

See discussions, stats, and author profiles for this publication at: <https://www.researchgate.net/publication/348559863>

Recenzenci wrocławskich muzeów i ich ocena w świetle badań opinii w serwisie Tripadvisor

Article · December 2020

CITATIONS

2

READS

113

2 authors:



Malgorzata Pstrocka-Rak

32 PUBLICATIONS 73 CITATIONS

SEE PROFILE



Grzegorz Rak

Opole University of Technology

22 PUBLICATIONS 17 CITATIONS

SEE PROFILE

PRZESTRZEŃ MIEJSKA JAKO PRZEDMIOT BADAŃ W GEOGRAFII SPOŁECZNO-EKONOMICZNEJ I GOSPODARCE PRZESTRZENNEJ

pod redakcją Anny Grochowskiej i Wojciecha Jurkowskiego



Przestrzeń miejska jako przedmiot badań w geografii społeczno-ekonomicznej i gospodarce przestrzennej

pod redakcją Anny Grochowskiej i Wojciecha
Jurkowskiego

Redaktor serii
Zdzisław Jary

Redaktor techniczny
Kacper Jancewicz

Recenzent tomu
dr hab. Jacek Kotus, prof. UAM

Skład komputerowy
Anna Grochowska
Wojciech Jurkowski

Projekt graficzny okładki
Marek Kasprzak

Ilustracja na okładce
Mural autorstwa Jiem na siedzibie MDK we Wrocławiu, ul. Dubois 5. Fot. Anna Grochowska

Zalecane cytowanie
Grochowska A., Jurkowski W., (red.) 2020, Przestrzeń miejska jako przedmiot badań w geografii społeczno-ekonomicznej i gospodarce przestrzennej. Rozprawy Naukowe Instytutu Geografii i Rozwoju Regionalnego 49, Uniwersytet Wrocławski, Wrocław.

©Copyright 2020 by Instytut Geografii i Rozwoju Regionalnego Uniwersytetu Wrocławskiego

ISBN 978-83-62673-76-6

Instytut Geografii i Rozwoju Regionalnego
Uniwersytet Wrocławski
Plac Uniwersytecki 1, 50-137 Wrocław



Druk i oprawa
Wydawnictwo I-BIS, ul. Sztabowa 32, 50-984 Wrocław

Spis treści

ROLNICTWO WSPIERANE PRZEZ SPOŁECZNOŚĆ (RWS) W MIEJSKICH OBSZARACH FUNKCJONALNYCH – CHARAKTERYSTYKA, POTENCJALNE KORZYŚCI I MOŻLIWOŚCI WSPARCIA PRZEZ ADMINISTRACJĘ PUBLICZNĄ (R. SKRZYPCZYŃSKI, M. ONYSZKIEWICZ).....9

1. Wprowadzenie	9
2. Charakterystyka Rolnictwa Wspieranego przez Społeczność (RWS)	11
2.1. Geneza i historia idei RWS	11
2.2. Podstawowe cechy RWS	12
2.3. Organizacja ruchu RWS na świecie i w Polsce	15
2.4. Potencjalne korzyści generowane przez RWS-y	17
2.4.1. <i>Korzyści środowiskowe</i>	17
2.4.2. <i>Korzyści społeczne</i>	19
2.4.3. <i>Korzyści gospodarcze</i>	20
3. Możliwe mechanizmy wsparcia przez administrację publiczną	22
4. Wnioski	25
Literatura	26

MORFOLOGICZNE PRZEKSZTAŁCENIA PRZESTRZENI MIEJSKIEJ KALISZA (J. BARTCZAK, P. DUDZIK-DEKO).....30

1. Wprowadzenie	30
2. Metodyka badań i materiały źródłowe	32
3. Rozwój morfologiczny Kalisza	33
4. Przekształcenia przestrzeni miejskiej Kalisza	47
5. Podsumowanie	55
Literatura	56

PROJEKTOWANIE ZORIENTOWANE NA CZŁOWIEKA (HUMAN CENTRED DESIGN) W PLANOWANIU PRZESTRZENNYM (A. KAMZOL)59

1. Wprowadzenie	59
2. Human Centred Design na świecie	60
3. Zastosowanie HCD w planowaniu przestrzennym	68
4. Human Centred Design – praktyczne podejście do planowania przestrzennego	72
5. Podsumowanie	74
Literatura	75

INTEGRACJA W MIASTACH PODZIELONYCH GRANICĄ POLSKO-NIEMIECKĄ (K. WREMBEL)77

1. Wprowadzenie	77
2. Miasta podzielone jako odmienne jednostki	79
3. Uwarunkowania społeczne w miastach podzielonych	81
4. Zamknięcie granic jako bodziec integracyjny	82
5. Podsumowanie	83
Literatura	84

MUZEUM GRY I KOMPUTERY MINIONEJ ERY WE WROCŁAWIU JAKO PRZYKŁAD NOWEGO PODEJŚCIA W OCHRONIE I UDOSTĘPNIANIU DZIEDZICTWA KULTUROWEGO (G. RAK, M. PSTROCKA-RAK)	86
1. Wprowadzenie	86
2. Założenia metodyczne	87
3. Muzealnictwo informatyczne w literaturze	88
4. Charakterystyka obiektu.....	92
5. Sposób ekspozycji i udostępnienie dla zwiedzających	96
6. Segmenty odbiorców i działalność promocyjna	100
7. Charakterystyka recenzentów i ich opinii.....	103
8. Zakończenie	106
Literatura.....	106
RECENZENCI WROCŁAWSKICH MUZEÓW I ICH OCENA W ŚWIETLE BADAŃ OPINII W SERWISIE TRIPADVISOR (M. PSTROCKA-RAK, G. RAK)	109
1. Wprowadzenie	109
2. Tripadvisor – charakterystyka serwisu	111
3. Wrocławskie muzea	113
4. Założenia badawcze.....	116
5. Popularność i atrakcyjność wrocławskich muzeów	118
6. Charakterystyka recenzentów	121
7. Wybrane muzea we Wrocławiu – analiza szczegółowa	125
7.1. <i>Panorama Raclawicka</i>	129
7.2. <i>Hydropolis</i>	130
7.3. <i>Kolejkowo – Cudowny Świat w Miniaturze</i>	131
7.4. <i>Muzeum Uniwersytetu Wrocławskiego</i>	131
7.5. <i>Muzeum Narodowe</i>	132
7.6. <i>Muzeum Historyczne</i>	132
8. Podsumowanie.....	133
Literatura.....	135
WEWNĄTRZMIEJSKI RUCH WĘDRÓWKOWY A ZMIANY STRUKTURY DEMOGRAFICZNEJ WROCŁAWIA W LATACH 2002-2018 (M. DŁUGOSZ)	138
1. Wprowadzenie	138
2. Cel i zakres badań	139
3. Metody badań	140
4. Migracje w dużych miastach	141
5. Charakterystyka wewnątrzmijskich ruchów migracyjnych we Wrocławiu	143
6. Zmiany demograficzne według dzielnic Wrocławia	150
7. Podsumowanie	153
Literatura.....	155

Małgorzata Pstrocka-Rak
Uniwersytet Wrocławski

Grzegorz Rak
Politechnika Opolska

Recenzenci wrocławskich muzeów i ich ocena w świetle badań opinii w serwisie Tripadvisor

Streszczenie: Znaczenie internetowych portali podróżniczych, będących tzw. agregatorami opinii odgrywa coraz większą rolę w kształtowaniu wizerunku miejscowości i różnych obiektów w nich położonych, zarówno w świadomości ich mieszkańców, jak i potencjalnych turystów, wpływając na popularność tych miejsc. Tripadvisor jest obecnie najbardziej znanym serwisem internetowym w branży turystycznej wśród użytkowników i badaczy. Przedmiotem niniejszej analizy jest ocena muzeów wrocławskich. Podjęto próbę zbadania, jak kształtuje się oferta wrocławskich muzeów w świetle recenzji tam zamieszczonych oraz kim są osoby je piszące.

Słowa kluczowe: muzea, Wrocław, turystyka, Tripadvisor

1. Wprowadzenie

Rozwój technologii informacyjnych, mediów społecznościowych oraz portali typu agregatory opinii zmienił sposób, w jaki dokonuje się współcześnie wyboru odwiedzanych miejsc, czy to odległych destynacji, do których podróżujemy podczas urlopów i wakacji (Cordato 2014, Kladou, Mavragani 2015, Zajadacz 2017, Nowacki 2019, Wąsowicz-Zaborek 2019, Van der Zee i in. 2020), czy też obiektów położonych w pobliżu naszego miejsca zamieszkania, w tym m.in. obiektów noclegowych (Cunningham i in. 2010, Jeacle, Carter 2011, Vásquez 2011, Drozdowska, Duda-Seifert 2016, Tereszkiewicz 2018, Martin-Fuentes i in. 2020), gastronomicznych (Ganzaroli i in. 2017, Zhang i in. 2017, Şengül i in. 2018), muzealnych (Lazzeretti i in. 2015, Fernandes 2018, Victoria i in. 2018, Łukasiewicz 2019a, Łukasiewicz 2019b), zabytkowych (Niezgoda 2017, Fernandes 2018, Szał 2018, Taecharungroj, Mathayomchan 2019), przyrodniczych (Ad-

amiak, Dubownik 2017, Hall, Ram 2019, Stoleriu i in. 2019), a nawet form spędzania wolnego czasu (Nowacki, Niezgoda 2017 i 2019, Van der Zee, Bertocchi 2018, Taecharungroj, Mathayomchan 2019). Wpływ agregatorów opinii zwiększa się wraz wzrostem liczby użytkowników Internetu i częstotliwości korzystania z niego, jak również ze wzrostem liczby indywidualnych wyjazdów turystycznych (Jeacle, Carter 2011, Zajadacz 2017).

Charakter podróżniczych recenzji internetowych kreowanych przez użytkowników, określanych mianem elektronicznej komunikacji nieformalnej (*electronic word of mouth* – eWOM) – rodzaj marketingu szeptanego – może być bardzo różny: są to opinie osobiste, opisywane emocje, doświadczenia, rekomendacje, ale także przydatne informacje natury praktycznej (Taecharungroj, Mathayomchan 2019). Do najbardziej popularnych na świecie internetowych portali tego typu należą Tripadvisor, Lonely Planet, Google Maps Local Guide, Expedia, Yelp, Zomato, Booking, Airbnb, Kayak, Expedia (Lee i in. 2011, Drozdowska, Duda-Seifert 2016, Minkwitz 2018b, Martin-Fuentes 2020).

Oceny i komentarze pomagają indywidualnym turystom nie tylko dokonać szybszego wyboru (Zhang i in. 2017) wśród rosnącej liczby destynacji i atrakcji różnego rodzaju, ale także zmniejszyć ryzyko (finansowe, społeczne i psychologiczne) przy podejmowaniu decyzji (Taecharungroj, Mathayomchan 2019). Ponadto recenzje innych turystów (eWOM) są często postrzegane przez odbiorców jako bardziej aktualne, wiarygodne i ciekawsze niż informacje dostarczane bezpośrednio przez dostawców usług turystycznych (Yoo i Gretzel 2007 za Wąsowicz-Zaborek 2019).

Prezentowane opinie na turystycznych portalach internetowych (zarówno ich liczba, jak i ocena ogólna) mają wpływ także na kształtowanie się wizerunku odwiedzanych miejsc (Kladou, Mavragani 2015, Zajadacz 2017, Nowacki, Niezgoda 2019). Oddziaływanie to może być uważane za pozytywne, przyczyniając się do wzrostu liczby odwiedzających dany obiekt czy też miejscowość. Z drugiej strony duża liczba negatywnych komentarzy może przekładać się na mniejszą frekwencję (Ateş i in. 2016). Portale takie umożliwiają także ewaluację świadczonych usług przez podmioty z branży turystycznej i okołoturystycznej (Adamiak, Dubownik 2017, Łukasiewicz 2019a). Taka ocena zostaje następnie wykorzystana przez gestorów obiektów do zmiany formy zarządzania i jakości świadczonych usług, szczególnie, gdy liczba recenzji jest wysoka, a agregator opinii uznawany jest za wiarygodny (Martin-Fuentes i in. 2020).

Treści zamieszczane na internetowych źródłach eWOM, poświęconych ocenie turystycznych produktów i usług, stały się przedmiotem licznych badań naukowych (Drozdowska, Duda-Seifert 2016, Jalilvand 2017, Minkwitz 2018a, 2018b, Nowacki 2017). Wykorzystywane są różne metody, techniki i narzędzia badań, zarówno te ilościowe, jak i jakościowe. Jak podają Taecharungroj i Mathayomchan (2019) do najbardziej popularnych należą metody analityczne,

w tym: analizy treści (*content analysis*), metody statystyczne (np. z wykorzystaniem regresji – *regression analysis*), czy będące połączeniem technik ze statystyki i informatyki, do jakich zaliczyć można uczenie maszynowe (*machine learning methods*).

