystów, zwiedzających w 1997 r. skansen w Sanoku. Wynika z niej jasno, że ankietowani pochodzili z terenu całej Polski. Tylko pięć województw (ciechanowskie, jeleniogórskie, leszczyńskie, łomżyńskie i płockie) nie miało swoich reprezentantów, z pozostałych 44 przybyła co najmniej jedna osoba. Miejsca zamieszkania ankietowanych nie są jednak rozmieszczone równomiernie. Występuje wyraźna koncentracja zwiedzających w trzech regionach. Są to:

- Polska płd.–wsch. (woj. krośnieńskie, przemyskie, rzeszowskie) – ok. 20 proc.,
- woj. katowickie, krakowskie i bielskie – ok. 15 proc.,
- woj. warszawskie – ok. 9 proc.

Dość znaczny udział miały również woj. lubelskie, łódzkie i szczecińskie (po ok. 3 proc.). Publiczność skansenu w Sanoku składa się więc z dwu rodzaju zwiedzających. Pierwszą grupę stanowią mieszkańcy regionu (woj. krośnieńskie i województwa ościenne), drugą natomiast – mieszkańcy dużych aglomeracji miejskich (katowickiej, krakowskiej, warszawskiej, a w mniejszym stopniu łódzkiej, szczecińskiej i trójmiejskiej). Zresztą zdecydowaną większość indywidualnych zwiedzających stanowili mieszkańcy miast (ok. 85 proc.). Dla turystów pochodzących ze wsi skansen nie był zbyt interesujący.

Ogólnokrajowy zasięg oddziaływania MBL w Sanoku potwierdziły również obserwacje prowadzone na przymuzealnym parkingu w dniach 14–22.08.1997 r. Parkujące tu w tym okresie samochody posiadały tablice rejestracyjne 43 województw z całej Polski. Dominowały jednak pojazdy z województw południowo-wschodnich (krośnieńskie – 18,6 proc., przemyskie – 5,8 proc., rzeszowskie – 4,8 proc.) i połu-



Ryc. 6. Miejsca zamieszkania zwiedzających MBL w Sanoku w 1997 r.

(Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych)

dniowych (krakowskie – 11,3 proc., katowickie – 9,3 proc.) oraz województwa stołecznego (7,5 proc.). W sumie stanowiły one ponad 57 proc. wszystkich samochodów parkujących przy muzeum w omawianym okresie.

Spośród badanych muzeów skansenowskich w Polsce podobny (ogólnokrajowy) zasięg posiada jeszcze jedynie MWS w Klukach (ryc. 7). W przypadku WPE w Lednogórze–Dziekanowicach, KPE w Nowogrodzie Łomżyńskim i MWK w Tokarni możemy mówić co najwyżej o zasięgu regionalnym lub ponadregionalnym. Lokalny charakter posiada natomiast GPE w Chorzowie (blisko 90 proc. zwiedzających pochodzi z woj. katowickiego).

SANOK



CHORZÓW



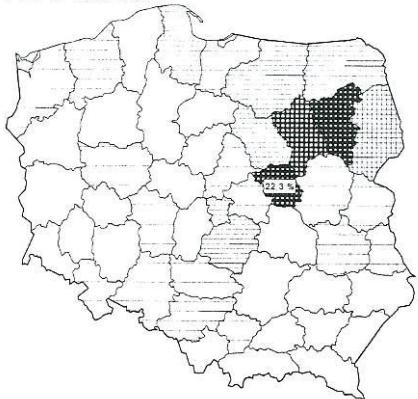
KLUKI



LEDNOGÓRA



NOWOGRÓD



TOKARNIA



Ryc. 7. Pochodzenie indywidualnych zwiedzających w wybranych skansenach w Polsce

(Źródło: opracowanie własne na podstawie obserwacji tablic rejestracyjnych samochodów)

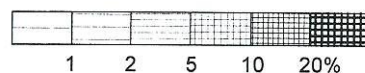


Tabela 3

Cel podróży zwiedzających MBL w Sanoku w 1997 r.

Cel podróży	Liczba osób	proc.
wypoczynek w okolicy	162	50,47
wypoczynek u rodziny	58	18,07
skansen	48	14,95
przejazd tranzytem	35	10,90
wycieczka	16	4,98
wyjazd służbowy	2	0,62
Razem:	321	100,00

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych.

Dla większości zwiedzających wizyta w MBL w Sanoku nie była głównym celem podróży (por. tab. 3). Do skansenu zaglądają przede wszystkim osoby wypoczywające u rodziny i znajomych (18,1 proc.) oraz turyści spędzający wakacje w południowo-wschodniej Polsce (50,5 proc.). Wypoczynek w Bieszczadach to zarówno górskie wędrówki z kilkoma noclegami w różnych miejscowościach (12,2 proc.), jak i dłuższe pobyty stacjonarne w znanych ośrodkach wypoczynkowych (38,3 proc.). Miejsca stałego wypoczynku ankietowanych (ryc. 8) zgrupowane są w dolinie Sanu, głównie w okolicach Jeziora Solińskiego i Myczkowskiego (Solina, Polańczyk, Wołkowyja, Myczkowce, Uherce Mineralne, Lesko). Drugą grupę miejscowości „dostarczających” skansenowi publiczności (choć na mniejszą skalę niż wcześniej wspomniane) stanowią uzdrowiska (Iwonicz Zdrój, Rymanów Zdrój, Polańczyk).

Tabela 4

Struktura wieku i płci zwiedzających MBL w Sanoku w 1997 r.

Wiek	Mężczyźni	Kobiety	Razem	proc.
poniżej 25	17	19	36	11,21
25-29	19	20	39	12,15
30-34	23	25	48	14,95
35-39	24	27	51	15,89
40-44	25	22	47	14,64
45-49	16	14	30	9,35
50-54	11	10	21	6,54
55-59	11	9	20	6,23
60 i więcej	16	13	29	9,03
RAZEM:	162	159	321	100,00

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych.



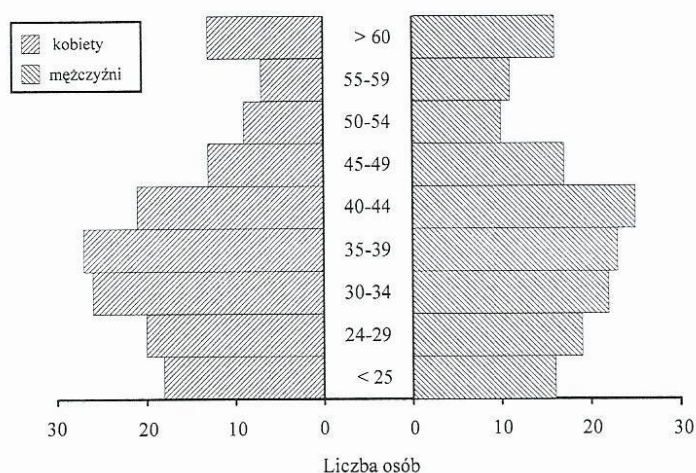
Ryc. 8. Miejsca wypoczynku zwiedzających MBL w Sanoku w 1997 r.

(Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych)

2. Struktura społeczno-demograficzna

Wcześniejsze badania ruchu turystycznego w polskich skansenach (Rodacka 1997, Stasiak 1998a, 1998b), dowiodły, że placówki tego typu równie często odwiedzają mężczyźni, jak i kobiety. Potwierdzają to także wyniki uzyskane w MBL w Sanoku (tab. 4, ryc. 9). Wśród ankietowanych osób znalazło się 50,5 proc. mężczyzn i 49,5 proc. kobiet. Wyraźnych dysproporcji płci nie zauważono także w żadnym z rozpatrywanych przedziałów wiekowych. Przeważali ludzie w młodym i średnim wieku. Blisko 69 proc. badanych nie ukończyło jeszcze 45 lat. Najlicniejszą grupę stanowili trzydziestolatkowie (prawie 31 proc.) oraz osoby z przedziału 40–44 lata (14,6 proc.). Co czwarty ankietowany miał mniej niż 30 lat, co piąty ukończył już pięćdziesiąty rok życia.

Publiczność muzeów skansenowskich jest specyficzna także pod względem wykształcenia (Rodacka 1997, Stasiak 1998a, 1998b). Ponad 90 proc. ankietowanych w MBL w Sanoku posiadało co najmniej średnie wykształcenie, przy czym aż 43 proc. ukończyło studia wyższe (tab. 5). Jedynie co dziesiąty nie mógł pochwalić się zdaną maturą.



Ryc. 9. Struktura wieku i płci zwiedzających MBL w Sanoku w 1997 r.

(Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych)

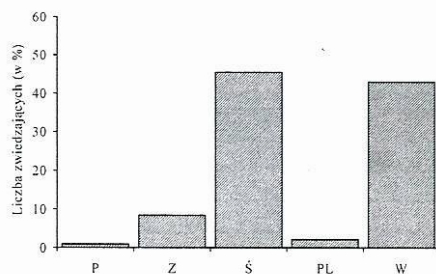
Podobną strukturę wykształcenia zaobserwowano praktycznie we wszystkich badanych skansenach (ryc. 10). Jedynie w GPE w Chorzowie dominowali zwiedzający z wykształceniem średnim i zawodowym (razem ponad 70 proc.). Z kolei najlepiej wykształconą publiczność posiada MWS w Klukach. Ponad 54 proc. zwiedzających posiadało tytuł magistra, a dalsze kilka procent było w trakcie studiów.

Wyższe od przeciętnego wykształcenie publiczności muzealnej nie jest czymś nadzwyczajnym, choć trochę zaskakujące są tak duże dysproporcje. Dlatego nasuwa się pytanie: czy ekspozycja skansenowska jest atrakcyjna jedynie dla osób posiadających „szersze horyzonty”, a nieciekawa lub zbyt trudna w odbiorze dla słabiej wykształconych? A może po prostu ci ostatni nie odczuwają potrzeby wizyty w muzeum lub ze względu na niskie wykształcenie nie wiedzą o istnieniu tego typu placówek?

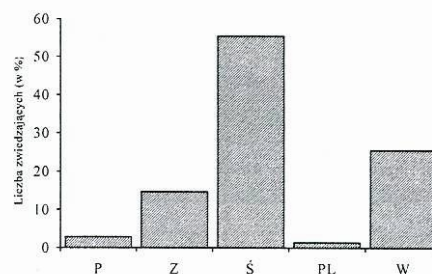
3. Charakter wizyt w skansenie

Spośród 321 ankietowanych osób niemal 2/3 zwiedzały MBL w Sanoku po raz pierwszy. Dla co piątego była to druga wizyta (tab. 5). Byli to przede wszystkim turyści, którzy odwiedzają skansen przy okazji wypoczynku w Bieszczadach. Stąd też wizyta w muzeum wypada zwykle raz na kilka lat lub nigdy już się nie powtarza (tab. 6, ryc. 11). Blisko 14 proc. zapytanych przyznało, że było już w MBL w Sanoku co najmniej trzykrotnie. Tę część publiczności stanowią głównie mieszkańcy miasta i najbliższych okolic, którzy bywają w skansenie raz a nawet kilka razy w roku (5 proc. badanych). Magnesem przyciągającym tych ludzi – oprócz zwykłej ekspozycji – jest możliwość spaceru i odpoczynku nad brzegiem Sanu oraz liczne imprezy folklorystyczne (od 3 do 5 w sezonie). Co roku, według szacunków pracowników muzeum, bierze w nich udział kilka-kilkanaście tysięcy osób. Większość zwiedzających MBL w Sanoku to jednak turyści jednorazowi, którzy raczej nie wracają do muzeum.

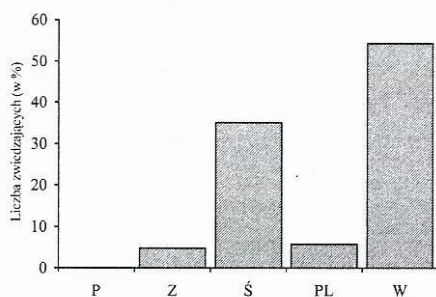
SANOK



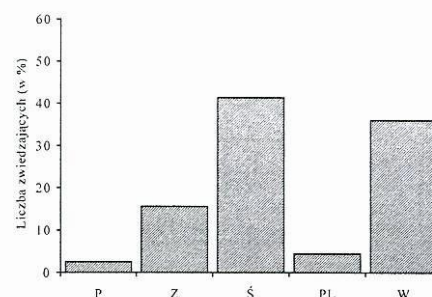
CHORZÓW



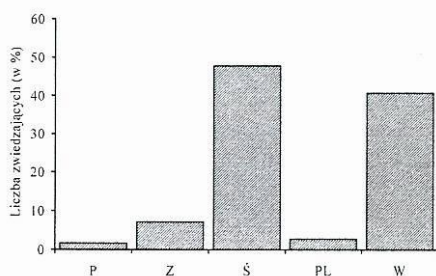
KLUKI



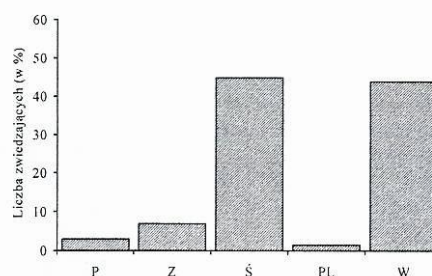
LEDNOGÓRA



NOWOGRÓD



TOKARNIA



Wykształcenie: P - podstawowe, Z - zawodowe, Ś - średnie, PL - policealne, W - wyższe

Ryc. 10. Struktura wykształcenia zwiedzających w wybranych skansenach w Polsce
(Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych)

Tabela 5

Liczba wizyt zwiedzających MBL w Sanoku w 1997 r.

