
Bożena Kubacka

Pałac nasz widzę ogromny...

Koncepcja funkcjonowania Muzeum Regionalnego w Jarocinie na lata 2025-2032.

Jarocin, 10 marca 2025 r.

Wstęp

Nie jestem historykiem z wykształcenia, historia też nigdy nie była moją pasją, ale uważam, że jest to moim atutem, a nie deficytem w kontekście zarządzania Muzeum Regionalnym w Jarocinie.

Związałam się z Jarocinem ponad 20 lat temu, w tym czasie byłam pomysłodawczynią, realizatorką, współorganizatorką wielu projektów kulturalnych, poczynając od tych największych inwestycyjnych, takich jak przebudowa pałacu Radolińskich, remont JOKu i kina Echo, przez organizację dużych miejskich wydarzeń, jak obchody jubileuszu 750-lecia Jarocina, 95-lecia wybuchu Powstania Wielkopolskiego i organizacja dwóch edycji Jarocin Festiwal, przez szkoleniowe, jak Jarocińskie Centrum Organizacji Pozarządowych i Pogotowie projektowe, po mniejsze edukacyjne, skupione wokół historii regionu, jak Odkryj bohatera czy Akademia Fundacji 750-lecia, międzypokoleniowe Dzieci Jarocina i najświeższą realizację Jarociński Kongres Kobiet. Jestem przekonana, że doświadczenie zdobyte właśnie przy realizacji tych kulturalnych projektów animacyjnych i edukacyjnych, tych związanych z organizacją znaczących przedsięwzięć plenerowych oraz tych, przy których przyszło mi zarządzać dużymi inwestycjami oraz relacje, które przez lata budowałam ze środowiskiem kulturalnym, animacyjnym i edukacyjnym Jarocina, jest wystarczającym potencjałem do zarządzania jedną z jarocińskich instytucji kultury - Muzeum Regionalnym w Jarocinie.

Niniejszy plan działania muzeum oparłam na wiedzy i doświadczeniu zdobytym przeze mnie podczas ostatnich ośmiu lat pracy w tej instytucji, na rozmowach ze współpracownikami, z pracownikami biblioteki, członkami organizacji pozarządowych, nauczycielami gminnych szkół, ale także na doświadczeniach odbiorcy oferty muzeów polskich i europejskich, które odwiedzam z rodziną. Duży wkład w moje postrzeganie pracy w kulturze, działań animacyjnych i zarządzania instytucją mają niezliczone godziny rozmów z dyrektorką

jarocińskiej biblioteki Agnieszka Borkiewicz. Chciałybyśmy, w przyszłości stworzyć kompleksową strategię rozwoju kultury w gminie Jarocin. Obie, od lat, jesteśmy jej częścią, znamy potencjały i deficyty tego środowiska i mamy odpowiednie kompetencje, żeby podjąć się poprowadzenia tego procesu.

Nie zakładam absolutnie, że jest to program wszechstronny i kompletny, a jedynie zestaw idei i zarys kierunku, w którym zespół muzeum pod moim kierownictwem by podążał. Jestem wręcz przekonana, że tworzenie zamkniętych planów ze szczegółowym harmonogramem w sektorze kulturalnym jest przeciwnie skuteczne, że nawet najlepszy plan działania narzucony do realizacji, a nie! wypracowany z zespołem, który ma go realizować, nie zakończy się powodzeniem.

Zaznaczam, że część z opisanych tu projektów jest kontynuacją lub rozwinięciem podjętych już przez zespół muzeum działań, absolutnie nie przypisuję sobie ich autorstwa, za to czuję się zobowiązana zapewnić im kontynuację.

