

DZIEDZICTWO: WYOBRAŹNIA — ZMYSŁY — NARZĘDZIA

REDAKCJA

MARCIN
POPRAWSKI

MACIEJ
MOSZYŃSKI

NAUKOWA

Wydawnictwo Nauk Społecznych i Humanistycznych
Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu

Poznańskie Centrum Dziedzictwa

DZIEDZICTWO: WYOBRAŹNIA — ZMYŚŁY — NARZĘDZIA



Poznań 2021

DZIEDZICTWO: WYOBRAŻNIA — ZMYŚLY — NARZĘDZIA

Komitet Naukowy

Wydawnictwa Nauk Społecznych i Humanistycznych UAM

Jerzy Brzeziński, Agnieszka Cybał-Michalska
Zbigniew Drozdowicz (przewodniczący), Rafał Drozdowski
Piotr Orlik, Jacek Sójka

Redakcja naukowa

Marcin Poprawski, Maciej Moszyński

Recenzja

Jan Stanisław Wojciechowski, prof. ASP w Warszawie

Redakcja i korekta

Izabela Baran

Projekt okładki i łamanie

Marcin Dzbanuszek

Wydanie I

Publikacja finansowana
z funduszy Wydziału Antropologii i Kulturoznawstwa UAM
oraz Poznańskiego Centrum Dziedzictwa

ISBN 978-83-66983-05-2

© Copyright by Wydawnictwo Nauk Społecznych i Humanistycznych
Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, 2021

ISBN 978-83-62415-65-6

© Copyright by Poznańskie Centrum Dziedzictwa, 2021

Wydawnictwo Nauk Społecznych i Humanistycznych
Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu
60-568 Poznań, ul. Szamarzewskiego 89c
www.wnsh.amu.edu.pl, wnsh@amu.edu.pl, tel. (61) 829 22 54

Poznańskie Centrum Dziedzictwa
61-123 Poznań, ul. Gdańska 2
www.pcd.poznan.pl, centrum@pcd.poznan.pl

PUBLIKACJA ELEKTRONICZNA

Spis treści

- 07 **Wprowadzenie. Zmysły, narzędzia poznawcze i wyobrażenia – wyzwania instytucji dziedzictwa**
Marcin Poprawski, Maciej Moszyński
- 13 **Dziedzictwo, czyli zaślubiny Erosa z Mnemosyne**
Krzysztof Czyżewski
- 25 **Organizacje dziedzictwa kulturowego, publiczność i ich relacje**
Marcin Poprawski
- 51 **Zmysły to nie wszystko. Ciało i przedmiot, czyli percepcja uwikłana**
Łukasz Przybylski
- 71 **Zapach – pamięć – wyobrażenia**
Marta Siembab
- 79 **Dźwięki w przestrzeni wystawienniczej a reakcje percepcyjno-poznawczo-emocjonalne**
Justyna Humięcka-Jakubowska

- 95 **„Augmentacja”,
czyli dziedzictwo rozszerzone**
Krzysztof Tkaczyk
- 103 **Muzeum, wielozmysłowość
i performatywność**
Marek Chojnacki
- 115 **Bezinteresowność,
współodkrywanie, dziedzictwo.
W stronę tożsamości dialogicznej**
Antoni Bartosz
- 127 **Emocje i zmysły.
Budowa relacji z dziedzictwem
na przykładzie działań programowych
Bramy Poznania realizowanych
na Ostrowie Tumskim**
Bartosz Małolepszy
- 151 **Abstract**

Wprowadzenie. Zmysły, narzędzia poznawcze i wyobrażenia – wyzwania instytucji dziedzictwa

Marcin Poprawski

Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu

Maciej Moszyński

Poznańskie Centrum Dziedzictwa

Publikacja *Dziedzictwo: wyobrażenia – zmysły – narzędzia* powstała jako zbiór refleksji po seminarium o tym samym tytule zorganizowanym przez Poznańskie Centrum Dziedzictwa (wówczas jeszcze funkcjonujące jako Centrum Turystyki Kulturowej TRAKT) oraz Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu (Instytut Kulturoznawstwa UAM oraz Regionalne Obserwatorium Kultury UAM) w dniu 12 marca 2018 roku w Poznaniu¹. Całodniowa rozmowa o dziedzictwie kulturowym w kontekście wyobraźni, zmysłów i narzędzi była spotkaniem osób przychodzących z różnych obszarów nauki, myśli i praktyki, dla których wspólnym celem jest wzmocnienie skuteczności docierania do odbiorców dziedzictwa kulturowego. Celem konferencji było poszerzenie dyskusji o muzealnictwie, organizacjach związanych z interpretacją dziedzictwa kulturowego i instytucjach pamięci o kwestie emocji, wyobraźni, zmysłów osób zapraszanych do miejsc dziedzictwa, a także użycia przez organizacje kulturalne narzędzi i technologii służących publiczności, zwiększających jej kompetencje, wiedzę i wrażliwość na dziedzictwo poprzednich pokoleń, wartości przekazywane poprzez media kultury. Wydarzenie miało charakter otwarty, interdyscyplinarny i międzysektorowy. Pomysłodawcą spotkania był Robert Mirzyński, dyrektor Centrum, za którego kadencji rozpoczęła działalność Brama Poznania ICHOT, miejsce zarządzane przez Poznańskie Centrum Dziedzictwa, służące interpretacji dziedzictwa kulturowego Poznania.

Przedmiotem szczególnego zainteresowania w ramach konferencji było upowszechnienie metod wzajemnego oddziaływania odbiorców i kadr instytucji dziedzictwa kulturowego, które uwzględniają istotną rolę zmysłów, wyobraźni i technologii. Te komponenty, z jednej strony wychodzące od doświadczenia estetycznego widza, z drugiej zaś od nowych mediów komunikowania i ekspresji, wydają się najistotniejsze dla skutecznej promocji i edukacji w obszarze dziedzictwa we współczesnym świecie. Refleksja i wymiana doświadczeń w tej dziedzinie wzbogaca argumenty i pogłębia



1 Zapowiedź konferencji zob. <https://pracownik.amu.edu.pl/content/348164-konferencja-seminarium-dziedzictwo-wyobrazenia-zmysly-narzedzia>, dostęp: 15.02.2021.

dyskusję odnoszącą się do współtwórczości, partycypacji, kształtowania tożsamości i osobistego, emocjonalnego zaangażowaniu osób odwiedzających miejsca dziedzictwa. Spotkanie zgromadziło wielu gości: badaczy i nauczycieli akademickich, pracowników instytucji dziedzictwa, nauczycieli i wychowawców młodzieży, osoby aktywne w organizacjach społecznych i podmiotach prywatnych zajmujących się upowszechnianiem historii i dziedzictwa kulturowego, przedstawiciele samorządów i administracji publicznej, ekspertów dziedzin bliskich tematyce konferencji, adeptów kierunków studiów związanych z obszarem tematycznym wydarzenia. Seminarium otwarte było również dla pasjonatów historii, edukacji w obszarze szeroko rozumianego dziedzictwa kulturowego, mieszkańców miasta i przedstawiciele społeczności lokalnych.

Dziewięć tekstów zamieszczonych w prezentowanym zbiorze to próba utrwalenia myśli, które były przedmiotem dyskusji, i potencjalny punkt wyjścia do podejmowania działań w organizacjach zajmujących się dziedzictwem kulturowym. Tom otwiera zapis wypowiedzi Krzysztofa Czyżewskiego – szczególnej medytacji twórcy Ośrodka „Pogranicze – sztuk, kultur, narodów” w Sejnach, który wprowadza do publikacji istotę pojęć dziedzictwa i pamiętania, znaczenia miejsc, mostów oraz pamięci na pograniczach. Tekst Marcina Poprawskiego z Instytutu Kulturoznawstwa UAM dotyczy organizacji dziedzictwa jako miejsc ukierunkowanych na publiczność, jej potrzeby, potencjały i deficyty. Pojęciami porządkującymi narrację są terminy z zakresu rozwoju publiczności (*audience development*) oraz symbolizmu organizacyjnego – adaptowane do realiów muzeów i innych organizacji interpretacji dziedzictwa. Łukasz Przybylski, kognitywista, pracownik naukowy Wydziału Psychologii i Kognitywistyki UAM, proponuje w swoim artykule integralne spojrzenie na percepcję zmysłową, współzależności ciała ludzkiego i jego otoczenia oraz rolę organizmu człowieka w poznaniu przedmiotów, ofert, miejsc, przestrzeni związanych z dziedzictwem kulturowym. Senselierka Marta Siembab, ekspertka w dziedzinie zapachu, zaprasza nas w swoim tekście do poznania niuansów złożonej pracy zmysłu węchu i roli zapachu w instytucjach kultury związanych z dziedzictwem i pamięcią. Autorka prezentuje w swojej wypowiedzi zestaw przykładów używania zapachów w muzeach, ale również metod ich archiwizacji. Kolejne opracowanie poświęcone jest zmysłowi słuchu. Justyna Humięcka-Jakubowska, muzykolog i akustyk z Instytutu Muzykologii UAM, wprowadza czytelników w szczegóły stosowania dźwięków i wrażeń audialnych w przestrzeniach muzealnych i miejscach

związanych z dziedzictwem kulturowym. Zagadnienie to rozpatrywane jest z uwzględnieniem zarówno różnych typów instytucji dziedzictwa, jak i różnych przebiegów oraz zakresów kształtowania się reakcji poznawczo-emocjonalnych osób znajdujących się w muzeum z audiowizualnym typem ekspozycji. Tekst Krzysztofa Tkaczyka, eksperta w dziedzinie ekspozycji muzealnych, multimedialnych narzędzi komunikacji stosowanych w przestrzeniach dziedzictwa kulturowego, poświęcony jest paradoksom funkcjonowania narzędzi cyfrowych, technologii w obiektach związanych z pamięcią, historią, sztuką oraz szeroko rozumianym dziedzictwem kulturowym. Autor zwraca uwagę na szczególne środki związane z multisensorycznością w muzeach i technologiami wirtualnej rzeczywistości oraz rozszerzaniem doświadczenia dziedzictwa. Marek Chojnacki z Instytutu Kulturoznawstwa UAM, kulturoznawca, socjolog i reżyser teatralny, przybliżył obszar zagadnień teatralizacji przestrzeni muzealnej, kwestie performatywne odnoszące się do miejsc dziedzictwa kulturowego, zwraca uwagę na procesy fokalizacji i immersji w kontekście percepcji zmysłowej związanej z interpretacją dziedzictwa. Dyrektor Muzeum Etnograficznego w Krakowie, badacz i praktyk animacji kulturowej Antoni Bartosz dzieli się w swoim tekście doświadczeniami w zakresie podstawowych wyzwań instytucji dziedzictwa. Zwraca uwagę na dwa zasadnicze zadania, jakie powinny być realizowane przez tego typu organizacje: po pierwsze, ukazywanie dziedzictwa jako świadectw życia ludzi, po drugie, przekonywanie, że siła tych świadectw ujawnia się zwłaszcza wtedy, kiedy nawiążemy osobistą relację z człowiekiem, którego świadectwa szukamy. W tych działaniach autor widzi szczególną wartość instytucji dziedzictwa jako miejsc bezinteresowności i współodkrywania. Zamykający tom tekstu Bartosza Małolepszego, wicedyrektora Poznańskiego Centrum Dziedzictwa, domyka przedstawiane czytelnikom zagadnienia konkretnymi doświadczeniami budowania relacji z dziedzictwem z uwzględnieniem roli emocji i percepcji zmysłowej gości instytucji kultury oraz działań z zakresu turystyki kulturowej. Autor odwołuje się w swoich wnioskach do koncepcji interpretacji dziedzictwa zaproponowanej przez Freemana Tildena, a także do rozwiązań angażujących zmysły ludzkie za pomocą narzędzi stosowanych w multimedialnych i technologiach cyfrowych.

Publikacja stanowi zbiór myśli oraz doświadczeń badaczy i praktyków zaangażowanych w działania związane z pamięcią, wyobraźnią, włączaniem publiczności, uruchamianiem percepcji zmysłowej i stosowaniem narzędzi multimedialnych w muzeach oraz innych miejscach interpretacji

dziedzictwa kulturowego. Wielość spojrzeń na tytułowy obszar zagadnień, wynikająca z różnorodności zawodowych paradygmatów, terminologii i codziennych praktyk autorów, pozwala na sformułowanie rozwiązań możliwych do zastosowania przez profesjonalistów w obszarze interpretacji dziedzictwa kulturowego. Takie poszerzanie pola ich doświadczeń oraz pojęć w słowniku zawodowym tych osób jest warunkiem koniecznym dla zapewnienia skutecznych sposobów interakcji organizacji dziedzictwa z jej publicznością, rozwiązań adekwatnych do potrzeb i warunków, harmonijnych i zbalansowanych, stworzonych bez przeskalowania i nadmiaru, w trosce o jakość pracy w organizacjach, dobrostan jednostek będących gośćmi miejsc dziedzictwa oraz całych społeczności lokalnych, w których organizacje dziedzictwa funkcjonują.

