

AUTORSKA
KONCEPCJA PROGRAMOWO-ORGANIZACYJNA
DZIAŁALNOŚCI
MUZEUM ZIEMI SOCHACZEWSKIEJ I POŁA BITWY NAD BZURĄ
W SOCHACZEWIE

Bogusław Kwiatkowski

Opracowanie jest chronione prawem autorskim.

Sochaczew 2015

SPIS TREŚCI

1. WPROWADZENIE

2. KONCEPCJA ORGANIZACYJNA

- 2.1. Przywództwo**
- 2.2. Zasoby ludzkie**
- 2.3. Współpraca zewnętrzna**
- 2.4. Rada Muzeum**
- 2.5. Lokalizacja i infrastruktura**
- 2.6. Organizacja pracy**
- 2.7. Centrum Informacji Turystycznej**

3. KONCEPCJA PROGRAMOWA

- 3.1. Kierunki planowanych działań naukowo-popularyzatorskich**
 - 3.2. Kierunki planowanych działań edukacyjnych**
 - 3.3. Kierunki planowanych działań wystawienniczych**
-

4. KONCEPCJA PROMOCYJNA

- 4.1. Skierowanie uwagi na klienta**
- 4.2. Obecność w społeczności lokalnej**
- 4.3. Oddziaływanie ponadregionalne**

5. KONCEPCJA FINANSOWA

6. MONITORING I EWALUACJA

1.WPROWADZENIE

Muzeum Ziemi Sochaczewskiej i Pola Bitwy nad Bzurą - Muzeum Pomnik (pierwotnie Muzeum Ziemi Sochaczewskiej) w Sochaczewie powstało w 1973 r. z inicjatywy członków Stowarzyszenia Miłośników Ziemi Sochaczewskiej. W 1977 r. otrzymało status muzeum państwowego. Mieści się ono w klasycystycznym dawnym ratuszu z XIX w. Gromadzi głównie zbiory dotyczące okresu II wojny światowej, prezentowane na wystawie stałej oraz ekspozycji plenerowej na dziedzińcu muzeum, gdzie prezentowany jest sprzęt bojowy Wojska Polskiego. Prowadzi także badania nad dziejami Sochaczewa i Ziemi Sochaczewskiej, gromadząc m.in. liczne zabytki kultury materialnej. Ponadto w salach muzealnych organizowane są wystawy czasowe, na których prezentowana jest historia i archeologia Sochaczewa oraz regionu, polska sztuka współczesna (malarstwo, rękodzieło, rzeźba), etnografia Polski i świata.

Większa część stałej muzealnej ekspozycji to m.in. broń strzelecka, sprzęt, oporządzenie, umundurowanie, fotografie i dokumenty żołnierzy Wojska Polskiego walczących w bitwie nad Bzurą we wrześniu 1939 r. Wszystko to tworzy jedną z najcenniejszych w Polsce kolekcji o tej tematyce. Obok licznych pamiątek z września 1939 r. prezentowane są broń, odznaczenia, przedmioty, dokumenty i fotografie przedstawiające Sochaczew i jego najbliższe okolice w okresie okupacji hitlerowskiej, umundurowanie żołnierzy polskich, walczących na frontach II wojny światowej i opisy działań ruchu oporu w powiecie sochaczewskim.

Muzeum prowadzi sprzedaż książek znanych wydawnictw specjalizujących się w publikacjach historycznych oraz wydawnictwa dotyczące historii Sochaczewa i powiatu sochaczewskiego. Posiada także własną, prężnie działającą Grupę Rekonstrukcji Historycznej, której patronem jest II batalion 18 pułku piechoty.

Przy muzeum działa również Sochaczewski Klub Kolekcjonerów. Tworzy go grupa osób zajmujących się gromadzeniem walorów filatelistycznych i numizmatycznych, autografów, widokówek, oraz przedmiotów związanych z Sochaczewem i powiatem sochaczewskim. Członkowie klubu o zbliżonych zainteresowaniach wymieniają się zbiorami i poszerzają swoje kolekcje, spotykając się w każdą sobotę o godzinie 10.00 w budynku Muzeum. Klub Kolekcjonera jest również inicjatorem wydawania różnych walorów dokumentujących ważne wydarzenia bieżące oraz przypominające historię Sochaczewa i Ziemi Sochaczewskiej (kartki pocztowe, widokówki). Spotkania klubowe są otwarte dla każdego, bez względu na wiek, wiedzę, ilość i rodzaj zgromadzonych zbiorów.

Muzeum Ziemi Sochaczewskiej i Pola Bitwy nad Bzurą działa na podstawie:

- 1) ustawy z dnia 25 października 1991 r. o organizowaniu i prowadzeniu działalności kulturalnej (tekst jednolity Dz. U. z 2001 r. Nr 13 poz. 123),
- 2) ustawy z dnia 21 listopada 1996 r. o muzeach (tekst jednolity Dz. U. z dnia 1 października 2012 poz. 987),
- 3) rozporządzenia Ministra Kultury i Sztuki z dnia 9 marca 1999 r. w sprawie określenia dla pracowników tworzących zawodową grupę muzealników wymagań kwalifikacyjnych, uprawniających do zajmowania stanowisk związanych z działalnością podstawową muzeów oraz trybu ich stwierdzania (Dz. U. Nr 26 poz. 233 z dnia 30 marca 1999),
- 4) statutu Muzeum Ziemi Sochaczewskiej i Pola Bitwy nad Bzurą w Sochaczewie zatwierdzonego uchwałą nr XXXII/361/13 Rady Miejskiej w Sochaczewie 28 maja 2013 r.

W wymienionych wyżej aktach prawnych określono, że „Muzeum jest jednostką organizacyjną nie nastawioną na osiąganie zysku, której celem jest trwała ochrona dóbr kultury, informowanie o wartościach i treściach zgromadzonych zbiorów, upowszechnianie podstawowych wartości historii, nauki i kultury polskiej oraz światowej, kształtowanie wrażliwości poznawczej i estetycznej oraz umożliwianie kontaktu ze zbiorami...” poprzez gromadzenie, katalogowanie, przechowywanie i konserwowanie i udostępnianie dóbr kultury, urządzanie wystaw, prowadzenie działalności naukowej, edukacyjnej i wydawniczej a także wspieranie i prowadzenie działalności artystycznej i upowszechniającej kulturę.

Statut Muzeum Ziemi Sochaczewskiej i Pola Bitwy nad Bzurą stanowi, że „organizatorem Muzeum jest Gmina Miasto Sochaczew (par. 2). Ogólny nadzór nad Muzeum sprawuje Minister Kultury i Dziedzictwa Narodowego, a bezpośredni Burmistrz Miasta Sochaczew” (par. 10). Muzeum w Sochaczewie wpisane jest zarówno do rejestru instytucji prowadzonych przez Organizatora jak i do Państwowego Rejestru Muzeów prowadzonego przez Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego.

Wyraźnie sprecyzowana misja działalności sochaczewskiego muzeum powinna być główną podstawą realizacji wszelkich planów. Poprzez swoją ponadczasowość powinna również łączyć placówkę z jej pracownikami i społeczeństwem, któremu ma służyć. **Mimo że dla Muzeum Ziemi Sochaczewskiej i Pola Bitwy nad Bzurą określona jest misja zgodna z Ustawą o Muzeach (z 1996 r.) i statutem (z 2013 r.), jednak dla celów budowy i**

popularyzacji wewnętrznego i zewnętrznego wizerunku Muzeum, misja ta powinna przyjąć również bardziej „czytelną” dla odbiorców formę, która powinna stać się jednocześnie nośnym hasłem reklamowym. Uwzględniając tradycję, dotychczasowy dorobek muzeum, kwalifikacje i pasje pracowników oraz wychodząc społecznemu zapotrzebowaniu proponuje się następującą misję: „Poznajmy Sochaczew i Powiat Sochaczewski oraz utrwalmy ich istnienie na wszystkich etapach historycznego i kulturalnego rozwoju”¹.

Idea zawarta w nazwie Muzeum Ziemi Sochaczewskiej i Pola Bitwy nad Bzurą, szczególnie w jej drugim członie, była i jest dla tej instytucji najlepszym i wyjątkowym w skali kraju znakiem towarowym, należy zatem ją zachować. Niesie ona także pewne zobowiązania, z których najistotniejsza wydaje się misja edukacyjna.

Wyraźne sformułowanie misji sochaczewskiego muzeum powinno mieć ważne odniesienie do kierowania placówką i działalności zatrudnionych pracowników. Ci ostatni powinni być zobowiązani do pracy o charakterze badawczym i samokształceniowym, do pracy edukacyjnej, wreszcie do podejmowania ustawowych i statutowych działań związanych z gromadzeniem i opracowywaniem zbiorów i zapewnieniem im bezpieczeństwa.

Aby sprostać wymogom chwili i wyjść naprzeciw ambicjom kulturalnym mieszkańców i turystów odwiedzających Sochaczew, potrzebne są liczne nowe inicjatywy, uzupełniające obecną działalność. Powinny one obejmować: wizję programową, politykę personalną, pozyskiwanie środków finansowych, promocję i marketing, powiększanie zbiorów, wreszcie inwestycje w istniejącą infrastrukturę, jak też znaczne powiększenie powierzchni wystawowej oraz muzealnego zaplecza poprzez pozyskanie w przyszłości nowych miejsc do tej działalności.

Niezbędne jest także szersze otwarcie na współpracę z instytucjami naukowymi i kulturalnymi, osobami zainteresowanymi historią Polski oraz dziejami Sochaczewa i regionu. Niniejsza autorska wizja rozwoju Muzeum określa zmiany, jakie powinny nastąpić w zakresie jego działalności w okresie krótkoterminowym i długoterminowym.

