

Aneta Pawłowska, Instytut Geografii i Gospodarki Przestrzennej
Łukasz Matoga, Uniwersytet Jagielloński

Wirtualne Muzea w Internecie – forma promocji i udostępniania dziedzictwa kulturowego czy nowy walor turystyczny?

Słowa kluczowe: wirtualne muzea, dziedzictwo kulturowe, technologie informacyjno-komunikacyjne, digitalizacja

Streszczenie

Rozwój społeczeństwa informacyjnego przyczynia się do powstania nowych form uczestnictwa w kulturze i turystyce, także w turystyce kulturowej. Jedną z takich form są wirtualne muzea stanowiące narzędzie udostępniania i upowszechniania dziedzictwa kulturowego szerokiemu gronu odbiorców. Digitalizacja zbiorów muzealnych i tworzenie repozytoriów cyfrowych wskazywane są jako ważne działania w krajowych programach ochrony dziedzictwa oraz w strategiach rozwoju instytucji kultury. Celem artykułu jest przedstawienie istoty rozwiązania, jakim są wirtualne muzea w promocji i udostępnianiu dziedzictwa kulturowego oraz umiejscowienie ich wśród istniejących walorów turystycznych. W artykule odwołano się do przykładów dwóch projektów: Wirtualnych Muzeów Małopolski i Wirtualnych Muzeów Podkarpacia. Zastosowanie technologii informacyjno-komunikacyjnych w sektorze kultury stanowi ważny obszar polityki społecznej i jeden z kierunków rozwoju współczesnej turystyki kulturowej. Wykorzystanie różnorodnych rozwiązań multimedialnych w wirtualnych muzeach przyczynia się do nowoczesnej promocji dziedzictwa kulturowego. Efektem jest także tworzenie nowego waloru turystycznego, zachęcającego do odwiedzenia nie tylko wirtualnych zbiorów, ale również danego miejsca lub regionu.

Wstęp

Muzea są instytucjami kultury, których celem jest „sprawowanie opieki nad zabytkami, informowanie o wartościach i treściach gromadzonych zbiorów, upowszechnianie podstawowych wartości historii, nauki i kultury polskiej oraz światowej, kształtowanie wrażliwości poznawczej i estetycznej oraz umożliwianie kontaktu ze zbiorami” [*Ustawa z dnia 21 listopada 1996 r. o muzeach*]. Mogą one reprezentować całokształt historii i kultury danego kraju albo też odzwierciedlać dziedzictwo kulturowe danej miejscowości lub regionu. Muzea stanowią ważne elementy przestrzeni turystycznej, wokół których koncentruje się przyjazdowy ruch turystyczny, ponieważ posiadają w swych zbiorach liczne przedmioty o wartości historycznej lub artystycznej.

Rewolucja elektroniczna i rozwój społeczeństwa informacyjnego, wykorzystującego nowe technologie informacyjno-komunikacyjne, przyczyniły się do rozszerzenia zakresu znaczeniowego i zmian w organizacji działalności muzeum. Funkcjonowanie przestrzeni internetowej jako nowego miejsca komunikacji, dostępu do informacji i wymiany opinii, przyczynia się również do rozwoju nowych form promocji i udostępniania dziedzictwa kulturowego. W konsekwencji w Internecie powstają cyfrowe repozytoria zbiorów muzealnych w formie wirtualnych muzeów, wirtualnych spacerów, elektronicznych katalogów eksponatów muzealnych z rozbudowanymi treściami wizualnymi i informacyjnymi. Rodzaje rozwiązań zastosowanych w wirtualnych ekspozycjach mogą być różnorodne. Zależy jest to przede wszystkim od źródeł finansowania i uczestnictwa danej instytucji kultury w programach digitalizacji dziedzictwa kulturowego na szerszą skalę lub samodzielnej ich realizacji. Nie bez znaczenia pozostaje również ranga danego muzeum,

jego popularność wśród turystów czy rodzaje posiadanych zbiorów. Z tego powodu technologie informacyjno-komunikacyjne wdrażane będą inaczej przez muzea lokalne, a inaczej przez muzea zarządzane na poziomie wojewódzkim i krajowym, które posiadają zabytki unikatowe, uznane za pomniki historii czy wpisane na Listę Światowego Dziedzictwa Kulturowego UNESCO. Istotną kwestią w organizacji działalności muzeum jest umiejętność korzystania z możliwości rozwoju, jakie pojawiają się w jego otoczeniu. Dotyczy to dostępu do wiedzy na temat nowoczesnych form promocji i udostępniania zasobów kulturowych, źródeł finansowania tych rozwiązań oraz nowych trendów pojawiających się na rynku turystycznym. Szczególne znaczenie mają w tym przypadku zmieniające się oczekiwania w zakresie dostępu do informacji i jej jakości wśród osób zainteresowanych poznawaniem dziedzictwa kulturowego.

Celem artykułu jest przedstawienie rozwiązania, jakim są wirtualne muzea w promocji i udostępnianiu dziedzictwa kulturowego oraz umiejscowienie ich wśród istniejących walorów turystycznych. Szczególną uwagę zwrócono na dwa projekty: Wirtualne Muzea Małopolski i Wirtualne Muzea Podkarpacia, które omówiono w formie studium przypadku. Przeprowadzono analizę zawartości serwisów internetowych wirtualnych muzeów pod kątem dostępnych funkcji i stosowanych rozwiązań multimedialnych. Dla ukazania szerszej perspektywy zjawiska w artykule omówiono prawne uwarunkowania procesu digitalizacji muzealiów w Polsce. Informacje te uzyskano na podstawie kwerendy krajowych i unijnych dokumentów strategicznych w zakresie ochrony i udostępniania dziedzictwa kulturowego. Wybór podmiotu badań podyktowany był wyróżniającym się w skali Polski dziedzictwem kulturowym obu regionów, które stanowi podstawę dla rozwoju turystyki kulturowej, jak również podejmowanymi przez samorządy terytorialne działaniami innowacyjnymi w zakresie nowoczesnych technik udostępniania i promocji zbiorów muzealnych.

Czym są wirtualne muzea?