Celem niniejszego opracowania jest ocena oferty wrocławskich muzeów w świetle opinii użytkowników serwisu Tripadvisor. Podjęto również próbę scharakteryzowania samych recenzentów – w granicach, na które pozwalała dostępność danych w wykorzystanym agregacie opinii.

2. Tripadvisor – charakterystyka serwisu

Platforma Tripadvisor uznawana jest za najbardziej popularny i wpływowy agregat opinii w branży turystycznej, zarówno wśród użytkowników Internetu, jak i badaczy (Kladou, Mavragani 2015, Nowacki 2017, Zajądacz 2017, Victoria i in. 2018, Martin-Fuentes i in. 2020, Van der Zee i in. 2020). Ten bezpłatny serwis założony został w 2000 r. w Stanach Zjednoczonych i obecnie dostępny jest w 28 językach. Można z niego korzystać zarówno poprzez stronę internetową www.tripadvisor.com, jak również przez dedykowane aplikacje dla systemu Android oraz iOS. Portal opiera się na założeniu, że planując podróż potencjalni turyści pragną skorzystać z doświadczeń osób, które już odwiedziły dane miejsca i skonsumowały wybrane usługi (Minkwitz 2018a).

W serwisie Tripadvisor zapoznać się można z prawie 860 milionami recenzji na temat ok. 8,6 milionów obiektów, atrakcji i usług turystycznych, którym towarzyszą zdjęcia i filmy zamieszczane przez zarejestrowanych użytkowników. Prezentowane są tam opinie na temat obiektów noclegowych i gastronomicznych, atrakcji turystycznych różnego rodzaju, ale także znajdują się tam recenzje linii lotniczych i statków należących do poszczególnych armatorów prowadzących rejsy wycieczkowe. W innych niż polska wersjach językowych wyszukiwać i oceniać można także inne usługi dedykowane nie tylko turystom, w tym m.in.: wynajem samochodów, miejsca oferujące usługi sprzedaży (np. galerie handlowe, butiki, targi) oraz usługi przewodnickie. Obok możliwości wyszukiwania interesujących nas obiektów i usług według kategorii, możliwe jest także wyszukiwanie z wykorzystaniem mapy. Oprócz tego serwis corocznie ogłasza ranking najlepszych destynacji, usług i obiektów turystycznych łącznie w dziewięciu głównych kategoriach (Travellers' Choice) w skali świata, wybranych regionów świata oraz poszczególnych krajów, nagradzając laureatów Certyfikatem Jakości Serwisu Tripadvisor. Na potrzeby tego rankingu stworzono specjalny algorytm uwzględniający wiele zmiennych, w tym m.in. jakość, aktualność oraz liczbę recenzji opublikowanych przez podróżnych w okresie ostatnich 12 miesięcy, jak również czas, jaki upłynął od rejestracji obiektu, pozycję w indeksie popularności, a także fakt

utrzymania się na danym miejscu w ogólnym rankingu gwiazdkowym. Z informacji zawartych w tym serwisie korzysta miesięcznie prawie pół miliarda osób (www.tripadvisor.com; dostęp 22.07.2020).

Jak podaje Filieri (Filieri i in. 2015) wysoka popularność serwisu Tripadvisor jest pochodną jego wiarygodności oraz zaufania, jakim darzą go użytkownicy z całego świata. Wpływ na to ma niezależność portalu wynikająca z braku powiązania oceniających z ocenianymi obiektami i usługami (Fernandes 2018). Bezstronność i rzetelność recenzentów – podróżnych wydaje się być kluczowym zagadnieniem polityki serwisu (www.tripadvisor.com/hc/pl/articles/200615037). Jak dowodzą Adamiak i Dubownik (2017) serwis zwalcza próby manipulacji (zarówno podwyższenia oceny własnego obiektu, jak i zaszkodzenia negatywnymi recenzjami konkurencji). Gestorzy obiektów i atrakcji mają możliwość udzielenia odpowiedzi na krytykę ze strony konsumentów usług i odwiedzających, co w efekcie wpływa na zwiększenie wiarygodności portalu (Jeacle, Carter 2011, *Fili, Kriżaj 2016*, Tereszkiwicz 2018).

Na recenzję obiektu lub usługi w serwisie Tripadvisor składa się zarówno ocena wyrażona w pięciostopniowej skali, gdzie 1 oznacza „okropne”, a 5 to „doskonałe”, jak i szersza wypowiedź pisemna (minimum 100 znaków) uzasadniająca przyznaną ocenę. Procedura umieszczania recenzji wiąże się także z odpowiedzią na szereg dodatkowych pytań (obligatoryjnych i fakultatywnych) dobranych do rodzaju ocenianego podmiotu czy usługi. Użytkownicy zamieszczający opinie mogą podać swoje dane personalne, spośród których narodowość i płeć są najczęściej podawane, pozostałe zaś (m.in. wiek, zawód, przychody gospodarstwa domowego) są często pomijane (Kladou, Mavragani 2015).

W ostatnim dziesięcioleciu powstało wiele publikacji prezentujących wyniki badań przeprowadzonych z wykorzystaniem danych zawartych w serwisie Tripadvisor. Wybrane przedmioty badań wraz z przykładowymi publikacjami zagranicznymi zaprezentowano w pierwszym akapicie artykułu. Szczególnym kierunkiem badań jest ocena wiarygodności recenzji zebranych w tym agregatorze opinii (Jeacle, Carter 2011, Cordato 2014, Filieri i in. 2015, *Fili, Kriżaj 2016*).

W Polsce badania z wykorzystaniem portalu Tripadvisor prowadzili w ostatnich latach głównie przedstawiciele dyscyplin składających się na nauki o turystyce. Oceniano możliwości wykorzystania portalu jako źródła danych do badań naukowych (Minkwitz 2018a, 2018b; Szał 2018) i jego wiarygodności (Drozdowska, Duda-Seifert 2016), badano wizerunek destynacji kształtowany przez zamieszczone recenzje (Niezgoda 2017, Nowacki 2019, Nowacki, Niezgoda 2017, 2019, Wąsowicz-Zaborek 2019), a także prezentowano analizy recenzji dotyczących wybranych rodzajów atrakcji i usług turystycznych (Adamiak, Dubownik 2017; Nowacki 2017, Zajadacz 2017; Łukasiewicz 2019a, 2019b). Na tym tle wyróżnia się tematycznie praca autorstwa Tereszkiwicz (2018), językoznawczynie badającej strukturę gatunkową odpowiedzi na recenzję oraz poziom

formalności i poprawności wypowiedzi, a także kształtu stylistyczno-językowego wybranych aktów mowy zamieszczonych w serwisie Tripadvisor.

3. Wrocławskie muzea

Prawna definicja muzeum została sformułowana już w pierwszym artykule Ustawy o muzeach, którego to zdefiniowanie, pomimo licznych poprawek i nowelizacji ustawy, nie zmieniło się od połowy lat dziewięćdziesiątych XX w. (Dz. U. 1997 Nr 5 poz. 24 z późn. zm.). Definicja muzeum obejmuje także głównie cele, jakie ma spełniać ta nienastawiona na osiąganie zysku jednostka organizacyjna. Zaliczyć do nich można m.in.:

- gromadzenie i trwałą ochronę materialnych i niematerialnych dóbr dziedzictwa ludzkości, zarówno tego przyrodniczego, jak i kulturowego;
- upowszechnianie podstawowych wartości historii, nauki i kultury;
- kształtowanie wrażliwości poznawczej i estetycznej;
- umożliwianie korzystania ze zgromadzonych zbiorów, co jest szczególnie istotne z punktu widzenia rozwoju turystyki kulturowej.

Jednakże współczesne pojmowanie przez społeczeństwo instytucji muzeum, jak podkreśla to w swoich pracach Folga-Januszewska (2008, 2009), mocno ewoluuje. Na zmianę sposobu istnienia i definicji muzeum wpływają zmiany samej idei tych instytucji, jak również zmiany w technologii. Dzieje się to zgodnie zarówno z przyzwyczajeniami, jak i oczekiwaniami publiczności (Folga-Januszewska 2008, Victoria i in. 2018). Dlatego też współczesne muzea coraz bardziej różnią się od tych sprzed kilkudziesięciu lat, ich funkcje zmieniają się: do obiektów tych przybywa się nie tylko w celach poznawczych czy edukacyjnych, ale też w celach rozrywkowych, czysto towarzyskich i, jak zauważa Łukasiewicz (2019), coraz częściej można też przypisać muzeom cechy teatru, kina, biblioteki, warsztatu, czy wręcz miejsca relaksu i odpoczynku.

Przyczynę tego Kowalczyk upatruje w marketingowej karierze archaicznego słowa muzeum, „[...] którym etykietowane są najróżniejsze przybytki, często mające niewiele czy wręcz nic wspólnego z pierwotną znaczeniową zawartością tego wyrazu” (Kowalczyk 2010, s. 56).

Ten fakt zdaje się potwierdzać zaprezentowane poniżej (tab. 1) zestawienie obiektów o statusie muzeum, zlokalizowanych w granicach administracyjnych Wrocławia i zarejestrowanych w różnych bazach: Narodowego Instytutu Muzealnictwa i Ochrony Zbiorów (NIMOZ), Państwowym Rejestrze Muzeów oraz Wykazie Muzeów Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego, a także listy obiektów, które w serwisie Tripadvisor zostały skategoryzowane jako muzea.

Zauważalna jest różnica zarówno w liczbie obiektów, jak i brak zgodności w traktowaniu jako muzeum tych samych obiektów przez różne podmioty. Co więcej, wg danych Głównego Urzędu Statystycznego, w 2019 r. we Wrocławiu

funkcjonowało 28 muzeów, w tym 11 jednostek o statusie oddziału, które łącznie w minionym roku odwiedziło ponad milion osób (<https://bdl.stat.gov.pl>, dostęp: 23.07.2020).

Porównując zawarte w tab. 1 wartości sumaryczne liczby obiektów uznanych za muzea przez poszczególne podmioty zauważyć można także, że bez względu na źródło danych, są one niższe od danych podawanych przez GUS. Co ciekawe, do tej liczby (28) zbliża się najbardziej wykaz muzeów z serwisu Tripadvisor. Ten nienowoty problem rozbieżności danych dotyczących definiowania obiektu jako muzeum oraz ustalenia rzeczywistej liczby tego typu obiektów w Polsce zauważają też inni badacze, np. Folga-Januszewska (2009), Andrzejkiewicz i Żmijewska (2019), którzy często na potrzeby badań zmuszeni są sami uznawać daną instytucję/obiekt za muzeum lub nie (np. Duda-Seifert 2011).

Tab. 1. Obecność wrocławskich muzeów w wybranych bazach.

L.p.	Nazwa muzeum	Obecność muzeum w rejestrach i wykazach			
		Państwowy Rejestr Muzeów ¹	Wykaz Muzeów MKIDN	NIMOZ	Tripadvisor
1	Archiwum Budowlane Miasta Wrocławia	-	-	+	-
2	Centrum Historii Zajezdnia	-	-	-	+
3	Dolnośląskie Społeczne Muzeum Kolejnictwa przy Klubie Sympatyków Kolei we Wrocławiu	-	+	+	-
4	Fort Wrocław Nr 9 – Muzeum Militarne	-	+ ²	+	-
5	Hydropolis	-	-	-	+
6	Kolejkowo – Cudowny Świat w Miniaturze	-	-	-	+
7	MovieGate	-	-	-	+
8	Muzeum Archeologiczne	-	-	+	- ³
9	Muzeum Archidiecezji Wrocławskiej	-	-	-	+
10	Muzeum Architektury	+	+	+	+
11	Muzeum Etnograficzne	-	-	+	- ⁴
12	Muzeum Farmacji Uniwersytetu Medycznego we Wrocławiu	-	-	-	+
13	Muzeum Figur Woskowych	-	-	-	+
14	Muzeum Gry i Komputery Minionej Ery	-	-	-	+
15	Muzeum Historyczne	-	-	+	+ ⁵
16	Muzeum Książąt Lubomirskich	-	+	-	-
17	Muzeum Miejskie we Wrocławiu	-	+	+	+ ⁶
18	Muzeum Militariów	-	-	+	+ ⁷
19	Muzeum Mineralogiczne U.Wr.	-	-	-	+
20	Muzeum Narodowe	+	+	+	+
21	Muzeum Odry FOMT	-	-	-	+

Tab. 1. Obecność wrocławskich muzeów w wybranych bazach (c.d.)

