

Leszek Jodliński

KREOWANIE I PROMOCJA WYDARZEŃ KULTURALNYCH. ANALIZA GLIWICKICH DNI DZIEDZICTWA KULTUROWEGO

1. Wstęp

Gliwickie Dni Dziedzictwa Kulturowego (GDDK) w ograniczonym zakresie były już przedmiotem zainteresowania i ocen w ramach konferencji zorganizowanej przez Wyższą Szkołę Turystyki i Hotelarstwa w Łodzi w 2006 r. (Pomykańska, Bielak 2007)¹. Kolejna z konferencji, dedykowana związkom sektora kultury i turystyki, pozwoliła na podjęcie analizy GDDK w ujęciu warsztatowym, podczas której zaprezentowano zainteresowanym osobom i instytucjom zarówno z obszaru kultury, jak i turystyki GDDK jako projekt o wielokierunkowym oddziaływaniu i złożonym spektrum wypełnianych funkcji.

Czas, jaki upłynął od rozpoczęcia projektu w 2003 r., kiedy po raz pierwszy Gliwickie Dni zostały zorganizowane, i doświadczenia zebrane podczas jego kolejnych edycji pozwalają dodatkowo na zaprezentowanie GDDK jako określonego typu projektu, który dzisiaj prezentuje sobą pewien zamknięty cykl rozwoju, od momentu jego zainicjowania, poprzez etap intensywnego rozwoju, aż po fazę schyłkową i kryzys, którego doświadcza obecnie. Możliwość dokonania z tej perspektywy swoistego oglądu projektu wydawała się szczególnie atrakcyjna i edukacyjnie stymulująca dla uczestników warsztatów. Dokonana w tym ujęciu skrócona analiza SWOT pozwala na zdeterminowanie tych elementów GDDK, które zapewnią mu trwanie i pozostanie wiodącym projektem edukacyjnym gliwickiej placówki oraz sukcesywne realizowanie przez GDDK

¹ Analizę i ocenę GDDK podejmowano także w ramach innych konferencji i materiałów prasowych.

misji służącej zachowaniu i upowszechnianiu wiedzy na rzecz dziedzictwa kulturowego miasta i regionu².

2. GDDK – nowe otwarcie, czyli gdy pada pytanie „jeśli nie teraz, to kiedy”?

Gliwickie Dni Dziedzictwa Kulturowego jako autorski projekt zostały zaproponowane w koncepcji funkcjonowania Muzeum w Gliwicach, przedłożonej w postępowaniu konkursowym na stanowisko dyrektora tej placówki w 2003 r. (por. Jodliński 2004a).

Projekt ten, co wielokrotnie było podkreślane w jego roboczych omówieniach i w ramach publicznych prezentacji (np. Jodliński 2005), miał do spełnienia kilka równoległych i równoważnych celów. Jednym z najważniejszych było odbudowanie negatywnej recepcji działań gliwickiej placówki, uznawanych jako nieczytelne i nie znajdujące powiązania z codziennym doświadczeniem przeszłości przez mieszkańców miasta. GDDK stanowić miały swoisty akt otwarcia się na publiczność i zwiedzających, oparty na aktywnej interpretacji dziedzictwa (Tilden 1957)³, tutaj potraktowanego jako wspólna domena pokoleń mieszkańców żyjących w Gliwicach i na terenie Górnego Śląska.

Projekt został skonstruowany jako nie tylko stosunkowo nowoczesny instrument aktywnej edukacji opartej na wartości emocji oraz doświadczeniu osób uczestniczących w procesie poznawania przeszłości, ale – poprzez jego umocowanie w tradycji Europejskich Dni Dziedzictwa – był fragmentem nowego, programowego otwarcia w pracy gliwickiego muzeum i procesu budowania marki tej placówki.

Składnikami, które pośrednio wpływały na formułowanie się warstwy programowej Gliwickich Dni była narastająca świadomość bogactwa dorobku kulturowego i artystycznego Gliwic i Górnego Śląska oraz potrzeba zaakcentowania wspólnotowego charakteru tego dziedzictwa. Schyłek lat 90. XX w. był okresem nasilającego się procesu akceptacji

² Tekst artykułu odnosi się zasadniczo do okresu 2003–2007, kiedy autor sprawował pieczę nad programową i w różnym stopniu realizacyjną stroną projektu.

³ F. Tilden (1957) wymienia zasady, jakie jego zdaniem warunkują skuteczną edukację odbiorców oferty muzeum, oraz pozyskiwanie zainteresowania dla ochrony natury i kultury; wśród nich znajduje się i ta, by interpretacja inspirowała, a nie instruowała.

dziedzictwa kulturowego Górnego Śląska w jego wielowątkowym i wieloetnicznym charakterze⁴, zarówno przez młode pokolenie, jak i przez ludność rodzimą od pokoleń związaną z terenem Górnego Śląska. Niestety, fakt ten nie był w tym czasie wystarczająco rozpoznany jako zasób emocjonalny i materialny do podjęcia w pracy i działalności Muzeum w Gliwicach, placówki w jakimś stopniu dystansującej się od niemiecko-polskiego (pozostając tylko przy tej opozycji) dziedzictwa.

Z kolei muzeum w swoich badaniach podejmowało wybrane kwestie i zagadnienia, które opis tego wielokulturowego obrazu przeszłości mogły przybliżyć. Gliwickie Dni stanowiły doskonałą okazję, by oficjalnie rozpoznając kosmopolityczny charakter dziedzictwa miasta, wykorzystać wiedzę, którą już zgromadzono w instytucji i w ślad za tym kontynuować następne badania.

Warto w tym miejscu zauważyć, iż GDDK zbiegły się w czasie nie tylko ze zjawiskiem narastającego zainteresowania historią lokalną (co było pośrednio efektem w ogóle swoistego „odzyskiwania pamięci” po 1989 r.), ale także wzmożoną aktywnością placówek muzealnych, po latach oczywistych zaniedbań, w wysiłkach na rzecz zachowania i gromadzenia obiektów związanych z dziedzictwem kultury materialnej Śląska z okresu pruskiego i międzywojennego. Gliwickie Dni w oczywisty sposób wychodziły naprzeciw takim oczekiwaniom i potrzebom.