Rosnące znaczenie technologii informacyjno-komunikacyjnych, do których należy wirtualna rzeczywistość, rzeczywistość rozszerzona i technologie internetowe, przyczynia się do wdrażania innowacyjnych rozwiązań w udostępnianiu dziedzictwa kulturowego przez muzea [Styliani i in. 2010, s. 521]. W 1947 r. A. Malraux przedstawił koncepcję muzeum wyobrażonego (fr. *le musée imaginaire*). Muzeum wyobrażone (wyobraźni) oznaczało muzeum bez ścian, określonego położenia i granic przestrzennych [Styliani i in. 2010, s. 521], obejmujące obrazy zapisane w pamięci ludzkiej [Bentkowska-Kafel 2013, s. 162], a zatem istniejące w indywidualnej świadomości każdego człowieka. Ta idea często wskazywana jest w literaturze naukowej jako punkt początkowy dla tworzenia wirtualnych muzeów. A. Malraux zwrócił uwagę na możliwości reprodukcji dzieł sztuki, jakie stwarzał rozwój drukiarstwa. Stanowiło to szansę na udostępnienie światowego dziedzictwa artystycznego szerokiemu gronu odbiorców [Bentkowska-Kafel 2013, s. 162-163]. W latach 90. XX w. pojawiło się pojęcie „muzeum wirtualnego”, które w założeniu miało udostępniać szerokiemu gronu odbiorców mniej lub bardziej znane zasoby w formie cyfrowej za pośrednictwem zasobów internetowych. Rozwój tego typu wirtualnych instytucji wyznaczył nowe struktury funkcjonowania tradycyjnych placówek muzealnych na świecie [Folga-Januszewska 2010, s. 201].

Jedną z pierwszych definicji wirtualnego muzeum sformułował W. Schweibenz [Schweibenz 1998, s. 191, tłum. za: Bentkowska-Kafel 2013, s. 163], który scharakteryzował je jako „logicznie dobrany zbiór obiektów cyfrowych wykonanych w różnych technikach medialnych. Dzięki kompatybilności i licznym formom dostępu zbiory tego typu wykraczają poza tradycyjne formy przekazu informacji i interakcji ze zwiedzającymi; mogą być przystosowane do ich potrzeb; nie istnieją w rzeczywistym miejscu ani przestrzeni; obiekty

i towarzyszące im informacje są ogólnie dostępne”. W tym miejscu warto zwrócić uwagę na dwa rodzaje wirtualnych muzeów wyróżnione przez T. Jędrysiaka [2009, s. 55], tj.:

- muzeum wirtualne na stronie internetowej – jako uzupełnienie oferty muzeum tradycyjnego dostępnego dla zwiedzających w danym miejscu,
- muzeum wirtualne na stronie internetowej – jako niezależna jednostka z udostępnionymi zbiorami muzealnymi w postaci cyfrowej, która nie posiada stałej, fizycznej siedziby.

Podobne kryterium zastosowały M. Stefanik i M. Kamel [Stefanik, Kamel 2013, s. 9] definiując muzea wirtualne jako „placówki, których eksponaty (lub wnętrza i eksponaty) są udostępniane do oglądania drogą elektroniczną (w Internecie). Są to muzea samodzielne lub uzupełniają funkcje muzeów rzeczywistych [Stefanik, Kamel 2013, s. 9]. Tego rodzaju projekty internetowe zawierają cztery zasadnicze elementy: informacje na stronie internetowej o muzeum, prezentację najważniejszych dzieł, wirtualny spacer po wnętrzach i zastosowanie grafiki trójwymiarowej [Gontar 2013, s. 134]. Wirtualne muzea stanowią zatem „ogólnie dostępny, interaktywny zbiór kompleksowych przedstawień 3D lub kopii zabytków utworzonych za pomocą metod komputerowych” [Bentkowska-Kafel 2013, s. 161]. Łącząc w sobie elementy nauki i zabawy, zachęcają do eksploracji osoby różniące się pod względem umiejętności percepcji i odbioru dzieł sztuki. Uczestnicy brytyjskiej szkoły letniej V-MusT zauważyli [Bentkowska-Kafel 2013, s. 161], że współczesne muzea wirtualne powinny stanowić „zintegrowany system poznawczy”, agregujący różnorodne informacje i czynności w jedną całość. Wdrożenie odpowiednich rozwiązań w tym zakresie umożliwia bowiem zaspokajanie zróżnicowanych potrzeb użytkowników, a także ich aktywizowanie w procesie poznawania kultury. Należy jednak zauważyć, że tego typu wirtualne instytucje zawierają nie tylko multimedialne repozytorium informacji, ale także narzędzia komunikacji i wymiany poglądów naukowych oraz wirtualny warsztat pracy [Bentkowska-Kafel 2013, s. 161].

W. Schweibenz [2004, s. 3] wydzielił również cztery etapy rozwoju muzeów wirtualnych powstających w oparciu o zasoby internetowe:

1. Muzeum broszurowe (ang. *brochure museum*) – strona internetowa zawierająca podstawowe informacje o muzeum, takie jak: rodzaje kolekcji, adres i godziny otwarcia placówki. Celem utworzenia strony internetowej jest przekazanie potencjalnym odwiedzającym praktycznych informacji o działalności muzeum.
2. Muzeum zawartości (ang. *content museum*) – strona internetowa z udostępnionym katalogiem kolekcji muzealnych w formie cyfrowej bazy danych. Zawartość strony internetowej jest bardziej przydatna dla ekspertów poszukujących szczegółowych informacji o wybranej kategorii dziedzictwa kulturowego, niż dla zwykłych odwiedzających. Celem muzeum jest dostarczenie szczegółowej i profesjonalnej informacji (ang. *object-oriented information*) o zgromadzonych eksponatach.
3. Muzeum uczące (ang. *learning museum*) – strona internetowa, której zawartość dotycząca kolekcji muzealnych ma wymiar dydaktyczny (ang. *context-oriented information*). Wiedza udostępniana jest w zróżnicowany, także multimedialny sposób, dopasowany do wieku, wykształcenia i wiedzy użytkowników. Celem muzeum jest motywowanie osób korzystających z serwisu internetowego do zdobycia wiedzy o zbiorach muzealnych, a także zachęcenie ich do zobaczenia obiektów w czasie osobistej wizyty w muzeum.
4. Muzeum wirtualne (ang. *virtual museum*) – strona internetowa lub bardziej rozbudowany serwis internetowy zawierający nie tylko kolekcje danego muzeum, ale również udostępniający cyfrowe zbiory innych instytucji kultury. Poszczególne eksponaty znajdują się w zbiorach muzealnych, ale nie muszą być udostępniane w rzeczywistości w takich samych zestawieniach, jak w kolekcjach cyfrowych lub też nie są dostępne dla zwiedzającym z różnych powodów.