L.p.	Nazwa muzeum	Obecność muzeum w rejestrach i wykazach			
		Państwowy Rejestr Muzeów	Wykaz Muzeów MKIDN	NIMOZ	Tripadvisor
22	Muzeum Pana Tadeusza	-	-	-	+
23	Muzeum Poczty i Telekomunikacji	-	+	+	+
24	Muzeum Przyrodnicze U.Wr.	-	-	-	+
25	Muzeum Sztuki Cmentarnej (Stary Cmentarz Żydowski)	-	-	+	+
26	Muzeum Sztuki Medalierskiej	-	-	+	-
27	Muzeum Sztuki Mieszczańskiej	-	-	+	-
28	Muzeum Sztuki Współczesnej (Pawilon Czterech Kopuł)	-	-	+	+
29	Muzeum Teatru im. Henryka Tomaszewskiego	-	-	-	+
30	Muzeum Twierdza BTR-40	-	+	+	-
31	Muzeum Uniwersytetu Wrocławskiego	-	-	-	+
32	Muzeum Wojsk Inżynieryjnych i Chemicznych we Wrocławiu	-	-	+	-
33	Muzeum Współczesne Wrocław	-	+	+	+
34	Panorama Racławicka	-	-	+	+
	Razem	2	8	19	24

Źródło: opracowanie własne na podstawie baz danych pozyskanych ze stron: <https://www.nimoz.pl/baza-wiedzy/bazy-danych/baza-muzeow-w-polsce>; <http://bip.mkidn.gov.pl/pages/rejstry-ewidencje-archiwa-wykazy/rejstry-muzeow.php>; https://pl.tripadvisor.com/Attractions-g274812-Activities-c49-t28,29,30,35,161-Wroclaw_Lower_Silesia_Province_Southern_Poland.html; dostęp: 23.07.2020.

Objaśnienia

¹ Rejestr prowadzony jest dla muzeów gromadzących zbiory o wyjątkowym znaczeniu dla dziedzictwa kultury i spełniających wysokie kryterium działalności merytorycznej i znaczenia zbiorów (Art. 13. 1 Ustawy o muzeach - Dz. U. 1997 Nr 5 poz. 24 z późn. zm.).

² W wykazie ministerialnym obiekt ten funkcjonuje pod nazwą Mobilne Muzeum Militarne we Wrocławiu.

³ Obiekt pod nazwą Muzeum Archeologiczne nie występuje w serwisie Tripadvisor; jednakże ze względu na jego umiejscowienie wspólnie w jednym budynku (Arsenał Miejski, ul. Cieszyńskiego 9) razem z Muzeum Militariów, oceniający dzielą się wrażeniami ze zwiedzania ekspozycji archeologicznych przy okazji pobytu i oceny w Muzeum Militariów.

⁴ Obiekt o takiej nazwie i właściwym adresie widnieje w serwisie, jednakże zamieszczone zdjęcia i recenzje dotyczą Muzeum Historycznego (Pałac Królewski, ul. Kazimierza Wielkiego 35); rozbieżność ta może wynikać z faktu, że do roku 2004 Pałac Królewski był siedzibą Muzeum Etnograficznego, przeniesionego następnie do dawnego pałacu letniego biskupów wrocławskich przy ul. Traugutta 111/113.

⁵ Wpisane pod nazwą Muzeum Miejskie we Wrocławiu; w rzeczywistości jest to jeden z oddziałów tej instytucji (<http://muzeum.miejskie.wroclaw.pl/o-muzeum>).

⁶ Obiekt o takiej nazwie widnieje w serwisie Tripadvisor aż trzykrotnie, jednakże tylko jedna lokalizacja wskazuje jednoznacznie na siedzibę zgodną ze stanem faktycznym (ul. Sukiennice 14-15); niestety, zarówno zamieszczone zdjęcia, jak i treść recenzji wskazują na różne oddziały tego muzeum (znajdujące się pod innymi adresami); źródło: <http://muzeum.miejskie.wroclaw.pl>, dostęp: 23.07.2020.

⁷ W serwisie Tripadvisor obiekt funkcjonuje pod nazwą Muzeum Militarne.

Portal Tripadvisor za muzea uznał cztery obiekty wrocławskie, które ani w swojej oficjalnej nazwie nie posiadają słowa muzeum, ani nie są ujęte w żadnym oficjalnym wykazie tego typu obiektów (np. Centrum Historii Zajezdnia). Takie przypisanie potwierdzać może przedstawioną powyżej tezę o współcześnie postępującej płynności i niejednoznaczności rozumienia słowa muzeum przez różnorodne podmioty, społeczeństwo, a nawet decydentów. Trudno jednakże odmówić tym przybytkom braku spełnienia celów sformułowanych w wyżej przytoczonej definicji, niestety pochodzącej sprzed ćwierć wieku.

Oprócz powyżej wymienionych muzeów wykaz na stronie Tripadvisor zlokalizowanych we Wrocławiu obejmuje jeszcze jedną pozycję, nieujęta w tab. 1. Jest to Muzeum Motoryzacji Topacz, wpisane pod adresem ul. Główna 12, Wrocław 55-040. W rzeczywistości obiekt ten znajduje się w podwrocławskiej wsi Ślęza, przy ul. Głównej 12 (<http://muzeum.topacz.pl>; dostęp 23.07.2020). W związku z tym nie został on włączony do badań.

4. Założenia badawcze

Problem pracy zawiera się w następujących pytaniach:

- 1) Jak kształtuje się oferta wrocławskich muzeów w świetle opinii prezentowanych w serwisie Tripadvisor pod kątem ich atrakcyjności i popularności?
- 2) Kim są osoby oceniające wrocławskie muzea w serwisie Tripadvisor?
- 3) W jakich językach formułowane są opinie na badanym portalu?

Na potrzeby pracy wykorzystano metodę analizy treści opinii publikowanych w serwisie Tripadvisor. Informacje niezbędne do stworzenia bazy danych pozyskano za pomocą strony internetowej tripadvisor.com w dniach 23-24 lipca 2020 roku. Podczas tworzenia bazy danych przyjęto następujące założenia:

- 1) Ze względu na brak oficjalnego i jednoznacznie zgodnego wykazu muzeów pod uwagę wzięto wszystkie obiekty, które w serwisie Tripadvisor zostały ujęte jako muzeum (bez względu na liczbę recenzji) z wyłączeniem galerii sztuki oferujących wystawiane tam przedmioty (głównie sztuki wysokiej/ludowej/użytkowej) na sprzedaż;
- 2) Do tej bazy dołączono jedyny obiekt, któremu nie została przypisana kategoria muzeum w serwisie Tripadvisor, a który uznawany jest zarówno przez założyciela, jak i Narodowy Instytut Muzealnictwa i Ochrony Zbiorów za takowy; jest to oddział Muzeum Miejskiego we Wrocławiu – Muzeum Sztuki Cmentarnej;
- 3) Ze względu na brak Muzeum Archeologicznego w serwisie Tripadvisor, przy jednoczesnej jego lokalizacji w tym samym budynku co Muzeum Militariów (por. przypis nr 2), autorzy przejrzyli wszystkie opinie pod kątem ich podziału na dwa obiekty; na podstawie analizy treści opinii można odnieść wrażenie, że turyści na ogół nie byli świadomi, że zwiedzają wystawy należące do dwóch oddzielnych jednostek Muzeum Miejskiego; ponadto stwierdzono,

że tylko 6 na 66 recenzji odnosi się w mniejszym lub większym stopniu do zbiorów archeologicznych, pozostałe dotyczą tylko zbiorów Muzeum Militariów; na potrzeby niniejszego opracowania przyjęto, że ocena obydwóch obiektów odbywała się będzie pod nazwą Muzeum Militariów;

- 4) Gdy dany obiekt funkcjonuje w serwisie Tripadvisor pod dwoma nazwami jego recenzje zostały uwzględnione łącznie; dotyczyło to trzech przypadków: Muzeum Sztuki Cmentarnej (ujętego na stronie jako „Historic Jewish Cemetery” oraz „Stary Cmentarz Żydowski”), jednego z oddziałów Muzeum Narodowego zlokalizowanego przy ul. Wystawowej 1 (ujętego z kolei jako „Muzeum Sztuki Współczesnej” i „Pawilon Czterech Kopuł”) oraz kolejnego oddziału Muzeum Miejskiego – Muzeum Historyczne (w serwisie pod nazwami „Muzeum Miejskie we Wrocławiu” oraz „Muzeum Etnograficzne” – wyjaśnienia w przypisach do tab. 1);
- 5) W kwestii ustalenia płci osoby wystawiającej opinię: uznawano ją za męską lub żeńską w sytuacji, gdy imię, zdjęcie profilowe lub stosowana forma fleksyjna czasownika (w przypadku języka polskiego) jednoznacznie na to wskazywały; w przypadku wątpliwości lub braku określenia płci przez osobę recenzującą przypisywano ją do kategorii „płeć nieznana”;
- 6) W kwestii ustalenia miejsca zamieszkania wystawiającego opinię: przyjmowano tę lokalizację geograficzną, którą wskazywał recenzujący w swoim profilu (bez względu na język, w jakim została ta recenzja napisana); jeżeli recenzent nie podał takiej informacji, to ujmowano go w kategorii „nieznane miejsce zamieszkania”; w przypadku opinii napisanych w języku polskim i przy jednoczesnym braku danych o miejscu zamieszkania recenzenta, przypisywano go do kategorii „Polska ogólnie” oznaczającej brak szczegółowego przypisania terytorialnego; zabieg ten umożliwił odróżnienie turystów zagranicznych od krajowych.

Opierając się na powyższych założeniach w pierwszym etapie do analizy wytypowano 25 obiektów. Jednakże w przypadku Muzeum Odry FOMT, ze względu na brak jakichkolwiek opinii, zdecydowano się nie uwzględniać go w dalszych badaniach. Także główna siedziba Muzeum Miejskiego we Wrocławiu, pomimo zamieszczenia jej na stronach badanego portalu, nie została wzięta do dalszej analizy (wyjaśnienia w przypisie 6). Badania szczegółowe objęły 22 obiekty, dla których pozyskano łącznie 4178 opinii (por. tab. 2).

Jako miernik popularności muzeów w analizowanym agregatorze opinii przyjęto liczbę zamieszczonych recenzji na temat każdego z nich, a jako ocenę jego atrakcyjności przyjęto tzw. ranking gwiazdkowy serwisu Tripadvisor. Ocena w tym rankingu jest średnią ważoną ocen cząstkowych przyznanych przez poszczególnych recenzentów (pl.tripadvisor.com/TripadvisorInsights/w810; dostęp. 22.07.2020). Pomimo ciekawego i złożonego algorytmu zrezygnowano z uwzględniania rankingu popularności muzeów wrocławskich serwisu Tripadvisor, a to ze względu na kilka czynników:

- 1) W rankingu wrocławskich muzeów uwzględniono jeden obiekt, który nie znajduje się na terenie Wrocławia;

- 2) Uwzględnione są w nim za to galerie zajmujące się sprzedażą wystawianych tam przedmiotów (niekoniecznie tylko dzieł sztuki);
- 3) Niektóre muzea pojawiają się w nim kilkakrotnie (na różnych pozycjach), a to ze względu na przedstawiony powyżej problem z nazewnictwem i błędną lokalizacją;
- 4) Ranking nie uwzględnia Muzeum Sztuki Cmentarnej, ujętego jednakże dwukrotnie w zupełnie innych kategoriach.

5. Popularność i atrakcyjność wrocławskich muzeów

Średnia liczba opinii przypadająca na 1 wrocławski obiekt muzealny to 190. Pod względem liczby recenzji najbardziej popularnym – najczęściej recenzowanym – muzeum we Wrocławiu jest Panorama Raclawicka. Prawie 2 tysiące opinii stanowi aż połowę wszystkich recenzji wystawionych 22 obiektom tego typu (tab. 2). Ten obiekt, stworzony po to, aby umożliwić zapoznanie się z wyjątkowym dziełem, prezentującym tylko mały wycinek polskiej historii sprzed ponad 200 lat, jest nawet bardziej popularny wśród turystów zagranicznych niż wśród krajowych (różnica 10 pkt. procentowych).

Następny w kolejności popularności obiekt to Hydropolis, posiadający aż o ponad 1300 opinii mniej. Ta ogromna przewaga Panoramy Raclawickiej spowodowała, że w celu poprawienia czytelności wykresu popularności i atrakcyjności wrocławskich muzeów autorzy zdecydowali się na nieuwzględnienie tego obiektu na tym jednym wykresie wspólnym (ryc. 1).