Dziedzictwo,
czyli zaślubiny
Erosa
z Mnemosyne

Krzysztof Czyżewski

Cytat, od którego zacznę, pochodzi z listu Czesława Miłosza. Wysłał go do mnie na wieść o tym, że chcemy się zająć jego miejscem w Krasnogrudzie (zrujnowanym dworem rodziny jego matki), w której często bywał w dzieciństwie i w której spotkaliśmy się w 1989 roku, kiedy to on – pierwszy raz po pięćdziesięciu, sześćdziesięciu latach – tam powrócił. Napisał o wyzwaniach stojących przed nami we współczesnej Europie, w dzisiejszym świecie, wyzwaniach wyjścia z Ziemi Ulro – gdybyśmy mieli używać jego języka, czyli z krainy wydziedziczenia, z krainy wykorzenia. Przywołane przez niego słowa pochodzą od Simone Weil – jego ukochanej filozofki, którą tłumaczył i która pisze: „Skąd przyjdzie ocalenie? Tylko z przeszłości, jeśli ją kochamy”. To, co czyni Simone Weil, jest tym tropem, którym chciałbym podążać i spotkać Erosa z Mnemosyne. To zmysł pamięci, ale także bardzo zmysłowa pamięć Erosa, którą zwykle przypisujemy śmierci – Tanatosowi. Śmierć żyje, uśmiercając pamięć. Lobotomia nie jest operacją taką jak usunięcie komórek rakowych czy wycięcie nerki. Jest uśmierceniem. Choroba Alzheimera zabiera nas z tego świata. Erozja krajobrazu wskutek wojny, ideologii lub modernizacji, zburzenie domu, zaoranie cmentarza, polityczna dyrektywa zmiany nazwy miejscowości, wykorzenie – zadają śmierć miejscu. Chociaż fizycznie ono nadal istnieje.

Pierwszy kontekst, w jakim chciałbym umieścić pamięć, to zagrożenie uśmiercania pamięci. Nasza odwieczna rozmowa z moim przyjacielem, historykiem Timothy Snyderem, który często mówi nam, ludziom z Europy Środkowowschodniej, że żyjemy w zbyt silnej obsesji pamięci, że powinniśmy bardziej interesować się historią, czyli rozumieniem procesów historycznych przeszłości, rozumieniem dziedzictwa, niż pamięcią, która tak jak on ją odczytuje, jest po prostu emocjonalną postawą prowadzącą nas do celebrowania pamięci, budowania pomników, do tworzenia świąt celebrycznych pamiętanie. Rzeczywiście, jeżeli tak ustalić ten kontekst, to moim zdaniem wypada się z nim zgodzić, lecz w mojej refleksji nad dziedzictwem proponuję inne rozumienie pamięci.

Pamięć żyje, uśmiercając śmierć, obcuje pamięcią. Żywi i umarli ponad granicami świadomości i fizycznej egzystencji. W spojrzeniu, w uścisku dłoni, szepcie ku drugiemu, dotyku kamienia, milczeniu obcości,

w naszym obcowaniu z miejscem i jego otuliną jest ciepło pamięci. Pustka po zagładzie, ruiny i ścierniska, nowe ustanowienia w przestrzeni skrywają ślady tragedii. Materialne i cielesne przechodzi w metafizyczne dzięki pamięci. Miejsce staje się niewidzialne. Powracamy do niego tak, jak wraca się do siebie przez lata, pokolenia, epoki. Pamiętający podróżuje zawsze z miejsca z małej litery – fizycznego, do Miejsca, tak jak zapisywał je William Blake, z wielkiej litery.

To jest trochę tak jak z sytuacją po Zagładzie, której doświadczałem ze swoim zespołem Pogranicza w Sejnach, gdzie mamy swoją siedzibę, czyli w dawnym kwartale żydowskim. Właściwie można powiedzieć skorupy, puste skorupy dawnego świata. Cudem ocalona synagoga, szkoła talmudyczna, gimnazjum hebrajskie, trzy budynki, w których mamy swoją siedzibę. Moi żydowscy przyjaciele, tacy jak Szewach Weiss, którzy często tutaj przyjeżdżają, mówili: „Ale tutaj wszystko jest puste i martwe. Tutaj nie ma życia, nie ma Żydów”. Tymczasem moja odpowiedź bywała następująca: w dużym stopniu macie rację, jesteście nośnikami i strażnikami zamordowanego świata, nie macie tylko tego doświadczenia, które stało się naszym udziałem, doświadczenia życia w miejscach po Zagładzie. To nie jest tak, że to są puste, milczące przestrzenie, martwe skorupy. Ktoś tutaj do was mówi, ktoś zagaja rozmowę, ktoś wywołuje do odpowiedzi, ktoś zobowiązuje, nawiązuje się jakiś dialog, który staje się prawdą tego miejsca.

W Ośrodku Pogranicze działa Orkiestra Klezmerska Teatru Sejneńskiego. Gramy muzykę nowoczesną, ale złożoną z wielu elementów dziedzictwa. W związku z tym spotykamy się czasem z pytaniami w rodzaju: Dlaczego gracie taką muzykę, przecież nie jesteście Żydami? Czy to jest autentyczne? Zapytajmy zatem, co jest autentyczne w takim miejscu? To, że tego rodzaju muzykę będą grali tylko Żydzi, i to najczęściej na jakimś festiwalu? Czy jednak ta rozmowa, która zostanie nawiązana z takim miejscem i w takim, a nie innym miejscu, rozmowa, która nawołuje do odpowiedzi i która wprowadza nowe życie, wywołuje nasze artystyczne, duchowe, edukacyjne działanie? Czy nie w tym kryje się autentyzm kultury, większy niż automatyczna przynależność do takich, a nie innych korzeni? Pamięć jest powracaniem. Miejsce pozostaje dosiężne jedynie na linii powrotu. W tej podróży potrzebujemy punktów orientacyjnych. Toteż tworzymy topografie pamięci. Fotografia, rysunek piórkim, wieczne światło, rekwizyt teatru życia, nic nieznaczący drobiazg, pamiątnik, pomnik, tablica pamiątkowa, wizytówka, odcisk palca, schowana na dnie woreczka perła matki albo grudka ziemi rodzinnej.

Układane w albumach lub świątyniach muz, konstelacje pamiątek, z których czytujemy niewidzialne.

W Ośrodku Pogranicze działa Centrum Dokumentacji Kultur Pogranicza. Dziwna biblioteka, która próbuje pod jednym dachem zebrać różne języki, różne książki i czasopisma, litografie i zdjęcia, stare pocztówki, filmy i mapy, różne dyscypliny naukowe w jedną całość, bo pozostawały rozbite. Często zresztą nasze uniwersytety potwierdzają to rozbitcie poprzez wąskie specjalizacje, w wyniku którego wszystko, co składa się na mikrokosmos pogranicza, jest tutaj osobno: polonistyka, judaistyka, bałtystyka, sławistyka, orientalistyka, germanistyka, religioznawstwo, sztuka, kulturoznawstwo czy animacja kultury..., by tylko na kwestiach filologiczno-kulturowych poprzestać. Z perspektywy pogranicza wygląda to zaś inaczej. Wszystko potrzebuje złączenia. Nie da się opisać tego miejsca biblioteką specjalistyczną jednej dziedziny.

Robiliśmy przy samym początku naszych działań wystawę *Nasze stare dobre Sejny*. Zaprosiliśmy ludzi do tego, żeby wyciągnęli pamiątki ze swoich kufrów rodzinnych. Coś, co było bardzo głęboko ukryte i co jeszcze ocalało przed zniszczeniem. Bano się tych pamiątek, one groziły otwarciem ran, przebudzeniem bolesnej pamięci i lepiej – dla świętego spokoju, dla przyszłości dzieci – ich nie pokazywać, nie wyciągać na światło dzienne. To właśnie z opowieści wokół rodzinnych pamiątek zgromadzonych na tej wystawie powstał spektakl *Kroniki sejneńskie* – wspólna sąsiedzka opowieść o życiu różnych ludzi w pogranicznym mieście. W pracowni filmu animowanego tworzymy wraz z mieszkańcami opowieści filmowe na podstawie rodzinnych pamiątek i wspomnień, miejscowych legend i pieśni. Czasem całe lato dziadkowie razem z wnukami, rodzice z dziećmi, pod okiem wybitnych artystek filmu animowanego żmudnie pracują nad tymi opowieściami, a w istocie nad przechowaniem rodzinnej pamięci. Trzeba było otworzyć kufrы pamiątek i albumy z fotografiami, trzeba było dodawać sobie odwagi i zaangażować w to najmłodsze pokolenie, by na nowo ułożyć mozaiki wspólnego życia, by wiedzieć, gdzie żyjemy.

Pamięć biegnie do przodu. Tak powracamy. Dlatego muzealna gablota, w której przyszpilone twarde artefakty, jest więzieniem pamięci. Drogą ich życia jest uchwycenie nitki działania ku przyszłości. Pamiętający troszczy się o to, co do zrobienia na jutro. W innym bowiem razie pamięć gubi się, traci wiarygodność, jest zakłamywana, ma zakneblowane usta. Lekcja wyciągnięta z przeszłości, innowacyjność, przekraczanie siebie, podróż poza horyzonty, moralne wybory, przygotowanie się do śmierci, która

jest przecież zawsze przed nami. W tym wszystkim żyje pamięć. Więcej, nasza wierność pamięci. Szaleni, którzy pretendują do udawania przyszłości poprzez niepamiętanie. Ich przeznaczenie jest w gablotach, które wcześniej czy później przyszpilił upiory przeszłości. Pamięć wzgardzona rodzi upiory. Kwestia utraty przyszłości jest bardzo silnym doświadczeniem moich eksploracji pogranicznych. To, czego najbardziej brakuje (powoli to odkrywałem), to horyzont przyszłości, wiara, że warto inwestować w długie trwanie.

Pogranicza są miejscami, w których zawsze wszystko było w ruchu i na krótko. Nie zawsze, ale od kilku dobrych stuleci – zmieniały się granice, doświadczano deportacji na Sybir, emigracji na Zachód za chlebem, industrializacji. Wszystko to sprawiało, że życie było tylko na krótko, na krótki dystans. W takiej sytuacji, jeśli człowiek żyje bez stabilnego horyzontu jutra, w wiecznej krótkotrwałości, oswojony z destrukcją, jest skłonny do różnych irracjonalnych wyborów. Często skrajnie radykalnych. Skrajnie nacjonalistycznych czy skrajnie zwróconych przeciwko innym. Natomiast w momencie, w którym odzyskuje przyszłość, zaczyna myśleć długodystansowo. Zaczyna myśleć w perspektywie pokoleń swoich dzieci i dobra na jutro. Zaczyna rozumieć racjonalność budowania mostów, dobrego życia opartego na dobrym sąsiedztwie i innych czynnikach współistnienia. Prawdę więc powiedziawszy, choć może to zabrzmieć paradoksalnie, w samym sercu naszej pracy, mocno zakotwiczonej w dziedzictwie, jest walka o przywrócenie przyszłości i odczarowanie tego piętna historycznego, dziedziczonego przez stulecia, tak silnie determinowanego przez odebranie mieszkańcom tej części Europy przyszłości.