Pozwalam sobie planować te działania w perspektywie aż 7 lat, ponieważ dwa pierwsze lata przewiduję na wprowadzenie i ugruntowanie zmian w organizacji instytucji, w samym zespole, pracę nad wskazaniem misji i budowaniem publiczności, a jeśli z powodzeniem uda się pozyskać środki zewnętrzne, o które aplikujemy, to także na realizację inwestycji na terenie zespołu pałacowo-parkowego. Poza tym, przez ostatnie 5 lat w muzeum dwukrotnie zmieniano się kierownictwo, uważam, że najwyższy czas na stabilizację i długoterminowe planowanie, bo każda zmiana jest procesem i wymaga czasu.

Misja

Podobnie jak w przypadku odgórnego narzucania programu działań do realizacji uważam, że niewłaściwym jest autokratyczne określanie misji instytucji. Powinna ona definiować instytucję, jej zespół powinien się z nią identyfikować, zatem ma on pełne prawo w jej wytyczaniu, podobnie jak w przypadku tworzenia strategii instytucji, o której wspomnę w dalszej części dokumentu.

Dla mnie, Muzeum Regionalne w Jarocinie w ujęciu lokalnym powinno być platformą dialogu pomiędzy historią a współczesnością, a w ujęciu regionalnym powinno być miejscem na jednodniowy, a nawet weekendowy wypad dla rodzin.

Platforma dialogu - jako próba połączenia przeszłości i teraźniejszości na nowej płaszczyźnie i w nowej formie. Docieranie w ten sposób do nowych odbiorców,

niekoniecznie będących uczestnikami dotychczasowej oferty muzeum i oferowanie im miejsca spotkań z historią, ale także, z drugim człowiekiem;

- opowiadanie o historii i zapisywanie relacji żyjących świadków minionych wydarzeń za pomocą innych, niż dotychczas środków komunikacji, np. kolaży filmowych, podcastów ale także tradycyjnych filmowych wywiadów, tworzonych przez młodych pracowników Muzeum przy współpracy ze zreaktywowanym klubem filmowym JAR, w oparciu o potężny materiał archiwalny klubu i nowe środki wyrazu młodych filmowców amatorów; materiały te mogą stać się początkiem jarocińskiego archiwum historii mówionej,

- ze szczególnym uwzględnieniem działu historii kobiet ważnych dla miasta, opowiadania o historii z perspektywy kobiet i z kobietami w roli głównej, wpisującym się w popularny trend publicystyczno-historyczny - herstorie,

- szersze komunikowania o ofercie w mediach społecznościowych, wyjście poza Facebook, zaistnienie na innych kanałach komunikacji (Instagram, tiktok – sama się nimi nie posługuję, ale skoro korzystają z nich nasi użytkownicy, my też powinniśmy tam „być”), odświeżenie istniejących kanałów na YouTube (serwis przeszedł swoistą rewolucję i coraz bardziej zyskuje jako repozytorium wartościowego contentu, co powinniśmy wykorzystać), nabycie umiejętności niezbędnych do przygotowywania treści w tych mediach i sprawne korzystanie z nich; przyspieszenie prac nad budową nowej, atrakcyjnej strony internetowej Muzeum, opartej na łatwym do obsługi systemie WordPress lub Umbraco, dostosowanej do potrzeb osób niewidomych i słabowidzących,

- organizowanie w przestrzeni zespołu pałacowo-parkowego przedsięwzięć nie związanych z typową działalnością muzeum, ale wpisujących się w tę przestrzeń, jak joga na polanie, warsztaty uważności w sali ekspozycyjnej poświęconej Radolinom, edukacja żywieniowa w mającej powstać sali warsztatowej z aneksem kuchennym, weekendowe warsztaty, z możliwością noclegu w schronisku, z kompleksowym programem w duchu mindfulness,

- organizacja śniadań lub pikników na polanie, cyklicznej rodzinnej imprezy plenerowej z programem animacyjnym przygotowanym we współpracy z biblioteką, organizacjami pozarządowymi, może także prywatnymi podmiotami,

- rozszerzenie oferty spacerów historycznych i przyrodniczych po zespole pałacowo-parkowym,