Poszukiwanie informacji przed wyjazdem jest elementem tzw. podróży wyobrażonej. Powszechny dostęp do Internetu i urządzeń mobilnych sprawia, że turyści coraz częściej

poprzedzają wyjazd poszukiwaniami informacji na stronach internetowych. Z tego powodu instytucje kultury, zwłaszcza muzea, powinny w tym zakresie wychodzić naprzeciw oczekiwaniom turystów [Stasiak 2007b, s. 121]. W ostatnich latach muzea w Polsce podejmują działania w zakresie digitalizacji zbiorów, której celem jest ich ochrona, a także promocja i udostępnienie szerszemu gronu odbiorców. Strony internetowe muzeów są nie tylko miejscem zamieszczania informacji turystycznej, jak położenie muzeum, ceny biletów czy godziny otwarcia, ale również kanałem dostępu do cyfrowych zbiorów w formie galerii zdjęć lub baz danych [Góral 2012, s. 89]. Zawartość wirtualnych zbiorów czyni kolekcje muzealne bardziej dostępnymi i atrakcyjnymi dla szerokiej grupy odbiorców i wzbogaca ich wrażenia związane z poznawaniem dziedzictwa kulturowego [Styliani i in. 2010, s. 521]. Sam proces digitalizacji zbiorów muzealnych, którego konsekwencją jest m.in. tworzenie wirtualnych wystaw czy muzeów, przyczynia się do upowszechniania wiedzy o zasobach kulturowych [Gontar 2013, s. 141]. Zwiedzanie muzeum wirtualnego może stanowić wstęp do późniejszego przyjazdu i zwiedzenia obiektu w miejscu, w którym on się znajduje [Rosłon 2012, s. 196].

Muzea wirtualne posługując się cyfrowymi reprodukcjami, mogą spełniać funkcje właściwe dla tradycyjnego muzeum, jak archiwizacja i ochrona eksponatów oraz działalność edukacyjna i naukowa. Są one jednak przejawem odejścia od traktowania muzeum jako „świątyni sztuki” zrozumiałej tylko dla koneserów, na rzecz zmiany w nowocześnie zarządzane miejsce edukacji i rozrywki, dostosowane do potrzeb wszystkich grup odwiedzających [Patians i in. 2008, s. 5; Stasiak 2007b, s. 129; Ziółkowska-Weiss 2013, s. 167]. Następuje w nich zmiana medium, techniki i formy przekazu, co stanowi odpowiedź na rosnące wymagania konsumentów, a zarazem przyczynę zacierania się granicy między kulturą wysoką i niską [Folga-Januszewska 2010, s. 201]. Wirtualne muzea cechuje przede wszystkim wielofunkcyjność. Ta forma muzeum, widziana jest jako innowacyjny produkt turystyczny, mający na celu wzbudzenie zadowolenia wynikającego z zaspokojenia potrzeb poznawczych szerokiego grona odbiorców z różnych grup wiekowych i społecznych. Stosowane rozwiązania spełniają wymogi nowoczesnego udostępniania walorów turystycznych w formie animacji, zdjęć, filmów i obrazów trójwymiarowych, gier komputerowych czy multimedialnych i interaktywnych programów edukacyjnych. Osoba mająca dostęp do Internetu może odbyć wirtualny spacer po muzeum: odwiedzić kolejne sale, obejrzeć wnętrza, eksponaty, wysłuchać komentarza przewodnika, uzyskać więcej informacji na interesujący ją temat [Godlewski 2004, za: Ziółkowska-Weiss 2013, s. 168]. A. Stasiak [2013, s. 29] zwraca uwagę na konieczność kreowania produktów turystycznych nasyconych emocjami, które będą multiplikować wrażenia turystów. Jedną z przemian zachodzących w gospodarce turystycznej jest „wykorzystanie nowoczesnych technologii do wzbogacania realnej przestrzeni turystycznej o wirtualne byty (rozszerzona rzeczywistość), a także wygodnego zapisywania doświadczeń turystycznych oraz dzielenia się wrażeniami z masową publicznością” [Stasiak 2013, s. 36].

Digitalizacja zbiorów muzealnych w polskich programach rządowych

W ostatnich latach podejmowane są różne działania mające na celu upowszechnianie i promocję kultury narodowej za pośrednictwem Internetu. W Polsce głównym inicjatorem działań w tym zakresie jest Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego. Działania te są efektem realizacji wytycznych Komisji Europejskiej z 2011 r. [*Zalecenie Komisji z dnia 27 października 2011 r. ws. Digitalizacji i udostępniania w Internecie dorobku kulturowego...*] dotyczących digitalizacji i udostępniania w Internecie dorobku kulturowego oraz ochrony zasobów kulturowych. Wszystkie państwa członkowskie Unii Europejskiej powinny podjąć działania dotyczące planowania i monitorowania cyfryzacji książek, czasopism, gazet, fotografii, obiektów muzealnych, dokumentów archiwalnych, materiałów dźwiękowych

i audiowizualnych, zabytków i stanowisk archeologicznych. Mimo że digitalizacja jest przedsięwzięciem kosztownym i zazwyczaj przekraczającym budżety finansowe poszczególnych placówek muzealnych, w dużej mierze staje się możliwa do realizacji przy wsparciu finansowym funduszy Unii Europejskiej. Celem realizowanych projektów jest utworzenie do 2015 r. Europejskiej Biblioteki Cyfrowej „Europeana”, która stanowić ma podstawowe źródło informacji na temat dziedzictwa kulturowego europejskich instytucji kultury i nauki. Zasoby „Europeany” mają być łatwo dostępne w miejscach aktywności użytkowników w sieci internetowej, zwłaszcza na portalach społecznościowych i stronach internetowych o charakterze edukacyjnym. „Europeana” ma przyczynić się do inspirowania kreatywności oraz stymulowania rozwoju społecznego. Wybór eksponatów do digitalizacji powinien być poprzedzony analizą możliwości technicznych, organizacyjnych i finansowych muzeum oraz potrzeb potencjalnych użytkowników. Do digitalizacji wybierane są [Kuśmidrowicz-Król 2012, s. 31]:

- eksponaty cenne z punktu widzenia wartości kulturowych i historycznych,
- eksponaty ważne w kontekście kolekcji danego muzeum,
- eksponaty należące do większych zespołów przewidzianych do digitalizacji,
- eksponaty wymagające precyzyjnej dokumentacji z uwagi na zalecenia konserwatorskie,
- eksponaty niedostępne ze względu na szczególną wrażliwość lub zły stan zachowania.

W Polsce, w oparciu o wytyczne Komisji Europejskiej, realizowany jest Wieloletni Program Rządowy „Kultura+” zaplanowany na lata 2011-2015. Zakłada on poprawę dostępu do zasobów polskiego dziedzictwa kulturowego oraz zwiększenie uczestnictwa w kulturze społeczności lokalnych poprzez modernizację i budowę niezbędnej infrastruktury technicznej oraz digitalizację zasobów muzeów, bibliotek i archiwów. W ramach programu ustanowiono priorytet „Digitalizacja”. Operatorem priorytetu jest Narodowy Instytut Audiowizualny, który odpowiedzialny jest za wypracowanie standardów i nadzór nad procesem digitalizacji polskiego dziedzictwa kulturowego (wspólnie z Biblioteką Narodową, Archiwum Cyfrowym, Narodowym Instytutem Dziedzictwa oraz Narodowym Instytutem Muzealnictwa i Ochrony Zbiorów). Celem priorytetu jest digitalizacja zasobów kultury poprzez przeprowadzenie procesu konwersji analogowo-cyfrowej oraz późniejsze upowszechnianie otrzymanych zasobów za pośrednictwem Internetu, m.in. w postaci repozytoriów cyfrowych, wirtualnych muzeów, bibliotek, archiwów, kolekcji zabytków, czy wirtualnych audiowizualnych. Beneficjentami środków finansowych są państwowe i samorządowe instytucje kultury, archiwa państwowe oraz instytucje filmowe. Do 2014 r. w ramach trzech przeprowadzonych edycji Programu Kultura+ (priorytet „Digitalizacja”) zrealizowanych zostało 119 projektów digitalizacyjnych (koszt 54 mln zł). Do tej pory łącznie utworzono wersje cyfrowe ponad 3 milionów eksponatów muzealnych.