Kiedyś pracowałem ze studentami New School w Nowym Jorku wokół wielokulturowego dziedzictwa dzielnicy Lower East Side, właściwie założonej przez mieszkańców naszego pogranicza – w swoich domach mówiących w jidysz, po polsku, rosyjsku, litewsku czy ukraińsku, często za sąsiadów mających Włochów czy Chińczyków. Podobne do naszego pogranicze. Tyle samo stereotypów, uprzedzeń, napięć i konfliktów. Tyle samo antysemityzmu, tak samo silny faszyzm rodzący się w latach dwudziestych i trzydziestych ubiegłego stulecia. I pojawia się to pytanie wiszące nad nami: Dlaczego tam nie powtórzyła się sytuacja, która wydarzyła się w 1939 roku w Europie? Dlaczego nie zaczęli do siebie strzelać? Oczywiście nie ma jednej odpowiedzi na to pytanie, ale znaczący był fakt, który odkryliśmy, sprawiający, że światy te istotnie różniły się od siebie, a mianowicie to, że mieszkańcy Lower East Side mieli przyszłość. Nawet jeśli bywało tu biednie

i nienawistnie, a w mediach dominowały nagonki na obcych, to była wiara, że moim dzieciom będzie się żyło lepiej, że ten kraj daje możliwości poprawy bytu, że nikt tutaj nie myśli o ucieczce, ani też nie spodziewa się, że pojawi się obcy okupant albo autorytarny reżim. Ta wiara znajdowała potwierdzenie w życiu każdego kolejnego pokolenia, które odnajdywało siebie na linii wznoszącej się. Życie osadzone było na konstruktywnym, racjonalnym fundamencie, wobec którego uprzedzenia i ideologiczne zaślepienia nabierały charakteru irracjonalnego, bo każdy mógł na nich stracić. Zdaje się, że obecnie mamy w Ameryce pierwsze pokolenie, któremu wiedzie się gorzej niż rodzicom. Skutki tego łatwo zaobserwować w nabrzmiewającym kryzysie społeczeństwa amerykańskiego.

Dla pamiętania istotne jest Miejsce. Ważne jest nie tyle upamiętnienie miejsca, ile miejsce, z którego się pamięta. Do jednego i drugiego trzeba dotrzeć, ale w pierwszym przypadku na tym kończy się droga – na upamiętnieniu. W drugim ciągle biegnie. Z takiego miejsca widzi się dalej niż horyzont zakreślony przez niepamiętanie. I obojętność na minione. Pamięć widzi dalej, niż wzrok na to pozwala. Ponieważ czuje miejsce, uwalnia wyobraźnię, porusza serca. Miejsce, z którego się pamięta, otwiera perspektywę na przyszłość. Dlatego muzeion to bardziej laboratorium jutra niż magazyn rekwizytów przeszłości.

Dwór Miłosza – zadanie, które stanęło przed nami na pograniczu. Odrodzić to miejsce. Kiedy spacerowałem z Miłoszem po parku, rzucał mi przez ramię: „Tylko żebyście mi tu muzeum nie zrobili”. W miejscu tym, jeżeli będziecie się Państwo do niego zbliżać, zauważycie, że coś tam nie gra, bo już z oddali przez park przeziiera w nim amarantowy ganek. Nigdy w przeszłości tak nie malowano ganków. Już to jest sygnałem, że nie jest to takie miejsce, jakim było, że dalekie to jest od skansenu czy też jakiegokolwiek innej formy odtwarzania przeszłości. Tu się rodzi nowe życie (wszak w naszej kulturze kolor czerwony to kolor odrodzenia), tu jest jakaś nowa działalność twórcza, kulturowa, która ma prawo do wolności buntu, niezgody, wejścia w dialog z dziedzictwem, czasem w polemikę, ma przestrzeń dla eksperymentowania. Może w ten sposób jesteśmy tak naprawdę wierni Miłoszowi, powtarzałem sobie. Może chodzi o kontynuację, a nie o zachowanie. Przecież on tak samo się buntował, tak samo kwestionował. Odbył niezwykłą drogę po wszystkich kontynentach, by wrócić w to samo miejsce po latach i oddać sprawiedliwość tym, którzy kiedyś tu mieszkali. Przez całe życie poszukiwał języka, żeby nauczyć się takiego języka, w którym będzie mógł wyrazić doświadczenie tego miejsca

i pamięć o jego mieszkańcach. W jego późnych wierszach pojawiają się postaci z Krasnogrudy albo z Szetejń, detale codziennego życia, ślady inicjacyjnych doświadczeń – pojawiają się z taką mocą mowy poetyckiej, że już na wieki pozostaną z nami. Pewnie byłoby to niemożliwe bez ścieżki buntu, indywidualności okupionej konfliktem pokoleń, ścieraniem się z tradycją. Jeżeli ludziom w miejscach pamięci odmawia się prawa do buntu, wolności, eksperymentu, to uśmierca się to miejsce. Nie tak się kontynuuje dziedzictwo.

Pamięć nigdy nie jest nasza: ludzi, Francuzów, prawosławnych, socjalistów. Ocalonych od śmierci, zakochanych. Zanurzeni w swoich tożsamościach i stanach duchowych pamiętamy, ale to nam nie wystarcza. Nasze ja, nasze wspomnienia, nasz ból, nasza prawda nie tylko zobowiązują nas do przekazania świadectwa, ale kuszą wzięciem pamięci w posiadanie. Żyjemy w niewoli mniemania o pamięci. Nie to jest groźne i iluzoryczne, że pamiętamy subiektywnie, ale to, że chcemy zawładnąć pamięcią.

Kiedyś odbyłem debatę z dwiema bardzo ważnymi dla mnie osobami kultury pamięci, Pierre'em Nora – historykiem francuskim, oraz Saulem Friedländerem – historykiem Holocaustu. Rozmawialiśmy o różnych formach pamiętania. Friedlander mówił o swojej pracy strażnika pamięci Zagłady, wydarzenia niemającego precedensu w dziejach ludzkości, o swojej walce z próbami relatywizowania winy, zwłaszcza w społeczeństwie niemieckim. Urodzony w tym samym, przedwojennym pokoleniu Nora stworzył monumentalne dzieło budowania francuskiej tożsamości narodowej, oparte na miejscach pamięci, *Les Lieux de Mémoire*. Jako dużo od nich młodszy, mówiłem o innych rodzajach pamięci – krytycznej, wspólnej i dobrej, co dla nich było dosyć dużym zaskoczeniem. Pomyślałem wtedy, że to jest kwestia generacyjna i że mojemu pokoleniu dany jest czas, by zająć się innymi obszarami pamięci, wykraczającymi poza jej obronę i ustanawianie tożsamości narodowej. Mówiąc najkrócej o pamięci krytycznej: nie ma pracy nad pamięcią na pograniczach, jeśli nie zacznie się od samego siebie. Nie można uwolnić przestrzeni do pracy nad pamięcią, jeśli nie zacznie się od krytycznego spojrzenia na swoją przeszłość w relacji z innymi. Dopiero to czyni miejsce i zaprasza innych do rozmowy. Dzielenie się tylko własną traumą i skupienie się na apologetycznej pamięci zamyka dla innych przestrzeń, w której mieliby współuczestniczyć. Wspólna pamięć to otwieranie tej pracy na inne głosy, zapraszanie innych perspektyw i doświadczeń. Choćby znacznie różniły się od siebie, a tak bardzo często bywa, samo uczestnictwo we wspólnym dzieleniu się pamięcią, wysłuchiwanie

się nawzajem, sprawia, że zaczyna powstawać warstwa wspólnotowa, która z czasem może zostać wzbogacona o akty ekspiacji, wewnętrznej przemiany i przebaczenia. I wreszcie to, co najtrudniejsze w tej pracy, to jest wydobyć na światło dzienne i danie głosu dobrej pamięci. Dobrej, czyli tego, co się dobrego wydarzyło, zapamiętało albo zachowało w postaci potrzeby uczynienia przyjaznego wobec innych gestu, wypowiedzenia dobrego słowa, uwolnienia się od szantażu cierpienia swojego i swoich. To, z czym wychodzimy z sytuacji konfliktowych, nierzadko traumatycznych, obciążone jest językiem negatywnym, doświadczenia zła i bólu od innych. Po takim doświadczeniu łatwiej jest nam mówić o konflikcie i krzywdach. Mamy do tego język, rytuały i święta upamiętniające, interesują się tym media, pisze się o tym książki, na tym koncentrują się akademickie badania. To jednak nie wyraża całej prawdy tego doświadczenia, a tym bardziej życia jednostek i wspólnot. Byliśmy kilka lat po wojnie w Mostarze. Młodzi ludzie z naszego Pogranicza zapytali mostarian – muzułmanów i chrześcijan – „czy coś dobrego zrobiliście dla siebie podczas tej wojny?”. Po raz pierwszy usłyszeli takie pytanie. Nie zostaje się bohaterem po wojnie, robiąc coś dobrego dla innych z drugiej linii frontu. Kwestia wydobywania dobrej pamięci i dawania temu języka, formy artystycznej, a nawet święta, jest bardzo ważnym wyzwaniem, przed którym stoimy.

Pamięć biegnie z boku głównej drogi. Jest inna od naszych mniemań, choć nie uroni najmniejszej cząstki naszego pamiętania. Jest *der Fremde*, jednocześnie cudzoziemką i obcą, w kraju, w którym żyjemy, królujemy i panujemy. Miejsca, jakie dla niej tworzymy, i świątynie, w których rozpalamy jej światełko, nie tylko zbliżają nas do obcych nam światów, gdzie ona jest też u siebie, ale stanowią ogniwa zawiązujące naszą wspólnotę. Dlatego „obcowanie” to niezwykle polskie słowo, które sytuuje „innego”, „obcego” w rdzeniu wspólnoty. Gościa, dla którego pozostawiamy puste miejsce albo czystą izbę w swoim domu. Sąsiada innej narodowości, który czyta podręczniki innej historii albo uczęszcza do innej świątyni. Świadka z drugiej strony frontu. Obcoplemiennego wybrańca, którego wprowadza do naszego wnętrza miłość córki albo syna. Powracających do miejsca, w którym kiedyś żyli oni albo ich przodkowie. Przypadkowo napotkanego „nietutejszego”. Wszyscy oni są posłańcami pamięci. Bez nich nie spełnia się obcowanie. Możemy inaczej od nich pamiętać, ale nie możemy wykluczyć ich z kręgu naszej wspólnoty, gdyż wtedy to my staniemy się wygnańcami pamięci.

Jak tworzyć czystą izbę w naszych działaniach, niezawłaszczoną przez moją czy innego prawdę bądź pamięć? Jest taka przestrzeń w Krasnogrudzie, którą nazywamy „Przestrzenią niewidzialnego mostu”. Zawsze chcieliśmy zbudować swój most na pograniczu. Byłby atrakcją turystyczną, można by różne rzeczy przy tej okazji robić. Myśleliśmy o zaproszeniu kogoś ze słynnych architektów. Szybko otrzeźwieliśmy. Okazało się, że musimy to zrobić wspólnie, razem z ludźmi, którzy tutaj mieszkają. Nie możemy zrobić tego w formie zamkniętego obiektu. Postawić po prostu mostu. Nie ma czasu przeszłego dokonanego w naszej pracy, nie można powiedzieć „most został zbudowany, kropka”. To jest permanentny proces. Zawsze *Present Continuous*. W związku z tym nie może być fizycznego obiektu, który trwa i jest zamknięty. Jest miejsce, które „umościliśmy”, niezwykle słowo oznaczające „zrobienie dobrego miejsca do życia, bezpiecznego, ciepłego, umoszczonego”. W naszym języku wiąże się to z mostem, czyli ryzykiem, obcy może po nim przejść. Może się dostać inna pamięć. Ale w tym sensie nie ma bezpiecznego, swojego, ciepłego miejsca bez mostu, bez oswojenia sąsiedztwa. Mamy więc takie umoszczone miejsce. Potem powstało „Misterium Mostu”, które stworzyliśmy razem z mieszkańcami i gośćmi ze świata. Wtedy ludzie przyszli do nas i uświadomili nam, że to jest jakiś niezwykły dzień w naszym kalendarzu, że powinniśmy go zatrzymać, bo mamy wspólne święto. W rodzaju „czystej izby”, bo nie ma właściciela „Dnia Mostu”. Wszystkie inne nasze święta przynależą do prawosławnych, katolików, Polaków, Litwinów... Nie mieliśmy dotąd wspólnego święta, takiego, że każdy jest na równych prawach, nikt nie może go zawłaszczyć. Takim się stał 22 sierpnia na naszym pograniczu, to jest nasze święto mostu.