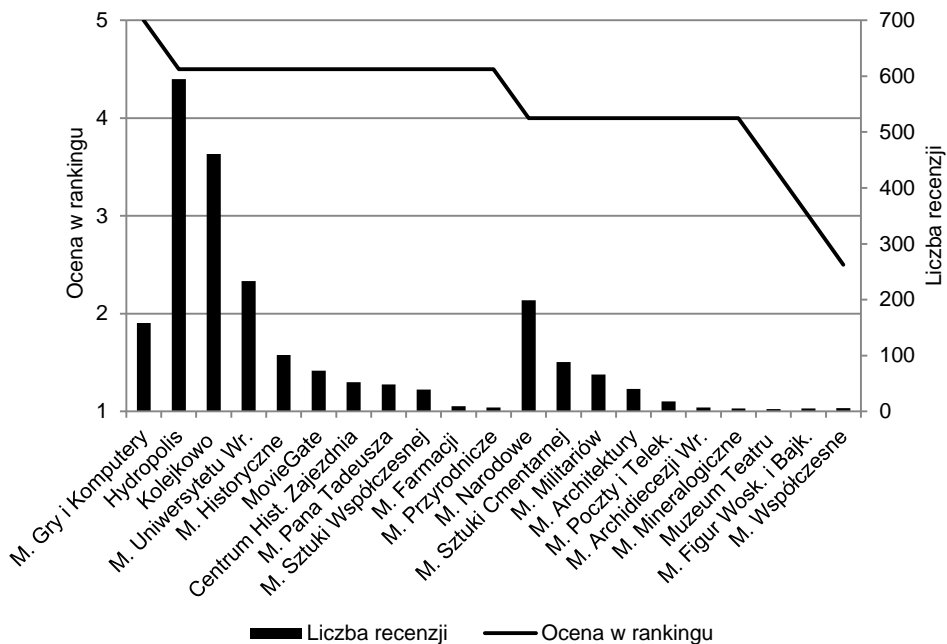
Siedem obiektów posiada poniżej 10 opinii. Są to zarówno obiekty o bardzo długiej historii funkcjonowania (najstarsze z nich to: Muzeum Mineralogiczne założone w 1812 r. oraz, utworzone dwa lata później, Muzeum Przyrodnicze – wtedy jeszcze pod nazwą Muzeum Zoologicznego), jak i powstałe przed trzema laty Muzeum Figur Woskowych i Bajkowych oraz Muzeum Teatru im. Henryka Tomaszewskiego. Podobna sytuacja dotyczy obiektów najchętniej opiniowanych, gdzie obok dzisiejszego Muzeum Uniwersyteckiego (utworzonego jako Królewskiego Muzeum Sztuki i Starożytności – Königlisches Museum für Kunst und Altertümer w 1810 r.), czy Muzeum Narodowego (powstałego w 1947 r.), mamy obiekty powstałe zaledwie od 3 do 5 lat temu, np. Hydropolis, Muzeum Gry i Komputery Minionej Ery oraz MovieGate (muzmin.ing.uni.wroc.pl; muzeum-przyrodnicze.uni.wroc.pl; mnwr.pl; wroclaw.pl/portal/muzeum-teatru-im-henryka-tomaszewskiego-we-wroclawiu; muzeum.uni.wroc.pl; hydropolis.pl; moviegate.pl; dostęp: 27.07.2020). Na tej podstawie można wnioskować, że popularność wśród recenzentów serwisu Tripadvisor nie ma ścisłego związku z czasem funkcjonowania danego obiektu.

Tab. 2. Liczba recenzji i rozkład ocen muzeów wrocławskim w serwisie Tripadvisor.

L.p.	Nazwa muzeum	Liczba recenzji	Rozkład ocen					Ocena w rankingu
			Dosko- nałe	Bardzo dobre	Średnie	Złe	Okrop- ne	
1	Panorama Racławicka	1964	1339	430	139	44	13	4,5
2	Hydropolis	595	321	176	68	17	13	4,5
3	Kolejkowo	461	350	86	20	4	2	4,5
4	M. Uniwersytetu Wroc.	233	153	60	18	2	0	4,5
5	M. Narodowe	199	86	72	34	4	4	4,0
6	M. Gry i Komputery	158	138	17	2	1	0	5,0
7	M. Historyczne	101	52	39	9	1	0	4,5
8	M. Sztuki Cmentamej	88	44	32	5	4	3	4,0
9	MovieGate	73	44	19	8	2	0	4,5
10	M. Militariów	66	27	26	11	1	1	4,0
11	Centrum Hist. Zajezdnia	52	40	10	1	0	1	4,5
12	M. Pana Tadeusza	48	31	9	7	1	0	4,5
13	M. Architektury	40	17	14	7	2	0	4,0
14	M. Sztuki Współczesnej	39	30	7	2	0	0	4,5
15	M. Poczty i Telekom.	18	6	9	2	1	0	4,0
16	M. Farmacji	9	4	5	0	0	0	4,5
17	M. Archidiecezji Wroc.	7	2	4	1	0	0	4,0
18	M. Przyrodnicze	7	6	0	1	0	0	4,5
19	M. Współczesne	6	0	2	1	2	1	2,5
20	M. Figur Wosk. i Bajk.	5	0	1	3	0	1	3,0
21	M. Mineralogiczne	5	2	1	2	0	0	4,0
22	M. Teatru	4	1	1	1	0	1	3,5
	Razem	4178	2693	1020	342	86	40	3,98*

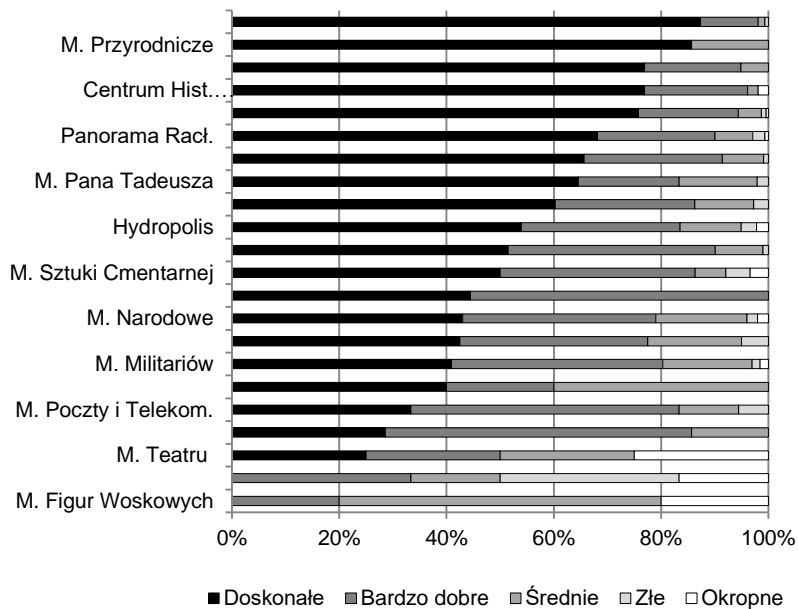
* – ocena uśredniona Źródło: opracowanie własne na podstawie danych pozyskanych z Tripadvisor.com (dostęp: 23.07.2020).

Ogólna atrakcyjność oferty wrocławskich muzeów oceniana jest wysoko. Aż 2/3 stanowią recenzje pełne zachwytu, a tylko 3% ocen są to oceny negatywne. Szczególnym przypadkiem jest Muzeum Gry i Komputery Minionej Ery, które jako jedyne, głosami 158 osób, uzyskało ocenę najwyższą zarówno w rankingu gwiazdkowym (ocena 5,0), jak i rankingu popularności (pierwsza pozycja wśród wszystkich muzeów wrocławskich – https://pl.tripadvisor.com/Attractions-g274812-Activities-c49-Wroclaw_Lower_Silesia_Province_Southern_Poland.html; dostęp: 23.07.2020). Przyczyny tej wysokiej atrakcyjności dość mało znanego obiektu stały się przedmiotem szczegółowych badań, prezentowanych w następnym rozdziale niniejszej monografii.



Ryc. 1. Popularność i atrakcyjność muzeów wrocławskich w świetle opinii prezentowanych w serwisie Tripadvisor.

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych pozyskanych z Tripadvisor.com (dostęp: 23.07.2020).



Ryc. 2. Rozkład ocen w rankingu gwiazdkowym serwisu Tripadvisor.

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych pozyskanych z Tripadvisor.com (dostęp: 23.07.2020).

Recenzjom zamieszczanym na portalu Tripadvisor towarzyszą zdjęcia wykonane przez użytkowników serwisu, a podnoszące jeszcze wiarygodność prezentowanych tam opinii. Do dnia 23 lipca 2020 roku zostało zamieszczonych 3525 zdjęć, co średnio daje 0,8 zdjęcia na 1 recenzję. Fotografie najczęściej przedstawiają sam obiekt (lub jego część), eksponaty muzealne lub dokumentują wydarzenia odbywające się w badanych muzeach. Recenzenci zafascynowali się szczególnie Muzeum Mineralogicznym i M. Przyrodniczym, w których na 1 recenzję przypada 4 i więcej dodanych zdjęć. Wysoką średnią charakteryzują się także Muzeum Poczty i Telekomunikacji (3,6) oraz MovieGate – Muzeum Światowego Kina (2,1). Co ciekawe jedną z najniższych średnich (0,4 zdjęcia na 1 recenzję) ma najczęściej opiniowany obiekt – Panorama Racławicka.

6. Charakterystyka recenzentów

Recenzenci opiniujący muzea wrocławskie, pomimo wielu możliwości tworzonych przez serwis Tripadvisor, ujawniają niewiele informacji o sobie. Najczęściej jest to imię lub jego zmodyfikowana wersja, miejsce zamieszkania (rezydencji), informacja o osobach współuczestniczących w zwiedzaniu i o czasie zwiedzania.

Analiza imion oraz form fleksyjnych czasowników (używanych w recenzjach formułowanych w języku polskim) pozwoliła na określenie ich płci. Nie udało się to jednak w 24% recenzji. Analiza pozostałej grupy opiniujących wykazała, że mężczyźni (54%) nieco częściej decydują się podzielić wrażeniami z pobytu w muzeum niż kobiety (46%).

Opinie formułowane są najczęściej w języku polskim (47%). Pozostałe recenzje napisane zostały łącznie w 20 językach obcych, spośród których najbardziej popularny okazał się język angielski (53,5% recenzentów spośród ogółu formułujących w językach inny niż polski).

Podczas tworzenia bazy autorzy zauważyli, że częstym przypadkiem jest wskazywanie miejsca rezydencji innego niż język kraju, w którym przedstawione zostały wrażenia z odwiedzin w muzeum. Porównując odsetek osób (liczony z ogółu wszystkich recenzji), które zadeklarowały pochodzenie z krajów anglojęzycznych (13,9%) z odsetkiem recenzji sformułowanych w tym języku (28,5%) zauważyć można ponad dwukrotną różnicę. Wynikać to może z faktu dużej popularności języka angielskiego, za pomocą którego opiniujący pragnęli dotrzeć do większej grupy odbiorców. Jednocześnie należy zauważyć, że obecnie serwis Tripadvisor umożliwia włączenie automatycznego tłumaczenia recenzji za pomocą funkcji oferowanej przez Google.

Pozostałe popularne języki są z grupy romańskiej: włoski (11,5%), hiszpański (5,3%), francuski (4,6%), ale także dość często dzielono się opiniami w językach: niemieckim (7,9%) i rosyjskim (7,3%).

Recenzentom na ogół towarzyszą w zwiedzaniu wrocławskich muzeów inne osoby. Tylko w przypadku 13% recenzji nie określono rodzaju typu towarzysza podróży. Najchętniej muzea odwiedzane są przez pary (36,4%) i rodziny (30,2%). Co piąty opiniujący poznawał zasoby muzealne z większą grupą znajomych. Najrzadziej wybierano opcję: zwiedziłam/em samotnie (10,1%) lub przy okazji załatwiania spraw służbowych (2,5%). Niestety, zdaniem autorów brakuje w serwisie możliwości zaznaczenia opcji zwiedzania grupowego podczas zorganizowanej formy wyjazdu, jak również wskazania, czy towarzyszył odwiedzającym muzealny przewodnik.

Co trzecia osoba wystawiając recenzje odwiedziła dane muzeum w okresie letnim (czerwiec-sierpień), a co czwarty w okresie jesieni (wrzesień-październik). W porze zimowej i wiosennej muzea zwiedzane są nieco rzadziej: odpowiednio 22,1% i 21,4 % odwiedzin.

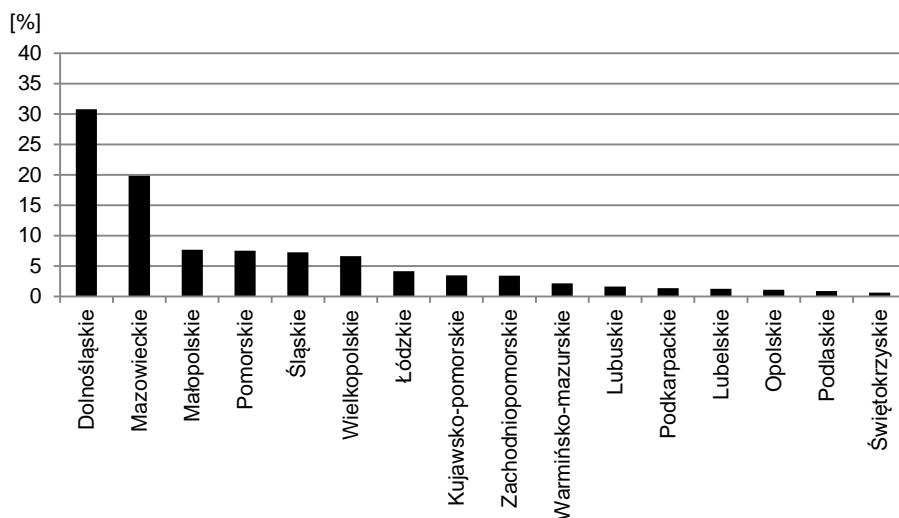
Ważnym pytaniem, jakie postawili sobie autorzy niniejszej pracy jest: Skąd pochodzą osoby promujące na stronach serwisu Tripadvisor wrocławskie muzea? Podanie informacji o miejscu zamieszkania nie jest obowiązkowe. Jednakże tylko co 20 (5,6%) opiniujący nie zdecydował się ujawnić takich danych. Wśród pozostałych recenzentów nieco ponad połowę (53,4%) stanowią krajowi – Polacy. Zdumiewająca może być liczba 63 krajów, deklarowanych jako miejsca zamieszkania pozostałych osób. Co czwarty turysta zagraniczny mieszka w jednym z krajów europejskich, szczególnie często wskazywano miejscowości brytyjskie (co czwarta recenzja „europejska”). Próg 10% przekraczają opisy autorstwa osób mieszkających we Włoszech (17,0%) i Niemczech (10,3%). Na drugim biegunie znajdują się opinie pisane przez osoby z Afryki (3 recenzje – 0,1 % ogółu zagranicznych) (tab. 3).

