

## **Koncepcja działalności Muzeum Armii Krajowej im. gen. Emila Fieldorfa „Nila” w Krakowie**

Krakowskie Muzeum Armii Krajowej im. gen. Emila Fieldorfa „Nila” dysponuje potencjałem pozwalającym mu stać się wiodącą, nie tylko w skali miasta i Małopolski, ale ogólnopolskiej – placówką przekazującą wiedzę o losach Polskiego Państwa Podziemnego i Armii Krajowej. Konieczne jest wykorzystanie oraz uwolnienie wszystkich możliwości, jakie tkwią w tej instytucji. Muzeum winno się stać miejscem spotkania naukowców, badaczy regionalnych, studentów, nauczycieli i uczniów oraz wszystkich, dla których historia jest pasją. Powinno skupiać wokół siebie wszystkie środowiska nawiązujące do tradycji Armii Krajowej. Dzisiaj, gdy jej pokolenie odchodzi, naszym obowiązkiem jest przekazywanie tej pamięci.

Muzeum jest dobrym miejscem budowania wspólnoty pamięci o fenomenie Armii Krajowej i Polskiego Państwa Podziemnego jako państwowotwórczego elementu, współtworzonego przez ludzi różnych nurtów politycznych, skupionych nie tylko na bieżącej walce z niemieckim okupantem, ale kreślących także wizję odbudowy państwa po zakończonej wojnie.

Zadaniem Muzeum jest zwiększenie liczby odwiedzających placówkę poprzez ciekawą ofertę wystawienniczą, edukacyjną i naukową. Prezentując projekty ekspozycyjne, chcemy ukazać cenny, niejednokrotnie unikalny zbiór eksponatów. Poprzez kampanie edukacyjne pragniemy dostarczać wiedzy o historii II wojny światowej. Do realizacji tych przedsięwzięć konieczny jest aktywny udział mediów społecznościowych oraz stała współpraca ze środkami masowego przekazu.

Ważnym odbiorcą naszych działań są nauczyciele, do których chcemy skierować naszą ofertę dostosowaną do wymogów podstawy programowej. Szczególnie zależy nam na różnych grupach wiekowych rozpoczynając od przedszkolaków poprzez uczniów i studentów. Deklarujemy także bliską współpracę ze szkołami oraz jednostkami wojskowymi, którym patronują bohaterowie Armii Krajowej.

Ważnym kierunkiem rozwoju będzie stworzenie wokół Muzeum Armii Krajowej produktów turystyki historycznej – szlaków turystycznych, gier edukacyjnych.

Nadchodzący czas sprzyja aktywności muzeum: 80. rocznica Akcji „Burza”, Powstania Warszawskiego, a wkrótce rozwiązania AK i zakończenia II wojny światowej,

także w optyce regionalnej Operacja „Most” oraz związane z patronem Muzeum: zamach na Kutscherę i 130. rocznica urodzin gen. Augusta Emila Fieldorfa „Nila”, będą dobrą okazją do spotkań i wypromowania Muzeum.

### **Cele strategiczne długoterminowe**

1. Wzrost w ciągu trzech lat liczby odwiedzających muzeum do poziomu sprzed ograniczeń sanitarnych.
2. Zwiększenie rozpoznawalności placówki w regionalnej, krajowej i międzynarodowej przestrzeni.
3. Zwiększenie dorobku naukowego muzeum – konferencje, wydawnictwa
4. Rozbudowa i unowocześnienie wystawy stałej.
5. Rozwój kolekcji i zbiorów – akcja pozyskiwania dokumentów, relacji i świadectw oraz zdjęć wśród rodzin żołnierzy Armii Krajowej.
6. Tworzenie narracji informacyjnych i edukacyjnych dotyczących głównych bohaterów i wiodących eksponatów – projekt „Życiorysy”.
7. Stworzenie koncepcji wirtualnego Muzeum AK wraz z promocją i funkcjonowaniem wokół niego mediów społecznościowych.
8. Pokazanie różnych aspektów funkcjonowania Polskiego Państwa Podziemnego – nie tylko podziemnego wojska Armii Krajowej – ale działalności administracyjnej, oświatowej (tajne nauczanie) wydawniczej, kulturalnej.
9. Tradycja Armii Krajowej obecna w kulturze, literaturze, sztuce, teatrze, filmie.
10. Powołanie kina historycznego.
11. Nowa strategia komunikacji społecznej poprzez publikacje własne oraz inspirowane, zwiększenie znajomości muzeum i jego oferty wśród tour operatorów polskich i zagranicznych.

### **Współpraca z instytucjami, stowarzyszeniami**

Współpraca z Muzeum Powstania Warszawskiego, Muzeum II Wojny Światowej, Muzeum Tatrzańskim, Muzeum Lotnictwa, Muzeum Dulag 121, Muzeum Sybiru, muzea regionalne, domowe. Współpraca z Archiwami Państwowymi, Instytutem Historii Uniwersytetu Jagiellońskiego, Instytutem Historii Akademii Pedagogicznej, Instytutem Pamięci Narodowej, Studium Polski Podziemnej w Londynie, uniwersytetami trzeciego

wieku, a także z organizacjami społecznymi: Światowym Związkiem Żołnierzy Armii Krajowej, Stowarzyszeniem Szare Szeregi, Fundacją Generał Elżbiety Zawackiej, Stowarzyszeniem Środowiska Borowiczan – Sybiraków, harcerzami, grupami rekonstrukcyjnymi. Współpraca z sąsiednimi województwami w tematach związanych z historią AK: Śląskie – AK na ziemiach wcielonych do Rzeszy Niemieckiej; Świętokrzyskie – oddziały partyzanckie; Podkarpacie – oddziały partyzanckie, wywiad. Współtworzenie z innymi placówkami muzealnymi wystaw, kampanii informacyjnych i akcji społecznych, np. kurierzy tatrzańscy, żołnierze „Wachlarza”, cichociemni, obsada struktur Polskiego Państwa Podziemnego, kobiety w AK.