- zbudowanie oferty indywidualnych edukacyjnych spacerów po zespole pałacowo-parkowym i centrum miasta, z historią parku, pałacu, jego właścicieli, edukacją przyrodniczą, za pomocą kodów QR i aplikacji na urządzenia mobilne, nie wymagającej od zwiedzającego żadnego sprzętu poza jego własnym smartfonem; specjalna oferta rodzinna w formie rodzinnej gry miejskiej z pakietem młodego odkrywcy/przyrodnika/muzyka,
- opracowanie kolejnych questów i dołączenie ich do serii Wielkopolskich Questów prowadzonej przez Wojewódzką Bibliotekę Publiczną i Centrum Animacji Kultury w Poznaniu,
- założenie na terenie zespołu nowych stałych skrytek we współpracy z lokalnymi pasjonatami geocachingu,
- zainicjowanie w Spichlerzu cyklicznych jam session, łączących na scenie starsze i młodsze pokolenia muzyków,
- utrzymanie oferty urodzin dla najmłodszych w pałacu i Spichlerzu oraz cieszących się dużą popularnością warsztatów eksperymentalnych i świątecznych, przy czym imprezy urodzinowe w Spichlerzu, programowo powinny chociaż nawiązywać do tradycji rockowych i charakteru tego miejsca i być spójne z ideą, dla której Spichlerz był tworzony,
- znaczące rozszerzenie oferty warsztatowej opartej o badanie potrzeb poszczególnych grup odbiorców, być może także zbudowanie stałej oferty edukacyjnej z zakresu historii i sztuki, szczególnie - ze względu na Spichlerz - muzyki, jako formy samodoskonalenia dla osób dorosłych, która w przyszłości mogła by ewoluować w kierunku Uniwersytetu Każdego Wieku działającego przy muzeum,
- wykorzystanie potencjału unikalnej oferty edukacyjnej Spichlerza, opracowanie nowego programu i dotarcie z nim do szkół z terenu Wielkopolski w promieniu 50-70 km od Jarocina, którzy kiedyś byli częstymi gośćmi Spichlerza,
- zbudowanie oferty warsztatów kulinarnych, jeżeli dojdzie do adaptacji pomieszczeń starej kuchni pałacowej w piwnicach,
- stworzenie w holu i na korytarzach pałacu galerii twórczości mieszkańców włączając ich w ten sposób w przestrzeń ekspozycyjną,
- korzystanie z bogatej oferty gotowych do wypożyczenia wystaw mobilnych, „objazdowych”, moim zdaniem w sali wystaw czasowych powinniśmy prezentować 5-6 wystaw w ciągu roku; problemem który trzeba poruszyć jest

zaangażowanie pracowników merytorycznych w techniczne przygotowanie każdej ekspozycji, są oni nie tylko ich kuratorami, ale przygotowują i montują każdy ich element, ponieważ muzeum nie zatrudnia żadnego pracownika technicznego,

- powrót do organizacji spotkań autorskich w Spichlerzu, możliwe łączenie ich z nowymi ekspozycjami w strefie art-rocka na ekspozycji, w której ostatnio organizowano głównie wystawy fotografii i zatraciła swój pierwotny charakter prezentowania pozamuzycznej twórczości artystycznej muzyków,
- powrót do cyklicznych warsztatów muzycznych w Spichlerzu dla młodych muzyków, prowadzonych przez uznanych w środowisku muzycznym twórców,
- stworzenie małej manufaktury produktów o charakterze rockowym, potocznie nazywanych merchem, także z możliwością personalizowanych zamówień i prowadzeniem przede wszystkim sprzedaży wysyłkowej; nie jest to możliwe do zrealizowania w ramach samego Spichlerza, ale z zewnętrznym komercyjnym partnerem w ramach umowy komisowej i prowizyjnej,
- opracowanie wspólnie z klubokawiarnią Spichlerz oferty cyklicznych animacji dla dorosłych na dni powszednie, poza weekendem, kiedy do Spichlerza zagląda niewiele osób, typu rockowe bingo, rockowe karaoke, gry w planszówki, przy założeniu, że zadaniem Spichlerza byłoby opracowanie i promowanie tej oferty, a samą obsługą zajęliby się pracownicy klubokawiarni,
- holistyczne opracowanie oferty Dni Patrona Miasta, bowiem na przestrzeni ostatnich lat znacząco rozrosła się ta formuła i jest to już oferta nie tylko dla samych mieszkańców, ale także mająca potencjał przyciągnąć turystów z promienia kilkudziesięciu kilometrów, pod warunkiem odpowiedniego komunikowania i promowania jej,
- zamontowanie w pałacu i Spichlerzu informacyjnych tabliczek z pismem Braille'a ułatwiającym codzienne funkcjonowanie w przestrzeni publicznej osobom niewidomym i niedowidzącym, przygotowanie pracowników oprowadzających po wystawach do roli przewodników osób niewidomych i niedowidzących, aby choć w minimalnym zakresie umożliwić im skorzystanie z naszej oferty;

