MUZEUM ZABAWEK I ZABAWY
PLAC WOLNOŚCI 2, KIELCE

muzeum
zabawek
i zabawy

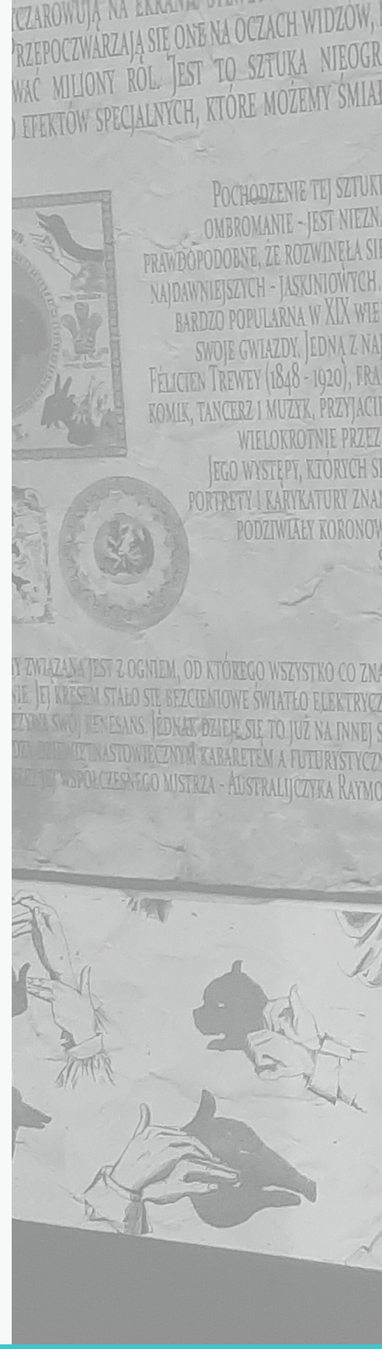
Strategia rozwoju 2022-2026

KIELCE 2021

ZESPÓŁ

Proces prac nad Strategią Rozwoju Muzeum Zabawek i Zabawy w Kielcach (dalej: MZiZ) przebiegał wielotorowo przy udziale Pracowników Muzeum. W Zespole ds. Strategii, kierowanym przez dr hab. Katarzynę Barańską prof. UJ (dalej: KB) bezpośrednio uczestniczyli: dyrektor Muzeum dr **Ilona Daria Dyktyńska** oraz:

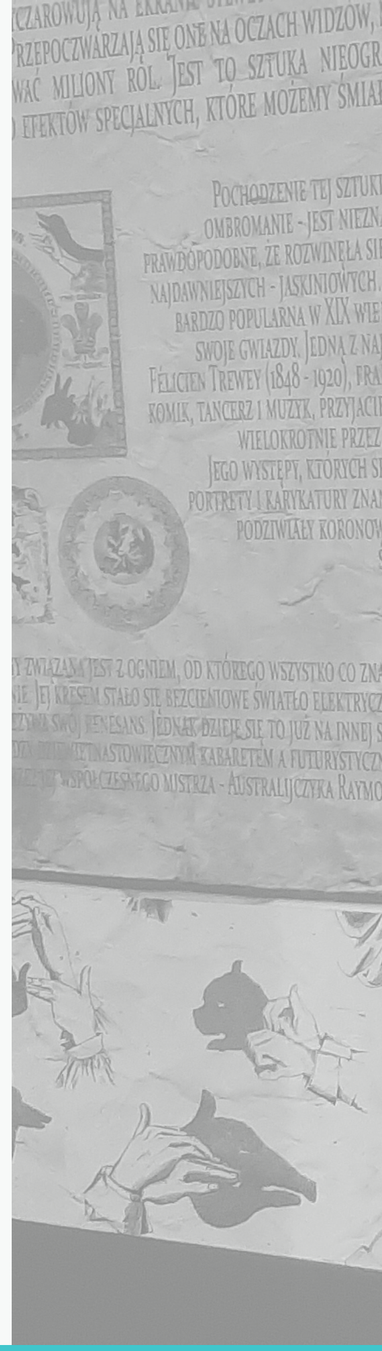
- **Renata Pronobis** – specjalista ds. promocji, Dział Promocji/koordynator
- **Anna Myśliwiec** – specjalista-kustosz, Biblioteka/koordynator
- **Katarzyna Bartkowska** – edukator-adiunkt, Dział Edukacji Muzealnej
- **Patrycja Gonciarz** – edukator-kustosz, Dział Edukacji Muzealnej
- **Katarzyna Hodurek-Kiek** – kustosz, Kierownik Działu Pracy Naukowej i Wystaw
- **Przemysław Krystian** – specjalista ds. promocji, Dział Promocji
- **Paulina Kosmala-Kryś** – kustosz, Kierownik Działu Gromadzenia Zbiorów, Główny Inwentaryzator Muzealny
- **Sylwia Malinowska** – starszy renowator, Dział Gromadzenia Zbiorów
- **dr Anna Tyszewicz-Obara** – adiunkt w Pracowni Historii Zabawki i Zabawy do 1939 roku