W warstwie instytucjonalnej Muzeum GDDK oznaczały potrzebę szybkiego przededefiniowania świadomości pracowników Muzeum w zakresie tego, jak powinna być na nowo budowana relacja z odbiorcą i, mówiąc w największym skrócie, skupienia się na jego zainteresowaniach i potrzebach, a także potraktowania go jako świadomego swoich potrzeb adresata oferty Muzeum.

Ograniczenia czasowe pierwszej edycji GDDK sprawiły, iż należało stworzyć taki program Gliwickich Dni, by był on oparty w znaczącej części na wiedzy posiadanej przez zespół ludzki w Muzeum i na obiektach, którymi dysponowało Muzeum lub mogło je pozyskać dla projektu. Legło to u podstaw przyjęcia otwartej formuły programu pierwszej edycji pt. „Znane – nieznanie” i skupieniu się na najważniejszych (choć i wówczas powierzchownie znanych) zabytkach Gliwic.

⁴ Dużą rolę w kształtowaniu i wyartykułowaniu kulturowego bogactwa Górnego Śląska odegrał m.in. monograficzny 15/16 numer czasopisma „NaGłos”.

Procesami, które równolegle towarzyszyły przygotowaniom, było rozpoznanie oferty edukacyjnej innych instytucji ochrony dziedzictwa na terenie Gliwic i województwa śląskiego, nawiązanie współpracy z podmiotami, których zabytki miały być udostępnione publiczności, wybór ścieżek tematycznych podczas Gliwickich Dni, pozyskanie w bardzo krótkim czasie zainteresowania mediów (partnerów projektu), zdobycie kwalifikacji do przeprowadzenia projektu (w obrębie zespołu muzealnego i poza nim), w tym opracowanie spójnego formatu marketingowego i realizacyjnego GDDK (później jedynie uzupełnianego).

Kwestią zupełnie odrębną było przeanalizowanie mód i tendencji w dziedzinie aktywnego prezentowania dziedzictwa i edukacji muzealnej, poczynając od zasad organizowania Europejskich Dni Dziedzictwa, poprzez projekty promocji kultury i cywilizacji (poddano m.in. ocenie programy tego rodzaju prezentowane podczas wystawy EXPO 2000 w Hanowerze, projekty promocji polskiej kultury za granicą oraz metody pracy, jakie towarzyszyły działaniom muzeów narracyjnych takich placówek, jak Holocaust Museum w Nowym Yorku, czy wiodących placówek muzealnych we Francji i w Holandii).

Na koniec tej części rozważań należy zwrócić uwagę na to, że w czasie, o którym mowa, a więc w 2003 r., funkcjonowały już poza terenem Górnego Śląska (cały czas mówimy o formule aktywnego uczestnictwa w procesie interpretacji przeszłości), odnosząc spektakularne sukcesy, takie projekty, jak np. Małopolskie Dni Dziedzictwa Kulturowego (rozpoczęte przez samorząd województwa w 1999 r.).

Determinację w szybkim uruchomieniu GDDK⁵ podbudowywały doświadczenia płynące z innych dużych projektów promocyjnych w dziedzinie kultury, z których niektóre autor GDDK miał okazję koordynować (np. *Rok Polski w Austrii 2002*, realizowany przez Instytut im. Adama Mickiewicza w Warszawie w latach 2002–2003).

W 2003 r. podstawową kwestią nie było pytanie czy, ale kiedy i kto podejmie się realizacji projektu służącego zachowywaniu i upowszechn-

⁵ Przygotowania do I edycji Gliwickich Dni rozpoczęto 1 sierpnia 2003 r., a już 20 września 2003 r. dokonano ich oficjalnego otwarcia. Należy w tym miejscu podjąć także kwestię instytucjonalnego zapóźnienia Muzeum w 2003 r., egzemplifikowanego przez fakt, iż placówka nie dysponowała np. stroną internetową, a w jej posiadaniu były jedynie trzy stanowiska komputerowe (w tym jeden był do dyspozycji księgowości). Uzmysławia to, jak trudne były okoliczności budowania projektu, którym udało się zainteresować blisko 14 tys. osób.

nianiu wiedzy o przeszłości Gliwic, a tym samym budowaniu wiedzy o fragmencie nowoczesnej historii Śląska. Uwaga ta ma o tyle kapitalne znaczenie, iż w swoistym „zmaganiu się o pamięć” Górnego Śląska, już wówczas zaznaczała się konkurencja różnych ośrodków o to, kto – jaki podmiot edukacji historycznej – zyska tytuł do wiarygodnego i historycznie wszechstronnego informowania o przeszłości miasta i pośrednio regionu. Muzeum przez lata, z powodu polityki historycznej PRL-u, było wyłączone z tej misji lub wręcz zdyskredytowało się poprzez charakter i formy swoich politycznie zdeterminowanych działań. GDDK oznaczały szansę na wielki powrót do grona podmiotów liczących się w dziedzinie budowania nowoczesnej wiedzy o przeszłości Górnego Śląska i zerwania z tradycją muzeum zamkniętego na otoczenie, ograniczającego się do pracy i badań zawężonych w dosłownym znaczeniu do murów swoich oddziałów.

Podjęcie się tego zadania przez Muzeum pozwoliło po pierwsze pokusić się o zorganizowanie w pełni samodzielnego projektu edukacji masowej w dziedzinie historii, po drugie zaś w warunkach osiągnięcia niebywałego wręcz sukcesu frekwencyjnego i medialnego⁶, rozpoczęło proces budowania nowej marki Muzeum w Gliwicach, którego GDDK były najważniejszym i przez kolejne lata definiującym poziom zaufania do placówki składnikiem.