1-sza wizyta		2-ga wizyta		3-cia wizyta		powyżej 3 wizyt	
Liczba osób	proc.	Liczba osób	proc.	Liczba osób	proc.	Liczba osób	proc.
209	65,11	68	21,18	18	5,61	26	8,10

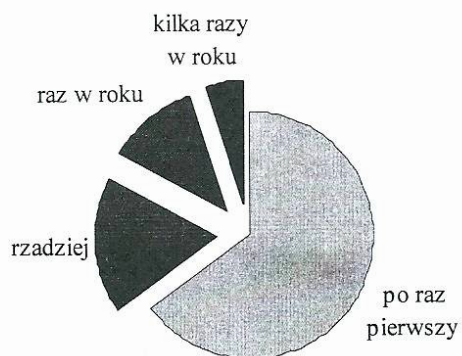
Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych.

Tabela 6

Częstotliwość wizyt w skansenie

Częstotliwość wizyt	Liczba osób	proc.
kilka razy w miesiącu	0	0,00
raz w miesiącu	0	0,00
kilka razy w roku	16	4,98
raz w roku	38	11,84
rzadziej	58	18,07
po raz pierwszy	209	65,11
RAZEM:	321	100,00

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych.



Ryc. 11. Częstotliwość wizyt turystów w MBL w Sanoku

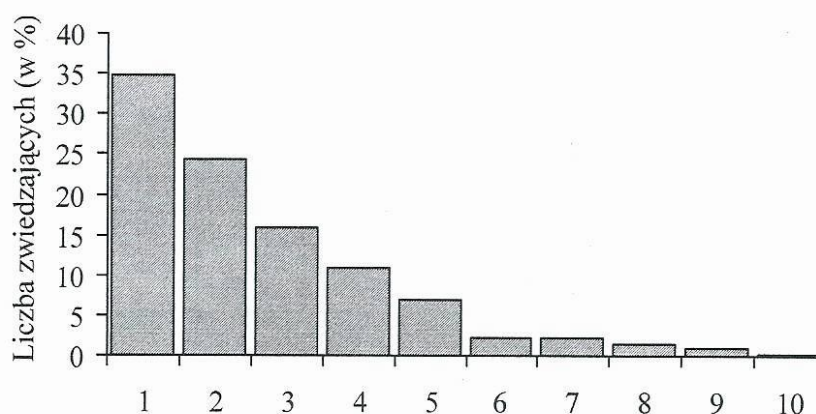
(Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych)

Tabela 7

Źródło wiadomości o skansenie

Źródło wiadomości	Liczba osób	proc.
poprzednie wizyty	112	34,89
rodzina, znajomi	78	24,30
przewodniki turyst. i mapy	51	15,89
„od zawsze”	35	10,90
tablice informacyjne	22	6,85
szkoła	7	2,18
telewizja	7	2,18
prasa	5	1,56
radio	3	0,93
informacja turystyczna	1	0,31
RAZEM:	321	100,00

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych



Ryc. 12. Źródło wiadomości o skansenie: 1 - poprzednie wizyty, 2 - rodzina, znajomi, 3 - przewodniki turystyczne i mapy, 4 - „od zawsze”, 5 - tablice informacyjne, 6 - szkoła, 7 - telewizja, 8 - prasa, 9 - radio, 10 - informacja turystyczna (Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych)

Ciekawych spostrzeżeń dostarcza także analiza odpowiedzi na pytanie o źródło informacji o skansenie (tab. 7, ryc. 12). Dla tych, którzy po raz pierwszy zwiedzali skansen najważniejszym źródłem informacji była rodzina i znajomi. Niemal co czwarty ankietowany dowiedział się o istnieniu muzeum od najbliższych. Pozytywne wrażenia wyniesione z muzeum okazują się więc najskuteczniejszą formą reklamy.

Drugim co do znaczenia źródłem wiadomości były mapy i przewodniki turystyczne (15,9 proc. wskazań). Niemal 11 proc. zapytanych nie potrafiło precyzyjnie odpowiedzieć na to pytanie, twierdząc że wiedzieli o skansenie „od zawsze”. Świadczy to niewątpliwie o znaczącej i utrwalonej już pozycji muzeum na turystycznej mapie Polski.

Marginalne znaczenie jako źródło wiadomości miały mass media (telewizję, prasę czy radio wymieniło 1–2 proc. zapytanych), edukacja szkolna (2 proc.) i informacja turystyczna (0,3 proc.).

Istotną rolę odgrywają natomiast tablice informacyjne ustawione przy trasie Krosno–Przemyśl oraz w centrum Sanoka. Sprzyja to zatrzymaniu turystów przejeżdżających przez miasto jedynie tranzytem (co dziesiąty zwiedzający). Dobre oznakowanie drogi dojazdowej ułatwia zresztą wszystkim zainteresowanym dotarcie do położonego nieco na uboczu muzeum.

Jest to o tyle istotne, że samochód osobowy jest w tej chwili głównym środkiem lokomocji. Turyści zmotoryzowani stanowią blisko 80 proc. wszystkich zwiedzających MBL w Sanoku (tab. 8). Jedynie co dziesiąty widz przyszedł do muzeum pieszo (mieszkańcy Sanoka i wypoczywający w tym mieście), a co piętnasty skorzystał z usług PKS (mieszkańcy woj. krośnieńskiego i turyści przebywający w Bieszczadach).

Tabela 8

Środki lokomocji zwiedzających MBL w Sanoku w 1997 r.

Środek lokomocji	Liczba osób	proc.
samochód	253	78,82
na pieszo	30	9,35
PKS	21	6,54
PKP	7	2,18
MPK	5	1,56
rower	3	0,93
autostop	2	0,62
RAZEM:	321	100,00

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych.

A jakie były motywy wizyty w skansenie? Co zdecydowało o zwiedzaniu tego muzeum? Na tak sformułowane pytania najczęściej padały dwie odpowiedzi (można było wybrać kilka wariantów): ciekawość (57 proc.) i chęć obcowania z kulturą ludową (45,8 proc.) – tab. 9, ryc. 13. Nie jest to chyba zaskakujące, gdy pamięta się, że dla 2/3 ankietowanych była to pierwsza wizyta w tym skansenie. Niewątpliwie dodatkowym magnesem skłaniającym znaczną część publiczności do odwiedzin muzeum jest unikalność i pewna „egzotyka” ekspozycji (grupy etniczne Bojków i Łemków, drewniana architektura cerkiewna). Zainteresowanie etnografią, a zwłaszcza kulturą ludności zamieszkującej niegdyś Beskid Niski i Bieszczady wymieniło blisko 14 proc. zapytanych. Podobne znaczenie miała potrzeba wypoczynku. Wspominali o niej przede wszystkim mieszkańcy Sanoka i okolic. Dla nich skansen jest także placówką rekreacyjno–wypoczynkową, celem niedzielnym spacerów i miejscem wielu imprez kulturalnych (ponad 8 proc. zapytanych wskazało Festiwal Muzyki Karpackiej jako główny powód wizyty w muzeum).