Dopełnieniem Programu „Kultura+” jest priorytet „Ochrona i cyfryzacja dziedzictwa kulturowego”. Realizowane w jego ramach zadania są kontynuacją kompleksowego procesu cyfryzacji materialnych zasobów dziedzictwa kulturowego, zwłaszcza zabytków znajdujących się w zarządzie instytucji muzealnych spoza sektora finansów publicznych. Oprócz tego, Narodowy Instytut Muzealnictwa i Ochrony Zbiorów realizuje projekt „E-muzea”, którego celem jest udostępnianie za pośrednictwem Internetu wybranych kolekcji muzealnych poddanych wcześniej procesowi digitalizacji. Zaplanowano również budowę repozytorium cyfrowych zasobów muzealnych w postaci portalu internetowego, tj. elektronicznego katalogu zbiorów, zawierającego treści wizualne i informacyjne.

Samorządy terytorialne i instytucje kultury, zarządzające placówkami muzealnymi i realizujące projekty w zakresie digitalizacji zasobów muzealnych, korzystają również ze środków finansowych dostępnych w ramach Regionalnych Programów Operacyjnych oraz innych programów unijnych. Plany finansowe tych programów dla wszystkich województw uwzględniają środki na realizację projektów dotyczących budowy lub rozbudowy systemów służących digitalizacji zasobów dziedzictwa kulturowego, w tym zasobów wirtualnych

muzeów. Ważnym elementem finansowania tych działań w Polsce są środki pozyskiwane z funduszy strukturalnych Unii Europejskiej, m.in. w ramach Programu Operacyjnego Infrastruktura i Środowisko, Priorytet 11 – Kultura i dziedzictwo narodowe, Działanie 11.1 – Ochrona i zachowanie dziedzictwa kulturowego o znaczeniu ponadregionalnym. Jego celem jest ochrona i zachowanie dziedzictwa kulturowego, w tym realizacja projektów z zakresu rozwoju zasobów cyfrowych w obszarze kultury.

Wirtualne Muzea Małopolski i Wirtualne Muzea Podkarpacia – studium przypadku

W ostatnich latach w Polsce zrealizowano dwa projekty digitalizacji zbiorów muzealnych o zasięgu regionalnym w województwie małopolskim i podkarpackim. Powstały wirtualne muzea prezentujące ekspozycje z różnych placówek muzealnych. Przedsięwzięcia te zostały zrealizowane w ramach współpracy samorządów wojewódzkich i instytucji kultury, w szczególności muzeów, ale także skansenów i ośrodków kultury. W Wirtualnych Muzeach Małopolski (tabela 1) i Wirtualnych Muzeach Podkarpacia (tabela 2), które mają formę rozbudowanych portali internetowych, pojedyncze ekspozycje, kolekcje i wnętrza muzealne udostępnione zostały przy zastosowaniu różnorodnych multimediów. Są to przede wszystkim zdjęcia 3D, filmy, nagrania dźwiękowe połączone z informacją tekstową będącą opisem historii i cech charakterystycznych ekspozycji, ich twórców, przeznaczenia czy dawnych funkcji. Narzędzia wyszukiwania informacji w tych portalach umożliwiają użytkownikom zapoznanie się z całym udostępnionymi tam zasobami.

Tabela 1. Wirtualne Muzea Małopolski – liczba i rodzaje zastosowanych rozwiązań multimedialnych

Lp.	Siedziba muzeum	Nazwa muzeum	Cyfrowe ekspozycje	Obrazy 3D*	Pliki dźwiękowe	Interpretacje
1.	Kraków	Muzeum Archeologiczne	67	38	12	33
		Muzeum Archidiecezjalne	20	12	6	9
		Muzeum Armii Krajowej	16	7	8	11
		Muzeum Etnograficzne	55	33	16	18
		Muzeum Farmacji CM UJ	24	19	5	7
		Muzeum Geologiczne ING PAN	26	6	3	7
		Muzeum Geologiczne WGGiOŚ AGH	10	10	0	2
		Muzeum Historii Fotografii	32	15	8	14
		Muzeum Historyczne Miasta Krakowa	64	41	12	25
		Muzeum Inżynierii Miejskiej	12	12	2	18
		Muzeum Lotnictwa Polskiego	20	6	4	1
		Muzeum Narodowe	78	47	42	83
		Muzeum Sztuki i Techniki Japońskiej Manggha	30	0	0	0
		Ośrodek Dokumentacji Sztuki Tadeusza Kantora Cricoteka	22	18	5	22
		Zamek Królewski na Wawelu Państwowe Zbiory Sztuki	51	0	0	0

Lp.	Siedziba muzeum	Nazwa muzeum	Cyfrowe eksponaty	Obrazy 3D*	Pliki dźwiękowe	Interpretacje
2.	Biecz	Muzeum Ziemi Bieckiej	33	29	10	19
3.	Chrzanów	Muzeum im. Ireny i Mieczysława Mazarakich	22	18	13	10
4.	Ciężkowice	Muzeum Przyrodnicze	4	4	2	0
5.	Dąbrowa Tarnowska	Ośrodek Spotkania Kultur	9	7	1	3
6.	Dobczyce	Muzeum Regionalne PTTK	5	1	5	4
7.	Gorlice	Muzeum Regionalne PTTK	16	7	11	7
		Dwory Karwacjanów i Gładyszów	6	0	0	1
8.	Kęty	Muzeum im. Aleksandra Kłosińskiego	21	16	5	12
9.	Koszyce	Muzeum Ziemi Koszyckiej	12	7	0	4
10.	Myślenice	Muzeum Regionalne „Dom Grecki”	6	5	6	4
11.	Niepołomice	Muzeum Niepołomickie – Zamek Królewski	16	10	2	6
12.	Nowy Sącz	Muzeum Okręgowe	35	25	15	16
13.	Olkusz	Muzeum Regionalne PTTK	6	4	0	2
14.	Piwniczna-Zdrój	Muzeum Regionalne TMP	8	7	4	1
15.	Świątniki Górne	Muzeum Ślusarstwa	10	8	4	5
16.	Tarnów	Muzeum Okręgowe	38	22	4	18
17.	Wadowice	Muzeum Dom Rodzinny Ojca Świętego Jana Pawła II	20	5	4	12
		Muzeum Miejskie	5	5	0	3
18.	Wieliczka	Muzeum Żup Krakowskich	32	27	9	7
19.	Wygieźłów	Muzeum Nadwiślański Park Etnograficzny w Wygieźlowie i Zamek Lipowiec	17	9	4	5
20.	Zakopane	Muzeum Tatrzańskie	35	17	6	32
21.	Zubrzyca Górna	Orawski Park Etnograficzny	9	4	4	4