„Obcować z pamięcią” znaczy przekraczać własne pamiętanie. Pamiętający nieustannie zmierza w stronę mostu, opuszcza swój brzeg, wyrusza w nieznaną, podąża za wewnętrznym głosem, który kłóci się z koniecznością życiową, zdrowym rozsądkiem, racją stanu, by spotkać Ją – wieczną cudzoziemkę mieszkającą na moście. Człowiek dociera do mostu i przechodzi po nim. Zrywa go i odbudowuje, ale nigdy na nim nie zamieszka. Jest tu tylko gościem, przechodniem, sąsiadem. Tam, gdzie życie ludzkie nie może zapuścić korzeni, śmierć nie włada. Kosa śmierci trafia na kamień mostu. Pamięć cały czas żyje w transmisji, w przechodzeniu z brzegu na brzeg. Do jej żywotności potrzeba wielogłosu, polifonii, takiego budowania przestrzeni spotkań, działań kulturowych, które potrafią jak najwięcej objąć i zawsze będą cierpieć. To ideał, który nigdy

się nie spełni, ale dążenie ku temu, a może nawet ból braku i niemożności dołączenia jeszcze kogoś, sprawia, że ta przestrzeń staje się przychylna pamiętaniu i obejmowaniu całości.

Mnemosyne wyłoniła się z ciszy zakłóconej przez Eris, której córką była Lete. Nie byłoby pamięci, gdyby nie niezgoda i zapomnienie. Mnemosyne zrodziła Muzy, by poszerzyć wiedzę człowieka i pogłębić jego duszę tak, aby potrafił wiązać to, co rozdzielone, i w chaosie odnajdować harmonię. Pamięć nie przewycięża konfliktów i nie ustanawia ostatecznych rozwiązań, tylko uwalnia rozmowę i uczy sztuki przekraczania, w obrębie której każda z Muz ma swój warsztat. Tabliczka pamięci zawieszona w duszy każdego człowieka od urodzenia przypisuje go do cechu budowniczych mostów. Nasze życie jest ciągiem zrywanych i odradzanych więzi. Pamiętamy, więc jesteśmy. W każdym zbudowanym przez nas moście żyje pamięć. Dlatego mostu nie można zburzyć, można go jedynie, jak mawiają w Mostarze, zabić.

Organizacje dziedzictwa kulturowego, publiczność i ich relacje

Marcin Poprawski

Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu
Instytut Kulturoznawstwa, Regionalne Obserwatorium Kultury UAM

Przedmiotem tekstu jest propozycja uporządkowania spektrum pojęć związanych z interakcją publiczności i organizacji dziedzictwa kulturowego, takich jak muzea i centra interpretacji dziedzictwa. Wielodziejowa publikacja, której osią tematyczną jest dziedzictwo kulturowe w relacji z percepcją zmysłową oraz wyobraźnią, wydaje się dobrym miejscem dla wprowadzenia najważniejszych obszarów związanych z doświadczeniem organizacji dziedzictwa oraz jej gości. To zrozumienie z jednej strony potrzeb publiczności odwiedzającej instytucje dziedzictwa, a z drugiej szczególnych warunków działania organizacji zajmujących się dziedzictwem kulturowym oraz sposobu funkcjonowania osób zaangażowanych w ich pracę. Celem opracowania jest przyjrzenie się możliwościom działania organizacji dziedzictwa kulturowego jako miejsc i zespołów osób ukierunkowanych na pogłębienie wzajemnych relacji z publicznością. Dlatego podjęte zostaną dwa centralne zagadnienia. Pierwsze to koncepcja *audience development* (AD)¹ jako zbiór idei i praktyk służących rozwojowi publiczności w relacji z instytucjami kultury. Drugie to klaster pojęć związany z kulturami organizacyjnymi i symbolizmem organizacyjnym² oraz profesjonalną tożsamością pracowników organizacji dziedzictwa kulturowego³, przede wszystkim muzeów oraz centrów interpretacji dziedzictwa. Za pierwszy pomost łączący te dwa obszary doświadczenia, publiczności oraz instytucji można przyjąć pojęcie interaktywności.

Trzy znaczenia interaktywności w muzeum

Kilka lat temu zapytaliśmy pracowników jednej z instytucji dziedzictwa kulturowego w Polsce⁴, jak rozumieją pojęcie interaktywności w muzeum.



- 1 A. Bollo i in., *Engage Audiences: Study on audience development – How to place audiences at the centre of cultural organisations*, 2017, <http://engageaudiences.eu/materials/>, dostęp: 15.02.2021.
- 2 A. Strati, *Organizational symbolism as a social construction: A perspective from the sociology of knowledge*, „Human Relations” 1998, vol. 51, no. 11, ss. 1379–1402.
- 3 J. Paquette, *Theories of professional identity: Bringing cultural policy in perspective*, w: J. Paquette (ed.), *Cultural Policy, Work and Identity*, Routledge, London 2012.
- 4 M. Poprawski, M. Chojnacki, S. Malewski, P. Firych, *Pozycja Wielkopolskiego Muzeum Niepodległości w ofercie Poznania: tożsamość marki instytucji, otoczenie społeczne, rozwój publiczności, kultura organizacyjna*, Regionalne Obserwatorium Kultury UAM – Fundacja Altum w Poznaniu, Poznań 2016.

Termin ten wyjaśniało łącznie 39 pracowników w ramach ankiety z pytaniami otwartymi i zamkniętymi. Celem zastosowania tego narzędzia badawczego był praca nad przeformułowaniem strategii instytucji w zakresie relacji organizacji dziedzictwa i jej różnorodnej publiczności. Wśród reakcji na pytanie o znaczenie pojęcia interaktywności w muzeach zwracają uwagę trzy zasadnicze nurty myślenia, trzy ilościowo równoważne wymiary. Dla części kadry muzeum interaktywność to:

(1) zaawansowana technika wykorzystywana przy tworzeniu ekspozycji z udziałem urządzeń multimedialnych związanych z ruchem, dźwiękiem, z których mogą korzystać zwiedzający, zapewniająca narzędzia do edukacji i zabawy oraz atrakcyjne gadżety. W opinii osób dostrzegających takie znaczenie interaktywności nie jest ona niezbędna, ponieważ „dobre” eksponaty nie potrzebują rozpraszania uwagi. Multimedia mają dla tej części badanych sens, ale tylko w połączeniu z „tradycyjną” ekspozycją realnych obiektów muzealnych. Interaktywność wzmacnia przede wszystkim promocję muzeum.

Drugi typ odpowiedzi wskazywał na powiązanie interaktywności z bardziej dynamicznym działaniem angażującym samych pracowników. Wedle tej grupy badanych interaktywność to zespół aktywności, w ramach których:

(2) muzeum, interaktywnie, poprzez ekspozycję i swoje działania (np. lekcje muzealne, imprezy otwarte z udziałem grup rekonstrukcji historycznej) włącza widza w akcję historyczną – widz czuje się uczestnikiem historii – tak jakby działa się ona na jego oczach. Stwarza to również dla gościa muzeum nowy wymiar kontaktu z eksponatami.

Dopiero trzecia grupa odpowiedzi wskazuje na bardziej zaawansowaną, angażującą formułę relacji dwustronnych między organizacją z obszaru dziedzictwa kulturowego i publicznością, a uwaga skupiła się tu przede wszystkim na ekspozycji:

(3) ekspozycja o charakterze interaktywnym skłania do kreatywnej ingerencji w jej strukturę, wyznaczenia własnych ścieżek poznawczych i dokonywania wyborów, podjęcia intelektualnej lub(i) zmysłowej gry z komunikatem, ma zatem w swym założeniu pobudzić do odbioru uczestniczącego. Muzeum poprzez różne zabiegi formalne, działania

skierowane w stronę publiczności wyzwala w niej większe zaangażowanie w recepcję przekazywanych treści. Zakłada potencjalnie możliwość relacji zwrotnej – widz wobec komunikatu zajmie określone stanowisko i będzie mógł dać temu wyraz. Dzięki narzędziom interaktywności muzeum ma zdolność odbierania informacji od publiczności i reagowania na nią.

Ostatnie ze znaczeń pojęcia poddanego dyskusji wprowadza publiczność w centrum uwagi organizacji. W sytuacji idealnej, zgodnej z takim scenariuszem relacji, to gość muzeum sam wybiera media interaktywności, z których decyduje się korzystać. To publiczności należałoby pozostawić wybór danej modalności, narzędzia, medium, zaoferować alternatywne metody doświadczenia i poznania historii, dziedzictwa kulturowego lub jego konkretnych artefaktów. Dzięki tak ukształtowanym regułom i metodom interaktywności można tworzyć ofertę, która zachęcałaby do ponownych odwiedzin w instytucji czy miejscu dziedzictwa kulturowego, dawałaby za każdym razem szansę na nowe, inne niż poprzednio, doświadczenia organizacji muzealnej, jej treści, narracji i jej obiektów.

Organizacja dziedzictwa ukierunkowana na publiczność

Tak sformułowany trzeci sens interaktywności w muzeum może być fundamentem dla pogłębienia relacji z publicznością instytucji kultury. Tym obszarem w szczególności zajmuje się strategiczne działanie nazywane „rozwojem publiczności”⁵. Pojęcie to pochodzi z przekładu i adaptacji na warunki polskie brytyjskiego *audience development* jako koncepcji praktycznego działania na rzecz jak najszerzego włączania osób przebywających w zasięgu działania instytucji do partycypacyjnego korzystania i dalszego upowszechniania wartości, treści, narracji, sensów kryjących się za artefaktami, które są przedmiotem działalności organizacji z dziedziny kultury, dziedzictwa czy aktywności artystycznej. Istotą jest nie tyle zwiększenie ilościowe publiczności instytucji czy kupujących bilety wstępu, co raczej rozwój osobisty i społeczny zwiedzającego, czytelnika, słuchacza czy widza razem z instytucją, w której przebywa, którą wzmacnia swoim



5 A. Bollo i in., *Engage Audiences...*

zaangażowaniem, którą współtworzy i której istotą dzieli się z innymi osobami. Pojęcie, które początkowo kojarzono z działaniami zwiększającymi rynek, z praktykami marketingowymi na rzecz zwiększenia liczby klientów instytucji, w ostatnich dwudziestu latach przeszło znaczącą ewolucję w stronę działań partycypacyjnych i edukacyjnych. W obszarze „rozwoju publiczności” szukamy metod większego pogłębienia i poszerzenia zakresu relacji między instytucją kultury, taką jak muzeum czy centrum interpretacji dziedzictwa, a różnymi rodzajami publiczności, jej obecnymi i potencjalnymi gośćmi. Wiele organizacji kulturalnych od lat pracuje w trosce o kształtowanie zaangażowania publiczności, nie powołując się bezpośrednio na AD. Wśród najciekawszych przykładów działania w duchu *audience development* można odnaleźć wiele takich, w przypadku których bez odniesień do niej liderzy i kadry organizacji znakomicie potrafią podtrzymywać i wzmacniać więź ze swoją publicznością i włączać do współdziałania kolejno osoby z bliższego i dalszego otoczenia instytucji⁶.

Rozwój publiczności to proces ciągły, ustawiczny, wymagający planowania, odpowiednio przygotowanych specjalistów, którzy na co dzień dbają o strategiczny, merytoryczny, wypełniony treścią, realny wymiar budowania tych relacji. Najczęściej proces rozwoju publiczności złożony jest z dwóch etapów: (a) pozyskania lub utrzymania publiczności oraz (b) budowania, wzmacniania pracy z publicznością, który uczyni ją współodpowiedzialną za instytucję i jej przyszłość, pamięć, o którą dba. Rozwój publiczności wymaga adekwatnego odczytywania trendów, zagrożeń i zmian społecznych, regularnego badania opinii oraz śledzenia potrzeb wspólnoty lokalnej, różnych grup odbiorców oferty instytucji, a także prognozowania przyszłego zapotrzebowania i działań, które będą niezbędne dla podtrzymania zaangażowania osób zapraszanych do bycia publicznością instytucji. Następuje tu przesunięcie ku tworzeniu ekspozycji⁷, kolekcji, wydarzeń przede wszystkim dla publiczności, z myślą o jej potrzebach i zdolnościach percepcyjnych, z jednoczesnym stymulowaniem uczestników do rozwoju indywidualnego, poszerzenia świadomości

6 Przykłady z raportu Engage Audiences, w tym Łaźnia Nowa w krakowskiej dzielnicy Nowa Huta, związane z pamięcią o przeszłości miejsca i ich mieszkańców (ibidem).

7 Przykładem takiej aktywności instytucji dziedzictwa, która znalazła uznanie w mediach polskich i zagranicznych, było działanie Muzeum Narodowego w Warszawie w 2016 roku, które tworzyło wystawę na podstawie wyborów, decyzji kuratorskich 69 dzieci odwiedzających placówkę („W Muzeum wszystko wolno”. *Wystawa przygotowana przez dzieci*, <http://www.mnw.art.pl/wystawy/w-muzeum-wszystko-wolno-wystawa-przygotowana-przez-dzieci,195.html>, dostęp: 15.05.2021; *Children curate Warsaw museum exhibition*, <https://www.bbc.com/news/blogs-news-from-elsewhere-35670225>, dostęp: 15.05.2021).

i zainteresowań, społecznej współodpowiedzialności, empatii względem innych ludzi i ich potrzeb.