Wśród Polaków opiniami na temat wrocławskich muzeów najchętniej dzielą się w serwisie Tripadvisor mieszkańcy województwa dolnośląskiego (30,8%). Najliczniejszą grupę wśród dolnośląskich recenzentów stanowią sami mieszkańcy stolicy regionu (82,2% ogółu). Wrocławianie na tle wszystkich turystów krajowych odwiedzających muzea w stolicy Dolnego Śląska, którzy zdecydowali się podać miejsce swojego zamieszkania, stanowią 25,3%, a na tle turystów krajowych i zagranicznych łącznie – 10,6%.

Tab. 3. Kraje rezydencji recenzentów muzeów wrocławskich w serwisie Tripadvisor.

L.p.	Nazwa muzeum	Wlk. Bryt.	Irlandia	USA	Kanada	Brazylia	Norwegia	Szwecja	Hiszpania	Portugalia	Malta	Grecja	Niemcy	Szwajcaria	Austria	Japonia	Włochy	Izrael	Ukraina	Dania	Czechy	Rosja	Francja	Belgia	Niderlandy	Australia i Nowa Zelandia	Kraje Afryki	Kraje Ameryki Śr. i Płd.	Pozostałe kraje Europy	Pozostałe kraje Azji
1	C. Hist. Zajeżdźnia	6	0	2	1	0	0	1	0	0	0	0	2	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0
2	Hydropolis	31	1	6	1	0	2	6	3	1	1	3	7	3	2	0	21	5	8	2	5	1	6	3	2	2	0	0	7	0
3	Kolejkowo	20	2	5	1	0	0	1	0	1	1	2	5	3	0	3	6	3	16	1	4	11	2	2	4	2	1	1	7	3
4	MovieGate	6	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
5	M. Archidiecezji Wr.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0
6	M. Architektury	3	0	1	0	0	1	0	1	1	0	0	1	1	1	2	0	0	0	0	0	1	3	0	0	1	0	0	0	0
7	M. Farmacji	1	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
8	M. Figur Wosk.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
9	M. Gry i Komputery	12	1	2	1	0	1	2	0	1	0	1	2	0	0	0	4	2	2	0	1	1	0	0	0	1	0	0	1	0
10	M. Historyczne	15	2	5	0	1	0	3	0	1	0	0	8	1	1	2	9	1	1	1	3	6	3	1	1	2	1	1	2	1
11	M. Militariów	18	1	1	0	0	1	2	2	0	0	0	2	0	0	1	4	0	0	0	0	3	2	1	1	2	0	0	0	1
12	M. Mineralogiczne	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
13	M. Narodowe	28	1	8	1	0	1	2	4	2	0	1	12	2	1	3	19	1	5	0	3	5	7	1	4	0	0	1	5	3
14	M. Pana Tadeusza	5	1	2	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
15	M. Poczty i Telekom.	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0
16	M. Przyrodnicze	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
17	M. Sztuki Cment.	11	1	4	1	0	0	1	3	0	0	0	15	1	0	1	4	1	2	1	2	1	1	1	2	0	0	0	2	0
18	M. Sztuki Współcz.	4	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	1	3	2	2	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0
19	M. Teatru	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
20	M. Uniwersytetu Wr.	21	1	9	0	1	1	3	14	3	1	2	24	2	4	8	25	5	6	2	1	6	7	4	6	1	0	3	5	1
21	M. Współczesne	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
22	Panorama Racł.	219	31	76	15	14	15	17	73	6	7	7	76	9	9	12	162	15	9	12	13	13	72	13	35	27	1	14	27	18
	Razem	405	42	123	21	16	22	39	102	17	10	16	158	23	18	36	261	37	52	19	35	55	102	28	56	37	3	21	57	27

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych pozyskanych z Tripadvisor.com (dostęp: 23.07.2020).

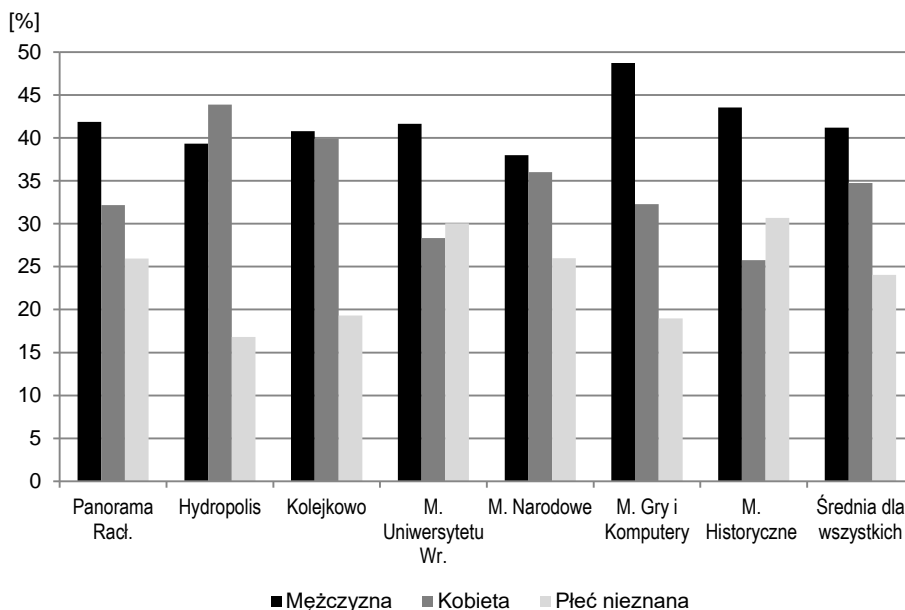


Ryc. 3. Województwo rezydencji recenzentów wrocławskich muzeów w serwisie Tripadvisor.
 Źródło: opracowanie własne na podstawie danych pozyskanych z Tripadvisor.com (dostęp: 23.07.2020).

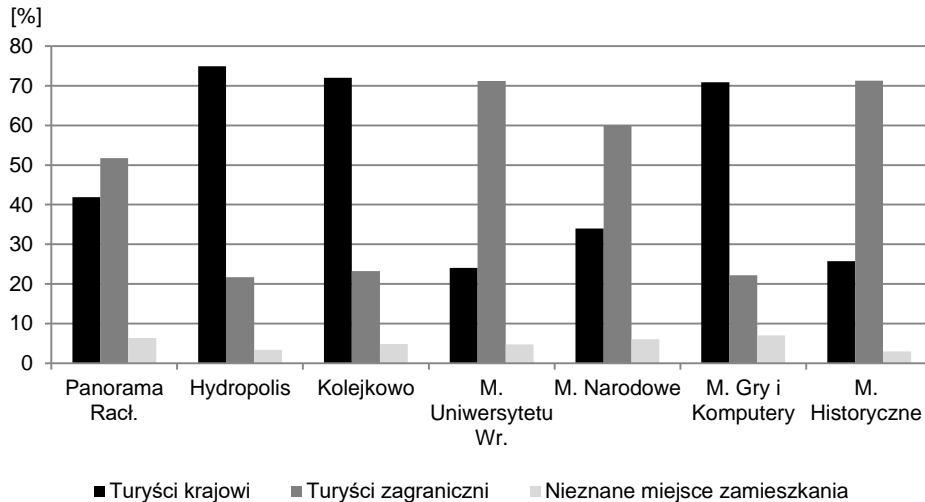
Mieszkańcy stolicy Dolnego Śląska oprócz wizyt w Panoramic Raclawickiej, najchętniej dzielą się wrażeniami z pobytu w obiektach poświęconych kulturze popularnej, które, oprócz wartości poznawczych, stwarzają wiele możliwości zabawy i rozrywki, szczególnie dla młodszej generacji wrocławian (Hydropolis, Kolejkowo, Muzeum Gry i Komputery Minionej Ery). Wrocławskie muzea cieszą się także dużą popularnością wśród recenzentów deklarujących zamieszkanie w województwie mazowieckim: co piąty recenzent pochodzi właśnie z tego regionu (ryc. 3). Powyższe informacje mogą być istotne w procesie podejmowania decyzji dotyczących przygotowywania wystaw oraz ich promocji.

7. Wybrane muzea we Wrocławiu – analiza szczegółowa

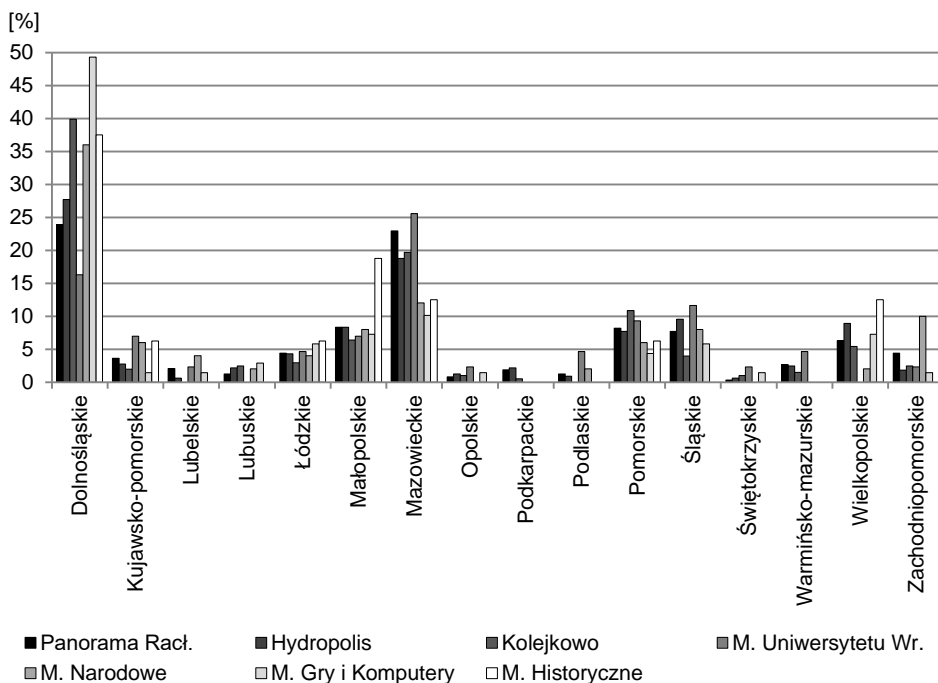
Ze względu na fakt dużego zakresu zmienności wartości dotyczących liczby recenzji poszczególnych muzeów w serwisie Tripadvisor (od 5 do 1964) oraz często niskich ich wartości autorzy zdecydowali się przedstawić wyniki badań szczegółowych tylko dla obiektów, które w omawianym agregatorze opinii posiadają ich co najmniej 100. Ten próg przekroczyło zaledwie 7 z 22 obiektów badanych ogółem. Szczegółowe wyniki badań prezentują ryciny 4-9, a w krótkich prezentacjach obiektów skupiono się głównie na kwestiach wyróżniających dane muzeum na tle pozostałych. W poniższym omówieniu nie uwzględniono Muzeum Gry i Komputery Minionej Ery, a to ze względu na poświęcenie mu oddzielnego rozdziału niniejszej monografii.