3. GDDK od podszewki – założenia organizacyjne i programowe

Gliwickie Dni, o czym już wspomniano, czerpały z wielu inspiracji. Najważniejszym wnioskiem wynikającym z tych wszystkich doświadczeń była jednak świadomość potrzeby absolutnego zdyscyplinowania założeń programowych Gliwickich Dni, budowania wiarygodnego przekazu historycznego, konsekwentnego wdrażania zasad odnoszących się do organizacji i przebiegu przedsięwzięcia, tworzenia mechanizmów ewaluacji

⁶ Frekwencja I edycji wyniosła 13 859 osób (por. Jodliński 2004b). Informacja o 7,2 tys. uczestników podana przez M. Pomykalską i B. Bielak (2007) nie jest prawdziwa. Dane liczbowe o blisko 14 tys. uczestników zostały opublikowane także w ramach informacji prasowych podsumowujących Gliwickie Dni (w lokalnych tytułach prasowych „Nowiny Gliwickie”, „Gazeta Wyborcza Katowice”).

projektu i poszukiwania dróg rozwoju na przyszłość. Było to o tyle ważne, że szczególnie w warunkach ogromnego sukcesu pierwszej edycji, refleksja nad przyszłością GDDK była niezbędna. Jej brak doprowadziłby szybko do porażki lub skostnienia formuły projektu wcześniej, niż miało to prawo nastąpić.

Przyjęte założenia organizacyjne dla GDDK były i nadal pozostają nader proste:

- na czas trwania wydarzenia wybrano każdy trzeci weekend września⁷,
- projekt dotyczy Gliwic i Ziemi Gliwickiej,
- trwa tylko dwa dni,
- każdy z obiektów udostępniany jest całkowicie za darmo (w tym za każdym razem wszystkie cztery oddziały Muzeum w Gliwicach),
- organizacja wydarzenia od początku wspomagana jest przez wolontariuszy⁸ i osoby związane z obiektami, które udostępniano w ramach GDDK.

Przedsięwzięcie było w latach 2003–2007 programowo projektem autorskim, realizowanym przez zespół pracowników Muzeum w Gliwicach. Program składał się z wyodrębnionego tematu wiodącego, realizowanego we współpracy z innymi zainteresowanymi podmiotami (lista współpracujących podmiotów po kolejnych edycjach Dni była wręcz imponująca).

W warstwie programowej GDDK w omawianym okresie korzystały z wiedzy zgromadzonej w Muzeum, ale odwoływały się także do wiedzy i pasji poznawczej środowisk pozainstytucjonalnych. GDDK były projektem, który z definicji miał do zaoferowania program niepowtarzalny, oryginalny, nasycony treściami realizowanymi na wielu poziomach odbioru (z definicji będąc działaniem wielopokoleniowym). Istotą programową GDDK był wysoki poziom identyfikacji uczestnika z interpre-

⁷ Muzeum korzystało w ten sposób z informacyjnego wsparcia otrzymywanego dla całego projektu EHD, w ramach którego imprezy są realizowane w Polsce we wrześniu.

⁸ Od drugiej edycji liczba wolontariuszy rosła już bardzo gwałtownie (w 2004 r. blisko 80 osób). Na początku były to często osoby związane z pracownikami Muzeum, potem placówka poprzez media drukowane i stronę internetową prowadziła nabór i swoje szkolenie wolontariuszy, na tej podstawie wyrażali swoje zainteresowanie obsługą wybranego przez siebie elementu organizacji GDDK. Przy kolejnych edycjach Muzeum m.in. podjęło stałą współpracę z pracownikami różnych wydziałów Politechniki Śląskiej, uznanymi autorami prac na temat Gliwic.

towanymi wspólnie przez niego treściami. Dzięki temu GDDK stały się Dniami każdego z jego uczestników.

W oczywisty sposób, mając na względzie pozyskanie szerokiego grona odbiorców i uwiarygodnianie treści programu, zakres każdej z edycji, ucząc i bawiąc, dotyczył zdarzeń zapomnianych i wymazywanych z historii miasta, racjonalizował powody przywiązania do miejsca zamieszkania, odkrywał historię, która wydarzyła się obok, nie dokonując jej wartościowania pod kątem narodowym, konfesyjnym czy pokutujących jeszcze „racji polityki historycznej” rodem z minionej epoki, która w wielu środowiskach rzutowała na odbiór przeszłości miejsca i w istocie odrzucanie dyskursu historycznego na temat Górnego Śląska.

Jak wspomniano, w strukturze programu w każdej edycji wydzielano wątek wiodący⁹, obok niego wątki poboczne służące poszerzeniu bazy odbiorców (m.in. o dzieci) oraz wprowadzano elementy stałe (choć treściowo modyfikowane), jakimi były specjalnie na GDDK przygotowywane oddziały muzeum. Wraz z upływem czasu program GDDK wzbogacały także projekty, które do pewnego stopnia były „ofiarami sukcesu”, jaki odnosiły w poprzednich edycjach. W ten sposób na trwałe w program GDDK zostały m.in. wpisane rejsy statkiem po Kanale Gliwickim¹⁰, czy przejazdy zabytkowego tramwaju po ulicach miasta, na którego pokładzie organizowano ruchomą scenę jazzową towarzyszącą Dniom.

Programowo olbrzymią rolę – co mieściło się w definicji Gliwickich Dni – w uatrakcyjnieniu programu imprezy spełniały zabytki, które w większości przypadków po raz pierwszy były udostępniane publiczności gliwickiej i nie tylko¹¹. Udostępnianie oznaczało nie tylko zresztą pierwsze publiczne otwarcie obiektu dla zwiedzających, ale także poszerzenie strefy publicznej danego obiektu, znanego tylko częściowo. Stało się tak

⁹ Były to kolejno: najważniejsze zabytki przeszłości miasta (2003), opozycja miasta średniowiecznego i Gliwic modernizujących się (2004), architektura i życie duchowe miasta (2005), gmachy użyteczności publicznej i dziedzictwo przemysłowe (2006), architektura i budynki szkolne – wyraz wielokulturowości miasta (2007).

¹⁰ Zainaugurowane po ponad dekadzie przerwy w 2004 r. podczas II edycji imprezy.

¹¹ Według informacji pozyskanych z ankiet towarzyszących projektowi, w GDDK brali udział poza mieszkańcami Gliwic, zwiedzający z terenu województwa śląskiego, a także m.in. z Krakowa, Wrocławia, Warszawy, Poznania, często, jak w przypadku udostępnionego po wielu latach Kanalu Gliwickiego, zainteresowani obejrzeniem ściśle określonego zabytku.

m.in. w przypadku świątyń Gliwic, czy zakładów przemysłowych (kopalnia węgla kamiennego „Sośnica”), banków.

