

Program działalności Muzeum w Jarosławiu Kamienica Orsettich na lata 2023 - 2028

Program działalności dotyczący Muzeum w Jarosławiu Kamienica Orsettich wynika wprost z zadań, które zostały jasno określone przez ustawodawcę (ustawy i rozporządzeni) oraz Organizatora (statut i uchwały).

Muzeum jest samorządową instytucją, która w szczególności:

1. Gromadzi, przechowuje i udostępnia zbiory dotyczące historii miasta Jarosławia i powiatu jarosławskiego.
2. Organizuje i prowadzi badania naukowe oraz badania archeologiczne.
3. Organizuje wystawy stałe, czasowe i objazdowe.
4. Współdziała w upowszechnieniu nauki i sztuki z muzeami, instytucjami, organizacjami i stowarzyszeniami o podobnych celach, działającymi w kraju i za granicą.
5. Prowadzi działalność wydawniczą - publikacje, katalogi, przewodniki wystaw, wyniki badań naukowych, wykopalisk oraz wydaje wydawnictwa naukowe i popularno-naukowe z zakresu swej działalności.

Do realizacji powyższych, na najbliższe lata należy:

1. Dla zapewnienia bezpiecznych i odpowiadających współczesnym standardom muzealnym warunków gromadzenia, przechowywania oraz udostępniania zbiorów, niezbędne są inwestycje w muzealną infrastrukturę, w tym te realizowane ze wsparciem środków pozabudżetowych.
2. Warunkiem nieodzownym i komplementarnym w stosunku do inwestycji, jest prowadzenie działalności stricte muzealnej i badawczej. W tym zakresie:
 - 1) blisko 15 tysięcy obiektów muzealnej wymaga ponownej kompleksowej inwentaryzacji, dostosowanej do współczesnych wymogów, w tym digitalizacji i upowszechnienia za pośrednictwem Internetu. Narzędziem w tym celu jest program MUZEO,
 - 2) rozwój zawodowy pracowników. Temu celowi ma służyć zdobywanie przez kolejnych stopni i tytułów naukowych, awans w hierarchii muzealniczej, korzystanie z Krajowego Funduszu Szkoleniowego, współpraca z uczelniami wyższymi. To także zachęta do tworzenia autorskich opracowań i artykułów, dotyczących zagadnień związanych z tematyką pozostającą w kręgu zainteresowania placówki, jako takiej,
 - 3) publikacja opracowań i wydawnictw muzealnych (także jako ebooki), tworzonych w dużej mierze przez kadrę muzealną, w ramach rozwoju zawodowego. Jej uzupełnieniem będzie dodanie katalogów wystaw i zwartych zbiorów inwentarzowych.
3. Rozwój marki muzeum to rola edukacji i upowszechniania. W tym przypadku planowane są działania:

- 1) wprowadzenie przemysłanej koncepcji wystaw stałych, które oferują placówki w Jarosławiu i Zarzeczu: a) *pradzieje ziemi jarosławskiej*, jako wprowadzenie do powstania miasta b) pierwszy *Złoty Okres* Jarosławia, czyli wieki XV - pocz. XVIII, jako jednego z centrów handlowych I Rzeczypospolitej c) drugi *Złoty Wiek Miasta*, czyli jego rozwój, jako miasta garnizonowego, na przełomie XIX i XX w. oraz podczas trwania II Rzeczypospolitej. W przypadku Zarzecze będzie to rozszerzana (zarówno merytorycznie, jak również pod względem ilości muzealiów) wystawa poświęcona pamięci rodu Dzieduszyckich, uzupełniona o ekspozycję poświęconą bł. kardynałowi Stefanowi Wyszyńskiemu, co ma być przyczynkiem do powstania całego centrum edukacyjnego w Muzeum Dzieduszyckich,
- 2) w tym drugim przypadku nieodzowna jest współpraca ze Związkiem Rodowym Dzieduszyckich Herbu Sas, jako depozytariuszem pamięci o rodzie i jego członkach,
- 3) uzupełnieniem wystaw stałych będą wystawy czasowe. Do tej pory - ze względów głównie lokalowych - była to pięta achillesowa Muzeum w Jarosławiu Kamienica Orsettich. Przeciwdziałaniem jest stworzenie możliwości lokalowych (jak w przypadku Jarosławia, czyli przeniesienie magazynów do innych pomieszczeń - we współpracy z Muzeum Narodowym Ziemi Przemyskiej; Zarzeczu - ściślejsza współpraca z miejscowym Centrum Kultury – posiadającym możliwości użyczenia pomieszczeń pod wystawy, w administrowanym przez siebie pałacu),
- 4) cykl wystaw czasowych musi być zintensyfikowany (dwie, trzy w ciągu roku), a ich tematyka wykraczać poza wystawy stałe, tak by obrazować pełnię dziedzictwa Jarosławia czy rodu Dzieduszyckich. Wystawy czasowe będą także przyczynkiem do współpracy z różnego rodzaju podmiotami, oferującymi ważne i ciekawe pomysły, możliwe do zaaranżowania w przestrzeniach muzealnych,
- 5) nowe otwarcie związane z wystawami plenerowymi (odnowienie muru przymuzealnego), które stanowią niezwykle ważną funkcję zarówno edukacyjną, jak również upowszechniającą. Podobnie sytuacja wygląda w Zarzeczu, gdzie wystawy plenerowe będą zlokalizowane w oparciu o przypałacowy park,
- 6) stworzenia profesjonalnej strategii, traktującej muzeum, jako *content*, tak by zbudować zarówno pozytywne relacje, dobry odbiór marketingowy, jak również stworzyć zespół oddanych przyjaciół i partnerów muzeum,
- 7) strategia promocyjno-marketingowa to również wypracowanie odpowiednich relacji z mediami czy podmiotami mogącymi zaoferować różnorodne formy współpracy z korzyścią dla muzeum.