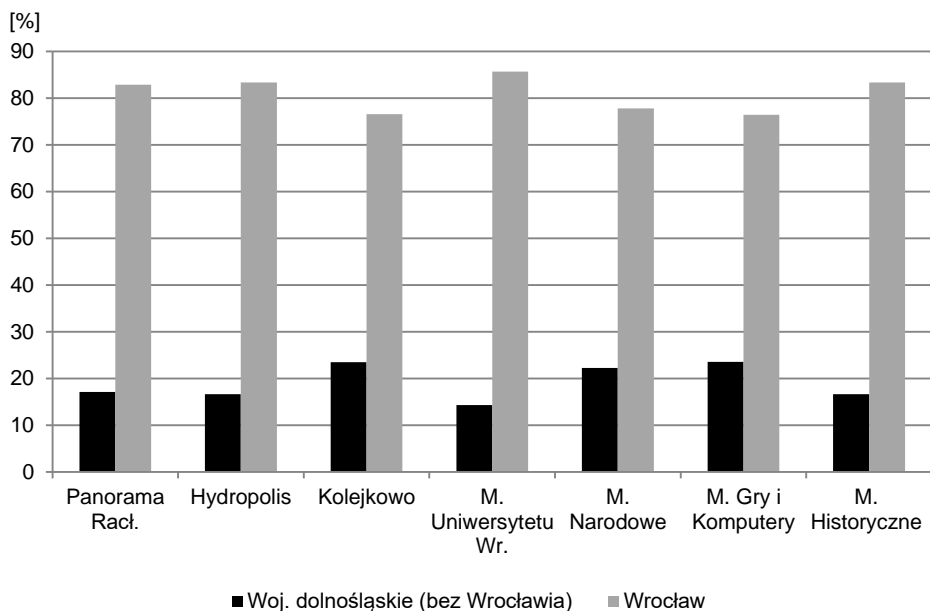
Ryc. 4. Recenzenci wybranych muzeów według płci. Źródło: opracowanie własne na podstawie danych pozyskanych z Tripadvisor.com (dostęp: 23.07.2020).



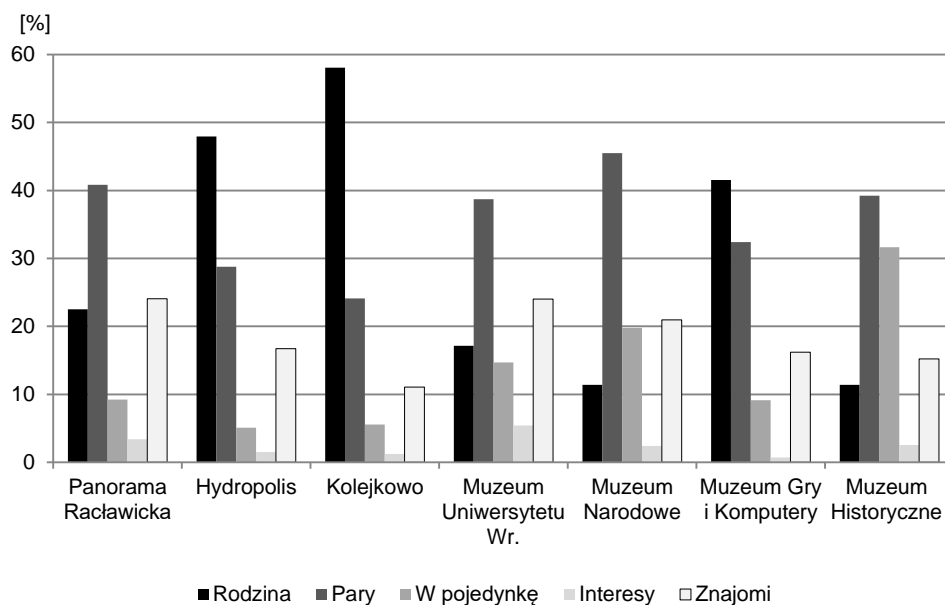
Ryc. 5. Recenzenci wybranych muzeów według miejsca rezydencji. Źródło: opracowanie własne na podstawie danych pozyskanych z Tripadvisor.com (dostęp: 23.07.2020).



Ryc. 6. Recenzenci wybranych muzeów z Polski w układzie województw. Źródło: opracowanie własne na podstawie danych pozyskanych z Tripadvisor.com (dostęp: 23.07.2020).

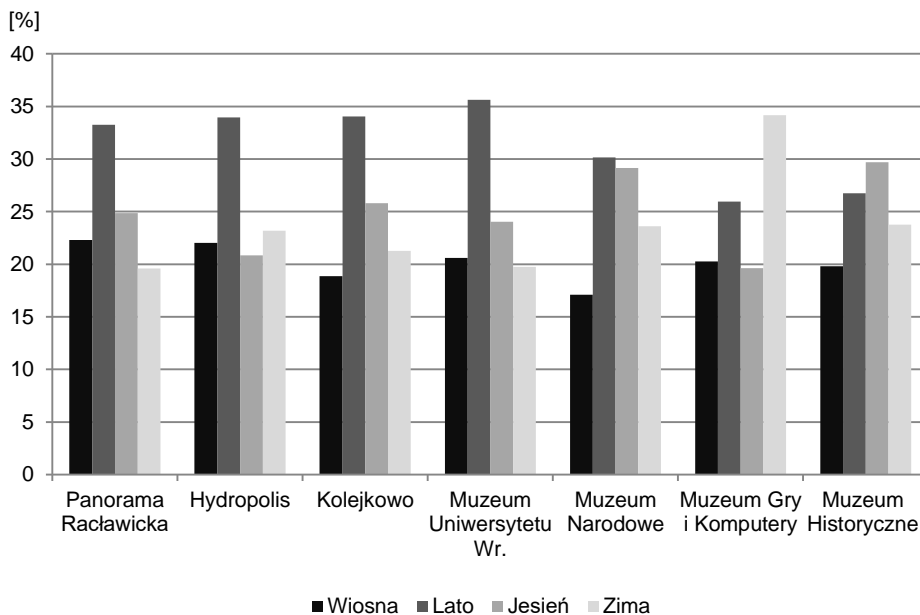


Ryc. 7. Wrocławscy recenzenci wybranych muzeów na tle pozostałych mieszkańców województwa dolnośląskiego. Źródło: opracowanie własne na podstawie danych pozyskanych z Tripadvisor.com (dostęp: 23.07.2020).



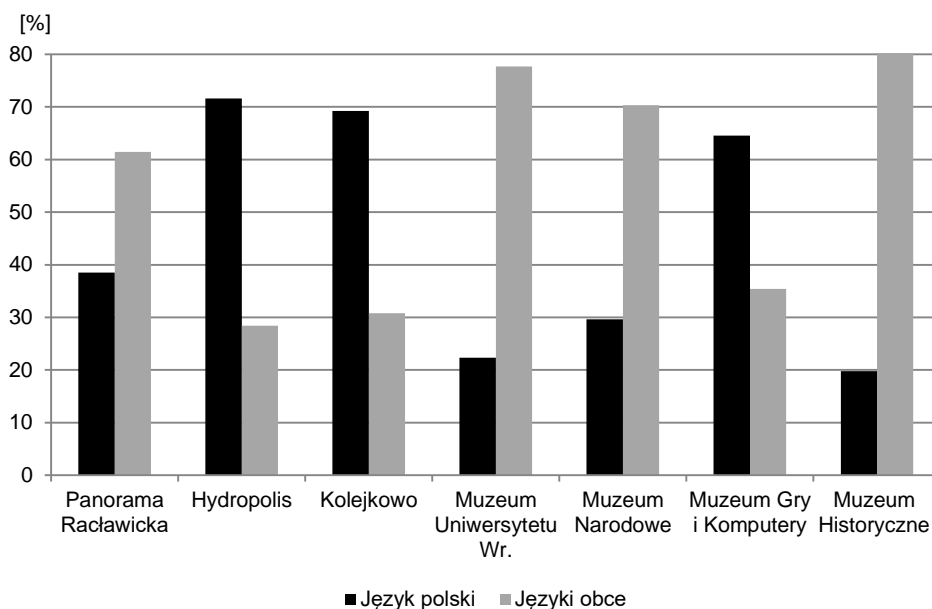
Ryc. 8. Osoby towarzyszące recenzentom wybranych muzeów podczas zwiedzania.

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych pozyskanych z Tripadvisor.com (dostęp: 23.07.2020).



Ryc. 9. Preferowane przez recenzentów pory roku zwiedzania wybranych muzeów.

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych pozyskanych z Tripadvisor.com (dostęp: 23.07.2020).



Ryc. 10. Preferowane przez recenzentów języki opisu wybranych muzeów. Źródło: opracowanie własne na podstawie danych pozyskanych z Tripadvisor.com (dostęp: 23.07.2020).

7.1. Panorama Raclawicka

Panorama Raclawicka to nr 1 wrocławskich muzeów pod względem liczby recenzji (1964). Aż 90% odwiedzających wystawiło opinie pozytywne w serwisie Tripadvisor. Trudno tylko dociec, dlaczego tak stosunkowo niewiele towarzyszy im zdjęć (średnio tylko 0,4 zdjęcia przypada na 1 recenzję).

Opiniujący docenili przede wszystkim wybitność, wyjątkowość i rozmach arcydzieła, jak również dostępność audioprzewodników w wielu językach obcych. Często podkreślano fakt, że wystawa główna przerosła znacznie ich oczekiwania. Możliwość zwiedzenia pozostałych oddziałów Muzeum Narodowego, w ramach tego samego biletu do Panoramy, została także dostrzeżona przez wielu recenzujących. Głosy negatywne (2,9%) dotyczą na ogół problemów natury informacyjno-organizacyjnej (aktualizacji informacji praktycznych na stronie internetowej obiektu, braku informacji o niedostępności biletów na dany dzień), jak również zbyt dużej liczby osób oglądających jednocześnie dzieło.

Nieco tylko częściej opisują to muzeum mężczyźni, niż kobiety (różnica 10 punktów procentowych), którzy najchętniej wspólnie (40,1% odwiedzających to pary) przyjeżdżają je zwiedzać, najczęściej w okresie letnim (33,3%). Panorama Raclawicka jest popularna zarówno wśród turystów krajowych (41,9%) jak i zagranicznych (51,8%). Taka równowaga jest rzadkością wśród analizowanych w tym rozdziale obiektów. Imponująca jest liczba krajów, w jakich mieszkają recenzenci: 57 (łącznie z Polską). Ponad ¾ wszystkich opiniujących podało swoje miejsce zamieszkania. Jest to najwyższa wartość w porównaniu do pozostałych badanych obiektów.

Panorama Raclawicka jest szczególnie chętnie prezentowana przez recenzentów pochodzących z województwa dolnośląskiego i mazowieckiego, którzy stanowią prawie połowę wszystkich recenzentów krajowych. Stosunek odwiedzających Panoramę Wrocławian do turystów krajowych wynosi w przybliżeniu 1:5. Obok Polaków najchętniej opisują to muzeum mieszkańcy Wielkiej Brytanii (21,5%) i Włoch (15,9%). Co trzynasty recenzent przyjechał z Hiszpanii, Francji lub, co ciekawe, Stanów Zjednoczonych. Żaden inny badany obiekt nie może poszczycić się tak wysokim odsetkiem opisujących go Amerykanów.

7.2. Hydropolis

Hydropolis – Centrum Wiedzy o Wodzie jako obiekt nie odpowiada klasycznemu rozumieniu pojęcia muzeum. Znajdziemy w nim bowiem niewiele artefaktów historycznych, dominują nowoczesne, multimedialne i sensoryczne instalacje oraz technologie umożliwiające pogłębienie wiedzy na temat wody w różnych jej ujęciach. Jego wielkim walorem jest zlokalizowanie w zabytkowym, wspaniale odrestaurowanym, dziewiętnastowiecznym, neogotyckim podziemnym zbiorniku wody czystej, położonym na terenie działającego ciągle Miejskiego Przedsiębiorstwa Wodociągów i Kanalizacji „Na Grobli”. Ta nowoczesność i możliwość interakcji wpłynęła m.in. na wysoką końcową ocenę tego obiektu (4,5 przy prawie 500 recenzjach). Jest to jednakże obiekt opisywany głównie przez recenzentów zamieszkałych w Polsce (77,6%). Być może to brak jedynych, niepowtarzalnych eksponatów o wyjątkowej wartości przyczynia się do stosunkowo małego (w porównaniu z innymi badanymi obiektami) zainteresowania ze strony opiniujących zagranicznych. Jest to także jedyne muzeum spośród analizowanych w tym rozdziale, które uzyskało aż 5% ocen negatywnych. Oprócz braku lepszego wyeksponowania i dostępności historycznych artefaktów recenzenci krytycznie ocenili brak aktualizacji informacji, złą relację jakości wystaw do ceny biletów, zbyt małą liczbę atrakcji dla młodszych odwiedzających, których przytłacza ilość informacji i/lub konieczność ich odczytywania. Ten ostatni aspekt zaważył często także na negatywnej ocenie wśród samych dorosłych: „Cała wizyta polega na staniu przed ekranami i przewijaniu sobie informacji”, „miejsce, w którym można poczytać na telewizorach ciekawostki z Wikipedii”, „jest to po prostu internet przez rzutniki na ścianach”.