Program był poszerzany o występy stowarzyszeń działających na rzecz przeszłości (m.in. o działania rekonstrukcji historycznej – średnio-wiecznej), plastyczne (przygotowywane dla dzieci) oraz o wybitne realizacje artystyczne, które także kojarzono z pejzażem kulturowym miasta. W ten sposób prezentowano najwybitniejsze i ważne zjawiska z życia kulturalnego Gliwic, promując miejscową twórczość. Wzbogacano też program o projekty o wymiarze ogólnopolskim, np. koncerty muzyczne takich zespołów, jak Kroke czy Motion Trio¹². W 2006 r. zaś, w ramach GDDK odbyła się światowa prapremiera sztuki Piotra Lachmanna *Hamlet Gliwicki*, spójna w warstwie programowej z literackim mitem Gliwic i historycznym obrazem dokonań mieszkańców miasta na tym polu.

GDDK przynosiły za każdym niemal razem nowe publikacje książkowe Muzeum oraz wydawnictwa informacyjne specjalnie przygotowane z tej okazji.

Fakt, iż możliwość skorzystania z oferty GDDK jest dokładnie ograniczona do tych dwóch dni w roku, wbrew obawom organizatorów, nie obniżył, a wręcz podniósł atrakcyjność imprezy¹³. Znakomicie wpływało to na mobilizację zwiedzających i choć stawiało ich przed koniecznością wyboru (obejrzenie wszystkich miejsc i udział we wszystkich wydarzeniach GDDK było praktycznie niemożliwe), a przez część publiczności przyjmowane było negatywnie¹⁴, to jednak skutecznie budowało aurę Dni jako niepowtarzalnych, wyjątkowych i jedynych w swoim rodzaju.

Warto w tym miejscu zauważyć, że pośrednio Muzeum było zmuszone do sięgania po taki opis marketingowy produktu, jakim są GDDK. Pamiętać bowiem trzeba, że obiekty, zabytki w rozumieniu potocznym i prawnym, jakie otwierano dla zwiedzających w tym okresie, tuż po zakończeniu GDDK wracały do swoich bieżących funkcji. Były urzędami, bankami, wydziałami uczelni, czynnymi świątyniami, kopalniami czy lotni-

¹² W 2004 r. zespół był swoistym wprowadzeniem do tematyki Żydów gliwickich, jaki muzeum z dużym sukcesem podjęło w 2005 r. Występ Motion Trio w 2006 r. z jego industrialnymi kompozycjami w Porcie Gliwickim był akordem wieńczącym GDDK poświęcone industrializacji miasta.

¹³ Wyjątkiem od tej zasady były niektóre wystawy organizowane w oddziałach Muzeum, ale też nie było to normą. Natomiast wystawy organizowane w miejscach udostępnionych w ramach GDDK trwały nie dłużej niż 48 godzin.

¹⁴ Taka ocena w ankietach GDDK, na poziomie 20–30% ankietowanych.

skami. Ogromnym wysiłkiem wszystkich zainteresowanych mogły ujawnić swoje pierwotne przeznaczenie, jedynie podczas owych dwóch wrześniowych dni GDDK.

Swoistą rekompensatą tak krótkiego trwania GDDK były bezpłatne materiały informacyjne w formie folderów¹⁵, jakie przygotowywano na potrzeby każdego z udostępnianych obiektów. Zawierały one materiał opisowy, historyczną bądź artystyczną analizę zabytku oraz możliwie szeroki materiał ilustracyjny zarówno archiwalny, jak i współczesny. Ulotki te, co prawda nie zapewniały już możliwości wejścia do obiektu w pełnym zakresie po zakończeniu GDDK, jednak pozwalały na odbycie ponownie spacerów do tych miejsc, zabrania tam znajomych czy wręcz powtórzenia własnego doświadczenia z GDDK i indywidualnego obejrzenia zabytków opisanych w folderach.

Przy okazji edycji w 2006 r. uczestnicy GDDK mogli wejść w posiadanie, tym razem odpłatnie, już dystrybuowanego wydawnictwa, które zawierało notki obiektów udostępnionych w latach 2003–2005 i zebrane w formie bardzo osobistego przewodnika po zabytkach GDDK (Jodliński 2006, 2007 – wyd. II, poprawione)¹⁶. Dwa lata później powtórzono pomysł publikacji (Reclaw 2008)¹⁷ i dzisiaj obydwie wydawnictwa mogą doskonale służyć jako wyjątkowe, bogato ilustrowane i profesjonalnie przygotowane, przewodniki po zabytkach Gliwic i Ziemi Gliwickiej.

4. „Informacja, głupcze!”¹⁸

Szeroki i zróżnicowany program GDDK, sięgnięcie po wartości wysokie, czy wręcz trudne (takimi były np. spektakle P. Lachmanna i jego videoteatru Poza), aż po warsztaty plastyczne, fotografię momentalną,

¹⁵ Łączny nakład folderów wydanych w latach 2003–2007 wyniósł 100 tys. egzemplarzy.

¹⁶ W publikacji zebrano opisy 25 miejsc i zabytków udostępnionych w trakcie GDDK w latach 2003–2005.

¹⁷ Drugi tom publikacji prezentuje obiekty udostępnione w latach 2006–2007 (łącznie 23 minimonografie miejsc i zabytków).

¹⁸ Tytuł w oczywisty sposób jest parafrazą hasła, pod jakim prowadził swoją kampanie wyborczą Bill Clinton w 1992 r. (*It's the economy, stupid!*), por. http://pl.wikipedia.org/wiki/Bill_Clinton

wydarzenia o charakterze „eventowym”¹⁹, koncerty, spotkania i wykłady, wystawy w miejscach zwiedzania²⁰, formy edukacji przez zabawę, dawały niemal gwarancję objęcia programem Dni wszystkich typów konsumentów dóbr kultury²¹. Zważywszy na zainteresowanie projektem, przekrój wiekowy i liczbę zwiedzających cel masowości, bez utraty jakości projektu i treści edukacyjnych, został bez wątpienia osiągnięty²².