ZESPÓŁ

Pośrednio włączona w pracę Zespołu była większość Pracowników MZiZ. Członkowie byli bowiem proszeni o przeprowadzanie rozmów i zbieranie opinii Kolegów w sprawach dotyczących pracy i istotnych czynników organizacyjnych stanowiących o możliwościach realizacji celów muzeum.

W początkowej fazie został również przeprowadzony przez dr hab. Katarzynę Barańską szereg wywiadów i rozmów ze wszystkimi członkami Zespołu – w ten sposób nawiązane zostały bliższe relacje, które są podstawą dobrego komunikowania i pracy w każdym zespole. Rozmowy przyniosły cenny materiał do opracowania strategii rozwoju MZiZ.



WYPRACOWANA MISJA

Muzeum Zabawek i Zabawy to otwarta, nowoczesna instytucja, która biorąc za punkt wyjścia zabawkarskie tradycje Kielc i Regionu Świętokrzyskiego, sięga poza sferę ogólnopolską, mając na uwadze horyzont europejski i światowy.
Dbając o zgromadzone dziedzictwo kulturowe, systematycznie powiększa kolekcję, zapraszając wszystkich do międzykulturowego, interdyscyplinarnego dialogu na temat roli zabawek i zabawy oraz ich kontekstów historycznych i współczesnych.

DOMENA DZIAŁAŃ I:

ZBIORY JAKO PODSTAWOWY SENS DZIAŁAŃ MUZEALNYCH

Cel Strategiczny 1 – Rozwój Kolekcji MZiZ

- W oparciu o zrekonstruowany kanon zabawek, będących nośnikiem znaczeń i wartości, stworzenie polityki gromadzenia zbiorów przy uwzględnieniu terytoriów geograficznych, ram czasowych i obszarów merytorycznych. Wyznaczenie głównych ścieżek kolekcjonerskich.

- Rozbudowanie kolekcji w oparciu o aktualizowaną strategię gromadzenia zbiorów.

- Prowadzenie badań i dokumentacji w obszarach istotnych dla realizacji polityki gromadzenia.