Jestem świadoma, że nie wszystkie wymienione wyżej propozycje warsztatów i animacji są możliwe do wprowadzenia w ofertę, ale wszystkie wskazują kierunek wokół którego chciałbym, aby Muzeum Regionalne w Jarocinie tę ofertę

budowało: tworzenia miejsca przyjaznego do spotkań i rozmów z drugim człowiekiem - platformy dialogu.

Jarocin na weekend - połączenie wybranych elementów oferty muzeum w połączeniu z ofertą kompleksu sportowego Jarocin Sport, biblioteki i JOKu, adresowaną głównie do rodzin z dziećmi z terenu Wielkopolski w promieniu 50 -70 km od Jarocina, z opcją jedno- i dwudniową.

Uważam, że kluczowe w budowaniu niekosztownej dwudniowej oferty dla rodzin jest podniesienie standardu bazy noclegowej schroniska. Pokoje, łazienki i kuchnia wymagają remontu. Z bieżącego budżetu realizowane są tylko pilne naprawy, jednakże schronisko nigdy nie przeszło gruntownego remontu od czasu założenia bursy w pałacu.

W zbudowaniu tej oferty, ale przede wszystkim w przygotowaniu i wdrożeniu jej promocji i celowanej reklamy, zespół muzeum musi być wsparty przez fachowców. Zamierzam w tym zakresie współpracować z Karoliną Niementowską, związaną z Jarocinem ekspertką w budowaniu strategii promocyjnych i tworzeniu marki. Już na etapie tworzenia tego dokumentu opieram się na jej radach i pomysłach:

- stworzenie jednego repozytorium informacji o gminie Jarocin jako atrakcyjnej destynacji turystyki regionalnej skupiającego aktualne informacje o wszystkim, co dzieje się w gminie, przy założeniu współtworzenia go z Punktem Informacji Turystycznej prowadzonym przez bibliotekę i w oparciu o materiały z jej portalu: turystykajarocin.pl; znaczną część wspomnianego repozytorium stanowiłyby cykliczne projekty realizowane przez zespół muzeum i spichlerza, także we współpracy z partnerami - biblioteką i organizacjami pozarządowymi,
- zaadresowanie ww. oferty m.in. do rodzin z dziećmi (najliczniejszej w moim mniemaniu grupy docelowej tego typu projektów),
- oprócz budowy spójnego repozytorium niezbędna jest również spójna komunikacja i redakcja angażujących materiałów typu: „Co robić w Jarocinie z dziećmi?”, „Co zwiedzić w Jarocinie?”, „Gdzie zjeść w Jarocinie?”, itp. oraz zagregowanie tych informacji w obrębie dedykowanej strony np. visitjarocin.pl (domena dostępna) wzorując się na analogicznych adresach: [visitpoznan](http://visitpoznan.pl), [visitolondon](http://visitolondon.com), [visitkopenhagen](http://visitkopenhagen.com),
- towarzysząca tym działaniom, angażująca kampania promocyjna w kanałach mediów społecznościowych, a po spełnieniu powyższych warunków - wdrożenie

niskobudżetowej kampanii medialnej w oparciu o kanały regionalne Telewizji Polskiej, Wielkopolskiej Telewizji Kablowej, Telewizji Proart, Radia Poznań, a w następstwie - przemysłana obecność m.in. na targach Tour Salon;