* Liczba obiektów przeznaczonych do digitalizacji w postaci obrazów 3D do końca 2013 r. według danych podanych w opracowaniu pt. *Wirtualne Muzea Małopolski. Baza wiedzy o projekcie WMM*, Małopolski Instytut Kultury, s. 9

Źródło: opracowanie własne na podstawie serwisu internetowego *Wirtualne Muzea Małopolski* (30.06.2014)

Inicjatorem realizacji Wirtualnych Muzeów Małopolski był Małopolski Instytut Kultury. Pierwsza część projektu została ukończona w 2011 r., wtedy też Wirtualne Muzeum zostało udostępnione w Internecie. Od września 2013 r. kontynuowane są prace nad rozwojem jego zasobów w ramach projektu Wirtualne Muzea Małopolski Plus. Szczegółowe zestawienie dotyczące eksponatów udostępnianych w ramach projektu Wirtualne Muzea Małopolski przedstawiono w tabeli 1. Na uwagę zasługuje fakt, że w projekcie uczestniczą zarówno muzea zarządzane na poziomie krajowym, samorządowym, jak i muzea utworzone przez władze kościelne czy organizacje pozarządowe. Opracowane zostały cyfrowe wersje

eksponatów i kolekcji muzealnych szczególnie cennych pod względem historycznym, kulturowym i artystycznym, a także charakterystycznych dla poszczególnych muzeów oraz miejsc w regionie Małopolski. Ponadto, procesem digitalizacji objęto zbiory zagrożone bezpowrotną degradacją oraz obiekty wyłączone z użytkowania z powodu złego stanu technicznego. Wirtualne Muzea Małopolski udostępniane są w serwisie internetowym i w aplikacji dostępnej w urządzeniach mobilnych, jak tablety i smartfony.

Oprócz galerii zdjęć, wykonanych w technologiach 2D, 3D i 3D unity¹, w serwisie internetowym dostępne są nagrania audio, gry tematyczne oraz innowacyjnie zorganizowane „lekcje muzealne”. Dodatkowo dla zbiorów muzealnych opracowane zostały „Interpretacje”. Są to podzielone tematycznie opracowania tekstowe, dotyczące eksponatów zgromadzonych w jednym lub w kilku różnych muzeach, połączone jednym motywem przewodnim, omówione szczegółowo i w przystępny sposób. Dostępne są one w formie plików do pobrania lub nagrań dźwiękowych na osobnych podstronach serwisu internetowego.

Ciekawym rozwiązaniem w serwisie internetowym Wirtualne Muzea Małopolski jest również gra multimedialna „Obrońcy czasu”. Ma ona na celu zainteresowanie użytkownika Wirtualnego Muzeum dziedzictwem kulturowym poprzez zaangażowanie go w rozwiązywanie zadań fabularnych, właściwych grom komputerowym. Użytkownik-gracz wykonując kolejne zadania dociera do informacji o zbiorach muzealnych, które udostępniane są w niekonwencjonalny sposób, wymagający przeszukiwania zasobów Wirtualnego Muzeum. Takie rozwiązanie wpisuje się w koncepcję grywalizacji (ang. *gamification*), która ma na celu zachęcenie konsumentów do korzystania z produktów i usług poprzez zastosowanie w działaniach marketingowych zasad z gier (np. rywalizacji, współpracy, zdobywania nagród).

Drugim rozwiązaniem o zasięgu regionalnym jest projekt Wirtualne Muzea Podkarpacia, który ukończony został w 2010 r. Inicjatorem utworzenia cyfrowej wersji kolekcji muzealnych z województwa podkarpackiego było Muzeum Okręgowe w Rzeszowie. Podobnie jak w przypadku projektu Wirtualne Muzea Małopolski, utworzona została pracownia digitalizacyjna, w której przygotowano cyfrową i multimedialną zawartość wirtualnego muzeum. Procesem digitalizacji objęto zarówno eksponaty dostępne w siedzibach muzeów, jak i niedostępne dla zwiedzających. W utworzonym serwisie internetowym znajdują się wirtualne spacerunki w formie panoramicznych zdjęć, zarówno dla wnętrza muzealnych, jak i ich otoczenia zewnętrznego. Ten charakterystyczny element odróżnia Wirtualne Muzea Podkarpacia od projektu omówionego poprzednio. Wirtualne Muzea Małopolski są cyfrową bazą danych udostępnioną w portalu internetowym z rozbudowanym zapleczem multimedialnym, jednak bez możliwości korzystania z wirtualnych spacerów po muzealnych wnętrzach. Oprócz wirtualnych spacerów, w Wirtualnych Muzeach Podkarpacia zastosowano takie rozwiązania multimedialne, jak animacje, nagrania dźwiękowe, filmy.

Warto w tym miejscu odwołać się do cytatu z informacji prasowej o Wirtualnych Muzeach Podkarpacia, zamieszczonego w serwisie internetowym Muzealnictwo.com: „Projekt Wirtualne Muzea Podkarpacia jest odpowiedzią na problemy, z jakimi zmagają się wszystkie podkarpackie muzea i wszystkim tym muzeom ma służyć. Spadek zainteresowania zwiedzaniem wystaw muzealnych, zbyt małe powierzchnie wystawiennicze czy w większości lokalny charakter muzeów wymuszają podjęcie działań innowacyjnych, uwzględniających postępującą informatyzację społeczeństwa”. Co za tym idzie, utworzenie multimedialnych wirtualnych muzeów umożliwi dotarcie do szerokiego grona odbiorców z ofertą kulturalną muzeów podkarpackich [Zespół Projektu Wirtualne Muzea Podkarpacia 2013].

¹ Technika dokładnego odwzorowania rzeczywistości w formie trójwymiarowych wizualizacji interaktywnych.