Marginalne znaczenie jako źródło wiadomości miały mass media (telewizję, prasę czy radio wymieniło 1–2 proc. zapytanych), edukacja szkolna (2 proc.) i informacja turystyczna (0,3 proc.).

Istotną rolę odgrywają natomiast tablice informacyjne ustawione przy trasie Krosno–Przemyśl oraz w centrum Sanoka. Sprzyja to zatrzymaniu turystów przejeżdżających przez miasto jedynie tranzytem (co dziesiąty zwiedzający). Dobre oznakowanie drogi dojazdowej ułatwia zresztą wszystkim zainteresowanym dotarcie do położonego nieco na uboczu muzeum.

Jest to o tyle istotne, że samochód osobowy jest w tej chwili głównym środkiem lokomocji. Turyści zmotoryzowani stanowią blisko 80 proc. wszystkich zwiedzających MBL w Sanoku (tab. 8). Jedynie co dziesiąty widz przyszedł do muzeum pieszo (mieszkańcy Sanoka i wypoczywający w tym mieście), a co piętnasty skorzystał z usług PKS (mieszkańcy woj. krośnieńskiego i turyści przebywający w Bieszczadach).

Tabela 8

Środki lokomocji zwiedzających MBL w Sanoku w 1997 r.

Środek lokomocji	Liczba osób	proc.
samochód	253	78,82
na pieszo	30	9,35
PKS	21	6,54
PKP	7	2,18
MPK	5	1,56
rower	3	0,93
autostop	2	0,62
RAZEM:	321	100,00

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych.

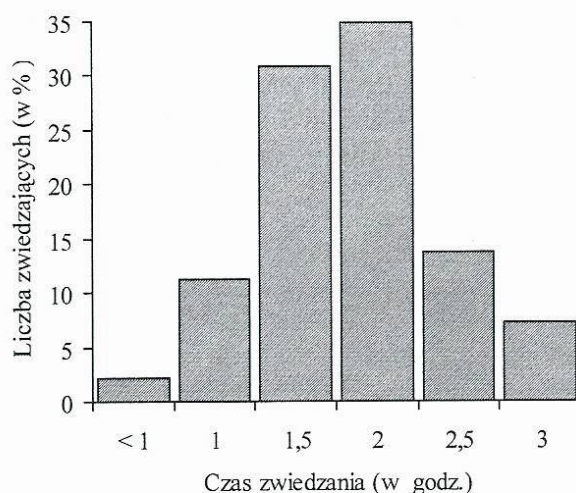
A jakie były motywy wizyty w skansenie? Co zadecydowało o zwiedzaniu tego muzeum? Na tak sformułowane pytania najczęściej padały dwie odpowiedzi (można było wybrać kilka wariantów): ciekawość (57 proc.) i chęć obcowania z kulturą ludową (45,8 proc.) – tab. 9, ryc. 13. Nie jest to chyba zaskakujące, gdy pamięta się, że dla 2/3 ankietowanych była to pierwsza wizyta w tym skansenie. Niewątpliwie dodatkowym magnesem skłaniającym znaczną część publiczności do odwiedzin muzeum jest unikalność i pewna „egzotyka” ekspozycji (grupy etniczne Bojków i Łemków, drewniana architektura cerkiewna). Zainteresowanie etnografią, a zwłaszcza kulturą ludności zamieszkującej niegdyś Beskid Niski i Bieszczady wymieniło blisko 14 proc. zapytanych. Podobne znaczenie miała potrzeba wypoczynku. Wspominali o niej przede wszystkim mieszkańcy Sanoka i okolic. Dla nich skansen jest także placówką rekreacyjno–wypoczynkową, celem niedzielnych spacerów i miejscem wielu imprez kulturalnych (ponad 8 proc. zapytanych wskazało Festiwal Muzyki Karpackiej jako główny powód wizyty w muzeum).

Tabela 10

Czas pobytu w skansenie zwiedzających MBL w Sanoku w 1997 r.

Czas pobytu w skansenie	Liczba osób	proc.
poniżej 1 h	7	2,18
1 h	36	11,21
1,5 h	99	30,84
2 h	112	34,89
2,5 h	44	13,71
3 h	23	7,17
Razem:	321	100,00

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych.



Ryc. 14. Czas zwiedzania MBL w Sanoku

(Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych)

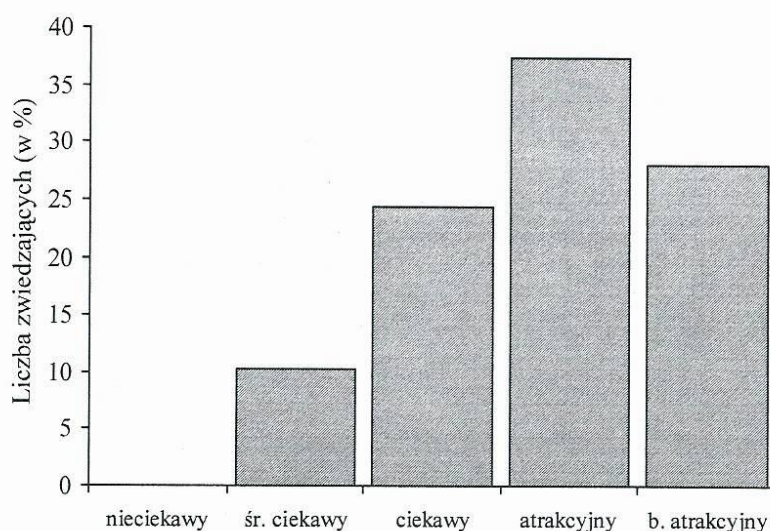
Przeciętna wizyta w skansenie trwała 1,5–2 godz. (tab. 10, ryc. 14). Ponad 65 proc. ankietowanych potrzebowało tyle czasu na zapoznanie się z ekspozycją. Długość pobytu w muzeum uzależniona była w dużym stopniu od formy zwiedzania prezentowanej ekspozycji. Turyści, którzy zdecydowali się skorzystać z usług przewodnika z reguły przebywali na terenie skansenu dłużej. Zwiedzający we własnym zakresie potrzebowali zwykle mniej czasu (gdyż wnętrza wielu obiektów pozostawały dla nich niedostępne). Dodatkowo niektórzy często nieświadomie pomijali położony nieco na uboczu sektor Pogórzan Zachodnich.

Tabela 11

Ocena atrakcyjności MBL w Sanoku przez zwiedzających skansen w 1997 r.

Ocena atrakcyjności skansenu	Liczba osób	proc.
nieciekaw	0	0,00
średnio ciekaw	33	10,28
ciekaw	78	24,30
atrakcyjny	120	37,38
bardzo atrakcyjny	90	28,04
RAZEM:	321	100,00

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych.



Ryc. 15. Ocena atrakcyjności MBL w Sanoku przez zwiedzających skansen w 1997 r.

(Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych)

4. Percepcja ekspozycji przez zwiedzających

Ankieta zawierała również kilka pytań dotyczących postrzegania muzeum przez zwiedzających. Ogólnie ekspozycję muzealną ankietowani określili jako atrakcyjną (37,4 proc.). 28 proc. zapytanych uznało ją za bardzo atrakcyjną, natomiast co czwarty uważał, że jest ciekawa. Żadna osoba nie stwierdziła, że skansen jest zupełnie nieciekawym (tab. 11, ryc. 15). Co dziesiąty jednak czuł się lekko rozczarowany ekspozycją uznając ją za średnio ciekawą. Najwięcej zarzutów dotyczyło braku możliwości zwiedzania obiektów bez przewodnika. Oglądanie wyposażenia wewnątrz jedynie przez małe okienka okazało się dla wielu turystów niewystarczające i niezadowolające.

Inne zastrzeżenia zwiedzających dotyczyły m.in. braku przewodnika po muzeum w języku polskim (opóźnienie druku nowego wydania), małej liczby zwierząt w skansenie, pominięcia na bezpłatnym planie kilku obiektów, słabego oznakowania poszczególnych sektorów i obiektów, nie najlepszego stanu technicznego przymuzealnego parkingu.

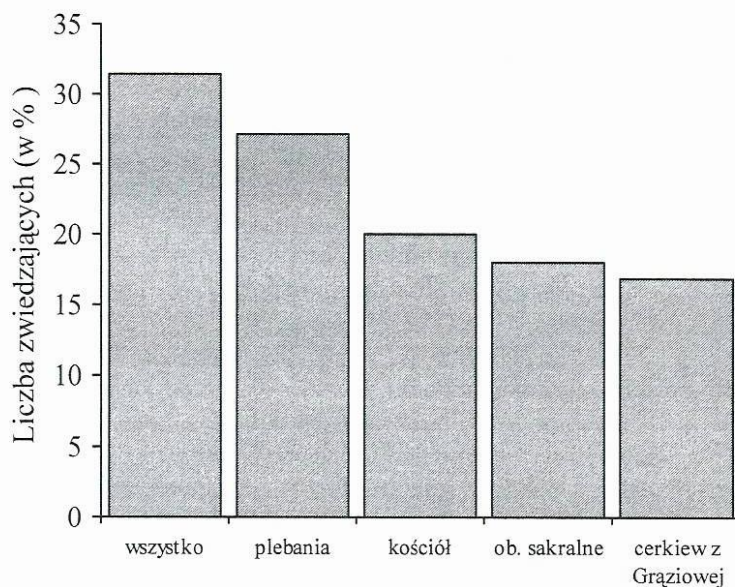
A co najbardziej podobało się zwiedzającym w Muzeum Budownictwa Ludowego w Sanoku? Na tak postawione pytanie niemal 1/3 ankietowanych odpowiedziała, że „wszystko”, cała ekspozycja (tab. 12, ryc. 16). Spośród pojedynczych obiektów największą popularnością cieszyły się obiekty sakralne. Zainteresowanie zwiedzających wzbudziła przede wszystkim bogato wyposażona plebania z Ropy (27,1 proc.), kościół z Bączala Dolnego (19,9 proc.) oraz cerkiew z Grąziowej (16,8 proc.). Dużej grupie ankietowanych (18,1 proc.) podobały się wszystkie budowle sakralne (łącznie

Tabela 12

Największe atrakcje MBL w Sanoku według zwiedzających

Co się podobało ?	Liczba osób	proc.
wszystko	101	31,46
plebania z Ropy	87	27,10
kościół z Bączala Dolnego	64	19,94
obiekty sakralne (cerkwie i kościoły)	58	18,07
cerkiew z Grąziowej	54	16,82
szkoła wiejska z Wydrnej	24	7,48
młyn wodny z Woli Komborskiej	22	6,85
wyposażenie wnętrz	21	6,54
drewniana architektura	13	4,05
wystawa	10	3,12
położenie skansenu, ukształtowanie terenu	10	3,12
zagrody	10	3,12
wiatraki	8	2,49
kozy	8	2,49
„mała architektura” (żuraw, kapliczki)	7	2,18
budownictwo i kultura Łemków	6	1,87
cerkiew z Rosolina	6	1,87
kuźnia z Wyznego	5	1,56
ułę	5	1,56
chałupa z Dąbrówki z 1681 r.	4	1,25
budownictwo i kultura Bojków	3	0,93
budownictwo i kultura Dolinian	3	0,93
atmosfera	1	0,31
remiza strażacka z Lipinek	1	0,31
budownictwo i kultura Pogórze	1	0,31
dom z Posady Sanockiej (warsztat kotodzieja)	1	0,31
ikony	1	0,31
chata z Równego	1	0,31

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych.



Ryc. 16. Pięć największych atrakcji w MBL w Sanoku według zwiedzających
(Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych)

z będącą w budowie cerkwią łemkowską z Ropek). Można więc zaryzykować twierdzenie, że dla blisko 40 proc. zwiedzających najbardziej atrakcyjnym obiektem w skansenie była cerkiew lub kościół.

Znacznie mniejszym, bo ledwie kilkuprocentowym, zainteresowaniem cieszyła się pozostała część ekspozycji (wiejska szkoła z Wydrnej – 7,5 proc., młyn wodny z Woli Komborskiej – 6,9 proc.). Podobny odsetek zwiedzających zwrócił uwagę na pieczołowite odtworzenie wyposażenia wnętrz, drewnianą architekturę prezentowanych obiektów czy też wystawy czasowe w chałupie z Tyrawy Solnej („Dziewczęta z Galicji” i „Meble ludowe na Podkarpaciu”). Ankietowanym podobało się również usytuowanie skansenu nad brzegiem Sanu, na zalesionym, zróżnicowanym geomorfologicznie terenie.

Wydaje się, że uzyskane wyniki potwierdzają wcześniejsze założenia o sposobie odbioru ekspozycji skansenowskiej przez zwiedzających. Otóż w tego typu placówkach postrzegane są przede wszystkim charakterystyczne, okazałe budowle, takie jak: dwory, wiatraki czy obiekty sakralne. Decydującą rolę odgrywa tu charakter i wielkość obiektu. Im jest on większy i bogatszy, tym łatwiej bywa zapamiętywany przez zwiedzających. Budowle mniejsze, mniej okazałe są znacznie rzadziej dostrzegane (np. cerkiew z Rosolina wskazało tylko niecałe 2 proc. ankietowanych). Na szczęście skansen nie składa się tylko z samych „gwiazd”, lecz z wielu różnorodnych obiektów. To właśnie te pozostałe – często pomijane i nie dostrzegalne – części ekspozycji

zycji („zwykłe” chaty, tzw. „mała architektura”, roślinność, zwierzęta) budują nastrój i atmosferę miejsca. Dzięki nim skansen stanowi pewną nierozzerwalną całość, pozwalając widzom przenieść się w czasie o 100–150 lat wstecz. Stąd też wiele ogólnych odpowiedzi (podało się: „wszystko”, wyposażenie wnętrz, drewniana architektura, ukształtowanie terenu itp.). Są one odzwierciedleniem określonych wrażeń i emocji wywołanych pobylem na terenie skansenu.