Osoby zaangażowane w działania animacyjne w obszarze kultury, kulturoznawcy, socjologowie kultury, antropologowie kulturowi włączeni w lokalne praktyki oraz organizatorzy działań edukacyjnych w ośrodkach kultury, instytucjach i organizacjach różnego typu odnajdą w opisach istoty rozwoju publiczności jako metody i podejścia cechy, które pasują też do charakterystyki wielu aktywności realizowanych w duchu animacji i edukacji kulturowej, sporej liczby projektów z zakresu edukacji artystycznej, wielu działań utożsamianych z upowszechnianiem kultury, stymulacją aktywnego uczestnictwa w kulturze. Wszystkie te nurty i sposoby działania są fundamentem i inspiracją dla strategicznych aktywności podejmowanych w instytucjach kultury pod szyldem AD. Również te z osób zaangażowanych w pracę w obszarze organizacji kulturalnych, których działania ze względu na bardziej komercyjnie ukształtowaną ofertę usytuowane są bliżej rynkowej logiki działania, odnajdą w rozwoju publiczności bardziej wyrafinowaną wersję marketingu w kulturze, wykraczającą daleko poza budowanie wizerunku, docieranie do grup docelowych, zwiększanie sprzedaży biletów wejścia do muzeum czy zapewnianie wysokiej frekwencji na cyklicznych wydarzeniach kulturalnych. *Audience development* to próba spotkania dwóch perspektyw: animacyjnej i marketingowej, w nieustannym rytmie równoczesnego diagnozowania i angażowania publiczności. Jest podejściem przede wszystkim strategicznym, choć niewykluczającym działań spontanicznych, nastawionym na długi proces i trwałe efekty. Ukierunkowanym przede wszystkim na zbudowanie wzajemnego zaufania między instytucją a publicznością.

Wielowymiarowość zakresu postrzegania istoty rozwoju publiczności dobrze ilustruje spektrum definicji zestawionych w raporcie *Engage Audiences*⁸. Wśród wyjaśnień istoty AD pojawia się charakterystyka, zgodnie z którą jest to planowany proces, bardzo długodystansowo budujący relacje pomiędzy jednostką a sztuką (aktywnością artystyczną lub artefaktem). To, co odbywa się w ramach wspomagania tych relacji, wymaga czasu i nie dzieje się samoistnie, a organizacje kulturalne muszą wykonać dużą pracę, by rozwijać te relacje. W innej definicji pojęcie rozwoju publiczności wskazuje na aktywność podejmowaną w sposób szczególny, by zaspokoić



8 A. Bollo i in., *Engage Audiences...*

potrzeby obecnej i potencjalnej publiczności i by pomóc organizacjom artystycznym rozwinąć trwałą relację z publicznością. Rozwój publiczności może zawierać aspekty marketingu, planowania programu, pozyskiwania treści kulturalnych, edukacji, obsługi klienta, dystrybucji. Jego celem jest zaangażowanie jednostek i wspólnot w doświadczanie, czerpanie satysfakcji, uczestnictwo i wartościowanie sztuki poprzez różne środki. Rozwój publiczności to planowane, włączające całą organizację podejście dla poszerzenia zakresu i natury relacji z publicznością, pomagające organizacjom kulturalnym osiągać cele swoich misji, równoważąc cele społeczne, finansową stabilność oraz ambicje twórcze. Rozwój publiczności jest bezustannym, aktywnie prowadzonym procesem, w którym organizacja zachęca każdego z obecnych i potencjalnych uczestników do rozwinięcia znajomości, wiedzy, doświadczenia i zaangażowania w zakresie palety form sztuki, by w pełni wykorzystać potencjał indywidualnych możliwości, przy jednoczesnym spełnieniu artystycznych, społecznych, finansowych założeń organizacji kulturalnej. To interaktywny proces prowadzony różnymi środkami, które dostępne są obecnie organizatorom w dziedzinie kultury, od narzędzi cyfrowych do praktyk wolontariatu, od współtworzenia po partnerstwo. Rozwój publiczności jest podejściem strategicznym: dotyczy tradycyjnej i nowej publiczności, używa rozmaitych narzędzi i strategii, wymaga czasu i profesjonalnych kompetencji, jest wyzwaniem zmiany⁹.

W glosariuszu pojęć bliskich wskazanej koncepcji nieprzypadkowo odnajdujemy: dostęp, bariery dostępu, partycypację, reprezentację czy wykluczenie społeczne¹⁰. Za strategiczny punkt wyjścia instytucje kultury obierają łatwiejszy, domyślny cel, którym jest przyciąganie coraz większej liczby publiczności bliskiej i znanej organizacji od lat. To zwiększanie atrakcyjności, zasięgu i przystępności działań z zakresu dziedzictwa kulturowego kierowanych ciągle do tej samej grupy, np. do osób dobrze wykształconych, o dobrej, stabilnej sytuacji zawodowej i finansowej, mieszkających w dużej metropolii itd. Większym i ważniejszym wyzwaniem są takie działania, które służą zróżnicowaniu typów publiczności aktywnej w danej organizacji, włączaniu osób, które wcześniej nie miały kontaktu z daną organizacją dziedzictwa kulturowego. Trzecim zakresem strategicznego myślenia w organizacji kulturalnej jest pogłębienie relacji

9 Ibidem.

10 Ibidem.

z publicznością, intensyfikacja doświadczenia bliskości organizacji i osób, które korzystają z oferty przygotowanej przez jej kadry.

W badaniach dotyczących działań służących otwarciu się organizacji kultury na różnorodne grupy osób formułowane są rozmaite propozycje segmentacyjne¹¹. Najprostszą z nich wydaje się triada zaproponowana przez zespół projektu Engaging Audiences¹², która wskazuje na:

- (a) publiczność z nawyku,
- (b) publiczność z wyboru,
- (c) publiczność z zaskoczenia.

Pierwszy typ obejmuje osoby, które są najwierniej obecne we wszystkich działaniach skierowanych przez organizację do swojej publiczności, które są tzw. wierną publicznością, z chęcią uczestniczącą w większości aktywności oferowanych przez instytucję kultury. Praca z tak scharakteryzowaną grupą wydaje się najłatwiejsza, co nie oznacza, że jest zbędna. Typ drugi wskazuje osoby, które potencjalnie odnajdują odpowiedź na swoje potrzeby w aktywnościach organizacji. To publiczność, której oferta instytucji się podoba lub która chciałaby postrzegać daną organizację kultury jako swoje miejsce, ale z pewnych względów osoby te nie pojawiają się w jej progach. Przeszkody te mogą mieć bardzo zróżnicowany charakter, od barier związanych z obecnym stylem życia rodzinnego lub zawodowego, brakiem możliwości skoordynowania czasu oferty z czasem pracy lub zobowiązaniami prywatnymi, aż po bariery finansowe czy te wiążące się z utrudnieniami transportowymi itd. Dystans między organizacją a publicznością dla tego typu odbiorców nie wynika z barier o charakterze kulturowym czy społecznym. To przeszkody, które można usunąć za pomocą decyzji. Mają one bardzo często charakter organizacyjny, wymagają zmian, które może podjąć lider/liderka lub zespół pracowników. Trzeci typ publiczności wymaga największego zaangażowania, wyobraźni i empatii ze strony kadry organizacji kultury. Publiczność scharakteryzowana

11 Jedną z propozycji jest np. segmentacja publiczności warszawskiej zawarta w raporcie: M. Kotnarowski, P. Piechocki, M. Płachecki, T. Szlendak, *Aktywność kulturalna warszawiaków. Segmentacja. Podsumowanie na podstawie badania uczestnictwa w kulturze w 2017 roku*, Miasto Stołeczne Warszawa, Warszawa 2018.

12 A. Bollo i in., *Engage Audiences...*

w tej grupie to osoby, które obecnie nawet nie biorą pod uwagę, że mogłyby znaleźć w danej ofercie coś, co odpowiada ich obecnym potrzebom. Prawdopodobnie nie widzą możliwości odnalezienia się w działaniach i przestrzeniach ani konkretnej instytucji muzealnej, ani jakiegokolwiek organizacji dziedzictwa kulturowego, czegoś, co jest przygotowane dla nich i co jest na tyle atrakcyjne lub potrzebne, by skłonić do pojawienia się na danym wydarzeniu lub w danej przestrzeni. Publiczność z zaskoczenia to osoby trudne do przekonania, czasem nie tylko obojętne, ale nawet zniechęcone do danej organizacji, widzące ją jako ciało obce, w którym nie znajdują zrozumienia dla swoich potrzeb i obecnej sytuacji życiowej. Przyczyny takiej postawy mogą być bardzo różne, związane z problemem wykluczenia społecznego, barierami z dostępem do edukacji, z dostępnością muzeum dla osób z daną dysfunkcją czy niepełnosprawnością.

Instytucja dziedzictwa, podobnie jak każda inna organizacja oferująca aktywności dla publiczności czy klientów lub zapraszająca do przebywania w danym miejscu bądź zapraszająca do przejścia przez konkretną przestrzeń lub proces, tworzy warunki zachęcające albo zniechęcające swoją obecną i potencjalną publiczność. W zgodzie z tematyką tomu warto przymierzyć się do rozpoznania możliwych czynników związanych z percepcją sensoryczną oraz doświadczeniami estetycznymi, które angażują zmysły konkretnej osoby odwiedzającej organizację dziedzictwa kulturowego, np. instytucję muzealną. Przykład diagnozy¹³, której wyniki stanowiły punkt wyjścia dla niniejszego tekstu, przynosi ciekawe odpowiedzi również w tym zakresie. To spostrzeżenia, które mogą być inspiracją do refleksji w każdej organizacji z zakresu dziedzictwa kulturowego.

Atrakcyjność i dostępność obiektów dziedzictwa dla zmysłów odbiorcy

Lokalizacja, otoczenie, jego oryginalność lub nieprzystępność, wygląd budynku oraz wejścia do niego – to elementy mogące mieć duże znaczenie dla chęci przekroczenia progu instytucji i uczestnictwa lub też braku zainteresowania organizacją i jej ofertą. Równie ważna jest oryginalność czy ikoniczność samego budynku. Istotne są ponadto adres i związane z nim

13 M. Poprawski i in., *Pozycja Wielkopolskiego Muzeum Niepodległości...*

skojarzenia, umiejscowienie dogodne dla mieszkańców lokalnych oraz turystów, położenie kojarzone z okolicą, w której można dobrze spędzić czas także poza samym muzeum. Innymi problemami mogą być lokalizacja nie do końca adekwatna, spójna z tematyką muzeum, kłopoty z dotarciem do placówki spowodowane jej niedostatecznym oznaczeniem czy usytuowaniem informacji o niej poza zasięgiem wzroku przechodnia. Instytucje dziedzictwa w kakofonii komercyjnej komunikacji stają się, niestety, miejscami niezauważanymi i omijanymi. Ponadto wiele, zwłaszcza mniejszych, organizacji dziedzictwa (muzea regionalne lub tzw. izby pamięci) umiejscowiono w ciasnych pomieszczeniach, z nieadekwatną do potrzeb kubaturą i zaledwie akceptowalnym poziomem przystosowania dla osób z niepełnosprawnością lub starszych z trudnościami w poruszaniu się.