Przy takiej ocenie, oczywistym i ciekawym z punktu widzenia upowszechniania dobrych praktyk, wydaje się pytanie o źródła sukcesu, pośrednio także – analizując spadek zainteresowania po 2006 r. – zagrożeń dla GDDK i podobnych im projektów. Przed dokonaniem analizy tego, co złożyło się na źródła sukcesu GDDK i w jakim związku pozostaje dorobek Dni z poszerzeniem oferty turystycznej miasta, przede wszystkim zaś zwiększenia potencjału Gliwic i podniesienia jego atrakcyjności w dziedzinie zasobów kulturowych i historycznych, konieczne jest jednak podjęcie fundamentalnego dla sukcesu projektu zagadnienia systemu informacji, jaki stworzono na potrzeby GDDK.

Program GDDK, poszczególne jego treści zostały obudowane spójnym formatem informacyjnym, otwartym i celowo niezastrzeżonym przez Muzeum w Gliwicach, co było jasną konsekwencją przyjęcia przez Muzeum postawy misyjnej w zakresie popularyzowanych treści i naczelnego zadania, jakim była ochrona dziedzictwa i edukacja o przeszłości.

Stworzono spójny graficznie i treściowo system informacji drukowanej, adresowanej do uczestników GDDK i wykorzystywanej przez nich podczas trwania imprezy. Zbudowana ona została na wszystkich poziomach, poczynając od plakatów, afiszy, zaproszeń, folderów – monografii obiektów udostępnianych w ramach GDDK, karcie pocztowej (od 2004 r.), aż po wydawnictwa zwarte związane z GDDK.

¹⁹ Na przykład wydanie przy okazji II edycji karty pocztowej, która od tego momentu towarzyszy kolejnym odsłonom GDDK. Karta i okolicznościowy stempel stały się okazją do kolejnych działań PR-owskich, a przede wszystkim poszerzenia kręgu odbiorców imprezy o środowiska filatelistów i filokartystów.

²⁰ W ramach edycji z 2005 r. pt. Gliwickie Sacrum były to m.in. wystawy w kościołach Gliwic prezentujące szaty liturgiczne bądź np. projekty budowlane świątyń, wcześniej były to wystawy dedykowane Ojcu Świętemu i jego wizycie na gliwickim lotnisku, czy też prezentacja sprzętów hotelowych w dawnym hotelu Haus Oberschlesien, miejsca uwiecznionego w powieściach H. Bienka.

²¹ M. Sobocińska (2008) wyróżnia: konsumentów – miłośników kultury, konsumentów edukacji kulturalnej oraz konsumentów poszukujących poprzez kulturę form odpoczynku, wypoczynku.

²² W 2004 r. co dziesiąty mieszkaniec Gliwic uczestniczył w projekcie GDDK.

W trakcie trwania GDDK system ten został wsparty punktami informacji ustnej, organizowanej w wybranych punktach miasta, wprost na ulicy, obok wybranych obiektów, także tam, gdzie organizatorzy spodziewali się zwiększonego zainteresowania zwiedzających. Punkty te dodatkowo wyposażone były w system informacji radiowej (od 2004 r.), pozwalającej na przekazywanie informacji o zmianach w programie, sprzedaż wydawnictw muzealnych (powiązanych bezpośrednio z miejscem, w którym je sprzedawano). Były wreszcie miejscem dystrybucji programów i folderów GDDK. W organizacji informacji przyjęto bowiem system otwarty, co w praktyce oznaczało, iż uczestnik mógł wejść do takiego systemu w dowolnym punkcie, korzystając czy to z przekazu ustnego (wolontariusze, pracownicy Muzeum, punkty informacyjne), czy też drukowanego, pozyskiwanego w każdym z miejsc „dziania się” GDDK. Informacja podczas trwania GDDK była naturalnie swoistym apogeum tego, co działo się wcześniej i po zakończeniu imprezy.

W sensie informacyjnym była to pełna kampania informacyjno-marketingowa, oparta na współpracy z partnerami medialnymi, definiowania poszczególnych produktów GDDK i ich odbiorców. Przejawiała się dostarczaniem pełnych serwisów informacyjnych na temat programu GDDK już co najmniej na 6 miesięcy przed rozpoczęciem imprezy, selekcji tematów wiodących dla danej edycji (takimi było m.in. udostępnienie po wielu latach zamknięcia wieży kościoła pw. Wszystkich Świętych, rejsy po Kanale Gliwickim, zwiedzanie kopalni węgla kamiennego, ale też premiera książkowa przewidziana na GDDK, czy nowa trasa turystyczna zaproponowana w ramach GDDK), promowaniem konkursów wiedzy na temat historii Gliwic, czy też publikowaniem nieznanych lub mało znanych materiałów o wybranych obiektach, tak by treściami programowym nadać konkretny wyraz i zawartość. Docelowo służyło to odpowiedzi na pytanie, dlaczego chcemy wybrany obiekt (postać, zdarzenie itd.) pokazać mieszkańcom miasta i regionu.

Odrębną i powszechnie już dzisiaj stosowaną praktyką było zwrócenie się od początku trwania imprezy z apelem do mieszkańców Gliwic o darowizny i wypożyczenia obiektów na potrzeby wystaw czasowych. Taka forma komunikacji rodziła dodatkowe zainteresowanie GDDK, pozwalała na znajdowanie żyjących świadków zdarzeń, o jakich chcieliśmy mówić podczas gliwickich Dni. Relacje świadków, przypominane na oczach współczesnych mieszkańców zdarzenia, w sposób oczywisty pobudzały

zainteresowanie mediów, także tych, które instytucjonalnie w projekcie nie uczestniczyły. Atrakcyjność tematu brała bowiem górę nad elementami konkurencji i oznaczała podejmowanie treści znajdujących się w centrum zainteresowania społecznego także przez media niebędące patronami GDDK.

Ważną rolę w upowszechnianiu wiedzy na temat GDDK odegrała kwesta pieniężna organizowana od II edycji GDDK. Skromna w zakresie, by nie stwarzać wrażenia, iż jest ona formą paraopłaty za udział w GDDK, uświadamiała potrzebę budowania ofiarności na rzecz ochrony dziedzictwa i ratowania zabytków. Muzeum zaś zobowiązywała do corocznego rozliczania się z wyników kwesty po zakończeniu imprezy i prezentowania w kolejnych edycjach prac, które zostały sfinansowane z zebranych środków pieniężnych.