Warte podkreślenia są również te elementy, które sporadycznie wymieniane były przez ankietowanych. Tylko nieliczni zwrócili uwagę na miejsca pracy kowala czy kołodzieja. Wydaje się, że warsztaty rzemieślnicze najpełniej przemawiają do wyobraźni dopiero w momencie „ożywienia”. Statyczna ekspozycja nie jest zbyt interesująca dla widzów.

5. Znajomość innych skansenów w Polsce

Kultura wiejska (chłopska) nie cieszy się zbyt dużym zainteresowaniem i uznaniem w naszym społeczeństwie. Wynika to zapewne po części z powszechnej fascynacji „wyższą” kulturą szlachecką, a po części z pewnych uwarunkowań historycznych. Wieloletnie dążenia do zatarcia różnic regionalnych, urbanizacja kraju i liczne migracje sprawiły, że tylko niektóre regiony etnograficzne zachowały do dziś swoją odrębność i tożsamość. Wśród znacznej części społeczeństwa brak jest świadomości swych chłopskich korzeni i podstawowej wiedzy o zachowanym kulturowym dziedzictwie wsi polskiej. Znalazło to odzwierciedlenie także w wynikach ankiety.

Blisko 1/3 zwiedzających Muzeum Budownictwa Ludowego w Sanoku nie potrafiła wymienić żadnego innego skansenu w Polsce. Niewiele więcej badanych (34,3 proc.) wskazało tylko jedną taką placówkę. Jedynie co dziesiąta osoba była w stanie wymienić trzy lub więcej tego typu muzeów.

Ogółem ankietowani wspomnieli o 36 placówkach skansenowskich w Polsce (ryc. 17), przy czym połowę z nich znało mniej niż 2 proc. zapytanych. Były to przede wszystkim muzea – zagrody *in situ* (np. Biłgoraj, Bodzentyn, Żalipie) i stosunkowo nowe, niedawno otwarte placówki (np. Białystok, Maurzyce, Kłóbka, Pstrążna), choć w gronie tym znalazły się także duże skanseny (Nowogród, Radom, Sierpc).

Najbardziej znanym skansenem wśród ankietowanych (oczywiście poza MBL w Sanoku) okazało się Muzeum Budownictwa Ludowego w Olsztynku. Słyszało o nim ponad 10 proc. zapytanych. Na drugim miejscu znalazł się rezerwat archeologiczny w Biskupinie (ponad 9 proc.). Kolejne miejsca w tym specyficznym rankingu zajęły placówki w Opolu, Wdzydzach Kiszewskich, Zubrzyca Górnej, Lublinie i Tokarni (7–8 proc. wskazań), a więc muzea o ustalonej już renomie.

Wydaje się, że jeśli chodzi o znajomość skansenów istotną rolę odgrywa ich wiek. Muzea starsze, posiadające bogate zbiory i – co najważniejsze – przyjmujące zwiedzających od wielu lat wymieniane są znacznie częściej niż muzea nowe. Zaistniały one już w świadomości społeczeństwa i na trwałe wpisały się na turystyczną mapę Polski. Nie jest to jednak znajomość powszechna skoro nawet te najstarsze skanseny znał mniej więcej co dziesiąty–trzynasty badany.



Ryc. 17. Znajomość skansenów w Polsce wśród zwiedzających MBL w Sanoku w 1997 r.
 (Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych)

Wcześniejsze badania (Stasiak 1998a, 1998b) wskazywały także na dość duże znaczenie czynnika odległości. Ze względu na ograniczony zasięg oddziaływania większość muzeów skansenowskich znana jest głównie tylko mieszkańcom danego regionu. Jedynie kilka skansenów (w tym i MBL w Sanoku) cieszy się ogólnokrajową „sławą” i przyciąga zwiedzających z całej Polski. Tłumaczy to dość duże rozproszenie i liczbę znanych przez ankietowane osoby placówek. Istnieje bowiem dość ścisła zależność pomiędzy miejscem zamieszkania badanych a znajomością muzeów skansenowskich.

Pewien wpływ na znajomość skansenów może mieć również charakter i tematyka ekspozycji. Wydaje się, że łatwiej zapamiętywane i kojarzone są placówki prezentujące regiony etnograficzne o wyrazistym, odrębnym charakterze lub wciąż żywej tradycyjnej kulturze (Kaszuby, Śląsk Opolski, Orawa, Kielecczyzna, Mazury, Słowińcy).

ZAKOŃCZENIE

Jak zaznaczono na wstępie niniejszy artykuł stanowi jedynie wstępne podsumowanie badań ankietowych. Na głębszą analizę uzyskanych wyników nie pozwolił przede wszystkim krótki termin realizacji opracowania. Mimo to, można pokusić się o kilka wniosków ogólniejszej natury.

1. Muzeum Budownictwa Ludowego w Sanoku już od blisko czterdziestu lat jest jedną z najczęściej odwiedzanych tego typu placówek w Polsce (Czajkowski 1981, Stasiak 1996). Frekwencja w skansenie ulegała w przeszłości wielu wahaniom głównie z powodu zewnętrznych, niezależnych czynników politycznych i społeczno-gospodarczych. Po ostatnim załamaniu na początku lat dziewięćdziesiątych liczba zwiedzających ponownie systematycznie wzrasta.

2. Przemiany ustrojowe przełomu lat osiemdziesiątych i dziewięćdziesiątych przyniosły – obok spadku frekwencji – także wiele zmian jakościowych. Znacznie zwiększyła się liczba turystów zagranicznych z krajów zachodnioeuropejskich (Belgia, Francja, Holandia, Niemcy, Włochy, Wlk. Brytania), jednocześnie zmniejszył się odsetek zwiedzających z Europy Środkowo-Wschodniej. Wyraźnie zaznaczyły się też przemiany strukturalne publiczności muzeum. Coraz większą rolę odgrywają turyści indywidualni, którzy stanowią już ponad 40 proc. ogółu widzów. Wśród grup zorganizowanych dominują wycieczki szkolne, obozowe i kolonijne. Jedynie ok. 10 proc. zwiedzających to zorganizowane grupy dorosłych (tzw. wycieczki zakładowe). Przemiany strukturalne znalazły swoje odzwierciedlenie również w zmianach sezonowości ruchu turystycznego (rozciągnięcie w czasie letniego maksimum). Trudno jednak jeszcze w tej chwili stwierdzić, czy zmiany te mają charakter stały.