Przestrzeń potrzebna jest organizacjom do budowania opowieści. Instytucje dziedzictwa mają przeogromny i często niedoceniany potencjał narracyjny oraz scenograficzny. Organizacje dziedzictwa opiekują się „pamięcią”, dla której szczególnie skutecznymi aktywatorami mogą być doznania zmysłów wzroku, słuchu, węchu i dotyku. Różnorodność tematów i wymiarów związanych z dziedzictwem kulturowym stanowi ogromny potencjał nie tylko w tzw. muzeach narracyjnych, ale i tych wypełnionych obiektami w ramach danej kolekcji udostępnionej publiczności. Rozmaitość możliwej scenografii i teatralizacji przestrzeni zarządzanej przez organizację dziedzictwa, bez różnicy, czy mówimy o budynku muzeum, czy o wszelkiej innej pożyczonej przestrzeni, np. na potrzeby festiwalu bądź widowiska historycznego, daje wiele możliwości przyciągania publiczności oraz wzmacniania relacji z nią przez uruchomienie narzędzi na rzecz emocjonalnego zaangażowania gościa, lokalnego mieszkańca czy turysty. Widzimy jednak, z jakim trudem instytucje dziedzictwa przebijają się ze swoimi komunikatami do masowej publiczności. Bariery nie stanowi koszt dostępu. Instytucje dziedzictwa kulturowego relatywnie nie należą do miejsc drogich. Z reguły dostępność finansowa muzeów dla zwiedzających nie stanowi większego problemu. Częściej przyczyną braku obecności muzeum na mentalnej mapie miejsc atrakcyjnych dla potencjalnych użytkowników jest brak umiejętności przebicia się do potencjalnych odbiorców z komunikatem o atrakcyjności oferty instytucji. Zbyt często organizacjom o ogromnym zasobie atrakcyjnych treści i opowieści wyraźnie brakuje profesjonalnych narzędzi i kompetencji promocyjnych. Bariera jest też, oczywiście, zasób środków finansowych, jakie zajmujące się promocją zespoły mają do swej dyspozycji. Wielu instytucjom dziedzictwa

brakuje doświadczonych dystrybutorów, „komiwojażerów” narracji, sensów, misji, treści, mediatorów pokazujących realne związki danej oferty dotyczącej pamięci i dziedzictwa z potrzebami publiczności, wskazujących możliwe interpretacje i ścieżki atrakcyjne dla gości lokalnych i turystów, jednostek i grup osób. Dla wielu pracowników skuteczność oddziaływania na redakcje medialne i dziennikarzy jest sporym wyzwaniem, problemem jest zrozumienie ich logiki i warunków działania oraz pójście muzealników na komunikacyjny kompromis. Ceną za te zaniechania może być medialna niewidzialność instytucji, jej zasobów, kadr i jej atrakcyjności jako miejsca spędzania czasu. Dodatkową barierą, której nie stwarzają obiekty o charakterze komercyjnym, jest czas dostępności publicznej instytucji dziedzictwa. Barierą dla zaangażowania mieszkańców i turystów w poważną relację jest czas, przez jaki muzeum udostępnia swój obiekt. Zamykanie muzeum o godz. 16.00 lub 17.00 daje mniej szans na włączenie aktywnych zawodowo pasjonatów i rodzin (poza weekendami – choć i wówczas wiele muzeów jest udostępnianych nadal do 15.00 lub 16.00). Od kilku lat mamy w Polsce instytucje dziedzictwa, które dają swojej publiczności więcej czasu na dotarcie do instytucji – do godz. 19.00 lub 20.00, m.in. Europejskie Centrum Solidarności w Gdańsku, Muzeum Chopina w Warszawie, Muzeum Śląskie w Katowicach, Muzeum Etnograficzne w Krakowie, Państwowe Muzeum Auschwitz-Birkenau w Oświęcimiu). Zdecydowana większość polskich muzeów jest dostępna do godz. 16.00, 17.00 lub 18.00, niekiedy o godzinę dłużej w dni weekendowe.