Zaznaczam, że realizacja i skuteczna promocja oferty turystycznej jest uzależniona od współpracy kilku podmiotów i bez zaangażowania gminnej promocji oraz bez finansowania z budżetu Gminy Jarocin będzie możliwa do wdrożenia jedynie w niewielkim zakresie.

Działamy w małej społeczności, z wieloma organizacjami pozarządowymi, szkołami i grupami inicjatywnymi muzeum ma stałe, partnerskie relacje, ale mam wrażenie, że na skutek przeprowadzki z ratusza do pałacu, niektóre z nich się zatarły, a te które mogły by powstać ze względu na nowe sąsiedztwo, nie zostały dotąd zbudowane. Wierzę w moc synergii pomiędzy instytucjami kultury a sektorem pozarządowym, od zawsze jestem orędowniczką budowania partnerstw pomiędzy nimi. Różnorodność oferty muzeum, w dużej mierze uzależniam od możliwości pozyskania partnerów do jej realizacji.

Dużym wyzwaniem i jednocześnie ogromną szansą na rozwój oferty muzeum będzie realizacja projektu inwestycyjnego *Adaptacja przestrzeni zespołu pałacowo-parkowego Radolińskich w Jarocinie na nowe funkcje społeczno-kulturalne*, o finansowanie którego muzeum aplikuje do programu Fundusze Europejskie dla Wielkopolski 2021-2027 w ramach Działania 07.01 Rewitalizacja. Dotacja pozwoli na adaptację części piwnic na sale warsztatowe i toalety wraz z dostosowaniem ciągów komunikacyjnych na cele użytkowe oraz izolacją fundamentów, adaptację dwóch pomieszczeń na I piętrze na salę warsztatową z aneksem kuchennym, dostosowanie poddaszy i strychów do wymagań aktualnej ekspertyzy ppoż oraz na stworzenie szlaków historyczno-kulturowych opartych na aplikacji na urządzenia mobilne z audioprzewodnikiem i z wykorzystaniem okularów VR. Jesteśmy w trakcie pracy nad projektem, ale jego realizacja jest uzależniana od zewnętrznego finansowania. Podobnie, jak realizacja opisanych wyżej elementów oferty jest w dużej mierze uzależniona od budżetu, efektywności pozyskiwania przez nas środków zewnętrznych i umiejętnym zażądaniem niełatwą i kosztochłonną zabytkową infrastrukturą.

Publiczność, strategia

Muzeum ma swoich stałych odbiorców, są to głównie najmłodsi i seniorzy. Pierwsi "wyrastają" z oferty muzeum, a drudzy się starzeją i coraz rzadziej z niej korzystają. Tworzenie strategii budowania publiczności jest długotrwałym i angażującym procesem, uważam że nie jesteśmy dziś na to gotowi, co nie zmienia faktu, że możemy rozpocząć w zespole rozmowy na ten temat, bo ma to kluczowe znaczenie dla instytucji, wpływa na jej rozwój i pozycjonuje ją w społeczności. Powinniśmy jak najszybciej wykształcić w sobie nawyk zadawania pytań "po co?" i "dla kogo?" przy planowaniu programu i przed podjęciem działania. Wymaga to zrewidowania dotychczasowych praktyk i przyzwyczajzeń, planowania i kreowania nie tylko na miarę możliwości instytucji, ale przede wszystkim w odpowiedzi na zdefiniowane uprzednio potrzeby odbiorców.