Tabela 2. Wirtualne Muzea Podkarpacia – liczba i rodzaje zastosowanych rozwiązań multimedialnych

Lp.	Nazwa muzeum	Wirtualny spacer (liczba panoram sferycznych)	Wnętrza 3D	Obiekty 3D	Multimedia		
					animacje	nagrania	filmy
1.	Muzeum Zamek w Łańcucie	19	+	19	2	0	1
2.	Muzeum Kultury Ludowej w Kolbuszowej	36	+	21	2	2	1
3.	Muzeum Marii Konopnickiej w Żarnowcu	14	+	5	2	0	1
4.	Muzeum Narodowe Ziemi Przemyskiej	15	+	20	2	0	1
5.	Muzeum Budownictwa Ludowego w Sanoku	30	+	23	2	1	1
6.	Muzeum Podkarpackie w Krośnie	25	+	20	2	0	1
7.	Muzeum Okręgowe w Rzeszowie	21	+	41	4	0	1
8.	Muzeum Etnograficzne w Rzeszowie	0	+	10	0	6	1
9.	Muzeum Ziemi Leżajskiej	0	+	9	0	0	7
10.	Muzeum w Przeworsku	0	+	8	0	0	1
11.	Muzeum w Jarosławiu Kamienica Orsettich	0	+	6	0	0	0

Źródło: opracowanie własne na podstawie serwisu internetowego Wirtualne Muzea Podkarpacia (30.06.2014)

Poza omówionymi dwoma regionalnymi projektami wirtualnych muzeów, można wskazać inne przykłady tego rodzaju rozwiązań w Polsce. Wśród projektów internetowych w formie wirtualnego muzeum, obejmujących kilka miejsc lub obiektów z całego województwa, znajdują się „Poznaj Lubuskie – wirtualne wycieczki po Ziemi Lubuskiej: Pałace Ziemi Lubuskiej i Parki Ziemi Lubuskiej” oraz „Wirtualne Muzeum Barokowych Fresków na Dolnym Śląsku”. Oprócz tego, tworzone są wirtualne spacerki dla poszczególnych gmin, które zawierają panoramy sferyczne zabytków znajdujących się w danej gminie, w tym muzeów. Wirtualne muzea tworzone są również przez pojedyncze muzea zarządzane przez podmioty prywatne i publiczne. Jednym z pierwszych było Wirtualne Muzeum Powstania Warszawskiego, gdzie zastosowano technologie 3D, Flash, nagrania dźwiękowe i filmowe. Strona internetowa umożliwia nie tylko zapoznanie się z eksponatami muzealnymi, ale również dostęp do interaktywnych i multimedialnych treści, poszerzających wiedzę użytkownika. Innowacyjnym rozwiązaniem jest interaktywna kamera, która pozwala na zwiedzanie poszczególnych sal muzeum, nawigowanie po zawartości serwisu internetowego i korzystanie ze zgromadzonych multimedii. Wirtualne wersje muzealnych zbiorów dostępne są również dla m.in.: Muzeum Łazienki Królewskie w Warszawie, Muzeum Zamkowego w Malborku, Muzeum Historycznego Miasta Krakowa czy Muzeum Historycznego w Bielsku-Białej.

Wirtualne muzea jako nowy walor turystyczny dla turystyki kulturowej (?)

Jednym z głównych czynników zmian we współczesnej turystyce, także w turystyce kulturowej, jest wprowadzanie różnych form świadczenia e-usług wykorzystujących technologie informacyjno-komunikacyjne. Według A. Mikosa v. Rohrscheidta [2008, s. 31] turystyka kulturowa obejmuje „te wszystkie grupowe lub indywidualne wyprawy o charakterze turystycznym, w których spotkanie uczestników podróży z obiektami, wydarzeniami i innymi walorami kultury wysokiej lub popularnej albo powiększenie ich wiedzy o organizowanym przez człowieka świecie otaczającym jest zasadniczą częścią programu podróży lub stanowi rozstrzygający argument dla indywidualnej decyzji o jej podjęciu lub wzięciu w niej udziału”. Dziedzictwo kulturowe jest elementem wspólnym dla tej formy turystyki oraz zawartości omówionych wyżej wirtualnych muzeów. Należy jednak w tym miejscu zadać pytanie, czy wirtualne muzea mogą stanowić walor turystyczny dla turystyki kulturowej?

Internet stał się nowym medium, za pośrednictwem którego kreowane są nowe walory turystyczne, także dla turystyki kulturowej. Przykładem tego są wirtualne muzea. K. Orzechowska-Kowalska [*Gnieźnieńskie Forum Ekspertów Turystyki Kulturowej* 2010, s. 55] zauważa, że „niewątpliwie ciekawym elementem, wpływającym na rozwój i propagowanie turystyki kulturowej, mogą stać się tzw. wirtualne wycieczki po atrakcjach kulturowych – kościołach, wystawach, tworzenie wirtualnych rekonstrukcji historycznych etc.” Jednocześnie podkreśla ona [*Gnieźnieńskie Forum Ekspertów Turystyki Kulturowej* 2010, s. 55], że wirtualne rozwiązania nie stanowią konkurencji dla rozwoju rzeczywistej turystyki, ale mogą posłużyć do zdobycia wiedzy na temat odwiedzanych miejsc, w których znajdują się atrakcje kulturowe.

Wirtualne muzea są bez wątpienia nową, atrakcyjną formą udostępniania i promocji dziedzictwa kulturowego, i jak pisze U. Podraza [2013, s. 27], „mogą być zachętą do odwiedzin tradycyjnej kolekcji i szansą na poszerzenie informacji zdobytych podczas wizyty oraz powrót do dzieł, które wzbudziły największe emocje”. Zasoby internetowe, w tym muzea wirtualne, stały się nowym walorem turystycznym stymulującym zainteresowanie odbyciem podróży do określonego miejsca oraz potencjałem rozwojowym dla zjawisk turystycznych w miejscowości lub regionie [Nowacki 2012, s. 42]. Wirtualne muzea można uznać zatem za walor antropogeniczny, który, chociaż istnieje w świecie wirtualnym, odnosi się do obiektów rzeczywistych, tj. eksponatów czy kolekcji muzealnych, które znajdują się w siedzibach muzeów, ale nie zawsze są udostępniane zwiedzającym. Tego rodzaju muzeum wpisuje się w główny motyw podróży uczestników turystyki kulturowej i wpływać może pośrednio na atrakcyjność turystyczną poszczególnych miejsc, w tym przypadku, placówek muzealnych.