¹ Tutaj należy nadmienić, że choć muzeum w nazwie posiada wyrażenie „Ziemi Sochaczewskiej”, to jest ono nieściśle w stosunku do działalności placówki. Historyczna Ziemia Sochaczewska jako jednostka terytorialna obejmowała w przeszłości swoim zasięgiem, oprócz znacznego obszaru wchodzącego w skład obecnego powiatu sochaczewskiego, również obszar m.in. współczesnego Żyrardowa, Wiskitek, Bolimowa, Kampinosu, Mszczonowa. Dwie pierwsze miejscowości obecnie wchodzą w skład powiatu żyrardowskiego i są w zasięgu zainteresowań i badań Muzeum Mazowsza Zachodniego, mającego swoją siedzibę w Żyrardowie, natomiast ostatnia miejscowość jest w sferze zainteresowań Izby Pamięci Ziemi Mszczonowskiej w Mszczonowie.

Ramy geograficzne w zakresie organizacji wystaw i badań archeologicznych oraz historycznych powinny w dalszym ciągu obejmować miasto Sochaczew i powiat sochaczewski w obecnych granicach. Ramy chronologiczne powinny obejmować okres od pradziejów po współczesność. Natomiast w zakresie prezentacji oraz popularyzacji sztuki i etnografii nie należy stawiać żadnych granic geograficznych i chronologicznych. Choć muzeum w swojej nazwie ma określenie „Ziemi Sochaczewskiej i Pola Bitwa nad Bzurą”, to nie powinno tak jak dotychczas ograniczać się tylko do sfery badawczej i wystawienniczej (stałej) związanej głównie z okresem I i II wojny światowej.

Poniższa koncepcja została opracowana w oparciu o:

- obowiązujące przepisy prawne w zakresie organizowania i prowadzenia działalności kulturalnej i muzealniczej,
- statut Muzeum,
- bazę materialną Muzeum,
- potrzeby lokalnego rynku na jedną z usług „spędzania wolnego czasu”, jaką jest sochaczewskie muzeum (opracowanie autora dla potrzeb pracy dyplomowej – badanie ankietowe – na Podyplomowym Studium Muzeologicznym Uniwersytetu Jagiellońskiego),
- przemyślenia i doświadczenia własne,
- konsultacje (rozmowy) z osobami zainteresowanymi działalnością muzeum.

2. KONCEPCJA ORGANIZACYJNA

2.1. Przywództwo

Funkcjonujący do niedawna ogólny stereotyp muzeum jako miejsca nudnego i rzadko odwiedzanego, gdzie w ciszy podziwiano eksponaty, nie mogąc ich nawet dotknąć, odszedł do lamusa historii. Sochaczewskie muzeum powinno częściowo zmienić swój dotychczasowy wizerunek, stając się nowoczesnym, aktywnym centrum kulturotwórczym, działającym w wielu obszarach kultury. Nie powinno ograniczać się jedynie do gromadzenia, dokumentowania i eksponowania zbiorów. Jednym z najważniejszych zadań powinna stać się wielokierunkowa atrakcyjna edukacja kulturalna i równie atrakcyjna popularyzacja szerokiego dorobku i dziedzictwa kulturowo-historycznego, skierowana do wszystkich grup społecznych i wiekowych.

Muzeum w Sochaczewie powinno jeszcze bardziej „wyjść” z wnętrza „na ulicę”, w przestrzeń publiczną, powinno być bardziej aktywne i mobilne. Powinno wreszcie stać się ważnym centrum opiniotwórczym, aktywnie współpracującym z innymi instytucjami kultury, ośrodkami naukowymi, organizacjami pozarządowymi. Powinno skupiać wokół siebie aktywnych twórców, animatorów i odbiorców historii, archeologii, sztuki itp. Muzeum sochaczewskie powinno być miejscem spotkania z historią i dniem dzisiejszym. Przyjaznym dla wszystkich, którzy trafią tutaj świadomie, czy przypadkiem.

Wizja i idea, jaka powinna towarzyszyć tworzeniu programu działania Muzeum, zaproponowana przez nowego dyrektora oraz pasja zatrudnionych w nim pracowników, którzy zaakceptują powyższe i odnajdą w tym sobie powinna stanowić czynnik decydujący o powodzeniu przedsięwzięcia. Istotną rolę dyrektora sochaczewskiego muzeum w nowej sytuacji polityczno-gospodarczej (gospodarka rynkowa, liczne zbliżone charakterem działania organizacji pozarządowych) widzę w kreowanie wizji jego rozwoju (pożądanego stanu przyszłości muzeum), umiejętne „zarażenie” tą wizją pracowników oraz wskazywanie kierunków działań. **Zadaniem dyrektora – menedżera, wizjonera, ale i pasjonaty choćby w jednej z dziedzin, będących przedmiotem istnienia muzeum, powinno być również odpowiednie motywowanie ludzi, aby angażowali się w pełni w osiągnięcie wyznaczonych celów i utożsamiali z instytucją, w której pracują.**

Docelowy model zarządzania stosowany w Muzeum Ziemi Sochaczewskiej i Pola Bitwy nad Bzurą powinien być oparty na kilku podstawowych zasadach. Dyrektor powinien być osobą mającą wizję całości, wyznaczać podstawowe kierunki działań i koordynować pracę wszystkich pracowników muzeum. Precyzując te ostatnie powinien być otwarty na sugestie i pomysły pracowników. Ten ostatni powinien wyznaczać samodzielne zadania pracownikom respektując ich zainteresowania, o ile nie są sprzeczne z ogólną polityką muzeum oraz obowiązującym prawem. Prawo do wyłączności posiadania wizji nie powinno być uprawnieniem dyrektora.

Wśród zdolności interpersonalnych na czoło powinny wysuwać się zdolności komunikacyjne oraz zdolności do motywowania pracowników bez korzystania z typowych narzędzi (czyli motywacji o charakterze płacowym, materialnym). Chciałbym być dyrektorem wykazującym maksymalną troskę o wykonanie zadań, jak i maksymalną troskę o rozwój pracowników. Otwarty jestem na samokrytykę i posiadam głęboką świadomość, że kierować znaczy służyć. Współcześnie koniecznym wydaje się, że dyrektor muzeum powinien być zdolny również do twórczego i samodzielnego, a zarazem sprawnego i efektywnego

rozwiązywania bieżących problemów organizacyjnych, finansowych oraz administracyjnych. Powinien umieć także przedstawiać własne oryginalne koncepcje, doskonalące funkcjonowanie kierowanej przez niego placówki.

Dyrektor instytucji dostarczającej usługę z tzw. „rynku spędzania wolnego czasu” musi mieć świadomość dużej konkurencji. Muzeum Ziemi Sochaczewskiej i Pola Bitwy nad Bzurą ma być nie tylko miejscem spędzenia wolnego czasu, ale także bardzo ważną instytucją edukacyjną. Trwałe zaistnienie na tym polu (rynku) może mieć ważne znaczenie dla późniejszego pozyskania klienta usługą zaspokajającą potrzebę spędzenia wolnego czasu.

Muzeum powinno podchodzić do swych działań jako propozycji o kulturowym znaczeniu, w ten sposób odciskając się w świadomości jak największej liczbie odbiorców – mieszkańców i przyjezdnych. Jednakże, aby nie zamykać się na wąską grupę osób zainteresowanych, powinno również poszukiwać różnych form działania, wspierających jego zasadniczą działalność w zakresie usług oświatowych i popularyzatorskich (m.in. lekcje, spotkania, wydawnictwa i „publikacje” w mediach). Konieczność stałego rozwoju powinna również skłaniać dyrektora do coraz aktywniejszego poszukiwania alternatywnych w stosunku do publicznych źródeł finansowania swojej działalności.

Wszystko to powinno pełnić służebną rolę wobec zasadniczej działalności muzeum, jaką jest gromadzenie, konserwacja, opracowanie naukowe i udostępnianie zbiorów. Nowoczesne rozumienie muzeum to wiele różnorodnych działań, które w atrakcyjny i naukowo (edukacyjnie) uzasadniony sposób zachęcają społeczeństwo do poznawania m.in. historii i sztuki, aby te nie stały się nudnymi lekcjami. Mają one stać się wspaniałą przygodą edukacyjną i kulturalną, która budując tożsamość lokalną i państwową, potrafi nauczyć rozumienia przyszłości.

2.2. Zasoby ludzkie

Zaangażowanie i możliwości rozwoju zawodowego pracowników zatrudnionych w Muzeum Ziemi Sochaczewskiej i Pola Bitwy nad Bzurą powinny stanowić o sukcesie placówki i jej wizerunku na zewnątrz. Osoba kompetentna, wykształcona, sprawdzona, najlepiej będąca pasjonatem w określonej dziedzinie, oraz zadowolona z pracy, powinna mieć prawo do pracy w Muzeum aż do końca swej aktywności zawodowej.

W związku z powyższymi zasadami duży nacisk w muzeum powinien być położony na samokształcenie i rozwój zawodowy pracowników. Muzeum na miarę możliwości kadrowych i finansowych powinno zachęcać pracowników do kształcenia się – szkolenia językowe

(coraz częstsza obecność w Sochaczewie zagranicznych turystów), różnorodne branżowe kursy i szkolenia (znajomość przepisów prawnych z zakresu muzealnictwa, prawa autorskiego, digitalizacji i cyfryzacji w muzeach, także komputerowe, niezbędne do współtworzenia baz danych, strony internetowej), studia podyplomowe (muzeologia, historia, sztuka, wystawiennictwo, archiwistyka, a nawet pedagogika), udział w sesjach naukowych, konferencjach i seminariach, uczestnictwo w projektach wydawniczych o profilu naukowym, wreszcie wieloletnie programy badawcze.