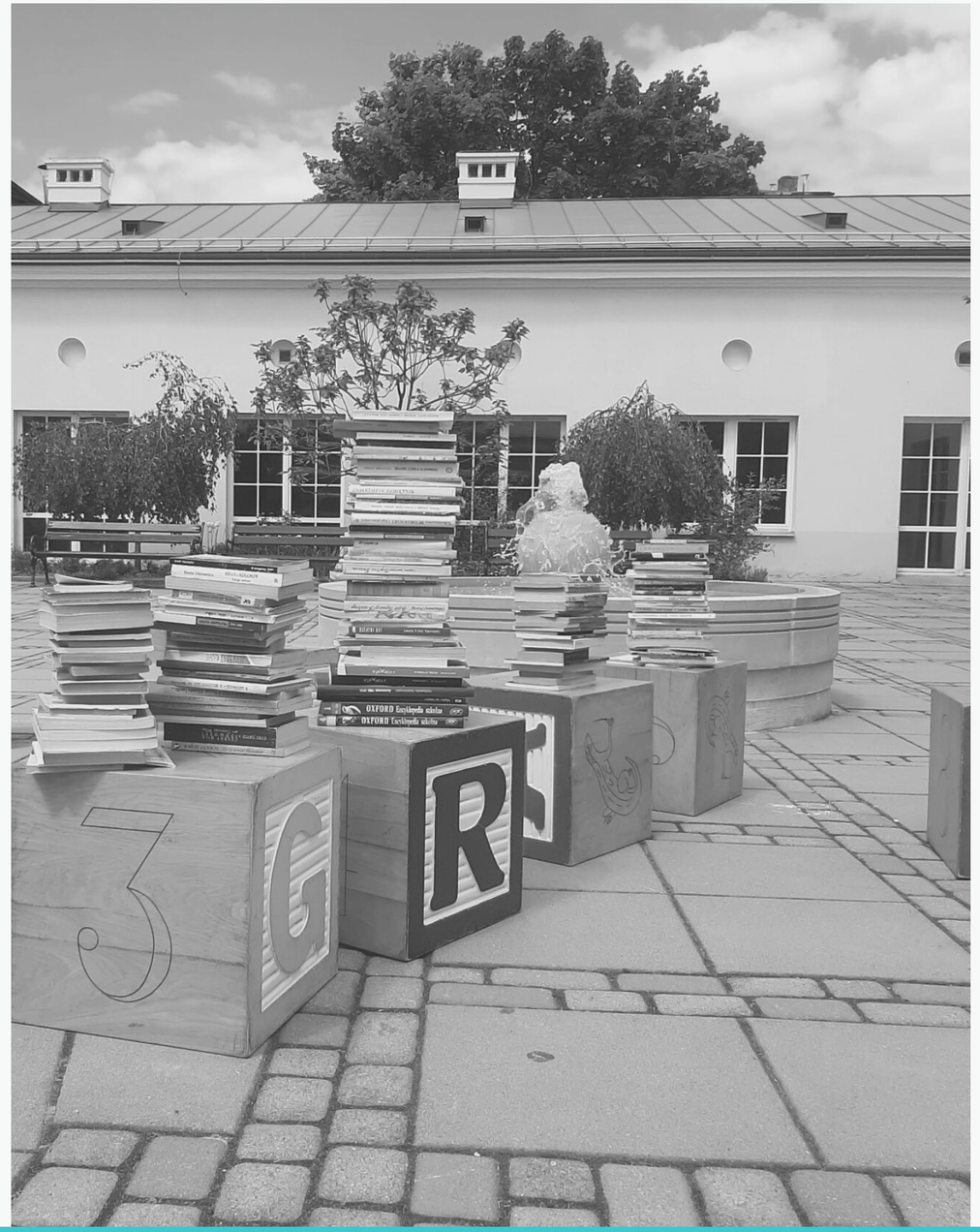
- Nawiązanie kontaktów z projektantami i producentami zabawek, nawiązanie współpracy w zakresie budowania kolekcji.

- Uporządkowanie i prowadzenie ewidencji zbiorów w elektronicznej bazie MONA w oparciu o obowiązujące przepisy, zasoby wewnętrzne i możliwości korzystania z konsultacji sił zewnętrznych.

- Wdrożenie procedur ewidencjonowania oraz udostępniania zbiorów.