Stosowane rozwiązania z zakresu technologii informacyjno-komunikacyjnych służą udostępnianiu dziedzictwa kulturowego szerokiemu gronu odbiorców, wzbudzaniu zainteresowania zbiorami muzealnymi, przekazywaniu wiedzy w przystępny sposób, a także zachęcaniu do odwiedzin. Bez wątpienia, dostarczają one szczegółowych informacji w atrakcyjnej formie o szeroko definiowanym dziedzictwie kulturowym. Warto w tym miejscu jednak podkreślić, że osoby „zwiedzające” wirtualne muzea są użytkownikami Internetu, a nie turystami przemierzającymi się w przestrzeni. Różne też mogą być ich motywacje, jak np. poznanie kultury, poszerzenie wiedzy lub jej uzupełnianie po osobistym zwiedzaniu muzeum lub przed nią, ale także poszukiwanie informacji na temat eksponatów i kolekcji w ramach badań naukowych [Schweibenz 2010, s. 3]. A. Góral [2012, s. 88] stawia pytanie czy można „za pomocą technologii informacyjno-komunikacyjnych w pełni pokazać dziedzictwo kulturowe, bez utraty jego przekazu kulturowego”? Zasoby internetowe nie zastąpią oczywiście możliwości osobistego zobaczenia eksponatów i kolekcji muzealnych, ale mogą zwiększyć ich dostępność dla szerszego grona odbiorców. W przypadku braku

możliwości osobistego zobaczenia wystawy, wirtualne muzea stanowią swego rodzaju alternatywę w dostępie do dóbr kultury. Digitalizacja zbiorów ma na celu zabezpieczenie dziedzictwa kulturowego, a udostępnienie w Internecie cyfrowej wersji zbiorów muzealnych umożliwi dalsze działania na rzecz upowszechniania i popularyzacji treści kulturowych.

A. Stasiak [2007a, s. 11] zwraca uwagę na strony internetowe szlaków turystycznych, które spełniają funkcję multimedialnych przewodników zarówno dla przyszłych turystów, jak i osób, które nie będą tej trasy zwiedzać. W przypadku pierwszej grupy, multimedialny przewodnik zachęca ich do podjęcia rzeczywistej podróży, kształtuje wyobrażenia i oczekiwania wobec produktu. Natomiast dla grupy drugiej, korzystanie z tego rodzaju rozwiązań może zastępować realną wycieczkę [Stasiak 2007a, s. 11]. Takie same funkcje spełniać mogą wirtualne muzea, co już zostało wspomniane wcześniej. Atrakcyjna, multimedialna forma prezentacji kolekcji muzealnych ułatwia dostęp do informacji o dziedzictwie kulturowym, ale również przyczynia się do upowszechnienia wiedzy o nim. Jednak kompleksowe rozwiązania multimedialne, właściwe wirtualnym muzeom, takie jak wirtualne wycieczki czy cyfrowe bazy eksponatów muzealnych, powinny być kolejnym etapem rozwoju muzeów w przestrzeni internetowej. Poprzedzać go powinny rozwiązania, które nazwać można „podstawowymi”, obejmujące utworzenie stron internetowych dla muzeów i udostępnienie na nich podstawowych informacji, jak adresy, godziny otwarcia, ceny biletów, charakterystyki zbiorów, galerie zdjęć.

Reasumując, wirtualne muzea mają szczególne znaczenie dla rozwoju turystyki kulturowej, w której motywem przewodnim jest poznanie dziedzictwa kulturowego. Zmieniające się trendy na rynku turystycznym powodują, że kluczowym zadaniem jest przyciągnięcie uwagi potencjalnych turystów ofertą danego miejsca, w tym także instytucji kultury, do których należą muzea. O popularności muzeów coraz częściej decydują bowiem nie tylko posiadane zasoby muzealiów i sposób przygotowania ekspozycji, ale także efektywne wykorzystanie nowoczesnych narzędzi udostępniania informacji i komunikacji marketingowej. Oprócz promocji znanych i cennych zasobów muzealnych, działania na rzecz tworzenia wirtualnych muzeów przyczyniać się mogą także do zwiększenia rozpoznawalności mniej znanych placówek. Dotyczy to w szczególności muzeów ze zbiorami charakterystycznymi dla danego miejsca lub regionu, aczkolwiek mniej licznie odwiedzanymi przez turystów. Z tego powodu wirtualne muzea stały się ważnym kanałem dotarcia do zwiedzających tradycyjne muzea, jak i zachętą dla tych, którzy jeszcze danego muzeum nie odwiedzali.

Zakończenie

Rozwój technologii informacyjno-komunikacyjnych przyczynił się do powstania nowych możliwości, zarówno w sferze dokumentowania dziedzictwa kulturowego, jak i oferowania dostępu do zgromadzonych treści kulturowych. Digitalizacja może być dla obiektów muzealnych nie tylko nowoczesnym instrumentem dokumentacji, ale również promocji. Konwersja analogowo-cyfrowa zbiorów muzealnych, a następnie ich archiwizacja pozwala na udostępnienie muzealiów w zasobach internetowych. Cyfrowe eksponaty, gromadzone w wirtualnych muzeach, mogą stanowić potencjalny walor przyczyniający się do rozwoju turystyki kulturowej, w której różnorodne kategorie dziedzictwa kulturowego są przedmiotem zainteresowania turystów.

Na przykładach Wirtualnych Muzeów Małopolski i Wirtualnych Muzeów Podkarpacia można wskazać dwa główne kierunki rozwoju tych rozwiązań w Polsce. Pierwszy z nich ma charakter rozbudowanego repozytorium cyfrowego z multimedialną bazą danych obejmującą treści tekstowe i wizualne w technologii 2D i 3D. Drugi rodzaj wirtualnego muzeum ma formę wirtualnych spacerów utworzonych w oparciu o zdjęcia panoramiczne, obejmujące

zarówno wnętrza muzealne, jak i otoczenie zewnętrzne, szczególnie w przypadku skansenów i zabytkowych parków. Ten rodzaj wirtualnego muzeum również jest połączony z multimedialną bazą danych zawierającą animacje, filmy i nagrania dźwiękowe.

Zamieszczone w przestrzeni internetowej kolekcje muzealne łączą szczegółowe, opisowe, często multimedialne i interaktywne materiały informacyjne, charakteryzujące nie tylko dany eksponat, ale także szerszy kontekst: historyczny, artystyczny czy kulturowy, jaki jego powstaniu i funkcjonowaniu towarzyszył. Można mówić też o popularyzacji dzieł sztuki i dziedzictwa kulturowego oraz dążeniu do zapewnienia powszechnego dostępu szerokiemu gronu odbiorców. Wirtualne muzea stwarzają dla instytucji muzealnych nowy potencjał rozwojowy, a ich właściwe wykorzystanie umożliwia zbudowanie efektywnego narzędzia promocji i wielofunkcyjnej platformy komunikacji z szerokim gronem odbiorców, w tym osobami zainteresowanymi uczestnictwem w turystyce kulturowej. Dzięki temu tworzone są ramy rozwoju współczesnej turystyki opartej na dziedzictwie kulturowym.