Potrzebne jest tutaj stworzenie praktyki związanej z oceną merytoryczną pracowników (badaniem kompetencji), a w konsekwencji – wyznaczania programów szkoleniowych i rozwoju zawodowego. Proponowana koncepcja programowa może być jak najbardziej realizowana przez obecnych pracowników merytorycznych Muzeum, po analizie ich dorobku, dotychczasowych kierunków zainteresowań oraz przy wyrażeniu zgody współtworzenia wskazanych nowych przedsięwzięć. **Niezbędny jest udział w zespole informatyka, współpracującego z Muzeum na dogodnych dla instytucji zasadach.**

Ścieżki kariery zawodowej powinny z jednej strony odzwierciedlać ambicje zawodowe pracowników, natomiast z drugiej – możliwości i interesy Muzeum związane z wykonywaną pracą danego pracownika. Opracowane ścieżki kariery zawodowej muszą podlegać procedurom akceptacji pracowników oraz okresowemu monitoringowi. W jego wyniku możliwe będzie prowadzenie modyfikacji dostosowanej do różnorodnych zmian oddziałujących zarówno na pracownika, jak i na samo Muzeum. Weryfikacje ścieżek należy prowadzić nie rzadziej niż raz na 2 lata.

Opracowanie ścieżek kariery zawodowej pozwoli na precyzyjne określenie potrzeb pracowników w zakresie rozwoju naukowego. Wielość zagadnień tematycznych, jakimi zajmuje się Muzeum, wymusza określoną specjalizację. Ma to swoje konsekwencje w rozwijaniu specjalizacji naukowej pracowników. Integracji wymagają tu z jednej strony: potrzeby pracowników, z drugiej zaś – różnorodność tematyczna Muzeum i konieczność zapewnienia równomierności pracowników merytorycznych (naukowych) w poszczególnych obszarach tematycznych (okresach historycznych) i specjalizacjach (historia, archeologia, sztuka).

Mam tu na myśli stworzenie możliwości do podejmowania i prowadzenia działalności naukowej oraz do zwiększenia aktywności pracowników Muzeum w zakresie publikowania efektów swoich prac w prasie, nie tylko lokalnej, ale i ogólnopolskiej, a nawet naukowej. System udogodnień może dotyczyć m.in. zwiększenia dostępności informacyjnej w wyniku

wzrostu stopnia digitalizacji zbiorów, innej niż dotąd organizacji czasu pracy pozwalającej na prowadzenie w większym stopniu działalności naukowej i publikacyjnej, poprawy warunków technicznych pracy (szczególnie wzrost dostępu do komputerów).

Duży pozytywny wpływ na pracę i jej wyniki, a zatem również na efektywność oferty Muzeum ma integracja pracowników. Ważnym zatem wydaje się dopracowanie wraz z pracownikami wykazu imprez integracyjnych oraz ich kalendarza. Mogą to być: wyjścia integracyjne, wyjazdy integracyjne, spotkania wielkanocne, spotkania wigilijne itp. Finansowanie takich przedsięwzięć może pochodzić z stworzonego zakładowego funduszu socjalnego.

2.3. Współpraca zewnętrzna

a) Współpraca z samorządami

Muzeum powinno również rozpocząć szerszą współpracę z lokalnymi samorządami z obszaru powiatu sochaczewskiego, jak i osobami chcącymi z nim w tym dziele współpracować. Celem tej współpracy powinno być pozyskiwanie, choćby skromnych środków finansowych, jak i zaproszenie do współpracy dobrze wykształconych, czasem mających już pewien dorobek naukowy czy popularyzatorski, pasjonatów lokalnej historii, na dogodnych dla nich warunkach.

Potrzebę większego związania lokalnych samorządów i mieszkańców poszczególnych gmin z muzeum widzę w organizowaniu choćby wystaw dokumentów, fotografii i innych artefaktów związanych z wydarzeniami historycznymi w poszczególnych gminach. W ostatnim czasie miało miejsce wiele wydarzeń nawiązujących do historii, obchodzonych uroczyście w poszczególnych gminach i parafiach wchodzących w skład powiatu sochaczewskiego i dekanatu sochaczewskiego (500-lecie nadania praw miejskich dla Iłowa, 750 lat istnienia parafii św. Wawrzyńca w Sochaczewie, 70 - rocznica zbrodni w Szymanowie dokonanej przez hitlerowców, 100 lat zamordowania księcia Władysława Druckiego-Lubeckiego, 400 lat istnienia parafii Przemieniania Pańskiego w Kurdwanowie). Przed nami kolejne wydarzenia.

b) Współpraca z Kościołem rzymskokatolickim

Podobnie ważne wydaje się nawiązanie współpracy z organizacjami religijnymi, głównie z Kościołem katolickim, który w powiecie sochaczewskim posiada rozbudowaną sieć parafii. W tych ostatnich również obchodzone są uroczyście rocznice wydarzeń historycznych. Tutaj

warto przypomnieć obchodzone w 2007 r. obchody 750 rocznicy istnienia parafii św. Wawrzyńca w Sochaczewie, w 2012 r. parafia p.w. Przemienienia Pańskiego w Kurdwanowie obchodziła 400 lat swego istnienia.

c) Zbudowanie sieci współpracowników – wolontariuszy w terenie

Innym sposobem zaangażowania lokalnych liderów w propagowanie działalności Muzeum i uzyskiwania bieżących informacji o odkrywanych w terenie „zabytkach” (artefakty, fotografie, dokumenty, i t.p.) może być zbudowanie sieci współpracowników – wolontariuszy (młodzież i osoby dorosłe) w terenie, zbierających się cyklicznie na organizowanych przez Muzeum spotkaniach i chociaż symbolicznie nagradzanych za wkład w ochronę zabytków, i ich pozyskiwanie. Inicjatywa ta może być także źródłem wiedzy o zainteresowaniach lokalnych społeczności, wreszcie może znacznie pomóc przy recenzowaniu niektórych działań Muzeum i przy planowaniu wystaw.

2.4. Rada Muzeum

Warto zastanowić się nad powołaniem nieistniejącej, a zapisanej w statucie muzeum Rady Muzeum. Zadaniem ustawowym Rady jest sprawowanie nadzoru nad wypełnianiem przez Muzeum jego powinności wobec zbiorów i społeczeństwa, w szczególności nad realizacją celów ustawowych. Powinna ona być również organem doradczym dyrektora, wspierającym jego działania, inicjującym projekty, a także opiniującym przedłożone przez dyrektora roczny plan głównych przedsięwzięć Muzeum wraz z planem finansowym. W jej skład mogli by wejść m.in. lokalni animatorzy życia kulturalno-historycznego, osoby fizyczne i przedstawiciele samorządów oraz organizacji pozarządowych, mający dorobek w prowadzeniu działalności o podobnym profilu.

2.5. Lokalizacja i infrastruktura

Podstawowym problemem, z jakim od lat boryka się Muzeum, jest ograniczona powierzchnia wystawowa. Sale, jakimi obecnie dysponuje placówka, są nie tylko za małe w stosunku do potrzeb, ale też nie do końca przystosowane do ekspozycji. Nieszczęśliwym (naruszającym estetykę budynku), ale niestety koniecznym, był pomysł zrealizowany w przeszłości zamknięcia na stałe dostępu do części okien, aby powiększyć powierzchnię wystawienniczą. Muzeum dusi się z braku miejsca. Niezbędne staje się w dłuższej

perspektywie czasowej pozyskanie dodatkowych pomieszczeń w innym budynku, adaptacji innego budynku lub w odległej perspektywie zbudowanie dodatkowego obiektu. Działania w tym kierunku powinny być podjęte, ponieważ od tego zależy możliwość kreatywnego rozwoju i pełnego wykorzystania potencjału kulturotwórczego, tkwiącego w placówce, która jest unikalną wizytówką Sochaczewa.

Dodatkowa lokalizacja powinna stać się miejscem przyjaznym dla osób wykluczonych przez likwidację barier i przystosowanie budynku dla osób niepełnosprawnych, co w obecnym budynku jest znacznie utrudnione. Proponowane do rozważenia lokalizacje wydają się dwie. Realizacja jednej – proponowana już w przeszłości – w bliższej perspektywie wydaje się być możliwa poprzez przejęcie przez władze miejskie i wyremontowanie znajdującej się w rękach prywatnych nieużytkowanej (wpisanej do rejestru zabytków) kamienicy mieszczącej się przy ulicy Farnej 13. Tym bardziej wydaje się to możliwe do realizacji, że miejscy radni 24 maja 2007 r. podjęli uchwałę w sprawie przejęcia przez miasto budynku wraz z działką, na której się znajduje. Minusem tej propozycji jest konieczność dokonania kosztownego generalnego remontu. Jedynym wariantem zrealizowania tej inwestycji wydaje się zabieganie o pozyskanie środków zewnętrznych, choćby aplikowanie o fundusze unijne.

Druga propozycja – realizacja w dłuższej perspektywie czasowej – polegałaby na zabiegach miasta w celu pozyskania obszaru, gdzie obecnie znajduje się Hurtownia Jutex. Na obszarze tym w przeszłości znajdował się kościół i klasztor dominikanek. Wszystkie zabudowania zostały zniszczone w okresie II wojny światowej. Na tym historycznym obszarze mógłby powstać nowoczesny pawilon wystawowy (eksponujący dzieje zamku), z zapleczem gastronomicznym (taras widokowy) od strony ruin zamku książąt mazowieckich.

Obszar ten znakomicie komponował by się z powstającym „centrum pielgrzymkowym”, na który składa się powstający od kilku lat obiekt sakralny w postaci Kalwarii (stacje Drogi Krzyżowej i Dróżki Matki Bożej, z Ogrodem Zadumy). Znajdujące się w pobliżu zabezpieczone ruiny zamku, i planowane w przyszłości zagospodarowanie obszaru od mostu do przystani, komponować się będzie w obszar o znacznej wartości historycznej i kulturotwórczej. Na obszarze obecnego parkingu w przyszłości można by odsłonić zachowane fundamenty kościoła i klasztoru dominikanek.