Cel Strategiczny 2 – Opieka i interpretacja zbiorów

- Konserwacja zbiorów – prowadzenie działań interwencyjnych i prewencyjnych.
- Bieżące monitorowanie możliwości korzystania ze środków zewnętrznych w finansowaniu działań konserwatorskich.
- Monitorowanie postępów technologii i rozwoju sprzętu sprzyjającego ochronie zbiorów.
- Możliwości etatowego i pozaetatowego dokooptowania do Zespołu współpracowników w celu rozszerzenia kompetencji (w trybie interdyscyplinarnym).
- Wdrożenie nowych programów badawczych w oparciu o kolekcje muzealne.



Cel Strategiczny 3 – Upowszechnianie

- Przygotowanie nowej wystawy stałej. Stworzenie koncepcji jednolitej, chronologicznej ekspozycji prezentującej historię i przemiany dotyczące zabawek i zabawy na przestrzeni wieków: od starożytności po czasy współczesne. Prezentacja przede wszystkim zagadnień z kręgu kultury europejskiej z naciskiem na rozwój zabawkarstwa w Polsce.

- Program wystaw czasowych i wydawnictw. Oferta w siedzibie muzeum i stworzenie systemu wypożyczeń gotowych wystaw.

- Wdrożenie systemu MONA ONLINE do upowszechniania zbiorów w sieci, otwarcie programu zwiedzania wirtualnego Muzeum.

- Zbudowanie siatki kontaktów z zainteresowanymi podmiotami i sposoby komunikacji poprzez media tradycyjne i społecznościowe.

- Rozpoznanie grup odbiorców oferty muzealnej oraz możliwości zaspokajania ich potrzeb.

- Stworzenie programu edukacji i aktywności muzealnych dla różnych grup odbiorców.

- Stworzenie nowej strony internetowej.

- Stworzenie programu poznania i monitorowania sposobów działania konkurencji i substytutów (Model Pięciu Sił Portera).

DOMENA DZIAŁAŃ II:

MUZEUM JAKO CENTRUM BADAŃ NAUKOWYCH

CEL STRATEGICZNY 1. – PODNIESIENIE POZIOMU BADAŃ POPRZEZ PRACĘ INTERDYSCYPLINARNEGO ZESPOŁU DOKUMENTACYJNO-BADAWCZEGO

CELE OPERACYJNE:

- Ustalenie zakresów i stworzenie programu badań naukowych prowadzonych przez Muzeum.
- Stworzenie systemu wspierania kadr naukowych MZiZ, poszerzenie zespołu pracowników o przedstawicieli dyscyplin niereprezentowanych w kadrze muzeum.
- Zrekonstruowanie kanonu zabawek współczesnych dokonane przez prowadzone interdyscyplinarne badania.
- Prowadzenie badań w ujęciu historycznym i współczesnym w nawiązaniu do bieżących trendów stylistycznych, technologicznych, zmiany materiałowe i kulturowe.
- Udostępnianie zbiorów środowisku naukowemu, tworzenie warunków do pracy studyjnej z możliwością podejmowania współdziałania w zakresie pracy badawczej.

CEL STRATEGICZNY 2. – UPOWSZECHNIANIE WYNIKÓW DZIAŁALNOŚCI NAUKOWEJ MZIZ

CELE OPERACYJNE:

- Katalogowanie, spisywanie, publikowanie i udostępnianie wniosków z badań. Prowadzenie działalności wydawniczej.
- Prowadzenie działalności wystawienniczej zawierającej wyniki badań poprzez organizowanie wystaw problemowych. Stworzenie programu wystawienniczego w koordynacji z programem badawczym. Muzeum reagujące na zmiany i mody kulturowe mające odbicie w tworzonych ekspozycjach.
- Organizacja wydarzeń naukowych we współpracy z jednostkami naukowymi i muzealnymi krajowymi i zagranicznymi.
- Stworzenie programu upowszechniania działalności naukowej MZiZ na poziomie popularyzatorskim.

CEL STRATEGICZNY 3. – UZYSKANIE I UTRZYMANIE PRZEZ MUZEUM STATUSU INTERDYSCYPLINARNEGO CENTRUM INFORMACJI O ZABAWIE I ZABAWKACH.