Polityka informacyjna GDDK oznaczała nie tylko wybór i dobrą współpracę z redakcjami gazet, rozgłośni radiowych i telewizyjnych na bazie spójnego i całościowego *media planu*. W praktyce było to także poszerzanie kanałów informacji o ośrodki niszowe, zainteresowane wybranymi punktami programu GDDK. W ten sposób swoich patronów medialnych (niezależnych od dominujących w projekcie) miały np. wystawa sztuki sakralnej, premiera kartki pocztowej, czy też rajd rowerzystów towarzyszący GDDK.

Uznane dla roli informacji w projekcie oznaczało naturalnie wykorzystywanie wszystkich dostępnych i pasywnych pól informowania, jakie były do dyspozycji Muzeum, poczynając od strony internetowej (od 2004 r.), a kończąc na akcjach plakatowania, wysyłania *newsletterów*, czy też zachęcania podmiotów używających swoje obiekty i z Muzeum współpracujących, do umieszczania plakatów i afiszy GDDK w swoich siedzibach i na stronach internetowych. Za standard uznać należy akcję plakatowania w punktach do tego przeznaczonych na terenie Gliwic i wybranych miast Górnego Śląska.

Zupełnie wyjątkową rolę odgrywały: kampania informacyjna w radio (w tym emisja spotów reklamowych poświęconych GDDK przeprowadzana w ramach patronatu danej rozgłośni), a także relacje prasowe poprzedzające przygotowania do GDDK, jak i te najbardziej gorące, realizowane na żywo w trakcie GDDK. Współpraca kontynuowana z tymi samymi podmiotami medialnymi w formule patronatu doprowadzała z czasem do poszukiwania najlepszych z możliwych form informowania

i nowych pomysłów medialnych przy kolejnych edycjach imprezy. Bycie częścią sukcesu, a takim stały się GDDK, było sukcesem komercyjnym również tych podmiotów.

Zarządzanie informacją przy okazji takich przedsięwzięć to także umiejętność reagowania na zdarzenia medialne, jakie dotyczą projektu, także czarnego PR-u. Takim przypadkiem była III edycja GDDK, kiedy blisko 10 świątyń nie realizowało w ramach czasu trwania GDDK swojej zwyczajowej posługi. Zrodziło to krytykę, skwapliwie podjętą przez media, ze strony tych osób, które nie mogły w tych dniach skorzystać w wybranych świątyniach z sakramentu małżeństwa. Działo się tak pomimo zgody biskupa diecezji i faktu, iż krótkie ograniczenie dostępu do tego sakramentów znane było zainteresowanym od blisko 12 miesięcy przed inauguracją GDDK. Dobrze poprowadzona informacja uczyniła z tego faktu dodatkową okoliczność nadającą całemu wydarzeniu znamion już niemal historycznej wyjątkowości. Dobry i bardzo dobry dostęp do informacji na temat GDDK potwierdzały kolejne badania opinii wśród uczestników GDDK²³.

5. Sukces GDDK – warunki przesądzające

Dokonane wcześniej omówienie GDDK w sposób wyraźny określa punkty krytyczne dla odniesienia sukcesu przy tworzeniu projektów aktywnej edukacji historycznej i interpretującej dziedzictwo.

Z jednej strony to dobra, kompetentna ocena zasobów historycznych, cywilizacyjnych, jakimi charakteryzuje się dany obszar, który chcemy poddać takiemu projektowi. Decydująca jest tu rola faktów i zasobów historycznych, zinterpretowanych i podanych z pasją i emocjami, mogących zachęcić do nich uczestników projektu.

Drugim elementem składającym się na sukces jest strategia informacyjna o projekcie, jego celach oraz o obiektach i tematach, które prezentowane są w jego ramach. Informacja zachęcająca do tego, by – także po zakończeniu przedsięwzięcia – powracać do niego i na nowo przeżywać.

²³ W 2003 r. 51,8% osób uznało ten dostęp za dobry, 39,64% za bardzo dobry. W 2004 r. poziom zadowolenia także oscylował na poziomie 90% ocen dobrych i bardzo dobrych.

Pierwszy ze wskazanych elementów jest zbyt szczegółowy, by go wyczerpująco zaprezentować w ramach niniejszego opracowania. W przypadku GDDK była to bardzo wnikliwa refleksja nad tym, czym jest dziedzictwo, jakie jego składniki najlepiej korespondują z potrzebami społecznymi i które są ważne dla współczesnego mieszkańca Gliwic. Zapewne wielu mieszkańców zupełnie nagle odkrywało literacką spuściznę Gliwic (H. Bienek, P. Lachmann, A. Zagajewski, T. Różewicz), modernistyczne eksperymenty w architekturze miasta, czy zapomniane postaci życia społecznego miasta i regionu.

Bardziej istotne wydaje się podkreślenie pewnych ogólnych zasad wyboru wątków tematycznych, a zatem tego, by było to pokazanie dziedzictwa ponad podziałami narodowościowymi, religijnymi. W zakresie określania tematów Dni szczególnie ważne było to, by prezentacje odbywały się bez prób zawłaszczania przeszłości na „naszą” i „obcą” oraz by były oparte na partnerskiej współpracy z podmiotami uczestniczącymi w projekcie i, co z czasem nabrało ważkiego znaczenia, podejmowane były dzięki pasji i zaangażowaniu wolontariuszy.

Naturalnie druga z wymienionych determinant sukcesu wymagała rozwoju w obrębie Muzeum tych kwalifikacji i umiejętności, które do niedawna były praktycznie nieznane lub wręcz lekceważone w instytucjach ochrony i upowszechniania dóbr kultury.

Jeszcze większym wyzwaniem w sferze kultury organizacji i programowania pracy w Muzeum w Gliwicach, dodajmy w 2003 r. muzeum typowego i w tym sensie dobrze egzemplifikującego „polską średnią” dla ówczesnych instytucji muzealnych, było przezwyciężenie dominującego przekonania, iż „widz sam przyjdzie” oraz towarzyszące temu pogładowi odwracanie się od oczywistości, iż muzea na świecie (choć często nie w Polsce) stały się już dawno, bo w latach 80. i 90. XX w., miejscami, w których oferta muzealna podlega prawom rynku dóbr kultury i wyszła poza strategię tworzenia pasywnej kontemplacji po stronie widza.