2.6. Organizacja pracy

Muzeum odwiedzane jest przez zorganizowane grupy turystyczne i indywidualnych zwiedzających z różnym natężeniem w poszczególnych porach roku. Konieczne są, jak już zostało zasygnalizowane, pewne zmiany organizacyjne, zwiększające czas otwarcia instytucji w szczycie sezonu turystycznego, ale i poza nim. **Proponuję również przynajmniej dwa razy w tygodniu – w ciągu całego roku – otwarcie muzeum w godzinach od 11 do 19. Dłuższe otwarcie proponowane jest, ze względu na planowane organizowanie o godzinie 17 różnych spotkań, wernisaży, otwarć wystaw.** Taka organizacja pozwoli większej liczbie chętnych na wzięcie udziału w imprezie po pracy, wykluczonych z udziału, gdyby muzeum było czynne codziennie tylko do godz. 16. A potrzeba by muzeum ze swoją ofertą wyszło do wszystkich mieszkańców, również tych którzy pracują.

2.7. Centrum Informacji Turystycznej

Sochaczew jest jednym z niewielu okolicznych miast tej wielkości, które nie posiada Centrum Informacji Turystycznej. Te ostatnie prężnie działają m.in. w Żyrardowie, Skierniewicach, Łowiczu. Usytuowanie w centrum miasta, kilkadziesiąt metrów od ważnego szlaku drogowego, zapewnia Muzeum największą rzeszę zwiedzających i tym samym dobrą lokalizację takiego centrum. Tym samym jest to najodpowiedniejsze w mieście miejsce na stworzenie Centrum Informacji Turystycznej. W tym ostatnim turysta mógłby uzyskać praktyczne informacje turystyczne (m.in. o oddziałach PTTK, usługach przewodnickich, stowarzyszeniach agroturystycznych, komunikacji, wypożyczalniach samochodów, pomocy drogowej,), dowiedzieć się gdzie można znaleźć nocleg (baza noclegowa kategoryzowana - hotele, motele, pensjonaty, domy wycieczkowe, schroniska młodzieżowe, kempingi, pola biwakowe; baza noclegowa niekategoryzowana – gospodarstwa agroturystyczne, bursy szkolne, domy pielgrzyma, domy studenckie, hostele, internaty, ośrodki harcerskie, ośrodki sportu i rekreacji, ośrodki wypoczynkowe, pokoje gościnne/kwatery prywatne, inne obiekty noclegowe). Jak spędzać czas – aktywnie (pieszo, rowerem, konno, na sportowo, rozrywkowo, kulturalnie, dla rodziny, dla biznesu, dla zdrowia i urody). Warto zobaczyć (chronione obiekty przyrody, cmentarze, dwory, pałace, zamek, klasztory, muzea, świątynie), gdzie dobrze zjeść, jak spędzić czas, co warto w mieście i w powiecie zobaczyć. Do współfinansowania można by zaprosić okoliczne samorządy gminne, organizacje turystyczne, hotele, restauracje it.p.

Centrum Informacji Turystycznej umiejscowione w muzeum powinno stać się bezpośrednim źródłem informacji dla turystów, gdzie będzie można bezpłatnie uzyskać wiadomości dotyczące zarówno Sochaczewa, jak i całego powiatu sochaczewskiego.

Planowane źródło finansowania: współfinansowane przez miasto, powiat, samorządy gminne, firmy, restauracje i inne podmioty, o których działalności turyści powinni być informowani. Powyższe instytucje dostarczają materiały informacyjne, reklamowe. Oddzielna strona internetowa, lub odpowiednia zakładka na stronie muzeum.

Stan zatrudnienia: 1 osoba

3. KONCEPCJA PROGRAMOWA

3.1. Kierunki planowanych działań naukowo-popularyzatorskich

a) Opracowanie i wydanie monografii miasta

Już w 1970 r., przy okazji wydania pod redakcją Stanisława Russockiego publikacji książkowej „Dzieje Sochaczewa i ziemi sochaczewskiej”, pojawił się postulat opracowania i opublikowania pełnej monografii miasta na tle jego regionu. Postulat ten jak dotąd nie został zrealizowany. Wspomniana wyżej publikacja zawierała 8 referatów – poświęconych wybranym zagadnieniom z dziejów miasta i regionu – wygłoszonych 26 października 1968 r. na sesji historycznej poświęconej 600-leciu uzyskania praw miejskich przez Sochaczew. Referaty tam opublikowane, mimo że zawierały – jak pisali sami autorzy – „bogaty materiał uzyskany w wyniku wnikliwych badań, nie mogły wyczerpująco przedstawić całych dziejów miasta i jego zaplecza”. Potrzebne jest opracowanie, którego fragmenty byłyby przetłumaczone na język angielski, niemiecki i rosyjski. Osoby posługujące się tymi językami coraz częściej odwiedzają Sochaczew. Twórca niniejszego opracowania jest autorem ponad 400 artykułów i kilku książek dotyczących dziejów Sochaczewa i autorem przygotowywanego do druku jednotomowego opracowania obejmującego całe dzieje Sochaczewa p.t. „Dzieje Sochaczewa”. Sochaczew jest jedynym lub jednym z nielicznych miast tej wielkości na Mazowszu nie posiadającym opracowania monograficznego swoich dziejów. Takowe posiadają nie tylko okoliczne miasta (m.in. Żyrardów, Łowicz, Skierniewice, Mszczonów, Płock, Gąbin, Błonie, Grodzisk Mazowiecki, ale i gminy wchodzące w skład powiatu sochaczewskiego (Iłów, Młodzieszyn).

Planowane źródło finansowania: wsparcie finansowe samorządu i osób prawnych (reklamy?), sprzedaż publikacji.

b) Opracowanie i wydanie przewodnika po współczesnym oraz historycznym

Sochaczewie

Dla celów Centrum Informacji Turystycznej konieczne wydaje się również opracowanie bogato ilustrowanego przewodnika po współczesnym i historycznym Sochaczewie, wraz z tłumaczeniem jego fragmentów na język angielski i niemiecki. Opracowany przewodnik zawierałby informacje dotyczące historii miasta, współcześnie istniejące obiekty o charakterze zabytkowym, jak i podobne obiekty nie istniejące, a warte przybliżenia ich historii, ale i miejsca położenia (m.in. synagoga, kościół Świętego Ducha, kościół św. Mikołaja, kościół św. Stanisława, kościół farny, klasztor dominikanów, klasztor benedyktynów, klasztor dominikanek, dom cadyka Abrahama Bornsteina, miejsce pobytu w Sochaczewie cara Mikołaja II it.p.), informacje gdzie można w mieście spędzić ciekawie czas, kalendarz wydarzeń kulturalnych i sportowych, prezentacja hoteli, restauracji i wszystkich firm z obszaru usług turystyczno-gastronomicznych it.p. Autor niniejszej koncepcji jest w posiadaniu gotowej do druku publikacji „Sochaczew. Przewodnik historyczny i turystyczno-krajoznawczy po współczesnym i historycznym Sochaczewie”.

Planowane źródło finansowania: wsparcie finansowe samorządu i osób prawnych, reklamodawcy, sprzedaż publikacji.

c) Opracowanie i wydanie publikacji książkowej promującej dotychczasowy dorobek muzeum

Ważnym elementem promocji muzeum byłoby opracowanie książkowe poświęcone dziejom i dorobkowi muzeum. Dobrą okazją było obchodzone 40-lecie jego istnienia. Publikacja mogłaby powstać siłami pracowników muzeum.

Planowane źródło finansowania: wsparcie finansowe samorządu i osób prawnych, sprzedaż publikacji.

d) Opracowanie i wydanie serii niewielkich objętościowo publikacji promujących historię miasta i regionu

Muzeum powinno podejmować trud opracowania i wydania tanich niewielkich objętościowo książek (przewodniki, monografie) przeznaczonych dla szerszego kręgu czytelników, popularyzujących wiedzę historyczną. Konieczne wydaje się opracowanie i wydanie nowej publikacji (z licznymi fotografiami z epoki) przybliżającej obronę Sochaczewa w 1939 r. o niewielkiej objętości (do 30, 40 stron), która mogłaby być

sprzedawana również podczas ewentualnej rekonstrukcji historycznej mającej miejsce w Sochaczewie we wrześniu każdego roku (?). Niniejsza publikacja byłaby dobrym elementem promującym – wśród kilkunastu tysięcy przybyłych – muzeum, samą rekonstrukcję, reklamodawców, jak i co nie mniej ważne wydarzenie historyczne, jakim była obrona Sochaczewa w 1939 r. Podobnie ważne wydaje się opracowanie i wydanie niewielkich objętościowo publikacji przedstawiających dzieje zamku książąt mazowieckich, dzieje poszczególnych gmin.

Planowane źródło finansowania: wsparcie finansowe samorządów gminnych i osób prawnych, reklamodawcy, sprzedaż publikacji.

e) Wydawanie periodyku historycznego

W ramach promocji działalności muzeum, promocji miasta, ale przede wszystkim konsolidacji miejscowego prężnie działającego, ale nie jednolitego organizacyjnie środowiska historycznego mającego już swój dorobek naukowy, literacki, popularyzatorski, archeologiczny i organizatorski, a działającego często poza sferą oddziaływania muzeum, właściwe wydaje się wydawanie periodyku historycznego pod tytułem na przykład „**Rocznik Sochaczewski**” lub „**Muzealny Rocznik Historyczny**”. Periodyk mógłby ukazywać się w odstępach czasowych rocznych lub dwuletnich. Prezentowałby m.in. działalność Muzeum w zakresie archeologii, historii, etnografii, historii sztuki.