Muzeum od kilku lat nie ma strategii rozwoju instytucji. Poprzednia strategia zdezaktualizowała się, była tworzona przed przeniesieniem siedziby muzeum do pałacu. Uważam, że jest to dokument wiodący dla każdej instytucji kultury i nasze muzeum musi taki dokument opracować. Praca nad nim powinna być poprzedzona diagnozą otoczenia, badaniem zasobów i badaniem publiczności, jest to długotrwały proces i bardzo istotne moim zdaniem jest to, aby strategia rozwoju muzeum została opracowana przez cały zespół muzeum przy wsparciu zewnętrznych fachowców.

Organizacja, zespół

Współczesne teorie zarządzania promują bardziej elastyczne i partycypacyjne podejścia, które uwzględniają zdolności i doświadczenia całego zespołu, dążąc do osiągnięcia zrównoważonego i zadowalającego środowiska pracy.

Mnie najbliższy jest demokratyczny styl zarządzania, który stawia na równość, partycypację i współdecydowanie w procesie podejmowania decyzji. Angażuje cały zespół w procesy decyzyjne, a lider pełni rolę facylitatora, wspierając dialog i wymianę pomysłów. Decyzje są podejmowane wspólnie, z uwzględnieniem różnych perspektyw. Moją ambicją jest wprowadzić w muzeum właśnie taki rodzaj kierownictwa, celowo nie używam słowa "zarządzania", ale mam świadomość tego, że czasem sytuacja wymaga od lidera jednoznacznego rozstrzygnięcia i samodzielnego podjęcia niewygodnej dla zespołu decyzji i jestem na takie okoliczności przygotowana.

Skuteczne kierowanie zespołem to nie tylko kwestia umiejętności lidera, ale również świadomości ról, jaką pełnią poszczególni członkowie zespołu. Kadra muzeum to niewielki, 10-osobowy zespół. Każdy z nas, mogę tak napisać, bo jestem od lat członkiem tego zespołu, wnosi unikalne umiejętności, doświadczenia i perspektywy. Z czasem przyjęły się pewne schematy i klisze, według których przypisane zostały kompetencje i obowiązki poszczególnym członkom zespołu. Uważam, że należy się temu przyjrzeć i je zredefiniować. Rutyna nikomu nie służy, ale zwłaszcza w pracy animacyjnej, w sektorze kreatywnym jak nasz, prowadzi nieuchronnie do wypalenia zawodowego. Uważam, że należy odejść od schematycznego podziału muzeum na dział administracyjny i merytoryczny, który zapewne sprawdza się w dużych instytucjach, ale w tak małej, jak nasza, niekoniecznie. Zamiast tego proponuję podział na dwa odrębne programowo i organizacyjnie, ale związane pod względem administracyjnym, działy: Spichlerz Polskiego Rocka i Pałac Radolińskich z kierownikami na czele, przypisując poszczególnym członkom zespołu role uwzględniające ich potencjały i deficyty. W moim podejściu, zrozumienie priorytetów działania instytucji przez wszystkich członków zespołu, poczucie wspólnotowości i wypracowanie jasnej komunikacji wewnętrznej w zespole jest kluczem w budowaniu organizacji muzeum.

Takie zmiany powinny być wprowadzane pod fachowym okiem specjalistów od komunikacji i pracy zespołowej, dołożę starań, aby w budżecie muzeum wyasygnować środki na warsztaty w tym zakresie. Miałam okazję wielokrotnie współpracować z ekspertkami w tej dziedzinie: Katarzyną Bryczkowską, Agnieszką Szelągowską ze Szkoły Liderstwa czy Agatą Wittchen-Berełkowską i chciałbym na wiedzy i doświadczeniu którejś z nich oprzeć ten proces.