Niestety, przy tej okazji należy podkreślić, że po dziś dzień grono osób kontestujących potrzebę zmian i reform w polskich muzeach jest nadal liczne²⁴. Poglądy te o tyle niepokoją, iż wiemy już dzisiaj ponad wszelką wątpliwość, iż dbanie o naukowy wymiar pracy muzeum, może

²⁴ Por. w tym kontekście zupełnie anachroniczne w swojej wymowie tezy artykułu A. Żakiewicz (2008).

iść w parze z demokratyzacją kulturalną, polegającą na przeniesieniu publiczności w samo centrum zainteresowań placówki (Skutnik 2008) i uczynienie z niej aktywnego i zaangażowanego partnera w projekcie.

Tylko przy tak zdefiniowanej roli odbiorcy projekt gliwicki mógł odnieść sukces. Ocenę tę już na początku istnienia GDDK potwierdziły m.in. wyniki badań ankietowych, które przeprowadzono po I edycji wydarzenia²⁵. Dodać należy także, iż tylko tak skonstruowany projekt spełnić mógł jedną z fundamentalnych funkcji kultury, jaką jest jej znaczący wpływ na rozwój społeczno-kulturalny danej wspólnoty, do której się odnosi (por. Sobocińska 2008).

GDDK stały się impulsem do powstania wielu organizacji zajmujących się ochroną dziedzictwa. Po dziś dzień organizowane są samorządnie wycieczki po miejscach zapoznanych w ramach GDDK, rośnie świadomość potrzeby ochrony dziedzictwa, co najlepiej ujawniają każdorazowo burzliwe dyskusje na temat planowanych prac budowlanych i modernizacyjnych w Gliwicach, zwłaszcza wówczas, gdy dokonywana ingerencja oznacza zagrożenie dla historycznej substancji miasta.

6. GDDK jako projekt generujący produkt turystyczny

Gliwickie Dni w bardzo krótkim czasie stały się samodzielnym produktem turystycznym, co doskonale odzwierciedlają materiały promocyjne Gliwic, wyliczające GDDK w gronie projektów, nadających wyjątkowe oblicze miastu i budujące jego regionalną atrakcyjność²⁶. Już sam ten fakt można uznać za ogromny sukces muzeum i autora projektu.

W pośredni sposób GDDK dokonały także odkrycia potencjału zasobów kulturowych atrakcyjnych dla oferty turystycznej miasta, w kilku przypadkach niewątpliwie wzbogaciły zestaw swoistych ikon kulturowych Gliwic o nowe postaci i zdarzenia, poszerzając docelowo turystyczne *story*, niezbędne przy budowaniu marketingowych klisz opisujących miejsce i społeczność, nadające mu charakter wyjątkowości i niepowtarzalności.

²⁵ Tylko w 2003 r. zasadność organizacji GDDK uznało 93,69% osób ankietowanych (próbę przeprowadzono na losowo wybranej grupie blisko 500 uczestników GDDK).

²⁶ Por. materiały promocyjne Urzędu Miasta Gliwice wydawane w latach 2006–2008.

Już w rok po pierwszej edycji GDDK, w efekcie ogromnego zainteresowania zwiedzających, udostępniono szerokiej publiczności wieżę kościoła pw. Wszystkich Świętych (najstarszej parafii miasta), która poza wyjątkowymi okolicznościami nie była dopuszczona do ruchu turystycznego od 1945 r. Podobnie rzecz miała się z powrotem białej żeglugi na Kanał Gliwicki. W dwa lata po przywróceniu w ramach GDDK rejsów po Kanale Gliwickim, stały się one ponownie dostępne dla mieszkańców miasta i regionu. W sprawie tej przetoczyła się szeroka debata na łamach lokalnej prasy²⁷.

Gliwice odzyskały pamięć o swoich nekropoliach żydowskich oraz o takich wybitnych postaciach, jak np. Oskar Troplowitz, właściciel koncernu Beiersdorf A.G., wynalazca plastrów i autor rynkowego sukcesu kremu Nivea. Bliższe mieszkańcom stały się dokonania innych rodów zasłużonych dla rozwoju miasta w XIX i XX w., czy losy kadry uniwersyteckiej zakładającej Politechnikę Śląską w Gliwicach po 1945 r. Poszerzono i upowszechniono wiedzę na temat historii odlewnictwa artystycznego w Gliwicach, miejsca odlania pierwszego pruskiego krzyża żelaznego w 1813 r. Przykładów mniej lub bardziej spektakularnych wydarzeń z przeszłości (jak m.in. loty sterowca Graf Zeppelin w okresie międzywojnia czy prawdy o prowokacji gliwickiej w 1939 r.) przytaczać można wiele. Część z nich, jak widać z tego wyliczenia, już doczekała się zainteresowania podmiotów zajmujących się turystyką (miasto posiada dzisiaj kilka formalnych i nieformalnych ścieżek kulturowych w lwiej części bazujących na trasach GDDK). Pozostałe, w części odkryte i nazwane, czekają na swój dogodny czas i inwestorów, jak chociażby malownicza trasa prowadząca Kanałem Gliwickim do Pławniowic, dawnej siedziby rodu von Ballestrem.

Swoistym wkładem w budowanie informacji turystycznej o mieście stały się foldery GDDK (wykorzystywane także po zakończeniu imprezy, o ile nakłady nie ulegały wyczerpaniu) oraz wydawnictwa zwarte, które jak już zaznaczono odgrywają dzisiaj rolę wyjątkowych przewodników po zabytkach Gliwic i Ziemi Gliwickiej, posługując się językiem jasnym, wolnym od nowomowy opisu naukowego, ciesząc bogactwem materiału

²⁷ Powrót statków na Kanał Gliwicki poprzedziły liczne teksty prasowe, m.in. Czy „Gryf” wypłynie... (2004). W kolejnych miesiącach od edycji GDDK w 2004 r. sprawa ta wielokrotnie była przypominana w prasie, aż do czasu uruchomienia regularnych rejsów.

archiwalnego i zdjęć obiektów oraz miejsc, na co dzień niedostępnych dla zwiedzających.