W schemacie zawartości periodyku znalazłyby się rozprawy naukowe, polemiki i dyskusje, recenzje i omówienia, kronika wydarzeń. Periodyk pozwoliłby mieszkańcom miasta, powiatu i innym osobom zainteresowanym poszerzać wiedzę o historii i kulturze regionu wzmacniając poczucie lokalnej tożsamości. Autorami mogliby być pracownicy muzeum i liczni regionaliści. Pismo stanowiłoby zachętę dla wszystkich osób zainteresowanych popularyzowaniem swojej wiedzy i dzieleniem się swoimi odkryciami poprzez publikowanie artykułów.

Jego zasięg merytoryczny to przeszłość historyczna ziemi sochaczewskiej. Ukazywałyby się tutaj również biogramy ważniejszych osób związanych z regionem, publikacje źródeł z zasobu muzeum, aktualna bibliografia dotycząca historii regionu. Wreszcie periodyk powinien zawierać sprawozdania z najciekawszych imprez w danym roku: wystaw, konferencji. Zawierałby również reprodukcje ostatnio pozyskanych przez muzeum fotografii, fragmenty pamiątek, wspomnień, fragmenty prac dyplomowych. Dzięki takiej zawartości wydawnictwo z czasem miałoby szansę stać się periodykiem naukowym. Inicjatywa ta

rozbudziłaby zainteresowanie historią lokalną i regionalną wśród mieszkańców miasta i powiatu. Proponowany początkowy nakład periodyku o objętości do 100 stron wynosiłby 100 egzemplarzy.

Planowane źródło finansowania: wsparcie finansowe osób prawnych, reklamodawcy, sprzedaż publikacji.

f) Wydawanie widokówek i folderów

g) Organizacja sesji naukowych

Kolejną inicjatywą jest organizowanie przy okazji ważnych rocznic historycznych sesji naukowych (zbliża się 700 rocznica pierwszej wzmianki o prawach miejskich Sochaczewa), na które zapraszani byłiby historycy z różnych ośrodków akademickich, jak i miejscowi historycy.

h) Strona internetowa Muzeum

Podstawowym źródłem informacji o działalności Muzeum powinna być prężnie działająca jego witryna internetowa, stale aktualizowana, zawierająca również wersje obcojęzyczne (angielską i niemiecką). Promowanie Muzeum z pomocą witryny internetowej, informowanie nie tylko o ekspozycji, ale i o badaniach oraz zbiorach, powinno być jednym z kilku podstawowych kierunków działań Muzeum w Sochaczewie.

Z czasem w sochaczewskim muzeum za pośrednictwem strony internetowej należy udostępnić cyfrowe wizerunki muzealiów i innych zasobów w wersji on-line. Należy jednak wypracować bezpieczne zasady udostępniania zbiorów w postaci cyfrowej w taki sposób, aby nie miało miejsce łamanie praw autorskich twórców (darczyńców) i prawa muzeum do osiągnięcia korzyści ze sprzedaży licencji do wizerunków muzealiów. Witryna powinna także umożliwiać, przy spełnieniu pewnych warunków, dostępu do katalogu bibliotecznego i archiwalnego (wcześniej opracowanego).

Ilość wejść na stronę Muzeum powinna być, obok wzrastającej liczby zwiedzających, jednym z ważnych wyznaczników aktywności instytucji. **Niezbędna jest stała współpraca (etatowa lub kontraktowa) Muzeum z osobą dobrze zorientowaną w problematyce przekazu internetowego, tworzenia stron internetowych i komputerowych baz danych.**

Wraz z rozwojem technologii, konieczne staje się z czasem wprowadzenie nowych rozwiązań poszerzających atrakcyjność portalu w tym: umieszczanie plików audio, video,

przygotowywanie stron/podstron każdej wystawy czasowej, zawierających zdjęcia najciekawszych obiektów, krótki opis, listę kontrahentów i sponsorów, w przyszłości wprowadzenie transmisji on-line z ważnych wydarzeń w życiu Muzeum.

i) Czwartkowe spotkania historyczne przy kawie i ciastku

Na początku raz na kwartał (później w miarę możliwości co miesiąc) proponuje się organizowanie wieczornych (17.00) spotkań otwartych dla wszystkich chętnych z zawodowymi historykami, archeologami, jak i pasjonatami archeologii i historii nie tylko regionu, ale i historii Polski i świata, podróżnikami, kolekcjonerami.

j) Promocyjne spotkania literackie

Proponowanie autorom nowo wydanych publikacji poświęconych historii Sochaczewa i regionu organizowania spotkań promocyjnych pod patronatem muzeum i w muzeum. Pomoc logistyczna autorom w organizowaniu takich spotkań. Reklama ich publikacji na stronie internetowej.

k) Patronaty muzealne

Proponowanie i zabieganie o objęcie patronatu przez muzeum publikacji, imprez o charakterze związanym z działalnością muzeum, nie tylko w mieście, jak to miało miejsce dotychczas, ale i w powiecie. Zabieganie o umieszczanie logo muzeum w jak największej liczbie miejsc.

l) Obecność medialna

Częściej organizowanie historycznych konkursów radiowych, prasowych i internetowych, promujących historię oraz walory turystyczne miasta Sochaczewa i powiatu sochaczewskiego.

l) Nagroda Promotora Historii

Przyznawanie przez kapitułę powołaną przez (przy) Muzeum dorocznej Nagrody Promotora Historii. Nagrodę (dyplom i nagroda finansowa lub materialna w postaci n.p. książek) otrzymywałaby osoba w sposób szczególnie zasłużona w danym roku na polu historycznym, archeologicznym, turystycznym, promująca historycznie lub turystycznie miasto lub powiat.

Planowane źródło finansowania: wsparcie finansowe osób prawnych, reklamodawcy.

m) Tytuł Honorowy Przyjaciół Muzeum

Przyznawanie przez muzeum tytułu Honorowy Przyjaciół Muzeum dla osób lub instytucji przekazujących w darze lub w depozyt cenne zabytki, wspierających szczerze finansowo muzeum (pamiątkowy dyplom lub medal). Osoba taka byłaby uhonorowana również umieszczeniem (imię i nazwisko) na specjalnej tablicy, usytuowanej w holu muzeum.

n) Współpraca z miastami partnerskimi

Współpraca w zakresie poznania historii, kultury z dwoma miastami partnerskimi Sochaczewa – Melton (Wielka Brytania), Gródek Podolski (Ukraina). Organizowanie wymiennie wystaw popularyzujących dzieje i dorobek kulturalny.

o) Udział Muzeum w Nocy Muzeów

Uatrakcyjnianie dorocznej oferty Nocy Muzeów. W otwartym do późnych godzin nocnych muzeum zaproszenie chętnych na premierową wystawę czasową, spotkanie z zaproszonym(i) gościem. Noc Muzeów jest dobrą okazją do zaproszenia do podwojów muzeum lokalnych twórców, historyków, artystów, którzy mieliby okazję na spotkanie z odwiedzającymi. Zachętą mogłaby być loteria wśród odwiedzających przekazanych przez firmy i osoby prawne fantów, w zamian za reklamę podczas imprezy i na stronie internetowej. Noc Muzeów w Sochaczewie powinna wpisać się jako kolejne święto wszystkich historyków i artystów.

p) Wtorkowe wieczorne spotkania z pasjami

Na początku raz na kwartał (później w miarę możliwości co miesiąc) proponuje się organizowanie wieczornych (17.00) spotkań otwartych dla wszystkich chętnych z ludźmi posiadającymi jakąś twórczą pasję, z artystami (malarze, rzeźbiarze it.p.). Wieczór inny niż czwartkowe spotkania historyczne przy kawie i ciastku.

q) Grupa rekonstrukcji historycznej

Kontynuowanie prężnej działalności grupy rekonstrukcji historycznej.

r) Klub Kolekcjonera

Kontynuowanie prężnej działalności Klubu Kolekcjonera.

s) Muzeum „na kółkach”

Prezentacja fragmentów wybranych wystaw w placówkach administrowanych przez gminne (nie tylko z obszaru powiatu sochaczewskiego) instytucje samorządowe (urzędy, szkoły, domy kultury). Muzeum powinno wychodzić na zewnątrz, zachęcać do odwiedzania go i przypominać o swojej unikatowości w skali regionu. Wymiana międzymuzealna.

t) Digitalizacja „sochaczewianów”

Potrzebna jest digitalizacja „sochaczewianów” (dokumenty, książki, artykuły, fotografie) znajdujących się w innych krajowych i zagranicznych muzeach, bibliotekach, archiwach i zbiorach prywatnych. Autor niniejszej koncepcji w ciągu ostatnich kilku lat, odkąd każdy klient archiwum, może bez specjalnego pozwolenia do celów naukowych wykonywać fotografie cyfrowe, wykonał tych ostatnich blisko 17 000.

u) Praca nad stworzeniem bibliografii tekstów prasowych poświęconych dziejom miasta i regionu

Wśród działań z pogranicza archeologii i historii oraz mediów wskazać należy potrzebę monitorowania publikacji prasowych poświęconych archeologii i historii regionu. Monitorowanie rynku prasowego może służyć nie tylko badaniu zmian podejścia do tej problematyki, ale także w jakimś stopniu wpływaniu na jakość przekazu medialnego. Wskazane jest również prowadzenie całościowej bibliografii tekstów prasowych poświęconych archeologii i historii regionu sochaczewskiego. Opracowany dotąd przez autora zbiór bibliograficzny dotyczący samego miasta Sochaczewa liczy 5345 pozycji.

v) Poszukiwanie w antykwariatach, w środowisku kolekcjonerów, na aukcjach przedmiotów mogących wzbogacić zbiory muzeum.

x) Prowadzenie badań naukowych nad wybranymi zagadnieniami.

y) Gromadzenie dokumentacji dotyczącej współczesnych wydarzeń historycznych z obszaru Sochaczewa i Ziemi Sochaczewskiej

z) Współpraca z instytucjami, stowarzyszeniami, organizacjami pozarządowymi realizującymi pokrewną działalność.