Połowa recenzentów (47,9%) przybyła poznawać wystawy w Hydropolis wraz ze swoją rodziną i co trzeci opiniujący robi to latem (33,9%). Hydropolis to jedyny obiekt wśród badanych, który chętniej opisują kobiety niż mężczyźni, choć przewaga ta jest bardzo nieznaczna (52,7% do 47,3%). Co piąty recenzent z Polski jest mieszkańcem Wrocławia. Wśród turystów zagranicznych (pochodzących łącznie z 28 krajów i piszących recenzje w 13 językach) obok Brytyjczyków (24,0%) i Włochów (16,3%), wyróżniają się także opiniujący ze Szwecji (4,7%).

7.3. Kolejkowo – Cudowny Świat w Miniaturze

Zdaniem autorów opracowania Kolejkowo wyróżnia się na tle pozostałych badanych obiektów niższymi wartościami poznawczymi i edukacyjnymi, a za to najwyższymi rozrywkowymi. Te ostatnie docenili recenzenci, którzy to tu najchętniej przybywają ze swoimi rodzinami (58,1%). Zachwyca ich możliwość co najmniej ponadgodzinnego zagospodarowania czasu swoich dzieci, który jest pochodną dużego rozmiaru oraz uszczegółowienia makiety kolejowej, tak często pełnej zabawnych dla starszych i młodszych scenek rodzajowych. Te walory przyczyniają się do, równie wysokiej co Hydropolis, popularności tego obiektu (461 recenzji przy średniej ocenie 4,5). Na wady obiektu w opinii recenzujących złożyły się głównie zatłoczenie i wysokie ceny biletów, ale także pojawiły się głosy o niewystarczającym dopracowaniu elementów związanych *stricte* z kolejnictwem w zakresie liczby modeli oraz skali i wierności ich odtworzenia.

Podobnie jak Hydropolis recenzują go głównie osoby zamieszkujące w Polsce (75,6%), a co trzeci z nich to Wrocławianin. Wśród recenzentów zagranicznych najchętniej odwiedzają ten obiekt Brytyjczycy (18,7%). Jednakże żadne inne muzeum nie cieszy się taką popularnością wśród recenzentów z Ukrainy (15,0%) i Rosji (10,3%), jak właśnie Hydropolis.

7.4. Muzeum Uniwersytetu Wrocławskiego

Muzeum Uniwersytetu Wrocławskiego to czwarte wrocławskie muzeum pod względem, mierzonej liczbą recenzji, popularności w serwisie Tripadvisor. Jego wysoka atrakcyjność (ocena 4,5) jest odzwierciedleniem 91,4% ocen pozytywnych. Recenzenci zachwycają się monumentalnością i historią gmachu, pięknem zabytkowych wnętrz, szczególnie barokowej Auli Leopoldina, jak również możliwością podziwiania widoków z Wieży Matematycznej. Doceniają także bardzo dobrą relację ceny biletu do jakości wystaw oraz pomocny personel. Nieliczne głosy krytyczne pochodzą głównie z okresu remontu Leopoldinum i braku możliwości dokładnego zapoznania się z prezentowanymi tam dekoracjami i elementami wystroju.

Średnio jednej recenzji tego obiektu towarzyszy jedna fotografia zamieszczona przez użytkownika portalu, który częściej okazuje się mężczyzną niż kobietą (stosunek płci 3:2). Muzeum to jest szczególnie popularne wśród opiniujących zagranicznych (pochodzących z 32 krajów), którzy są autorami aż $\frac{3}{4}$ wszystkich recenzji. Najczęściej swoimi wrażeniami z pobytu w Gmachu Głównym U.Wr. dzielą się mieszkańcy Włoch (15,1%), Niemiec (14,5%), Wielkiej Brytanii (12,7%) i Hiszpanii (8,4%). Zauważalny jest także wysoki w porównaniu do pozostałych obiektów odsetek recenzji pisanych przez Japończyków (4,8%). Ogółem jednak $\frac{1}{3}$ wszystkich recenzji napisana została w języku angielskim. Opiniujący z województwa mazowieckiego (25,6%) są najsilniejszą grupą wśród Polaków popularyzujących walory Mu-

zeum. Co ciekawe tylko co szósta recenzja napisana została przez mieszkańca Dolnego Śląska, co jest najniższą wartością w całej badanej grupie przypadków. Najchętniej odwiedzają to muzeum opiniujący przybywający w parach (45,5%), w porze letniej (35,6%).

7.5. Muzeum Narodowe

Muzeum to posiada aż cztery oddziały, w tym Gmach Główny, którego wystawy i zbiory są przedmiotem niniejszej analizy. Jego popularność w serwisie Tripadvisor jest zbliżona do Muzeum Uniwersytetu Wrocławskiego (199 recenzji do dnia 23 lipca 2020), jednakże średnia ocena jego atrakcyjności jest niższa (4,0). Wśród uwag krytycznych (oceny negatywne i średnie), zarówno wśród turystów krajowych jak i zagranicznych, pojawiają się liczne głosy wskazujące na niespełnienie oczekiwań względem obiektu, któremu nadano rangę narodowego. Podkreślano brak różnorodności prezentowanych eksponatów i wystaw, wśród których dominuje sztuka sakralna. W komentarzach zamieszczono często uwagi odnoszące się do uczucia dyskomfortu zwiedzających wynikającego z nadmiernej obserwacji personelu sprawującego kontrolę nad salami, który jednocześnie nie jest w stanie udzielić wyczerpujących informacji o eksponatach i ekspozycjach. Niemniej jednak recenzenci doceniają walory architektoniczno-estetyczne gmachu oraz możliwość jego nieodpłatnego zwiedzenia przy okazji wizyty w Panoramie Raclawickiej.

Turyści zagraniczni, pochodzący z 29 krajów, stanowią aż prawie 2/3 ogółu wszystkich recenzentów. Dlatego też tak wysoki jest odsetek recenzji napisanych w językach obcych (70,3%). Podobnie jak w wielu wrocławskich muzeach dominują wśród recenzentów mieszkańcy Wielkiej Brytanii (23,3%), Włoch (15,8%) i Niemiec (10,0%), stanowiąc łącznie prawie połowę wszystkich opiniujących turystów zagranicznych. Co trzeci oceniający muzeum mieszkający w Polsce pochodzi z województwa dolnośląskiego, przy czym $\frac{3}{4}$ tych Dolnoślązaków to wrocławianie. Muzeum Narodowe najczęściej odwiedzane jest przez pary (45,5%). Tylko co szósty recenzent przybywa w porze wiosennej.

7.6. Muzeum Historyczne

Ten oddział Muzeum Miejskiego, mieszczący się w Pałacu Królewskim przy ul. Kazimierza Wielkiego 35, zamyka pierwszą szóstkę najpopularniejszych w serwisie Tripadvisor muzeów wrocławskich. Jego największe zalety (wspaniałość i piękno gmachu oraz ogrodu, bogactwo oryginalnych eksponatów z różnych epok, różnorodność wystaw, ułożonych jednakże w sposób logiczny, umożliwiający zapoznanie się z historią Wrocławia oraz bezpłatne wejście) złożyły się na wysoką ocenę atrakcyjności 4,5. Nieliczne głosy krytyczne dotyczą na ogół słabego oznakowania trasy zwiedzania, konieczności zapłaty za audioprzewodnik oraz mało pomocnego personelu, nieznającego języków obcych, co ważne jest, gdyż muzeum to recenzują głównie turyści zagraniczni (73,4%). Obok mieszkańców Wielkiej Brytanii (20,8%), Włoch

(12,5%) i Niemiec (11,1%) muzeum to jest także chętnie opisywane przez recenzentów rezydujących w Rosji (8,3%) oraz w Stanach Zjednoczonych (6,9%). Wśród mieszkańców Polski najwyższy odsetek opiniujących pochodzi z województwa dolnośląskiego (37,5%) i małopolskiego (18,8%). Jednocześnie warto zauważyć, że muzeum to nie doczekało się ani jednej recenzji wśród osób identyfikujących się z żadnym z następujących województw: lubuskie, lubelskie, opolskie, podkarpackie, podlaskie, śląskie, świętokrzyskie, warmińsko-mazurskie i zachodniopomorskie. Recenzenci najchętniej odwiedzają je jesienią (29,7%) i latem (26,7%), przybывая z ukochaną osobą (39,2%), ale także często indywidualnie (31,6%).

8. Podsumowanie

Badane dwadzieścia dwa muzea wrocławskie w ocenie użytkowników najpopularniejszego na świecie agregatora opinii w branży turystycznej prezentują się na ogół korzystnie, zarówno pod względem ich popularności (średnia liczba recenzji – 190), jak atrakcyjności (średnia ocen – 3,98). Niestety, niektóre z funkcjonujących muzeów wrocławskich nie doczekały się nie tylko żadnej recenzji, ale także zgłoszenia przez zarządzających obiektem do oceny przez potencjalnych recenzentów-odwiedzających. Zaliczyć do nich można: Muzeum Książąt Lubomirskich, Fort Wrocław Nr 9 – Muzeum, Dolnośląskie Społeczne Muzeum Kolejnictwa przy Klubie Sympatyków Kolei we Wrocławiu, Muzeum Sztuki Mieszkańskiej, Muzeum Człowieka, Muzeum Geologiczne.

Najbardziej popularnym muzeum wrocławskim jest Panorama Raclawicka, która posiada prawie dwa tysiące ocen w serwisie Tripadvisor sformułowanych przez recenzentów z 57 krajów. Odwiedzający oceniają atrakcyjność jej wystaw wysoko (ocena 4,5 na 5), jednak tylko jeden obiekt wrocławski otrzymał ocenę 5,0. Jest nim prywatne Muzeum Gry i Komputery Minionej Ery.

Do popularnych i zdaniem użytkowników serwisu jednocześnie najbardziej atrakcyjnych muzeów wrocławskich zaliczyć można także: Muzeum Uniwersytetu Wrocławskiego, Muzeum Historyczne oraz nieco niżej ocenione Muzeum Narodowe (gmach główny). Badania atrakcyjności turystycznej muzeów wrocławskich Dudy-Seifert z 2010 roku (Duda-Seifert 2011), prowadzone z wykorzystaniem autorskiej metody bonitacji punktowej wskazują, że obiekty te już wtedy charakteryzowały się najwyższą atrakcyjnością turystyczną. Duda-Seifert do tej grupy zaliczyła także istniejące do dziś Muzeum Architektury, które jednakże w opinii recenzentów serwisu Tripadvisor prezentuje się dobrze (ocena 4,0), lecz nie „doskonale”. Nie należy ono także do często ocenianych obiektów (zaledwie 40 recenzji w momencie badań). Kolejną różnicą dotyczy Muzeum Uniwersytetu Wrocławskiego, które dziesięć lat temu zaklasyfikowane zostało przez Dudę-Seifert do kategorii mało atrakcyjnych obiektów. Jednakże od tego czasu Muzeum to powiększyło liczbę udostępnianych do zwie-

dzenia sal i liczbę eksponatów, a także przeprowadzono prace konserwatorskie i remontowe kluczowej jego atrakcji – Auli Leopoldyńskiej i w świetle badań opinii na portalu Tripadvisor prezentuje się ono jako bardzo atrakcyjne i popularne muzeum.

Do grupy najbardziej atrakcyjnych i popularnych obiektów w serwisie Tripadvisor zaliczono także obiekty powstałe w ostatnich pięciu latach: Centrum Edukacji o Wodzie – Hydropolis i Kolejkowo – Cudowny Świat w Miniaturze. Ich eksponaty mają głównie współczesne pochodzenie, a ich funkcja to częściej rozrywka i tylko pewnym stopniu edukacja. Wśród zwolenników tradycyjnego ujęcia terminu „muzeum” zaliczenie przez Tripadvisor obiektów do tej kategorii może budzić sporo zastrzeżeń. Nie umniejsza to jednakże faktu, że zajmują one czołowe miejsca na portalu w kategorii muzeum zaraz po Panoramic Raclawickiej.

Osoby zamieszczające opinie wraz z dokumentującymi je zdjęciami na temat badanych muzeów niechętnie podają bardziej szczegółowe informacje o sobie; są to głównie imię (wskazujące na płeć) i miejsce zamieszkania. Różni się to od wyników badań Kladou i Mavragani (2015), które wskazują, że choć nieczęsto, to jednak użytkownicy portalu Tripadvisor oceniający wizerunek Stambułu (do roku 2013) podawali obok narodowości i płci także wiek, zawód, a nawet przychody gospodarstwa domowego.

Recenzenci wrocławskich muzeów przybywają do Wrocławia zarówno z różnych regionów Polski, głównie z województwa dolnośląskiego i mazowieckiego. Podobna liczba recenzji pochodzi od odwiedzających zamieszkujących łącznie 63 inne kraje, w tym najczęściej są to rezydenci Wielkiej Brytanii i Włoch. Sami mieszkańcy Wrocławia stanowią 1/10 wszystkich odwiedzających.

Recenzenci odwiedzają wrocławskie muzea najchętniej latem, a towarzyszą im najczęściej rodziny lub tylko partner(ka) życiowy(a). Swoje doświadczenia, często w połączeniu ze wskazówkami i poradami praktycznymi dla przyszłych odwiedzających, formułują łącznie w 20 językach. Wśród nich dominuje język polski (46,6%) i angielski (28,5%).