Gliwickie Dni nie zostały naturalnie wymyślone jako zaplecze intelektualne dla formułowania celów turystyki kulturowej odnoszącej się do dziedzictwa miasta, ale jest oczywistą wartością dodaną, że cele takie przynoszą, poszerzając i kreując na przyszłość zachowania podmiotów komercyjnych zainteresowanych racjonalnym i ekonomicznie uzasadnionym wykorzystaniem tych zasobów. Bez wątpienia proces ten może być okazją do pełnienia zupełnie nowej funkcji przez gliwickie muzeum.

7. Lekcja ostatnia – co zostało źle zrobione, czyli kryzys wieku średniego

Radykalnie zmniejszająca się frekwencja GDDK w latach 2006 oraz 2007²⁸ stała się, zwłaszcza dla autora projektu, asumptem do pytań o przyczyny takiego stanu rzeczy.

W przypadku imprezy, która przeszła wszystkie etapy rozwojowe, w oczywisty sposób można mówić o zużyciu się wybranych elementów pomysłu i potrzebie jego modyfikacji. Jak się wydaje GDDK dotknął swoisty kryzys wieku średniego.

To jest jedna z kuszących i możliwych odpowiedzi, za którą – głębiej precyzując przyczyny i je równocześnie generalizując na potrzeby animatorów analogicznych projektów – stoją takie przesłanki kryzysu, jak: osłabiona rola przywództwa w realizacji zadania²⁹, popadanie w rutynę i obniżenie kreatywności całego zespołu, powrót do praktyk doktrynalnie muzealnych (objawiających się np. ograniczaniem dostępu do obiektów pomimo zainteresowania zwiedzających) i w żaden sposób nie sprawdzających się na rynku dóbr kultury (ponownie wracamy do kwestii przywództwa), upowszechnienie się w ciągu całego roku mniejszych imprez konkurencyjnych w stosunku do GDDK (w podobny sposób podejmujących kwestię ochrony dziedzictwa kulturowego) oraz aktywność organizacji pozarządowych i stowarzyszeń, działających na rzecz rato-

²⁸ Frekwencja uczestników w kolejnych edycjach GDDK kształtowała się następująco: 2003 – 13 859 osób, 2004 – 26 000, 2005 – 22 384, 2006 – 15 332, 2007 – 11 000, 2008 – 5 660. Dane własne autora z wyjątkiem 2008 r. Te pochodzą z Muzeum w Gliwicach.

²⁹ Edycje 2006 i 2007 r. odbywały się już przy ograniczonym udziale Autora.

wania zabytków przeszłości. Odrębną kwestią, która jednak ujawniła swoją siłę podczas ostatniej edycji GDDK w 2008 r., są warunki pogodowe i wpływ, jaki mogą one mieć na liczbę uczestników Dni, choć argumentu tego nie wolno demonizować.

Pytaniem jednak najważniejszym i pozostawionym do dalszej dyskusji jest to, czy projekt, który sam uzyskał pozycję markowego produktu turystycznego może być realizowany w takiej skali i przy tak skomplikowanej materii organizacyjnej i programowej przez ten sam zespół (nawet jeśli wspomagany przez licznych wolontariuszy), który stał za I, II czy III edycją GDDK, gdy święcił on swoje tryumfy.

Odpowiedź jest zdecydowanie negatywna i wydaje się, iż jedynie powiązanie projektu ze strategiami rynkowymi typowymi dla sektora turystycznego oraz oparcie jego realizacji na współpracy z podmiotami sektora czasu wolnego, pozwoli mu dalej się rozwijać. Inaczej GDDK czeka postępujący regres, jak w przypadku każdego przedsięwzięcia i produktu zarazem, dla którego ramy instytucjonalne, organizacyjne i finansowe, jakie zapewnić powinien mu podmiot dotychczas go realizujący, okazują się niewystarczające.

Literatura

- Czy „Gryf” wypłynie na wody kanału, *Dziennik Zachodni*, 7.10.2004
- Jodliński L., 2004a, *Koncepcja funkcjonowania Muzeum w Gliwicach*, *Rocznik Muzeum w Gliwicach*, 19.
- Jodliński L., 2004b, *Sprawozdanie z działalności Muzeum w Gliwicach w 2003 roku*, *Rocznik Muzeum w Gliwicach*, 19.
- Jodliński L., 2005, *Wykorzystanie dziedzictwa przemysłowego w pracy muzeum. Gliwickie dni dziedzictwa kulturowego*, [w:] Burzyński T., Łabaj M. (red.), *Dziedzictwo przemysłowe jako atrakcyjny produkt dla turystyki i rekreacji. Doświadczenia krajowe i zagraniczne*, GWSH im. W. Korfańskiego w Katowicach, Urząd Miejski w Zabrzu, Katowice.
- Jodliński L. (red.), 2006, *Gliwice znane i nieznane. Zabytki Gliwickich Dni Dziedzictwa Kulturowego*, wyd. I, Muzeum w Gliwicach, Gliwice.
- Jodliński L. (red.), 2007, *Gliwice znane i nieznane. Zabytki Gliwickich Dni Dziedzictwa Kulturowego*, wyd. II poprawione, Muzeum w Gliwicach, Gliwice.
- Pomykańska M., Bielak B., 2007, *Gliwickie Dni Dziedzictwa Kulturowego ele-*

- mentem rozwoju i promocji turystyki w regionie śląskim*, [w:] Stasiak A. (red.), *Kultura i turystyka, razem, czy oddzielnie?*, Wyd. WSTH w Łodzi, Łódź.
- Reclaw D., 2008, *Gliwice znane i nieznane II. Zabytki Gliwickich Dni Dziedzictwa Kulturowego*, Muzeum w Gliwicach, Gliwice.
- Skutnik J., 2008, *Muzeum sztuki współczesnej jako przestrzeń edukacji*, Wyd. Uniwersytetu Śląskiego, Katowice.
- Sobocińska M., 2008, *Zachowania nabywców na rynku dóbr kultury i usług kultury*, PWE, Warszawa.
- Śląsk, 1994, NaGłos, (red. Maj B.), 15/16.
- Tilden F., 1957, *Interpreting our heritage*, Carolina Press Chanel Hill.
- Żakiewicz A., 2008, *No i po co nam w ogóle te muzea?*, Spotkania z Zabytkami, 10.

Strony internetowe

http://pl.wikipedia.org/wiki/Bill_Clinton