### **Udział w ogólnopolskich przedsięwzięciach**

Potencjał placówki pozwala inicjować przedsięwzięcia naukowe i edukacyjne o charakterze ogólnopolskim, a nawet światowym.

1. Udział Muzeum w ogólnopolskich obchodach ważnych wydarzeń historycznych: 2024 – zamach na Kutscherę, akcja „Burza”, Akcja „Most”, Powstanie Warszawskie, śmierć gen. Stefana Roweckiego „Grota”, 2025 – rozwiązanie Armii Krajowej, urodziny gen. Augusta Fieldorfa „Nila”, zakończenie II wojny światowej.
2. Odtworzenie powojennych losów żołnierzy AK – Związek Sowiecki oraz emigracja od Australii po Stany Zjednoczone – stworzenie wirtualnej mapy.
3. Organizacja ogólnopolskiego konkursu dla nauczycieli na najlepszy konspekt lekcji o Armii Krajowej.
4. Międzynarodowa konferencja o fenomenie Polskiego Państwa Podziemnego na tle okupowanej przez Niemców Europy.
5. Wokół pamięci o Armii Krajowej – gen. Elżbieta Zawacka „Zo” – Archiwum Pomorskie AK i Wojskowej Służby Kobiet, gen. Maria Wittek Komisja Historii Kobiet w Walce o Niepodległość.

### **Struktura organizacyjna**

Struktura organizacyjna wymaga zmiany, aby móc skutecznie realizować przygotowany plan. Konieczne przede wszystkim wzmocnienie działów merytorycznych, zwiększenie potencjału naukowego oraz własnych możliwości wydawniczych Muzeum AK.

### **Zarządzanie zespołem Muzeum AK**

Umożliwienie pracownikom realizacji własnych planów naukowych, edukacyjnych wpisujących się w misję Muzeum AK. Udział w branżowych, muzealnych szkoleniach i warsztatach.

Zorganizowanie wokół Muzeum AK grupy wolontariuszy stworzonych ze studentów historii, uczniów szkół średnich, harcerzy i żołnierzy oraz pasjonatów historii.

### **Program promocji i kreowania wizerunku Muzeum AK**

Unowocześnienie wizerunku Muzeum AK i skierowanie przekazu do nowych grup odbiorców. Skierowanie akcji promocyjnej do: zagranicznych turystów odwiedzających Kraków, polskich turystów, nauczycieli historii, uczniów, żołnierzy, seniorów (np. akcja przyprowadź wnuczka do muzeum).

Kreowanie wizerunku powinno być oparte o informacje dotyczące ważnych postaci np.: gen. Emil Fieldorf „Nil”, gen. Elżbieta Zawacka „Zo”, Antoni Kocjan, Jan Stanisław Jankowski, Grażyna Chrostowska, Witold Pilecki, wydarzeń i eksponatów: Akcja „V-2”, Operacja „Most”, zamach na Koppego.

### **Budowanie wizerunku w mediach społecznościowych**

Media społecznościowe są w obecnej chwili najlepszym i najskuteczniejszym narzędziem dotarcia do wielu grup odbiorców, a jednocześnie najbardziej aktualnym informatorem. Konieczne jest zamieszczanie informacji w mediach społecznościowych (FB, Twitter, Instagram) poprzez stałe publikacje historyczne, narracyjne, a także wzrost aktywności (co najmniej trzy razy dziennie) i zwiększenie zasięgów. Media społecznościowe muszą być dodatkową ekspozycją Muzeum AK. Wszystkie informacje muszą być atrakcyjne graficznie, z dużą liczbą archiwalnych zdjęć i materiałów wideo. Informacje muszą układać się w ciągi tematyczne, np. sylwetki uczestników PPP i AK, historia wokół nas na mapie pamięci–przypominanie i przedstawianie miejsc związanych z działalnością AK („Śladami Armii Krajowej w Małopolsce”), ważnymi wydarzeniami i osobami z nią związanymi, a tym

samym promowanie turystyki historycznej w Krakowie i Małopolsce pod patronatem Muzeum AK. Trzeba rozpocząć komunikację z grupami miłośników historii, nauczycielami historii, uczniami szkół średnich. Do rozważenia: Powstanie kont anglojęzycznych na FB i Twitterze.

### **Koncepcja finansowania**

Finansowanie Muzeum AK oparte jest o budżet Województwa Małopolskiego przeznaczony na funkcjonowanie placówki oraz Miasta Krakowa i fundusze celowe.

### **Zakładana liczba wystaw czasowych w latach 2024–2027**

W zależności od wielkości pozyskanych środków przewiduję organizowanie co roku dwóch/trzech wystaw czasowych zgodnie z tematami podanymi wyżej.

  
**Dyrektor Muzeum AK**  
**dr Jarosław Szarek**

1870-1871

1872-1873