W literaturze naukowej często publikowane są wyniki oceny atrakcji turystycznych z wykorzystaniem różnych agregatorów opinii (przedstawione w pierwszej części pracy). Autorzy niniejszego opracowania popierają wskazane w nich możliwości zastosowania tych wyników, jak również zgadzają się ze wskazanymi w nich ograniczeniami, do których chcieliby dodać również pewne własne spostrzeżenia.

Przygotowując bazę danych dla wrocławskich muzeów z wykorzystaniem serwisu Tripadvisor, zauważono szereg niekonsekwencji i błędnych informacji, autorzowanych przecież przez sam serwis, a dotyczących nazw własnych muzeów oraz ich lokalizacji w przestrzeni miasta. Powoduje to pewną dezorientację wśród części użytkowników portalu, co z kolei prowadzi do niepoprawnego przypisywania opinii do konkretnych obiektów (np. Muzeum Etnograficznego). Niektóre z nich widnieją dwu, a nawet trzykrotnie na stronach portalu (np. Muzeum Historyczne), a niektóre

posiadają błędne nazwy lub niezgodne z prawdziwą lokalizacją w przestrzeni miejskiej adresy (np. Muzeum Sztuki Cmentarnej). Obowiązkiem zarządzających portalem jest przecież dbałość o rzetelność informacji, bo tylko wtedy jego główne zalety: łatwość pozyskiwania opinii oraz ich wiarygodność będą w pełni odzwierciedlone. Dlatego też jakiegokolwiek badania prowadzone z wykorzystaniem tego agregatora opinii, jak również wykorzystanie rankingów tego serwisu na potrzeby zarządzania i promocji obiektów powinny być poprzedzone dokładnym przestudiowaniem treści wszystkich recenzji i przypisaniem ich do właściwych obiektów. Z tych powodów zrezygnowano z wykorzystania w niniejszej pracy rankingu popularności serwisu Tripadvisor.

Ponadto autorzy zgadzają się z postulatami Lazzerettiego (Lazzeretti i in. 2015), że uzupełnieniem, potwierdzającym wiarygodność recenzji zamieszczanych w internetowych agregatorach opinii (eWOM) powinny być okresowo prowadzone na terenie samego obiektu badania ankietowe, organizowane przez same muzea lub zlecane instytucjom badawczym. Badania takie pozwolą także na uwzględnienie opinii osób niekorzystających z agregatorów opinii, a także tych wykluczonych cyfrowo, choć, jak zaznacza Szał (2018), odsetek tych ostatnich będzie się stopniowo zmniejszał i skala problemu znacznie zmaleje.

Literatura

- Adamiak Cz., Dubownik A., 2017. Opinie online o parkach narodowych w Polsce. *Studia i Materiały CEPL w Rogowie* 19 (52/ 3), 18-25.
- Andrzejkiewicz K., Żmijewska K. (red.), 2019. *Statystyka muzeów. Muzea w 2018 roku*, Narodowy Instytut Muzealnictwa i Ochrony Zbiorów, Warszawa.
- Ateş A., Kiliç C.C., Sunar H., 2016. Analysing Online Customer Experience with Tripadvisor: the Case of Konya. *International Youth Science Forum "Litteris Et Artibus"*, 24–26 NOVEMBER 2016, Lviv, Ukraine, URL: https://www.researchgate.net/publication/320711104_Analysing_Online_Customer_Experience_with_Tripadvisor_the_Case_of_Konya (data dostępu: 2020-07-15).
- Cordato A. J., 2014. Can Tripadvisor reviews be trusted. *Travel Law Quarterly* 257–263.
- Cunningham P., Smyth B., Wu G., Greene D., 2010. Does Tripadvisor makes hotels better? University College Dublin School of Computer Science and Informatics Report. URL: https://www.researchgate.net/publication/222089362_Does_Tripadvisor_Makes_Hotels_Better (data dostępu: 2020-07-15).
- Drozdowska M., Duda-Seifert M., 2016. Turystyczne portale internetowe – wiarygodne źródło informacji? *Turyzm* 26(2), 7-14.
- Duda-Seifert M., 2011. Ocena atrakcyjności muzeów Wrocławia dla turystyki kulturowej. W: K. Widawski, (red.), *Turystyka kulturowa na Dolnym Śląsku - wybrane aspekty*. Tom 2., Uniwersytet Wrocławski, Wrocław, 171–193.
- Fernandes A.B., 2018. "But will there be visitors?" Public outreach efforts using social media and online presence at the Côa Valley Museum and Archaeological Park (Portugal), *Internet Archaeology* 47.
- Fili M., Križaj D., 2016. *Electronic Word of Mouth and Its Credibility in Tourism: The Case of Tripadvisor*. *Academica Turistica*, 9(2), 107-111.
- Filieri R., Alguezaui S., McLeay F., 2015. Why do travelers trust Tripadvisor? Antecedents of trust towards consumer-generated media and its influence on recommendation adoption and word of mouth. *Tourism Management* 51, 174–185.

- Folga-Januszewska D., 2008. Muzeum: definicja i pojęcie czym jest muzeum dzisiaj? *Muzealnictwo* 49, 200–203.
- Folga-Januszewska D., 2009. Muzea w Polsce 1989-2008. *Muzealnictwo* 50, 18–46.
- Ganzaroli A., De Noni I., van Baalen P., 2017. Vicious advice: Analyzing the impact of Tripadvisor on the quality of restaurants as part of the cultural heritage of Venice. *Tourism Management* 61, 501–510.
- Hall C. M., Ram Y., 2019. Measuring the relationship between tourism and walkability? Walk Score and English tourist attraction. *Journal of Sustainable Tourism* 27(2), 223–240.
- Jalilvand M.R., 2017. Word-of-mouth vs. mass media: their contributions to destination image formation, *Anatolia. An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 28(2), 151–162.
- Jeacle I., Carter C., 2011. In Tripadvisor we trust: Rankings, calculative regimes and abstract systems. *Accounting, Organizations and Society* 36, 293–309.
- Kladou S., Mavragani E., 2015. Assessing destination image: an online marketing approach and the case of Tripadvisor. *Journal of Destination Marketing & Management* 4 (3), 187–193.
- Kowalczyk W., 2010. Celebrować, zabawiać czy edukować? Po co społeczeństwu są dziś publiczne muzea? *Muzealnictwo* 51, 55–62.
- Lazzeretti L., Sartori A., Innocenti N., 2015. Museums and social media: the case of the Museum of Natural History of Florence. *International Review on Public and Nonprofit Marketing* 12, 267–283.
- Lee H.A., Law R., Murphy J., 2011. Helpful Reviewers in Tripadvisor, an Online Travel Community. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 28(7), 675–688.
- Łukasiewicz N., 2019a. Muzea archeologiczne w Polsce w opinii użytkowników portalu Tripadvisor. *Prace i Studia Geograficzne* 64(3), 127–144.
- Łukasiewicz N., 2019b. Muzea w Egipcie w opinii użytkowników portalu Tripadvisor. *Turystyka Kulturowa* 2, 100–116.
- Martin-Fuentes E., Mateu C., Fernandez C., 2020. The more the merrier? Number of reviews versus score on Tripadvisor and Booking.com. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration* 21(1), 1–14.
- Minkwitz A., 2018a. Możliwości wykorzystania serwisu Tripadvisor jako źródła danych na etapie ich gromadzenia w planowaniu rozwoju turystyki w skali lokalnej. *Turyzm* 28(2), 53–59.
- Minkwitz A., 2018b. Portale społecznościowe jako źródło big data dla turystyki W: Z. Młynarczyk, A. Zajadacz, (red.), *Uwarunkowania i plany rozwoju turystyki. Turystyka przyrodnicza i uwarunkowania jej rozwoju, Turystyka i Rekreacja – Studia i Prace*, 20, Bogucki Wydawnictwo Naukowe, Poznań, 83–92.
- Niezgoda A., 2017. Rola doświadczeń i relacji z podróży w kształtowaniu wizerunku miejsca. *Marketing i Zarządzanie* 1 (47), 221–228.
- Nowacki M., 2017. Atrakcje turystyczne światowych metropolii w opinii użytkowników Tripadvisora. *Studia Periegetica* 3(19), 23–41.
- Nowacki M., 2019. Charakterystyczne elementy marek polskich miast w recenzjach dostępnych online. *Turyzm* 29(1), 69–76.
- Nowacki M., Niezgoda A., 2017. Comparison of Poznań, Wrocław and Bratislava Image Attributes in the Reviews Published on Tripadvisor. *Studia Periegetica* 2(26), 63–77.
- Nowacki M., Niezgoda A., 2019. Identifying the destination image and its attributes: the case of central and eastern european cities. *Research Papers of Wrocław University of Economics* 63 (8), 118–127.
- Şengül S., Çavuş O., Taşkın E., 2018. Analysis of E-Complaints for Restaurant Enterprises in the World's 50 Best Restaurant List. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 6(1), 320–334.
- Stoleriu o.M., Brochado A., Rusu A., Lupu C., 2019. Analyses of Visitors' Experiences in a Natural World Heritage Site Based on Tripadvisor Reviews. *Visitor Studies* 22(2), 192–212.
- Szał Ł., 2018. Szlak Piastowski jako sieciowy produkt turystyczny w ocenie użytkowników mediów społecznościowych. W: Z. Młynarczyk, A. Zajadacz, (red.), *Uwarunkowania i plany rozwoju turystyki. Turystyka przyrodnicza i uwarunkowania jej rozwoju, Turystyka i Rekreacja – Studia i Prace*, 20, Bogucki Wydawnictwo Naukowe, Poznań, 93–108.
- Taecharungroj V., Mathayomchan B., 2019. Analysing Tripadvisor reviews of tourist attractions in Phuket, Thailand. *Tourism Management* 75, 550–568.
- Tereszkiewicz A., 2018. „Każde Pana słowo w komentarzu jest niczym poezja”. Odpowiedzi właścicieli hoteli na recenzje klientów publikowane na portalu Tripadvisor. *Media – Kultura – Komunikacja Społeczna* 14 (2), 11–30.

- Van der Zee E., Bertocchi D., 2018. Finding patterns in urban tourist behaviour: a social network analysis approach based on Tripadvisor reviews. *Information Technology & Tourism* 20, 153–180
- Van der Zee E., Bertocchi D., Vanneste D., 2020. Distribution of tourists within urban heritage destinations: a hot spot/cold spot analysis of Tripadvisor data as support for destination management. *Current Issues in Tourism* 23(2), 175–196.
- Vásquez C., 2011. Complaints online: The case of Tripadvisor. *Journal of Pragmatics* 43, 1707–1717.
- Victoria D. A., Blank G., Scott A.H., 2018. Tripadvisor Reviews of London Museums: A New Approach to Understanding Visitors. *Museum International* 70 (1-2), 154–165.
- Wąsowicz-Zaborek E., 2019. Treści generowane przez użytkowników Internetu jako źródło wiedzy o wizerunku miejsca docelowego podróży (na przykładzie miasta Kołobrzeg). *Folia Turistica* 53, 175 Folia Turistica, 2019 | nr 53 | 175–201.
- Yoo K-H., Gretzel U., 2016. Web 2.0: ew Rules for Tourism Marketing. *Travel and Tourism Research Association: Advancing Tourism Research Globally*, 26.
- Zajadacz A., 2017. Dyssatisfakcja w przestrzeni turystycznej. Negatywne opinie użytkowników Tripadvisor na temat głównych atrakcji turystycznych wybranych miast w Polsce. *Prace i Studia Geograficzne* 62(3), 63–88.
- Zhang H., Ji P., Wang J., Chen X., 2017. A novel decision support model for satisfactory restaurants utilizing social information: A case study of Tripadvisor.com. *Tourism Management* 59, 281–297.

Wrocław museum reviewers and their evaluation. A case study of TripAdvisor

Summary: The importance of the platforms for online reviews in the tourism sector plays an increasingly role in the image creation of tourist destinations and visitor attractions in the minds of potential tourists and residents of these destinations. The image influences the choice of the destination and attractions and, in consequence, they grow into popularity. TripAdvisor has become the most popular review platform in the tourism industry for users and researchers alike. This article studies the TripAdvisor reviews of museums in Wrocław. An attempt was made to examine the offer of museums and the reviewers themselves in light of the opinions expressed there.

Keywords: museum, Wrocław, tourism, TripAdvisor

dr Małgorzata Pstrocka-Rak
Uniwersytet Wrocławski
Instytut Geografii i Rozwoju Regionalnego
Zakład Zagospodarowania Przestrzennego
ul. Kuźnicza 49/55, 50-138 Wrocław
e-mail: malgorzata.pstrocka-rak@uwr.edu.pl

dr Grzegorz Rak
Politechnika Opolska
Katedra Turystyki i Rekreacji
Ulica Prószkowska 76, 45-758 Opole
e-mail: g.rak@po.edu.pl