Muzeum martwe – muzeum żywe

Ciekawe nastawienia ujawnia pytanie o pojmowanie pojęcia żywego muzeum, które skierowaliśmy wspólnie z Markiem Chojnackim, współautorem badania, do pracowników jednej z instytucji dziedzictwa¹⁴. W odpowiedzi na prośbę o zdefiniowanie metaforycznych sformułowań „muzeum martwe” i „muzeum żywe” otrzymaliśmy wypowiedzi, które *de facto* odnoszą się do problemu rozwoju publiczności, a jednocześnie uruchamiają pytanie o to, jak ożywić pola „martwe”, które niewątpliwie w instytucjach dziedzictwa występują, skierować w stronę „życia”.

~~~~~  
14 Ibidem.

Najczęstsze cechy muzeum „martwego” wskazane w badaniu to: brak zwiedzających, zniechęceni pracownicy, niezmienna ekspozycja, brak wystaw czasowych lub ich przedłużające się eksponowanie, brak imprez i wydarzeń, tylko gabloty. Muzeum „żywe” stanowi pośrednią odpowiedź na pytanie o wizję otwarcia się muzeum na publiczność – wejście na ścieżkę wspólnego rozwoju – zwiedzającego i zwiedzanej instytucji. „Żywe” muzeum, które, jak należy sądzić, jest dla pracowników przedmiotem ich życzeń, określa się w odpowiedziach jako: chętnie odwiedzane przez dużą liczbę osób; posługujące się dużą liczbą współczesnych rozwiązań technicznych; ekspozycja wciąga widza w akcję historyczną, zwiedzający angażuje się do współtworzenia instytucji; muzeum ma ciekawą tematykę i jest otwarte na nowości i współpracę, ma liczne wystawy czasowe; prowadzi działalność rekonstrukcyjną, spotkania dyskusyjne, działania edukacyjne, warsztaty, wydarzenia plenerowe; w muzeum ciągle coś się dzieje; jest otwarte na zagranicznych turystów i przygotowane na ich wizyty; miejsce przechowujące obiekty i relikty, które ma ducha i klimat, ma bibliotekę, czytelnikę; gwarantuje brak nudy, ekspozycja zapada w pamięć; muzeum, w którym widać pasję, ludzi i rzetelnie zaprezentowany pewien historyczny proces; zapewnia zaskakujące rozwiązania; można wszystkiego dotknąć; w którym zadowoleni są zarówno zwiedzający, jak i pracownicy.

W ślad za sekwencją wypowiedzi można ująć to krótką frazą, cytatem z pism Gustava Mahlera wyświetlanym na ekspozycji wiedeńskiego Haus der Musik: „Tradycja – to nie celebrowanie prochów, lecz podtrzymanie ognia”. Podtrzymanie ognia działalności instytucji to także jego wielokrotna użyteczność dla konkretnej osoby odwiedzającej muzeum, powracającej do niego.

## **Muzeum wielokrotnego użytku, instytucje dziedzictwa szyte na miarę**

Istotnym problemem wielu instytucji dziedzictwa odwiedzanych jednorazowo jest mała dynamika zmiany wystaw czasowych lub niewielka ich liczba w ciągu roku. Również stan i metody prezentacji wybranych ekspozycji mogą zniechęcać do powrotu do muzeum i nie spowodują rekomendowania go innym, przyszłym zwiedzającym – a osobista rekomendacja to jedna z najskuteczniejszych metod promocji tego typu instytucji. Muzea i miejsca dziedzictwa, bez wyjątku, mają potencjał do wzbudzania

ciekawości, aurę tajemniczości, wiele z nich ma też przytulność, kame-ralność, która może służyć emocjonalnej bliskości z lokalnym odbiorcą, może zaciekawić i poruszyć. Przy świadomym strategicznym opracowaniu takiego atutu mniejszych muzeów można słabość (mała kubatura, trudny dostęp, nieoczywista lokalizacja) przekuć w siłę. Operując popularną terminologią, małe muzeum może stać muzeum „butikowym” – szytym na miarę współczesnej percepcji, muzeum na pół godziny kompleksowej wizyty. Nawet muzea, które charakteryzuje się jako „biedne” czy „zaco-fane”, można niewielkim kosztem finansowym, a z pomocą dużej dozy wyobraźni oraz koncepcyjnego, twórczego i promocyjnego działania przekształcić w prostotę, skromność, szanującą komfort percepcyjny zwiedzającego – muzeum w duchu zrównoważonego *slow life*. Faszerowanie instytucji muzealnej nowymi technologiami informacyjnymi nie zawsze jest skuteczną odpowiedzią na problemy frekwencyjne, a tym bardziej na problemy z budowaniem pogłębionych relacji z publicznością. Przy zastrzeżeniu wielości interpretacji pojęcia interaktywności w muzeach, trzeba zauważyć, że łącznie 77% ankietowanych pracowników badanej wielooddziałowej instytucji muzealnej zgodziło się, że interaktywność muzeum sprzyja przekazowi wiedzy, ponad 94% uznało, że interaktywność muzeum sprzyja jego promocji; ponad 24% respondentów przychyliłoby się do tezy, że interaktywność muzeów odstrasza osoby starsze, a 40% nie miało jednoznacznego zdania na ten temat; aż 45% respondentów nie chciało też jednoznacznie określić się wobec tezy, że nie ma obecnie alternatywnego kierunku niż zwiększanie interaktywności w muzeach.

## **Definicja muzeum – nowe kierunki?**

Wspomniany już konflikt między skrajnościami: tym, co można nazwać barwnym życiem muzeum, obfitującym w liczne wystawy i inne wydarzenia, a zamieraniem muzeum lub jego częścią wegetacją, obecny jest także w różnych postawach wobec próby redefinicji muzeum jako typowej organizacji dziedzictwa. Dyskusja na temat odświeżenia definicji muzeum powraca na międzynarodowych forach osób profesjonalnie związanych z dziedzictwem kulturowym oraz muzealnictwem. W roku 2019 ICOM – międzynarodowa rada muzeów i *de facto* największa, globalna sieć muzealników – zaproponowała debatę oraz zebranie propozycji definicji muzeum na miarę potrzeb i warunków współczesnych oraz przyszłych

społeczeństw. W efekcie licznych konsultacji i zebrania ponad dwustu propozycji zarząd rady poddał pod głosowanie członków sieci alternatywną wobec dotychczas obowiązującej definicję muzeum<sup>15</sup>. Zgodnie z nią muzea to: „demokratyzujące, włączające, polifoniczne przestrzenie dla krytycznego dialogu o przeszłości(ach) i przyszłości(ach). Uświadamiają i odnoszą się do konfliktów i wyzwań teraźniejszości, niosą artefakty (obiekty) i zjawiska w zaufaniu do społeczeństwa, zabezpieczają różne wspomnienia dla przyszłych pokoleń, gwarantują równe prawa i równy dostęp do dziedzictwa dla wszystkich ludzi. Muzea są miejscami non profit. Są partycypacyjne i transparentne, pracują w aktywnym partnerstwie z różnymi społecznościami i na ich rzecz, by zbierać, zachowywać, utrzymywać, ochraniać, badać, interpretować, wystawiać oraz zachęcać do rozumienia (poznawania) świata, są ukierunkowane, by współdziałać na rzecz godności ludzkiej i sprawiedliwości społecznej, globalnej równości i dobrostanu planety”<sup>16</sup>. Ta propozycja nie znalazła jednak akceptacji większości członków zgromadzenia ogólnego w Kioto.

## **Tożsamość zawodowa i zakres oddziaływania pracownika instytucji dziedzictwa**

W ślad za dyskusją o definicji i misji muzeum warto poruszyć kwestię tożsamości profesjonalnej kadr instytucji dziedzictwa. Bardzo frapujące są odpowiedzi na pytanie o najważniejsze umiejętności, cechy pracownika muzeum. Głosy te, pochodzące z wewnątrz instytucji, są szczególnie wartościowe poznawczo dla dziedziny kultury organizacyjnej i tożsamości muzeum. Tu znów opieramy się na przykładzie pracowników jednej wielooddziałowej instytucji dziedzictwa, ale traktujemy poniższe wyniki jedynie jako eksploracyjne zasoby informacji do dalszej dyskusji i pogłębienia w innych organizacjach dziedzictwa. W wynikach ankiety występuje moment warty odnotowania w związku z diagnozą zwróconą ku problemom relacji z publicznością muzeów. Z dziesięciu propozycji przedstawionych respondentom jedna szczególnie wyróżnia się niską popularnością, a jest nią „umiejętność słuchania i empatia” (zaledwie 5,4% wskazań

15 *ICOM announces the alternative museum definition that will be subject to a vote*, 2019, <https://icom.museum/en/news/icom-announces-the-alternative-museum-definition-that-will-be-subject-to-a-vote/>, dostęp: 15.05.2021.

16 Tłumaczenie Marcin Poprawski, za: *ibidem*.



wielokrotnego wyboru). Ranking odpowiedzi udzielonych przez pracowników zdominowały: wiedza i kompetencje (prawie 65%), profesjonalizm, przekazywanie wiedzy z odpowiednią ekspresją i pasją (po 35% każda z trzech propozycji), w dalszej kolejności wybierano: zaangażowanie i kreatywność (29,7%) oraz „otwartość na innych i komunikatywność” (24,3%). Dość jasno nakreśla to profil relacji ze zwiedzającymi. Tym samym sytuuje obszar rozwoju publiczności jako konieczny do przedyskutowania w gronie pracowników muzeum. Badanych poproszono w ankiecie o odniesienie się do fikcyjnych modelowych zwiedzających ich muzeum, przedstawionych w ankiecie poprzez ich sylwetki i opinie na temat muzeum. Za jedną z najmocniejszych wypowiedzi należy uznać tę, w której respondent stwierdza: cenimy widzów, którzy wiedzą, po co przychodzą do muzeum, są do wizyty przygotowani, a jednocześnie do nas powracają. Dla takiej publiczności ekspozycja nie jest do „jednorazowego” zwiedzania, ciągle zaskakuje, skłania do refleksji, a „nowości” są zauważane. Oczywiście, nie trzeba dodawać, że modelowy zwiedzający nie istnieje. Pozostaje w mocy pytanie, jak radzić sobie (zainteresować, zainspirować, zachęcić) z każdym, który znacząco odbiega od modelu, a takie niemodelowe postaci stanowią codzienną, zdecydowaną większość gości muzeum.

Znakiem czasu jest tendencja do wprowadzania nowych stanowisk pracy w muzeach – opiekunów publiczności<sup>17</sup>. Ich zakres obowiązków jest *de facto* uosobieniem idei rozwoju publiczności, pracy z publicznością, która do tej pory nie była formalnie przypisana do stanowisk pierwszego kontaktu, jakimi są opiekunowie ekspozycji. Sama zmiana nazewnictwa kształtuje nastawienie pracownika i może być symbolicznym przewrotem kopernikańskim w instytucji, gdzie wcześniejsze zorientowanie uwagi kadry na ekspozycję lub ekspozyty (ich bezpieczeństwo) ulega zmianie na rzecz publiczności, jej potrzeb i warunków dostępu, gości muzeum, których obecność staje w centrum zainteresowania pracownika. Dostrzega się wysiłki na rzecz uwolnienia potencjału opiekunów ekspozycji, uaktywnienia wcześniej niedocenianego potencjału pracowników pierwszego kontaktu z gościem instytucji muzealnej.

Profesjonalna tożsamość pracownika organizacji dziedzictwa jest przedmiotem analiz dokonanych na przykładzie francuskich i kanadyjskim

---

17 Osoby na takim stanowisku zatrudnia m.in. Muzeum Sztuki Nowoczesnej w Warszawie (*Rozmowa z Martą Skowrońską-Markiewicz*, <https://adestewarszawa.pl/rozmowa-z-marta-skowronska-markiewicz/>, dostęp: 25.05.2021).

muzeów przez Jonathana Paquette'a<sup>18</sup>, który zwraca uwagę przede wszystkim na niejednorodność tej grupy ze względu na wyuczony zawód, zwłaszcza tzw. pracowników merytorycznych, osób zatrudnionych w muzeach artystycznych i geologicznych, militarnych i literackich, przyrodniczych i historycznych, muzeach techniki, muzeach etnograficznych itd. Niezależnie od tych różnic autorowi udaje się wskazać pewne cechy wspólne, charakterystyczne dla tożsamości zawodowej „muzealników”, postrzeganej przede wszystkim jako ścieżka do osiągnięcia „doskonałości”, ścieżka rozwoju indywidualnego i zespołowego, podatna na wpływ „biograficznych” tożsamości poszczególnych osób. Tożsamości zawodowe w tym zawodzie zbudowane są na gruncie konkretnych szkół i mistrzów, wzorów działania, stylów pracy, percepcji, doświadczeń i wartości estetycznych oraz etycznych (a w ich ramach na wielości postaw: naśladowaniu, kopiowaniu, kontestacji, rozwijaniu, przełamywaniu). Działania podejmowane w obszarze tożsamości zawodowej nie mają dynamiki linearnej, lecz wielowymiarową. Warto ponadto zwrócić uwagę na to, że ze względu na bycie zaangażowanym w tematykę dziedzictwa kulturowego i związanych z nimi wartości kształtowanie się tożsamości profesjonalistów w tej dziedzinie nie jest obojętne na działania z zakresu polityki kulturalnej. Za dynamiką kształtowania się tożsamości zawodowej pracowników organizacji dziedzictwa stoją subtelne, ale realne siły przekraczające wymiar jednostkowy. Paquette zwraca uwagę na to, że relacja tożsamości pracowników muzeów i różnych odmian polityki kulturalnej jest dość paradoksalna. Z jednej strony kadra muzeum istnieniu systemowych rozwiązań w obszarze dziedzictwa, różnym politykom kulturalnym, zawdzięcza istnienie i podtrzymywanie funkcjonowania instytucji, w której są zatrudnieni, daje miejsce pracy, względne warunki rozwoju dla profesjonalistów, przestrzeń, sieć relacji i materiał do pracy, które przyczyniają się do wzmacniania tożsamości zawodowej poszczególnych osób. Z drugiej strony poszczególne decyzje, praktyki, strategie, programy, priorytety stojące za konkretnymi działaniami na szczeblu osób odpowiedzialnych za politykę kulturalną mogą wzbudzić opór profesjonalistów, którzy konkretne kroki decydentów odczytują jako cenzurę, represje, działanie motywowane wyłącznie politycznie, dyletantyzm, niegospodarność, szkodę dla dziedzictwa kulturowego, niebezpieczeństwo dla zbiorów i wartości.



18 J. Paquette, *Theories of professional identity...*

Tożsamość zawodowa to suma procesu kolektywnego w ramach organizacji oraz indywidualnych negocjacji i zmagania ze standardami i realiami życia organizacji. Istotnymi elementami tego życia są symbole, rytuały i światopoglądy, jako istotne kolektywne ramy dla (re)konstrukcji tożsamości zawodowych. W tym znaczeniu tożsamości zawodowe pracowników instytucji dziedzictwa to produkty (efekty) kultur i subkultur organizacyjnych<sup>19</sup>.

## Symbolizm organizacyjny instytucji dziedzictwa

Kultura organizacyjna w rozumieniu nauk społecznych i humanistycznych nauk o zarządzaniu to zbiór respektowanych, ale niekoniecznie spisanych norm zawodowego współistnienia pracowników. To dający się uchwycić w praktyce system wartości, który podzielają członkowie zespołu organizacji dziedzictwa i który wpływa na sposoby definiowania i realizowania zadań w organizacji. Pracownicy oceniają samych siebie, koleżanki, kolegów, przełożone i przełożonych, a także grupy klientów zgodnie z przyjętymi wzorcami odniesień, czasami werbalnie ustalonymi „skrótami myślowymi”, mającymi charakter symboliczny. Istnieją instytucje dziedzictwa zabiegające o utrwalenie zasadniczych elementów kultury organizacyjnej, które obowiązują kadrę i które formułowane są jako rodzaj manifestu w ramach wewnętrznych uzgodnień między liderką/liderem a zespołem. Taki manifest<sup>20</sup> funkcjonował w prowadzonym przez Alicję Knast Muzeum Śląskim w Katowicach w postaci pięciu reguł ukierunkowanych na budowanie zaufania otoczenia społecznego, do których zaliczone zostały:

1. transparentność – proces zmian, reorganizacji materialnej tkanki muzeum musi być przejrzysty dla społeczności, która musi znać cel, etapy, co, kiedy i dlaczego się w muzeum dzieje, mieszkańcy nie mogą dowiadywać się o naszych zamierzeniach jako ostatni;

---

<sup>19</sup> Ibidem, ss. 14–15.

<sup>20</sup> M. Poprawski, M. Mękarcki, P. Firycki, A.W. Brzezińska, M. Chojnacki i in., *Nowe lokowanie instytucji publicznych w miejskich ekosystemach kultury w Polsce*, Regionalne Obserwatorium Kultury UAM, Związek Miast Polskich, Poznań 2016, ss. 84–85, [https://www.miasta.pl/uploads/attachment/file/1209/Nowe\\_lokowanie\\_instytucji\\_publicznych\\_w\\_miejskich\\_ekosystemach\\_kultury\\_w\\_Polsce\\_\\_2016\\_-\\_RAPORT\\_\\_PDF\\_.pdf](https://www.miasta.pl/uploads/attachment/file/1209/Nowe_lokowanie_instytucji_publicznych_w_miejskich_ekosystemach_kultury_w_Polsce__2016_-_RAPORT__PDF_.pdf), dostęp: 15.02.2021.