ż) Współpraca z radnymi Rady Miasta i Powiatu.

3.2. Kierunki planowanych działań edukacyjnych

W procesie edukacji w skali ogólnoswiatowej zauważa się już od wielu lat odchodzenie od nabywania wiedzy poprzez czytanie. Oglądanie „obrazu” staje się głównym źródłem poznania. Dominacja kultury „obrazkowej” powinna znaleźć odzwierciedlenie w działalności edukacyjnej sochaczewskiego muzeum. Powinna objąć wspomniane wcześniej inicjatywy wydawnicze oraz internetowe, skierowane do różnych grup wiekowych, a zwłaszcza dzieci i młodzieży. Działalność edukacyjną rozumianą jako kształcenie obywatelskie i patriotyczne społeczeństwa w oparciu o zbiory muzealne i badania można realizować poprzez poniższe inicjatywy.

a) Klub Nauczyciela Historii

Proponuje się stworzenie przy muzeum Klubu zrzeszającego nauczycieli historii ze szkół gimnazjalnych i ponadgimnazjalnych powiatu sochaczewskiego. Celem klubu byłoby wspieranie nauczycieli w rozwoju ich własnych zainteresowań historycznych i pasji pedagogicznej poprzez organizację spotkań, warsztatów i konkursów, wreszcie budowa otwartego na wymianę doświadczeń zawodowych środowiska nauczycieli uczących historię w sposób ciekawy i atrakcyjny, z wykorzystaniem nowoczesnych form przekazu.

b) Klub Młodego Historyka

Głównym celem Klubu byłaby edukacja historyczna tj., popularyzacja wiedzy na temat historii Polski, poznawanie najbliższego regionu, jego środowiska, dziedzictwa kulturowego i historii, rozwijanie poczucia przynależności do wspólnoty lokalnej, kształtowanie świadomości „Jestem mieszkańcem Sochaczewa, Teresina it.p.” Współpraca z innymi instytucjami, samorządami lokalnymi i organizacjami w celu propagowania informacji historycznych (wycieczki, spotkania z ciekawymi osobami, szukanie korzeni swojej rodziny).

Klub byłby propagowany wśród dzieci i młodzieży jako elitarny, tylko dla osób chcących poznać swoją małą Ojczyznę. Klub realizowałby swoje cele poprzez: organizowanie imprez, spotkań, wystaw oraz obchodów rocznic wydarzeń narodowych, uczestnictwo w konkursach i ich organizację, zbieranie informacji i dokumentacji dotyczącej historii regionu, umieszczanie informacji na temat działalności Klubu na stronie internetowej muzeum. Szczegóły działalności klubu określałby regulamin opracowany przy współpracy z nauczycielami historii w gimnazjach i szkołach średnich. Zajęcia prowadzone przez pracowników muzeum. Spotkania co miesięczne: czwartek.

c) Konkurs na pracę dyplomową z dziejów miasta lub powiatu sochaczewskiego

Ważnym elementem pobudzania wśród młodych adeptów historii może stać się doroczny konkurs na pracę dyplomową (licencjacką, magisterską, podyplomową) z dziejów miasta lub powiatu sochaczewskiego. Wielu studentów z Sochaczewa, ale nieraz i odległych miejscowości, każdego roku na studiach podejmuje temat związany z dziejami miasta lub powiatu. Konkurs nagradzałby najlepszą obronioną pracę spośród zgłoszonych. Fragmenty pracy za zgodą autora mogłyby być opublikowane w wzmiankowanym wcześniej periodyku historycznym.

Planowane źródło finansowania: wsparcie finansowe osób prawnych, reklamodawcy.

d) Konkurs na stypendium studenckie na zamawiany temat pracy dyplomowej

Ważnym elementem poszerzania wiedzy historycznej i tym samym popularyzacji historii byłby konkurs na stypendium finansowe (współfinansowane przez samorząd miejski, samorządy gminne i inne osoby prawne) na określone tematy przygotowane oraz zaproponowane przez muzeum i okoliczne samorządy (skonsultowany przez studenta z promotorem pracy), będący wyrazem zapotrzebowania na poznanie i opracowanie określonego tematu, nie zbadanego dotąd.

Jest wiele obszarów tematycznych nie poruszanych dotąd w pracach dyplomowych, z drugiej strony jest wiele podobnych tematów po wielokroć opracowywanych. Stypendium byłoby wypłacane co miesiąc, przez maksymalnie ostatnie dwa lata studiów, przez 10 miesięcy danego roku akademickiego, w wysokości ustalonej przez kapitułę konkursu (np. 100 zł miesięcznie). Stypendysta zobowiązany byłby okresowo (np. na półrocze roku akademickiego) do przedstawiania postępów swojej pracy, mógłby również liczyć w miarę

możliwości na wskazówki dotyczące miejsca przechowywania materiałów do pracy (biblioteki, archiwa, zbiory prywatne), zobowiązany byłby także do obrony pracy z powyższego tematu, pod rygorem zwrotu pobranej sumy. Fragmenty pracy za zgodą autora mogłyby być opublikowane w wzmiankowanym wcześniej periodyku historycznym.

Planowane źródło finansowania: wsparcie finansowe samorządów, osób prawnych, reklamodawcy.

e) Współpraca z Stowarzyszeniem Uniwersytetu Trzeciego Wieku w Sochaczewie

Współpraca muzeum z Towarzystwem Uniwersytet Trzeciego Wieku, polegająca na organizacji cyklu wykładów prowadzonych przez pracowników muzeum. Wykłady na temat organizowanych wystaw i innych przedsięwzięć stanowią dobrą okazję do dodarcia do mieszkańców i ich rodzin z ofertą muzeum.

f) Stworzenie „sekcji genealogicznej”

Celem stworzenia „sekcji” genealogicznej byłoby upowszechnienie i popularyzacja wiedzy genealogicznej wśród młodzieży i dorosłych. Sekcja informowałaby o możliwościach tworzenia drzewa genealogicznego swojej rodziny i źródeł pozyskiwania niezbędnych informacji, w tym analiza sposobów wyszukiwania danych metrykalnych udostępnianych w Internecie. Członkowie sekcji spotykaliby się w miłej atmosferze, przy aromatycznej kawie, raz w miesiącu.

g) Kontynuowanie organizowania lekcji muzealnych.

Każda lekcja muzealna powinna mieć zróżnicowany charakter. Ma to być forma zajęć edukacyjnych odbywających się z udziałem ekspozycji muzealnej, która zawsze ma mieć czynny związek z danym tematem. Zastosowanie mogą mieć eksponaty muzealne: archiwalia, dzieła malarskie, rzeźby, które powiązane są z lekcją, fotografie, reprodukcje dzieł, prezentacje multimedialne. Lekcja muzealna powinna kończyć się sprawdzeniem nabytych wiadomości, w formie np. krzyżówki, quizu z choćby drobnymi nagrodami. Bardzo istotne jest zaangażowanie w zajęcia samych dzieci i ich pozytywny stosunek.

h) Gromadzenie i ewidencjonowanie dokumentacji fotograficznej: imprez, wydarzeń, których organizatorem lub współorganizatorem jest muzeum.

3.3. Kierunki planowanych działań wystawienniczych

Profesjonalnie skonstruowany program działalności Muzeum powinien generować u odbiorcy reakcje, które sprzyjają jego rozwojowi, pobudzają kreatywne myślenie. Przykładowe propozycje, które przedstawiam w tym rozdziale, zaplanowane zostały by osiągnąć tak zdefiniowany cel. Zadaniem sochaczewskiego Muzeum powinno być prezentowanie różnorodnych postaw twórczych z obligatoryjną dbałością o najwyższy poziom prezentowanych prac. Różnorodność jest cechą charakteryzującą środowisko twórcze. Pokazanie wszystkim tej różnorodności może pozwolić wyrobić w środowisku odbiorców dziedzictwa historycznego charakterystyczne dla naszych czasów bogactwo tematów.

a) Stałe wystawy tematyczne

Oprócz istniejących już wystaw stałych nawiązujących do nazwy muzeum, będących dobrem placówki, potrzeba organizacji stałej wystawy tematycznej nawiązującej do poszczególnych okresów w dziejach miasta (a może nawet powiatu). Swoje miejsce w ekspozycji stałej powinna mieć problematyka mniejszości narodowych (Żydzi, Rosjanie, Niemcy, Tatarzy) zamieszkujących szczególnie miasto na przestrzeni dziejów. Podkreślenie wielonarodowości mieszkańców zamieszkujących w przeszłości głównie Sochaczew może stać się atutem promocyjnym miasta.

Muzeum powinno również „mówić” o trudnych wydarzeniach z dziejów miasta i regionu. Miejscem stałej wystawy prezentującej całość dziejów miasta w przyszłości mógłby być pozyskany w tym celu budynek (np. przy ul. Farnej). W stałej polityce wystawienniczej należy również uwzględnić postać kompozytora Fryderyka Chopina, którego miejsce urodzenia znajduje się blisko Sochaczewa.

b) Czasowe wystawy (w tym indywidualne)

Potrzeba organizacji czasowych wystaw indywidualnych prezentujących zbiory fotografii lub innych zabytków dotyczących Sochaczewa i powiatu sochaczewskiego, znajdujących się w prywatnych kolekcjach, często większych niż zbiory znajdujące się w archiwum muzeum. Wielu prywatnych kolekcjonerów nie miało dotychczas wystawy indywidualnej w Muzeum, a ich dorobek kolekcjonerski obliguje do takiego wyróżnienia. Ci ostatni często mieszkają poza Sochaczewem. W trakcie trwania wystaw powinny być organizowane spotkania autorskie.