Bibliografia:

- Bentkowska-Kafel A., 2013, *Muzeum wirtualne – muzeum bez granic?*, „Muzealnictwo”, 54, s. 159-166
- Berestecka A., 2011, *Wirtualne Muzea Małopolski różne wymiary digitalizacji*, „Muzealnictwo”, 52, s. 126-132
- Folga-Januszewska D., 2010, *Muzeum: definicja i pojęcie czym jest muzeum dzisiaj?*, „Muzealnictwo”, 49, s. 200-204
- Gnieźnieńskie Forum Ekspertów Turystyki Kulturowej. Promocja turystyki kulturowej przez Internet. Czy to wystarczy?*, 2010, „Turystyka Kulturowa”, nr 4, s. 54-58
- Gontar B., 2013, *Cyfrowa rewolucja w muzeach*, „Nierówności Społeczne a Wzrost Gospodarczy”, nr 35, s. 132-142
- Góral A., 2012, *E-dziedzictwo – potencjał cyfryzacji w zakresie zachowania ciągłości przekazu niematerialnego dziedzictwa kulturowego*, „Zarządzanie w Kulturze”, 13, nr 1, s. 87-100
- Jędrusiak T., 2009, *Turystyka muzealna*, [w:] Buczkowska K., Mikos v. Rohrscheidt A. (red.), *Współczesne formy turystyki kulturowej*, Wydawnictwo Akademii Wychowania Fizycznego w Poznaniu, Poznań, s. 36-58
- Kuśmidrowicz-Król A., 2012, *Standardy, procedury i inne wyzwania – prace zespołu ekspertów ds. digitalizacji muzealiów NIMOZ*, „Muzealnictwo”, 52, s. 29-36
- Mikos v. Rohrscheidt A., 2008, *Turystyka kulturowa. Fenomen, potencjał, perspektywy*, Wydawnictwo Gnieźnieńskiej Wyższej Szkoły Humanistyczno-Menedżerskiej MILENIUM, Gniezno
- Nowacki M., 2012, *Atrakcje turystyczne: koncepcje, stan, determinanty zadowolenia osób zwiedzających*, Wydawnictwo Akademii Wychowania Fizycznego w Poznaniu, Poznań
- Patias P., Chrysantou Y., Sylaiou S., Georgiadis Ch., Michail D.M., Stylianidis S., 2008, *The development of an e-museum for contemporary arts* [w:] Ioannides M., Addison A., Georgopoulos A., Kalisperis L. (red.), *Digital Heritage, Proceedings of the 14th International Conference on Virtual Systems and Multimedia, Project Papers*, Archaeolingua, Budapeszt, s. 20-25
- Podraza U., 2013, *Promocja polskich placówek muzealnych*, „Muzealnictwo”, 54, s. 24-28
- Rosłon J., 2012, *Muzeum Budownictwa Ludowego – Park Etnograficzny w Olsztynku jako produkt turystyczny*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Ekonomiczne Problemy Usług”, nr 86, s. 187-198
- Schweibenz W., 1998, *The “Virtual Museum” I: New Perspectives For Museums to Present Objects and Information Using the Internet as a Knowledge Base and Communication System*, [w:] Zimmermann H.H., Schramm V. (red.), *Knowledge Management und Kommunikationssysteme, Workflow Management, Multimedia, Knowledge Transfer. Proceedings des 6. Internationalen Symposiums für Informationswissenschaft (ISI 1998)*, UVK Verlagsgesellschaft mbH, Konstanz, s. 185-200

- Schweibenz W., 2004, *Virtual Museums. The Development of Virtual Museums*, „ICOM News Magazine”, nr 3, s. 3
- Stasiak A., 2007a, *Szlaki turystyczne – zagospodarowanie, atrakcja czy produkt turystyczny?*, [w:] Kuleczka P. (red.), *Szlaki turystyczne a przestrzeń turystyczna*, Polskie Towarzystwo Turystyczno-Krajoznawcze Zarząd Główny, Warszawa, s. 1-13
- Stasiak A., 2007b, *O potrzebie rewolucji w polskim muzealnictwie XXI wieku*, [w:] Stasiak A. (red.), *Kultura i turystyka razem czy oddzielnie*, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Turystyki i Hotelarstwa w Łodzi, Łódź, s. 115-134
- Stasiak A., 2013, *Produkt turystyczny w gospodarce doświadczeń*, „Turyzm”, 23, nr 1, s. 29-38
- Stefanik M., Kamel M., 2013, *Muzea i wystawy interaktywne w Polsce – współczesna atrakcja turystyczna*, „Turystyka Kulturowa”, nr 8, s. 5-23
- Styliani S., Fotis K., Kostas K., Petros P., 2009, *Virtual museums, a survey and some issues for consideration*, „Journal of Cultural Heritage”, nr 10, s. 520-528
- Ustawa z dnia 21 listopada 1996 r. o muzeach (Dz.U. 1997 nr 5 poz. 24)
- Wieloletni Program Rządowy Kultura+, 2010, Warszawa
- Wirtualne Muzea Małopolski. Baza wiedzy o projekcie WMM, Małopolski Instytut Kultury, s. 1-36
- Wirtualne Muzea Podkarpacia, Informacja prasowa, Zespół Projektu Wirtualne Muzea, Serwis internetowy Muzealnictwo.com, <http://muzealnictwo.com/2013/04/wirtualne-muzea-podkarpacia/> (07.07.2014)
- Zalecenie Komisji z dnia 27 października 2011 r. w sprawie digitalizacji i udostępniania w Internecie dorobku kulturowego oraz w sprawie ochrony zasobów cyfrowych (2011/711/UE) (Dz. Urz. UE L 283/39 z 29.10.2011 r.)
- Ziółkowska-Weiss K., 2013, *Ewolucja tradycyjnych funkcji muzeum w narracyjne muzea multimedialne na przykładzie muzeum Fabryka Emalia Oskara Schindlera*, „Przedsiębiorczość – Edukacja”, nr 9, s. 162-174

Wirtualne Muzea Małopolski, www.muzea.malopolska.pl

Wirtualne Muzea Podkarpacia, www.wirtualnemuzea.podkarpackie.pl

Virtual Museums on the Internet – a form of promotion and sharing of cultural heritage or a new tourist value?

Key words: virtual museums, cultural heritage, information and communication technology

Abstract

The development of the information society contributes to the emergence of new forms of participation in culture and tourism, also in cultural tourism. One of these forms are virtual museums, as a tool of sharing and disseminating cultural heritage to a wide audience. Digitalization of the museum collections and creating digital repositories are indicated as important actions in national programs of heritage protection and development strategies of cultural institutions. The aim of the article was to present the essence of solutions, which are virtual museums in the promotion and sharing of cultural heritage and location them among existing tourist values. The article refers to examples of two projects: the Virtual Museums of Małopolska and Virtual Museums of Podkarpacie. Application of information and communication technologies in the cultural sector is an important area of social policy and one of the directions of the development of contemporary cultural tourism. The result is also creation of a new tourist attraction, encouraging to visit not only the virtual collections but also the place or region.