3. Przeciętny indywidualny zwiedzający Muzeum Budownictwa Ludowego w Sanoku to osoba młoda lub w średnim wieku, z wykształceniem co najmniej średnim, podróżująca własnym samochodem, mieszkająca w południowo-wschodniej Polsce lub w dużej aglomeracji miejskiej (katowickiej, krakowskiej, warszawskiej). W tym drugim przypadku przebywa w Bieszczadach u rodziny, w sanatorium lub w jednym ze znanych ośrodków wypoczynkowych nad Jez. Solińskim i Myczkowskim. Zwiedzanie skansenu następuje niejako przy okazji wypoczynku w okolicy, ma charakter poznawczy i wynika przede wszystkim z ciekawości i chęci poznania „egzotycznej” dla większości Polaków kultury bieszczadzkich grup etnicznych. Wizyta w MBL w Sanoku trwa 1,5–2 godziny. Dominującym typem zwiedzających są turyści jednorazowi, którzy raczej nie wracają do muzeum.

4. Muzeum Budownictwa Ludowego w Sanoku odgrywa ważną rolę w życiu miasta i regionu. Dla tutejszych mieszkańców skansen jest przede wszystkim placówką rekreacyjno-wypoczynkową i kulturalną. Organizowane rokrocznie liczne imprezy folklorystyczne, takie jak: Jarmark Folklorystyczny czy Festiwal Muzyki Karpackiej „Na pograniczach” przyciągają po kilka tysięcy widzów. Znacznie trudniej oszacować liczbę wypoczywających w pogodne dni nad Sanem, dla których teren muzeum jest ulubionym miejscem weekendowych spacerów.

Nie sposób również przecenić roli skansenu dla promocji miasta. To przecież głównie z tego powodu do Sanoka zaglądają tysiące turystów.

5. Skansen w Sanoku spotyka się z pozytywną oceną zwiedzających. Ponad 2/3 zapytanych określiło go jako atrakcyjny lub bardzo atrakcyjny. Zwiedzającym szczególnie podobały się obiekty sakralne (cerkwie i kościoły), które są niejako wizytówką muzeum. Nie oznacza to jednak, że widzowie nie zgłaszali żadnych zastrzeżeń. Najwięcej kontrowersji wzbudził brak możliwości zwiedzania wewnątrz obiektów bez muzealnego przewodnika. Dodatkowa opłata za tę usługę skutecznie zniechęcała mniej zamożnych turystów, a oglądanie ekspozycji z zewnątrz lub przez okno mija się przecież z celem. Problem obsługi ruchu turystycznego dotyczy nie tylko MBL w Sanoku, ale wszystkich muzeów skansenowskich w Polsce. W ostatnich latach wyraźnie się jeszcze nasilił w związku z postępującym „rozdrobnieniem” publiczności na kilkuosobowe grupy towarzyskie czy rodzinne.

6. Badania ankietowe w Muzeum Budownictwa Ludowego w Sanoku potwierdziły także kilka wcześniejszych założeń i hipotez na temat ruchu turystycznego w tego typu placówkach. M.in. sprawdziły się przypuszczenia, że:

- przemiany ustrojowe początku lat dziewięćdziesiątych zaznaczyły się ilościowymi i jakościowymi zmianami publiczności muzealnej,
- zasięg oddziaływania poszczególnych placówek jest bardzo zróżnicowany (od lokalnego do ogólnokrajowego),
- publiczność skansenów stanowią ludzie w średnim wieku o wyższym niż przeciętne wykształceniu,
- zwiedzający zwracają uwagę przede wszystkim na charakterystyczne, okazałe budowle (dwory, wiatraki, kościoły),
- znajomość muzeów skansenowskich w Polsce jest dość słaba i zależy od długości działalności danej placówki oraz miejsca zamieszkania badanych.

LITERATURA

- Czajkowski J., *Raport o stanie muzealnictwa skansenowskiego w Polsce*, „Acta Scansenologica”, t. 2, 1981.
- Blin-Olbert D., *Działalność oświatowa Muzeum Budownictwa Ludowego w Sanoku*, „Materiały Muzeum Budownictwa Ludowego w Sanoku”, nr 30, 1988.
- Rodacka M., *Wykorzystanie turystyczne dziedzictwa kulturowego Kaszubów*, „Turystyka 7/1997”, z. 2.

- Stasiak A., *Muzea na wolnym powietrzu w Polsce i możliwości ich wykorzystania dla celów turystycznych*, „Turyzm 6/1996”, z. 2.
- Stasiak A., *Ruch turystyczny w Wielkopolskim Parku Etnograficznym w Lednogórze-Dziedkanowicach*, „Studia Lednickie”, t. 5. 1998.
- Stasiak A., *Funkcja turystyczna polskich skansenów*, (materiały z konferencji „Wartości kultury tradycyjnej a wieś współczesna”, Łódź 14–15.03.1997 r.), „Łódzkie Studia Etnograficzne”, t. 38, 1998.
- Szpilewska W., *Problemy muzealnictwa w okresie przemian systemowych*, „Muzealnictwo”, nr 37, 1995.
- Ziemiński J., *Muzea w okresie przełomu. Próba analizy historyczno-socjologicznej*, „Materiały Państwowego Muzeum Zamkowego w Pszczynie”, t. VIII, 1994.

Der Touristenverkehr im Freilichtmuseum in Sanok

Zusammenfassung

Der vorliegende Artikel ist ein Versuch, die Besucher des Freilichtmuseums in Sanok zu charakterisieren. Die Analyse des Touristenverkehrs wurde in Anlehnung an die Ergebnisse der Meinungsforschungen (man hat 321 Meinungen mit individuellen Touristen im Alter über 18 Jahre gesammelt, die vom 14. bis zum 22. August 1997 das Freilichtmuseum besucht haben) und aufgrund des Registers der Reisegruppen, das die Museumsmitarbeiter führen (Zahl der Gruppen, Herkunft, Reiseveranstalter, Zahl der Teilnehmer usw.) durchgeführt.

Das Freilichtmuseum in Sanok ist seit fast vierzig Jahren eines der meist besuchten Stätten dieser Art in Polen (Tab. 1, Abb. 1). Die meisten Besucher gab es 1978 und 1988 (je etwa 95.000 Besucher). Es ist nicht gelungen, die Grenze von 100.000 Besuchern zu erreichen, weil die Besucherzahl plötzlich infolge der äußeren, unabhängigen politischen und gesellschaftlichwirtschaftlichen Faktoren (Kriegszustand im Jahre 1981, Veränderungen der Gesellschaftsordnung von 1989) gesunken ist. Nach der letzten Krise zu Beginn der neunziger Jahre (um 45%) steigt die Zahl der Besucher systematisch wieder (1997 fast 75.000 Besucher). Dadurch befindet sich das Freilichtmuseum in Sanok an der zweiten Stelle im Inland nach dem Freilichtmuseum in Olsztyn.