Celem tej i podobnych inicjatyw jest integracja mieszkańców miasta i powiatu. Autorskie wystawy i zwiększająca się liczba zwiedzających muzeum przekłada się na popularyzację historii, archeologii, sztuki, co również ważne, daje satysfakcję prezentującym w nim swoje zbiory osobom. Świadomość, że kolekcjonowane zbiory nie są składane do przysłowiowej szuflady, są oglądane i nierzadko podziwiane, stanowi imperatyw do dalszej pracy kolekcjonerskiej, co w oczywisty sposób przekłada się na rozwój ikonografii miasta i regionu.

c) Roczne wystawy zbiorowe

Roczne wystawy zbiorowe o charakterze przeglądu przekazanych muzeum (w darze lub w depozyt) fotografii i innych zabytków, połączone z uroczystym otwarciem z udziałem darczyńców, ich rodzin i publiczności. Wręczenie symbolicznych dyplomów „Przyjaciel Muzeum”. To zachęci innych do przekazywania muzeum w darze lub w depozyt fotografii, dokumentów i innych cennych artefaktów. Zmieni to częste przekonanie, że podarowane w depozyt lub w darze zabytki, fotografie i dokumenty znajdują się w przepastnych magazynach muzeum i nikt ich nie zobaczy.

d) Roczna wystawa pokonkursowa dla młodzieży i dorosłych

Organizowanie konkursu fotograficznego dla dzieci i dorosłych na najciekawsze fotografie prezentujące mało znane walory historyczne, archeologiczne, etnograficzne powiatu sochaczewskiego.

e) Skarby sochaczewskiego muzeum

Wystawa mało znanych zabytków znajdujących się w magazynach muzeum.

f) Organizowanie wystaw w przestrzeni publicznej (w gminnych domach kultury, szkołach, salach przykościelnych it.p.).

g) Konkursy plastyczne, historyczne i fotograficzne dla uczniów.

4. KONCEPCJA PROMOCYJNA

Proponowana koncepcja działania Muzeum Ziemi Sochaczewskiej i Pola Bitwy nad Bzurą zakłada zwiększenie jego obecności i oddziaływania w sferze kultury lokalnej, ale również

powinna być nastawiona na działania o znaczeniu ponadregionalnym, budujące wizerunek i pozycję instytucji, przyciągające do kontaktów i współdziałania z nim nowych odbiorców oraz współpracowników. Usytuowanie w centrum miasta, kilkadziesiąt metrów od głównej trasy przebiegającej przez miasto, kościoła parafialnego, zapewnia Muzeum największą rzeszę zwiedzających.

Muzeum powinno bardziej dostosować swoje funkcjonowanie i ofertę wystawienniczą do sezonowości i potrzeb ruchu turystycznego, największego w maju i czerwcu oraz we wrześniu każdego roku. Należy uwzględnić postulaty organizacji turystycznych i mieszkańców obejmujące otwarcie w tych miesiącach ekspozycji także w poniedziałki.

4.1. Skierowanie uwagi na klienta

a) Zadowolenie klienta

Muzeum sochaczewskie, tak jak każda instytucja, czy to komercyjna, czy też nie nastawiona na zysk, na pierwszym planie powinna stawiać zadowolenie klienta, rozumiane jako nie tylko spełnianie jego wymagań, ale również wyprzedzanie jego oczekiwań. To klienci powinni stanowić podstawę sukcesu muzeum, jak również jego rozwoju.

Sukces w funkcjonowaniu sochaczewskiego muzeum powinien być sumą dwóch podstawowych elementów – zachowania wartości naukowej, artystycznej i poznawczej wystawy oraz przyciągnięcia na nią jak największej rzeszy zwiedzających. Muzeum powinno stale prowadzić monitoring frekwencji, dzięki czemu możliwe będzie prowadzenie analizy skuteczności podejmowanych działań i decyzji.

b) Odwiedziny gości z zagranicy

Na uwagę zasługuje fakt, że w strukturze odwiedzających znajdują się również obcokrajowcy, których liczba stale w Sochaczewie rośnie. Oznacza to, że oferta Muzeum powinna również dla nich być atrakcyjna i stanowić ważny punkt odwiedzin miasta. Z pewnością wśród tej kategorii odbiorców jest wiele osób urodzonych w Sochaczewie i mieszkających za granicą. Konieczna jest przynajmniej dwujęzyczność (język polski, angielski) opisów zabytków. Potrzebna inwestycja w kursy języka angielskiego dla pracowników muzeum. Opracowanie w języku angielskim koncepcji oprowadzania zagranicznego turysty. Wreszcie współpraca w zakresie wzajemnej promocji (materiały promocyjne) z Muzeum Domem Urodzenia Fryderyka Chopina w Żelazowej Woli (oddział Muzeum Fryderyka Chopina w Warszawie), gdzie przybywa wielu turystów z zagranicy.

c) Promocja w środkach komunikacji

Oprócz wszelkiej możliwej promocji w środkach masowego przekazu, witrynach sklepowych it.p.) konieczne wydaje się zamieszczanie informacji (plakaty) o nowych wystawach i imprezach również w środkach komunikacji (MZK). To skuteczny sposób dotarcia do największej liczby osób.

d) Muzeum wirtualne

Intensyfikacja prac nad digitalizacją zbiorów muzeum, umożliwienie, w niedługim czasie, ich wirtualnej atrakcyjnej prezentacji. Należy jednak podkreślić, że nawet najlepszy projekt muzeum wirtualnego nie może zastąpić udostępnienia publiczności oryginałów będących w posiadaniu placówki. Potrzeba stałej, nawet cotygodniowej aktualizacji strony internetowej. Powinna ona przedstawiać bieżące informacje o wystawach Muzeum (minionych, aktualnych i przyszłych), informacje dotyczące zbiorów archiwalnych oraz pogłębioną historię powstania placówki.

e) Wirtualne Centrum Prasowe

Zakładka na stronie internetowej Muzeum, przedstawiające najważniejsze publikacje, audycje dotyczące działalności muzeum. W dziale „aktualności” znajdują się zakładki informujące o nadchodzących wydarzeniach, konkursach plastycznych (i ich wyniki po zakończeniu), organizowanych przez Muzeum oraz wszelkie informacje dotyczące działalności Muzeum. Na stronie głównej pojawiają się aktualizowane, animowane banery zachęcające do dalszej eksploracji. W dziale „linki” internauci znajdą adresy stron internetowych partnerów. Powinny znajdować się również banery sponsorów.

Przekazywanie informacji prasowych do stale poszerzanej liczby redakcji i dziennikarzy, również spoza regionu. Wprowadzenie informacji o Muzeum do większości najważniejszych turystycznych i kulturalnych baz internetowych i portali.

f) Utrzymywanie realizacji sprawdzonych imprez

Muzeum w ciągu swej długiej historii dopracowało się wielu interesujących imprez, które wzmacniają wiedzę o nim i identyfikację odbiorców usług z nim. Imprezy te należy kontynuować, gdyż na trwale wpisały się w kalendarz imprez miejskich. Jednocześnie należy

przewodzą prace nad poszerzaniem tej listy stałych i cyklicznych imprez promujących Muzeum i przyczyniających się do uatrakcyjnienia jego oferty.

g) Sprzedaż pamiątek i wydawnictw związanych z działalnością Muzeum

Współcześnie działające muzea podejmują różne działania zmierzające do wzrostu zainteresowania swoich odbiorców prezentowanymi zbiorami. Dlatego też coraz powszechniejsze staje się prowadzenie sklepików z pamiątkami i gadżetami. Odwiedzający Muzeum bardzo lubią mieć w posiadaniu pamiątkę, szczególnie wtedy, gdy atrakcyjność Muzeum lub wystawy wpłynęła na ich odbiór. Do najczęściej kupowanych pamiątek należą: kartki (widokówki), znaczki, koszulki, kubki, długopisy itp. Aby tak się stało w przypadku sochaczewskiego muzeum potrzebna jest koncepcja opracowania zestawu pamiątek i niewielkich objętościowo publikacji oraz źródeł ich sfinansowania.

h Bilety

Zmiana w biletach, które powinny być atrakcyjnie opracowane przez grafika, stanowić nośnik informacyjny i promocyjny, wreszcie pamiątkę kolekcjonerską. **Finansowanie przez sponsorów, w zamian na logo lub informację o firmie na odwrocie biletu.**

i) Wprowadzenie mailingu i newslettera jako formy docierania do klientów

Ze względu na wysokie koszty tradycyjnej komunikacji (projektowanie, druk zaproszeń, wysyłka, znaczki) należy stopnowo je eliminować, na rzecz komunikacji elektronicznej, pozostawiając kanały tradycyjne na wyjątkowe wydarzenia. Wprowadzić mailing, tworząc wcześniej bazę adresową osób i instytucji, aby zapewnić jak najbardziej skuteczną dystrybucję informacji o przedsięwzięciach muzeum, a co za tym idzie, jak największą liczbę uczestników zapowiadanych wydarzeń artystycznych, edukacyjnych oraz naukowych.

Drugą formą docierania do klientów muzeum może być newsletter, informujący odbiorców o nowych wystawach czasowych, imprezach, wernisażach, spotkaniach autorskich. Newsletter powinien zawierać tzw. treści premium, czyli wartość dodaną do tego co znajdzie się na stronie. Klient musi mieć powód, aby chcieć dostawać wiadomości.