Myśląc o organizacji muzeum uważam, że należy spojrzeć szerzej i odnieść się do organizacji działalności rozrywkowej prowadzonej przez obie jarocińskie instytucje kultury - bibliotekę i muzeum. Nie sądzę, żeby przypisywanie muzeum roli organizatora plenerowych koncertów w formie imprez masowych było trafione. Muzealny zespół jest za mały do samodzielnej realizacji tego typu przedsięwzięć, nie ma zaplecza technicznego i każdorazowo musi przy takich przedsięwzięciach podpierać się zewnętrznymi zlecającymi. Będę proponowała, żeby organizacja koncertów o charakterze imprez masowych wróciła, tak jak to było do niedawna, wyłącznie w kompetencje biblioteki, natomiast w gestii muzeum powinna pozostać realizacja wydarzeń patriotycznych, narodowych, związanych z obchodami jubileuszy i innych rocznic wydarzeń ważnych dla historii miasta i kraju.

Od lat dla pracowników muzeum nie był prowadzony żaden rodzaj doskonalenia zawodowego. Ze względu na coraz większe koszty utrzymania infrastruktury, budżet na szkolenia był praktycznie zerowy. Uważam, że warunkiem poszerzenia oferty muzeum i usamodzielnienia się w zakresie promocji bieżących wydarzeń, konieczne jest wyposażenie pracowników w odpowiednie narzędzia w postaci nowych umiejętności. W zakresie narzędzi promocyjnych i tworzenia oferty turystycznej moglibyśmy zbudować celowany pakiet szkoleniowy wspólnie z pracownikami biblioteki, bo potrzeby obu instytucji w tym zakresie są podobne.

Zbiory, dokumentacja

Podstawowe funkcje przypisane ustawowo każdemu muzeum: gromadzenie, przechowywanie, opracowywanie i udostępnianie zbiorów, są moim zdaniem realizowane przez pracowników naszego muzeum w sposób fachowy, właściwy i nie wymagający interwencji, chociaż nie mam akademickiej wiedzy w tym zakresie, ufam ich wieloletniemu doświadczeniu i dbałości o dziedzictwo, z którym na co dzień obcuja. Uważam, że jedynym deficytem w tym zakresie, jest ciągłe bazowanie na analogowych katalogach, że ewidencja zbiorów powinna być prowadzona w elektronicznym katalogu. Proces wprowadzania zbiorów do systemu Muzeo trwa od kilku lat, ale należy go zintensyfikować i realnie określić termin, do którego zarówno zbiory regionalne jak i zbiory spichlerza zostaną w nim zewidencjonowane.

Newralgicznym tematem ostatnich lat, jest dokończenie wystawy stałej muzeum, która podczas przygotowywania nowej ekspozycji w pałacu został okrojona o kilka bloków tematycznych, w efekcie czego narracja o historii miasta rozpoczyna się od XIX w. Uzupełnienie wystawy wymaga dodatkowej przestrzeni, a to wiąże się z kolei z drugim dyskutowanym od lat tematem - nowej siedziby dla szkoły muzycznej. Wspominam o tym, bo są to kwestie nierozzerwalnie związane z dalszym funkcjonowaniem muzeum, ale nie proponuję żadnych rozwiązań, bo uważam, że daleko wykracza to poza kompetencje muzeum.

Nie trzeba czytać fachowych opracowań, wystarczy być biernym odbiorcą oferty muzeów, żeby zauważyć, że funkcje muzeum wyraźnie się zmieniają. Współcześnie, muzea coraz częściej są nie tylko miejscem spotkań z historią i sztuką, ale także, a w przypadku małych regionalnych muzeów jak nasze, przede wszystkim, miejscem spotkań z drugim człowiekiem, przestrzenią do dialogu, do aktywnego i kreatywnego spędzania wolnego czasu. Uważam, że nasze muzeum posiada wszystkie niezbędne elementy żeby takie miejsce tworzyć. Niezwykłe przestrzenie zespołu pałacowo-parkowego i Spichlerza z ruinami kościoła Św. Ducha, Skarbczykiem do okazjonalnego wykorzystywania i nietuzinkowy zespół pasjonatów to zestaw optymalny.

Bożena Kubacka