Die Veränderungen der Gesellschaftsordnung in den achtziger und neunziger Jahren brachten – neben der Herabsetzung der Besucherzahl – auch viele Qualitätsänderungen mit. Wesentlich vergrößerte sich die Zahl der ausländischen Touristen aus den westeuropäischen Ländern (Belgien, Frankreich, Holland, Deutschland, Italien, Großbritannien), zugleich hat sich die Zahl der Besucher aus Mittel- und Osteuropa verkleinert. Deutlich kommen die strukturellen Veränderungen der Museumsbesucher zum Ausdruck (Tab. 2,

Abb. 2). Eine größere Rolle spielen individuelle Touristen, die schon über 40% der Gesamtheit der Besucher (Mitte der achtziger Jahre – 10–20%) bilden. Unter der organisierten Gruppen dominieren die Schulausflüge, Pfadfindergruppen und Ferienlagergruppen. Nur etwa 10% der Besucher bilden die Gruppen für Erwachsene (sgn. Betriebsausflüge). Die strukturellen Veränderungen fanden ihre Widerspiegelung auch in den Änderungen der Saison des Touristenverkehrs (die Ausdehnung der Sommersaison maximal auf die Monate: Mai – August – vgl. Abb. 3a und 3b). Jedoch ist es noch schwer festzustellen, ob diese Änderungen einen stabilen Charakter haben.

Die wesentliche Mehrheit der Besucher in den organisierten Gruppen waren Kinder und Jugendliche (etwa 80%), Erwachsene bildeten nur etwa 20% der Besucher. Fast 44% der Ausflüge wurden durch die Bildungsstätten (Kindergärten und Schulen verschiedener Art) organisiert. Eine geringere Bedeutung hatten die Ausflüge, die durch die Reisebüros (etwa 14% der Gruppen), Betriebsstätten (fast 13%), die Pfadfinderbewegung und die Kirche (je etwa 20%) organisiert wurden. Fast 15% der Besichtigungen haben andere Veranstalter für Touristik, unter ihnen u.a.: die Kurorte und Erholungsheime (Iwonicz, Rymanów, Polańczyk, Solina), städtische und Gemeindekulturhäuser, touristische Organisationen organisiert.

Der organisierte Touristenverkehr betrifft ausschließlich nur polnische Bürger. Im Register der Reisegruppen wurden nur 12 ausländische Reisegruppen (je 3 aus Frankreich und Deutschland, je 1 aus der Tschechei, Holland, aus der Schweiz, Schweden, Ungarn und aus den USA) registriert.

Die landschaftliche Herkunftsgliederung der polnischen Gruppen, die das Freilichtmuseum in Sanok besuchen (Abb. 4), zeigt einen das ganze Land umfassenden Wirkungsbereich des Freilichtmuseums, obwohl das südöstliche Polen (fast 1/3 der Gruppen) und große Stadtagglomerationen (Wojewodschaft Warschau – 7,8%, Wojewodschaft Kattowitz – 7,1%) deutlich zum Ausdruck kommen.

Der durchschnittliche individuelle Besucher des Freilichtmuseums in Sanok ist eine junge Person oder eine Person im mittleren Alter, mit einer Mittelausbildung, die mit einem eigenen Auto reist und im südöstlichen Polen oder in einer großen Stadtagglomeration (Kattowitz, Krakau, Warschau) wohnt. In diesem zweiten Fall hält sie sich im Bieszczady-Gebirge bei der Familie, im Kurort oder in einem der bekannten Erholungsheime am Solina- und Myczkowce-Stausee auf. Die Besichtigung des Freilichtmuseums folgt eigentlich im Rahmen der Erholung in der Gegend, hat einen Erkenntnischarakter und ergibt sich vor allem aus der Neugierde und Lust, für die meisten Polen die „exotische“ Kultur. Der Besuch im Freilichtmuseum in Sanok dauert 1, 5–2 Stunden. Der dominierende Typ der Besucher bilden einmalige Touristen, die dann ins Museum nicht mehr zurückkommen.

Individuelle Besucher kommen aus dem ganzen Polen (Abb. 6). Ähnlich wie im Falle der organisierten Gruppen kommt die Überlegenheit von drei Regionen zum Ausdruck:

- das südöstliche Polen (Wojewodschaften: Krosno, Przemyśl, Rzeszów) – etwa 20%.
- Wojewodschaften: Kattowitz, Krakau und Bielsko Biala – etwa 15%
- Wojewodschaft Warschau – etwa 9%.

Das Freilichtmuseum in Sanok spielt im Leben der Stadt und der Region eine wichtige Rolle. Für die hiesigen Einwohner ist das Freilichtmuseum vor allem ein Erholungs- und

Kulturzentrum. Jedes Jahr organisierte zahlreiche Volksveranstaltungen, solche wie: der Volksjahrmarkt oder das Festival der Karpatischen Musik „An den Grenzgebieten“ locken einige Tausende von Zuschauern an. Ziemlich schwer ist die Einschätzung der Zahl der sich Erholenden an den schönen Tagen am San, für die das Freilichtmuseum ein Lieblingssort für die Wochenendspaziergänge ist. Auch ist die Rolle des Freilichtmuseums für die Promotion der Stadt nicht zu überschätzen. Hauptsächlich aus diesem Grund kommen tausende Touristen nach Sanok.

Die Besucher haben über das Freilichtmuseum eine positive Meinung (Tab. 11 Abb. 15). Über 2/3 der Gefragten hat es für attraktiv oder sehr attraktiv bezeichnet. Den Besuchern haben die Sakralobjekte (griechisch-katholische Kirchen und die Kirche) besonders gut gefallen, die eine Visitenkarte des Museums sind. Das bedeutet aber nicht, daß die Besucher nichts vorbehalten haben. Die meisten Auseinandersetzungen hat die Tatsache erweckt, daß es keine Möglichkeit besteht, die Innenräume der Objekte ohne den musealen Reiseführer zu besichtigen. Eine zusätzliche Gebühr für diese Dienstleistung hat minder bemittelten Touristen erfolgreich dazu die Lust benommen. Das Problem der Reiseführung betrifft nicht nur das Freilichtmuseum in Sanok, sondern auch alle Freilichtmuseen in Polen. In den letzten Jahren ist dieses Problem im Zusammenhang mit „der Zersplitterung“ der Besucher in gesellschaftliche oder Familiengruppen für mehrere Personen noch stärker geworden.

Die Meinungsforschungen im Freilichtmuseum in Sanok haben auch einige frühere Grundlagen und Hypothesen zum Thema des Touristenverkehrs in solchen Zentren bestätigt. U. a. haben sich die Vermutungen bestätigt, daß:

- die Veränderungen der Gesellschaftsordnung zu Beginn der neunziger Jahre quantitative und qualitative Veränderungen der Museumsbesucher verursacht haben,
- der Wirkungsbereich einzelner Freilichtmuseen sehr differenziert ist (vom lokalen bis zum das ganze Land umfassenden),
- die Besucher der Freilichtmuseen im mittleren Alter sind und eine Mittelausbildung haben,
- die Besucher vor allem den charakteristischen, großen Bauwerken (Herrenhäuser, Windmühlen, Kirchen) Aufmerksamkeit schenken,
- das Wissen über die Freilichtmuseen in Polen ziemlich gering ist und von der Dauer der Tätigkeit des Museums sowie dem Wohnort der Gefragten abhängt.