4.2. Obecność w społeczności lokalnej

Muzeum Ziemi Sochaczewskiej i Pola Bitwy nad Bzurą powinno jeszcze bardziej niż dotychczas spełniać rolę kulturotwórczą, inspirującą zainteresowanie historią i kulturą ziemi

sochaczewskiej w lokalnej społeczności, gromadząc i opracowując tak jak dotychczas związane z nią zabytki. Większe lokalne zainteresowanie działalnością Muzeum można uzyskać poprzez efekt echa, przy wzmocnieniu ponadregionalnej rangi i takimże nagłośnieniu działań tej instytucji. Niezbędne są jednak także działania interaktywne, otwarcie Muzeum na większą współpracę z osobami zainteresowanymi przeszłością, pasjonatami i lokalnymi liderami organizacji pozarządowych. Sochaczewskie muzeum powinno uważać tych ostatnich za uzupełnienie swoich działań, a nie za konkurencję.

4.3. Oddziaływanie ponadregionalne

Jednym z elementów działań ponadregionalnych może być organizowana cyklicznie (np. co dwa lata) konferencja naukowa z udziałem zaproszonych gości ze świata nauki. Ostatnio dobrą okazją do zorganizowania nawet ogólnopolskiej konferencji była 75 rocznica Bitwy nad Bzurą.

5. KONCEPCJA FINANSOWA

Zarządzanie finansami powinno stać się jedną z najistotniejszych części zarządzania sochaczewskim muzeum. Pod tym względem, muzeum nie różni się od innych organizacji gospodarujących w sferze publicznej. Zgodnie z obowiązującym w Polsce prawem, środki na realizację celów statutowych powinien zapewnić organizator muzeum. Nie można zatem stosować wobec muzeum tylko i wyłącznie mechanizmów rynkowych, w których funkcjonują organizacje biznesowe. Stąd konieczność zapewnienia muzeum stabilności ekonomicznej na minimalnym poziomie.

Podstawowym źródłem finansowania Muzeum jest dotacja Urzędu Miasta Sochaczewa. Znaczną część budżetu pochłaniają koszty stałe, których obniżenie jest niemożliwe lub możliwe w ograniczonym zakresie. Pozostałe środki przeznaczone na działalność statutową Muzeum; wystawienniczą, artystyczną, naukową, popularyzatorską, są zdecydowanie niewystarczające. Dlatego należy podjąć liczne działania w celu ich stałego zwiększania.

Postuluje się przyjęcie takiego modelu finansowania, w którym dotacja Samorządu pokrywa fundusz płac oraz wszystkie stałe koszty utrzymania obiektów i związanych z tym wydatków administracyjno-gospodarczych, remontowych i konserwatorskich. Działalność podstawowa (organizacja wystaw, zakupy i konserwacja muzealiów, publikacje, działalność edukacyjna i upowszechnieniowa, badania naukowe itd.) z czasem finansowana byłaby w

coraz większym stopniu z dochodów wypracowywanych przez Muzeum oraz z innych źródeł pozabudżetowych.

a) Należy dążyć do zwiększenia wpływów z biletów, poprzez zwiększanie frekwencji w Muzeum. To ostatnie można osiągnąć poprzez podnoszenie atrakcyjności wystaw (dobór tematów), oryginalną oprawę scenograficzną, aranżacje i skuteczną promocję.

b) Oprócz wystaw tematycznych projektowanych przez pracowników muzeum, należy proponować organizowanie wystaw okolicznościowych (sponsorowanych przez samorządy gminne, osoby prawne) połączonych z uroczystym otwarciem. Co jakiś czas różne zakłady pracy, firmy, szkoły, instytucje obchodzą swoje jubileusze (ostatnio 100 istnienia zakładów w Boryszewie, 85 lat istnienia Spółdzielni „Społem” w Sochaczewie” it.p.). Warto zatem zaproponować (za sponsoring finansowy) zorganizowanie takiej okolicznościowej wystawy. Dzięki temu można uzyskać fundusze na wystawę, firma wraz z pracownikami będzie zainteresowana odkurzeniem lub poszukiwaniem pamiątek dotyczących swego istnienia, zwiąże zakład z muzeum, wreszcie przybliży lokalnej społeczności firmę, będąc dobrą dla niej reklamą.

c) Stałe poszerzanie ofert wystaw tematycznych w ramach projektu „Wypożyczalnia muzeum” takim placówkom, jak domy kultury, biblioteki, urzędy gmin, szkoły. Skutkiem takiej działalności będzie promocja działań muzeum i tym samym zainteresowanie odwiedzeniem placówki w przyszłości.

d) Pozyskiwanie sponsorów do modernizacji bazy technologicznej w zamian za umieszczanie ich logotypu w katalogach, materiałach promocyjnych i w salach wystawowych, wreszcie na specjalnej tablicy w holu muzeum.

e) Działalność wydawnicza (książki, foldery, katalogi).

f) Opracowanie atrakcyjnego asortymentu sprzedawanego w „sklepiku muzealnym” (widokówki, długopisy, notesy it.p.).

g) Zabiegi w celu pozyskiwania dodatkowych, zewnętrznych źródeł finansowania w ramach różnorodnych projektów realizowanych przez Muzeum (projektów inwestycyjnych – adaptacje i remonty, projektów wspierających zachowanie dziedzictwa kulturowego, projekty oświatowe - na edukację dzieci i młodzieży oraz wybranych grup osób dorosłych), a finansowanych z funduszy strukturalnych.

h) Pozyskiwanie dofinansowania ze środków Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego (program: „Dziedzictwo kulturowe; priorytet: Wspieranie działań muzealnych”).

i) Rozważenia wymaga propozycja, która nie wydaje się aż taka odległa od zainteresowań i możliwości Muzeum, aby zabiegało ono o fundusze na realizację projektów społecznych (np. przeciwdziałających dyskryminacji, wyrównujących szanse w dostępie do dóbr kultury itp.).

j) Przygotowanie się do profesjonalnego prowadzenia pozyskiwania prywatnych źródeł finansowania swojej działalności. Rozwinięcie działalności fundraisingowej Muzeum, a w szczególności sponsorskiej. Realizacja tego zadania wymaga zachęcenia, a następnie przygotowania w tym zakresie jak największej liczby pracowników merytorycznych i pracowników pionu administracyjnego oraz ekonomicznego.

k) Znalezienie partnera, mającego status instytucji naukowej, w celu składania wniosków o finansowanie projektów badawczych ze środków Ministerstwa Nauki i Szkolnictwa Wyższego.

l) Dążenie do pozyskania unijnych funduszy strukturalnych.

l) Część kosztów działań powinna być zmniejszona dzięki dalszemu rozwojowi i uatrakcyjnieniu instytucji wolontariatu.

m) Stworzenie prestiżowego programu partnerskiego. Płacąc 100 zł rocznie, osoba staje się automatycznie członkiem programu partnerskiego, gwarantującego jej szereg przywilejów i korzyści. Są to m.in. bezpłatny i nielimitowany wstęp do Muzeum przez cały rok, specjalne imienne – atrakcyjnie graficzne – zaproszenia na wszystkie uroczyste otwarcia wystaw i imprezy premierowe, bezpłatny egzemplarz periodyku muzealnego oraz 10% zniżki na wszystkie produkty w działającym przy placówce sklepie.

n) Oprócz programu członkowskiego podstawowego, postuluje się stworzenie wersji, przeznaczonej dla sochaczewskich i okolicznych firm i przedsiębiorstw. Poprzez program oferowany tym ostatnim, istnieje możliwość stowarzyszenia swej firmy z jedną z ważniejszych sochaczewskich instytucji kulturalnych. W przypadku wsparcia placówki kwotą min. 1000 zł, wszyscy pracownicy korporacji otrzymują bezpłatny wstęp do muzeum, nabywają również prawo do 10% zniżki w muzealnym sklepie. Możliwe jest także zorganizowanie specjalnej prezentacji z przewodnikiem dla pracowników wspierającej placówkę firmy.

o) Prawo podatkowe w Polsce umożliwia wsparcie niektórych instytucji pewną częścią swego podatku dochodowego. **Należy zastanowić się nad uzyskaniem przez Muzeum statusu instytucji pożytku publicznego.**

6. MONITORING I EWALUACJA

Jednym z najważniejszych etapów planowania działalności Muzeum Ziemi Sochaczewskiej i Pola Bitwy nad Bzurą powinno być również jasne określenie metod i narzędzi dokonywania kontroli realizowanej strategii. Niezwykle zatem ważne jest bardzo dokładne i uwzględniające uwarunkowania realizowanej strategii zaplanowanie procesów kontrolnych. Należy przyjąć założenia dotyczące kontroli (przedmiot, metodologia, narzędzia, podmiot kontrolujący, organizacja procesu, częstotliwość). **Należy jednak pamiętać, że współczesna kontrola jest nie tylko formalną oceną faktów, ale zawiera w sobie elementy doradztwa i propozycje modyfikacji realizowanych działań.**

Ponadto warto wprowadzić kwartalne raportowanie o wykonanych przez pracownika zadaniach, samoocena pracowników dokonywana raz w roku. Roczne sprawozdania merytoryczne i finansowe z działalności Muzeum. Sporządzanie cyklicznych raportów medialnych dla oceny trafności podejmowanych w tym obszarze działań i archiwizacja publikacji prasowych, telewizyjnych i radiowych w formie elektronicznej.

Nieocenione są tutaj badania własne (do użytku wewnętrznego), czyli ankiety badające preferencje i oczekiwania odbiorców przeprowadzone wśród odwiedzających Muzeum. Badania źródeł informacji o Muzeum i częstotliwości wizyt odwiedzających placówkę (ankieta w dwóch wersjach językowych – w języku polskim i angielskim).