CELE OPERACYJNE:

- Stworzenie sieci powiązań z ośrodkami naukowymi i dokumentacyjnymi zajmującymi się zabawą i zabawkami. Nawiązanie kontaktów z badaczami zajmującymi się problematyką zabawy.
- Przekształcenie biblioteki w Centrum Informacji Naukowej dotyczącej zagadnień zabawi i zabawek działającego na potrzeby regionu, kraju i w obszarze międzynarodowym.
- Wpis muzeum do Rejestru Muzeów, aktywne funkcjonowanie w ramach Ministerstwa Kultury i instytutów z nim związanych (NIMOZ, NID).

DOMENA DZIAŁAŃ III:

MUZEUM JAKO PRZESTRZEŃ DIALOGU Z OTOCZENIEM

Cel strategiczny 1 – Systematyczne multiplikowanie grup interesariuszy korzystających z oferty MZiZ

CELE OPERACYJNE:

- Badanie oczekiwań publiczności. Systematyczne prowadzenie monitoringu zwiedzających i podejmowanie działań w celu poszerzania spectrum realizacji ich zainteresowań w oparciu o zbiory i inne zasoby muzeum.
- Stworzenie szerokiego spectrum interesariuszy dynamicznych i potencjalnych.
- Rozbudowywanie oferty dla różnych grup docelowych uwzględniające potrzeby seniorów i niepełnosprawnych. Aktualizowanie katalogu działań w oparciu o bieżące analizy potrzeb różnych grup interesantów. Dążenie do tego, by działać przeciw wykluczeniom społecznym, budowanie wizerunku muzeum jako instytucji otwartej i wrażliwej na otoczenie.
- Kontakty z innymi muzeami, szkołami, instytucjami czy producentami i projektantami zabawek,, m.in. poprzez organizowanie konkursów i pokazów wzornictwa.
- Systematyczne i konsekwentne rozbudowywanie grup korzystających z oferty muzeum.

Cel strategiczny 2 – MZiZ jako aktywny podmiot działalności edukacyjnej i kulturalnej w społeczności lokalnej

CELE OPERACYJNE:

- Rozbudowanie współdziałania z innymi instytucjami kultury oraz Organizatorem w zakresie realizowanych działań.
- w zgodzie z misją muzeum i tworzeniu tożsamości lokalnej i wizerunku miasta i regionu.
- Podejmowanie współdziałań ze społecznością lokalną w zakresach zgodnych z misją muzeum i realizowaną strategią. Wykorzystanie potencjału współpracy w grupami, zrzeszeniami i innymi organizacjami o zbieżnych celach.
- Stworzenie systemu działania muzeum jako instytucji włączającej, rozpoznanie potrzeb rozmaitych grup i możliwości ich zaspokojenia.
- Współdziałanie z instytucjami edukacyjnymi i kulturalnymi w regionie.

Cel strategiczny 3 – Budynek Muzeum jako jedno z centrów życia kulturalnego miasta.

CELE OPERACYJNE:

- Prowadzenie działań kulturalnych w ramach realizacji hasła: „Edukacja przez zabawę" we wszystkich siedzibach muzeum.
- Stworzenie oferty możliwej do realizacji w trybie edukacji pozaszkolnej.
- Podniesienie świadomości społecznej historycznego charakteru i rangi budynku muzeum jako istotnego miejsca na mapie zabytkowych budowli miasta.
- Planowe i nowoczesne zagospodarowanie podworca Muzeum
- Budynek muzeum jako dobre miejsce dla spędzania czasu wolnego przez mieszkańców miasta i okolicy, działania podejmowane w kawiarni oraz przy organizacji prawem dostępnych działań komercyjnych (sklepik muzealny, organizacja targów lub prezentacji współczesnych zabawek).
- Budynek muzeum jako obszar nawiązywania i utrwalania więzi społecznych dla lokalnej społeczności.