2. realizacja potrzeb, a nie oczekiwań – nie poddajemy się temu, co ludzie chcieliby, byśmy robili, patrzymy na potrzeby, czyli działanie w perspektywie szerszej i głębszej;
3. współprojektowanie – na ile, gdzie i jak to tylko możliwe, staramy się włączać ludzi do współuczestnictwa, koprojektowania na maksymalnie partnerskich zasadach;
4. etyka, a nie prawo – interesuje nas wytyczanie dobrych standardów, a nie zaledwie asekuracyjne podążanie za przepisami;
5. proporcje – trzeba być uczulonym na przeskalowanie, robić coś, co się da radę utrzymać, myśleć o tym, co pozostanie, jak to zachować i rozwijać; unikamy pustostanów i pustostłowa.

Kultura organizacyjna, zgodnie z definicją Edgara Scheina<sup>21</sup>, to wzorzec podstawowych założeń – wymyślonych, odkrytych lub rozwiniętych przez dany zespół w procesie uczenia się radzenia sobie z problemami zewnętrznej adaptacji i wewnętrznej integracji – funkcjonujących na tyle dobrze, aby uznać je za słuszne i właściwe do przekazywania nowym członkom organizacji jako odpowiedni sposób postrzegania, odczuwania i reagowania na te problemy. Kultura organizacyjna jest też sferą odkrywania i wyjaśniania niestabilności, złożoności, heterogeniczności procesów pod powłoką oficjalnej komunikacji, która stara się pozostawić wrażenie stabilności, hierarchicznego porządku, sztywnych struktur i funkcjonalnej spójności<sup>22</sup>. Kultura organizacyjna to zatem jeden z głównych zakresów badań służących zrozumieniu szczególności instytucji muzealnych, zatrudniających specjalistów i pasjonatów. Opisuje i określa postawy, doświadczenia, przekonania, normy i wartości w odniesieniu do organizacji, podzielane przez jej członków lub ich grupy. Kulture organizacyjne mogą być postrzegane jako rodzaje klastra warunków wstępnych, które w sposób niemy (milcząco) kontrolują lub wpływają na wszystkie relacje członków organizacji zarówno wewnątrz, jak i na zewnątrz<sup>23</sup>. Kultura organizacyjna ma przede wszystkim wymiar symboliczny: istotne są zwyczaje, rytuały,

---

21 E.G. Schein, *Organizational Culture and Leadership*, Jossey-Bass Publishers, San Francisco 1992.

22 S. Magala, *Kompetencje międzykulturowe*, Wolters Kluwer, Warszawa 2011.

23 J. Martin, *Organizational Culture. Mapping the Terrain*, SAGE, Thousand Oaks 2002.

mity, przekonania, emocje, ideologie, narracje, zasłyszane historie, negocjowanie znaczeń oraz język. W takiej optyce kadry instytucji dziedzictwa są narratorami w ramach kultur organizacyjnych, których czytelność nie jest taka sama dla wszystkich. Część elementów kultury organizacyjnej jest dostępna dla wszystkich odwiedzających instytucję, inną część dostrzegają wyłącznie pracownicy. W instytucjach występuje także zestaw elementów znany tylko części kadry, nielicznym wtajemniczonym, np. jej liderom, a mogą się też pojawić liczne elementy nieuświadomiane przez żadnego z pracowników, które dostrzeże dopiero badacz, ekspert z zewnątrz, w szerokim rozumieniu antropolog organizacji czy socjolog życia codziennego (organizacji). Kultura organizacyjna nie powieliła automatycznie schematu organizacyjnego, który stworzony jest dla pracodawcy i pracowników w tym sensie, że stanowi mapę relacji służbowych pozwalającą na orientację, jak poruszać się po ścieżkach zależności organizacyjnych, by odnaleźć właściwego interlokutora i decydenta w sprawach służbowych. Tymczasem kultura organizacyjna jest drugą stroną medalu, warstwą funkcjonalną schematu organizacyjnego, jest bardziej dla odbiorcy, klienta, niż dla samej organizacji. Pozwala jednak również głębiej zakorzenić się pracownikom w tożsamości organizacji, czyli bezpiecznie oddać część osobistej tożsamości. Sukces lub słabość muzeum czy innej organizacji dziedzictwa kulturowego, podobnie jak w przypadku każdej organizacji kulturalnej, jest pośrednio wynikiem: pracy osób zatrudnionych, jakości przywództwa, zapewnianych warunków pracy, modelu funkcjonowania organizacji, zarządzania finansami instytucji, przestrzeni do pracy i w końcu – kultury organizacyjnej w całej swej złożoności.

Jeden z nestorów socjologii organizacji w Europie Antonio Strati wskazuje na kulturę organizacyjną jako sedno organizacji, które wymyka się organizacyjnej inżynierii<sup>24</sup>. Zgodnie z jego doświadczeniami kulturą organizacyjną się nie zarządza, lecz kulturę się w organizacji odkrywa, a *de facto* dostrzega się pluralizm kultur, ich współistnienie, współpracę, konflikty, ich negocjowalność. Organizacja „jest” kulturą organizacyjną, a nie „ma” kulturę organizacyjną (jako zasób). Organizacja jest hipertekstem, a kultura organizacyjna to nie treść, lecz naczynie. Strati wprowadza do języka rozmowy o organizacjach optykę symboliczną, tj. spojrzenie na społeczne konstruowanie organizacji przez symbole,

---

24 A. Strati, *Organizational symbolism...*

wartości, przekonania, wzorce świadomych zachowań, których ludzie w organizacji się uczą, które wytwarzają i odtwarzają. W tej perspektywie organizacja jest paradoksalna i wieloznaczna: jednocześnie subiektywna i obiektywna, niematerialna i materialna, efemeryczna (ulotna) i trwała (konkretna), ograniczona i bez granic, dająca się obserwować i wymykająca się pojmowaniu, ewidentna, ale i wymagająca interpretacji, polimorficzna i polisemiczna. Organizacja jest otwartym tekstem, a każdy obiekt (przedmiot obserwacji) w organizacji przynosi znaczenia. Organizacja składa się z mieszanki: kultur (tożsamości) osobowych, zawodowych, profesjonalnych, korporacyjnych, dominujących w sektorze, do którego przynależy organizacja. W związku z tym „muzealnictwo”, bycie „muzealnikiem” zobowiązuje, bo wiąże się z kulturą wspólnych praktyk, do których w swoim odczuciu jednostka przynależy, a więc do kultur typów instytucji działających w konkretnym społeczeństwie, lokalnie, narodowo, międzynarodowo<sup>25</sup>.

Zmysłowym wymiarem symbolizmu organizacyjnego są artefakty organizacyjne jako materialne oraz mentalne wytwory człowieka, które jako obiekty realne, mogą być pojemnym nośnikiem wielu sensów, znaczeń. Artefakt organizacyjny to najczęściej przedmiot o praktycznej funkcji, który jednocześnie niesie dla jego użytkownika inne znaczenia o wymiarze np. symbolicznym. Jest przy tym pojęciem odrębnym od dzieła artystycznego, choć bywa, że artefakt organizacyjny może przybierać cechy dzieła sztuki. Na mikro poziomie organizacji za najprostsze, choć pojemne symbolicznie, artefakty organizacyjne uznaje się np. krzesło, biurko, drzwi (lub ich brak), pocztę e-mailową, telefon (a obecnie zwłaszcza Zoom, Teams oraz inne formaty spotkań wideo), sekretariat, ladę wejściową – recepcję, sklep z pamiątkami muzealnymi itd. Nietrudno o długą listę artefaktów organizacyjnych, materialnych i materialno-mentalnych, które niosą sensy, priorytety działania, „organizują” pracę, porządkują i organizują procesy myślowe kadry charakterystyczne dla instytucji dziedzictwa (ekspozycja, magazyn, katalog, eksponat, rejestr, depozyt, wystawa czasowa, kasa, regulamin, schemat organizacyjny, alarm i inne obiekty zabezpieczające, konserwacja, lekcja muzealna itp.). Te pojęcia i kryjące się za nimi realia pracy stanowią dla osób zaangażowanych istotny punkt odniesienia, mają siłę angażowania i identyfikacji, wzmacniają profesjonalną tożsamość

---

25 Ibidem, s. 1381.

pracownika instytucji. Rozpoznanie sensów kryjących się za artefaktami organizacyjnymi charakterystycznymi dla konkretnej kultury organizacyjnej instytucji dziedzictwa może być również znakomitym punktem wyjścia do pogłębiania relacji organizacji z publicznością.

## **Zakończenie:**

### **praca z publicznością – percepcja zmysłowa**

Rozwój publiczności jest obszarem tematycznym blisko spokrewnionym z dziedziną percepcji zmysłowej oraz wyobraźnią, które stanowią ramę tematyczną tej publikacji. Jest to spektrum zagadnień, które uwzględnia, ale i przekracza wyżej wspomnianą, wielowymiarowo rozumianą interaktywność. Ukierunkowanie na percepcję zmysłową osoby odwiedzającej muzeum oraz stosowanie przez daną organizację dziedzictwa narzędzi i działań uruchamiających wyobraźnię osoby, która przychodzi do instytucji czy miejsca dziedzictwa kulturowego stanowią doskonały punkt startowy do tworzenia skutecznej strategii relacji z odbiorcami. Wynika to z celu rozwoju publiczności jako metody działania, którym jest włączanie jednostek i społeczności lokalnych w doświadczanie, partycypację, czerpanie satysfakcji z obcowania z wartościami propagowanymi przez instytucje kultury, instytucje dziedzictwa i pamięci. Działania podejmowane przez instytucje w tym zakresie obejmują nowe metody animacji kulturalnej, pożytkowanie nowych mediów, nowych narzędzi komunikacji i integracji społecznej, współtwórczość, włączanie do współorganizacji kolekcji, wystaw, wydarzeń, angażując w działania wolontariatu. Ostatecznie chodzi tu przede wszystkim o pogłębianie prawdziwych i nasyconych wartością relacji osób z miejscem i działaniami instytucji pożytku publicznego w dziedzinie kultury i dziedzictwa.

Działania wpływające na zmysły są pierwszym sposobem dotarcia do konkretnej osoby, a instytucja działająca zgodnie z logiką pracy w duchu rozwoju publiczności jest miejscem kształtującym swoje priorytety ukierunkowane na pojedynczego człowieka, który ma być świadomym gościem instytucji, osobą, która potrafi zaangażować się w działalność oraz we wzmacnianie własnych kompetencji społecznych, etycznych, estetycznych i artystycznych, które spełniać będą potrzeby jednostek jako części pewnej wspólnoty, wspólnoty opartej na konkretnych wartościach. W praktyce dotyczy to w pierwszej kolejności układania programu działań instytucji,

w tym zwłaszcza działań edukacyjnych, oraz dbania o podtrzymywanie trwałej relacji zaufania i lojalności w relacji z klientami, ich adekwatnej obsługi jako osób przebywających w obiekcie muzealnym, promocji i docierania z informacją na czas i zgodnie z potrzebami gości muzeum. Wszystko to ostatecznie powinno służyć również stabilności instytucjonalnej miejsca, możliwości – także w zakresie wsparcia finansowego – dalszego rozwoju organizacji, zgodnie z interesem wspólnoty lokalnej, dla zachowania i upowszechniania cennego dziedzictwa kulturowego.

Budowanie więzi opartych na doświadczeniu estetycznym czy uaktywnienie dla wyobraźni publiczności artefaktów działających bezpośrednio na konkretne zmysły to coś, co znakomicie ilustrują działania artystyczne Anisha Kapoora<sup>26</sup>, który swoją twórczością zaprasza do przejścia procesu, do zmysłowego doświadczenia z dziełem sztuki usytuowanym w danej lokalizacji, zbudowanym z materiału o bardzo konkretnej fakturze i właściwościach użytecznych dla interpretacji wzmacniających interaktywność z publicznością. Fenomen tego artysty opiera się na organicznym procesie tworzenia trwałej relacji z odbiorcą poprzez doświadczenie, w którym dzieło „mówi”: chodź do mnie, podejdź bliżej, przeżyj coś. Artefakt, obiekt materialny, zachęca swoją obecnością osobę do wejścia w atrakcyjny proces, przez który przechodzą obcujący z dziełem bez konieczności wykazania się wiedzą, bez wcześniejszego przygotowania, bez znajomości historii sztuki.

Taka twórczość wydaje się dobrym odniesieniem dla doświadczeń uruchamianych również w organizacjach. Przykładem skutecznego oddziaływania organizacji w tym duchu jest choćby park rzeźby *Skulptur i Pilane*<sup>27</sup> w szwedzkim regionie Bohuslän. Proces pogłębionej pracy z publicznością angażującą wszystkie zmysły, a jednocześnie włączanie jej do aktywnego uczestnictwa, realizowany jest na styku dziedzictwa kulturowego i sztuk performatywnych w takich miejscach, jak francuski park *Puy du Fou*<sup>28</sup> i jego historyczne widowisko *Cinescenie* z udziałem ponad trzech tysięcy wolontariuszy, czy jego naśladowca, stworzony przez społeczność lokalną, podpoznański *Park Dzieje*<sup>29</sup> i jego widowisko w Murowanej Goślinie realizowane przez setki wolontariuszy reprezentujących różne



26 Strona domowa artysty, <https://anishkapoor.com/>, dostęp: 25.05.2021.

27 Skulptur i Pilane 2012, <https://www.pilane.org/>, dostęp: 25.05.2021.

28 L'Histoire n'attend que vous!, <http://www.puydufou.com>, dostęp: 25.05.2021.

29 Strona domowa organizacji, <https://www.parkdzieje.pl>, dostęp: 25.05.2021.



pokolenia mieszkańców okolicznych miejscowości. Ostatnie przykłady wymagają jednak odrębnej, szczegółowej analizy jako bardzo złożone studia przypadku interesujące w wielu zakresach: polityki kulturalnej, uczestnictwa w kulturze, wolontariatu, turystyki kulturowej i kreatywnej, zarządzania projektami i organizacjami kulturalnymi.

Zwrócenie uwagi na rozwój publiczności ma fundamentalne znaczenie dla przyszłości instytucji oraz społeczności będących odbiorcą ich działań wynikających z misji danej organizacji kulturalnej. W procesach, które są tu uruchamiane, a które czerpią z potencjału percepcji zmysłowej, chodzi o poszerzenie dostępu do zasobów instytucji kultury oraz skuteczny przekaz wartości przypisanych do misji danej instytucji lub organizacji dziedzictwa. Chodzi ponadto o zwiększenie zasięgu oddziaływania organizacji na nowe grupy społeczne, osoby, które wcześniej, z różnych względów, nie pojawiały się w orbitach ich zainteresowania. Te działania instytucji dziedzictwa, które aktywują wiele modalności ludzkiej percepcji zmysłowej, są szczególnie atrakcyjne dla potencjalnej publiczności, dla której konkretna organizacja dziedzictwa, jej wartości, kultura organizacyjna i oferta nie stanowiły wcześniej przedmiotu zainteresowania.

## Literatura

Bollo A., Da Milano C., Gariboldi A., Torch C. i in., *Engage Audiences: Study on audience development – how to place audiences at the centre of cultural organisations*, 2017, <http://engageaudiences.eu/materials/>, dostęp: 15.02.2021.

Kotnarowski M., Piechocki P., Płachecki M., Szlendak T., *Aktywność kulturalna warszawiaków. Segmentacja. Podsumowanie na podstawie badania uczestnictwa w kulturze w 2017 roku*, Miasto Stołeczne Warszawa, Warszawa 2018.

Magala S., *Kompetencje międzykulturowe*, Wolters Kluwer, Warszawa 2011.

Martin J., *Organizational Culture. Mapping the Terrain*, SAGE, Thousand Oaks 2002.

Paquette J., *Theories of professional identity: Bringing cultural policy in perspective*, w: J. Paquette (ed.), *Cultural Policy, Work and Identity*, Routledge, London 2012.

Poprawski M., *Promocja, marketing i frekwencja – aspekty zarządzania muzeami w Polsce*, w: K. Figaj, K. Andrzejkowicz, K. Żmijewska (red.), *Statystyka muzeów. Muzea w 2017 roku*, NIMOZ, Warszawa 2018.

Poprawski M., Chojnacki M., Malewski S., Firyeh P., *Pozycja Wielkopolskiego Muzeum Niepodległości w ofercie Poznania: tożsamość marki instytucji, otoczenie społeczne, rozwój publiczności, kultura organizacyjna*, Regionalne Obserwatorium Kultury UAM – Fundacja Altum w Poznaniu, Poznań 2016.

Poprawski M., Mękarski M., Firyż P., Brzezińska A.W., Chojnacki M. i in., *Nowe lokowanie instytucji publicznych w miejskich ekosystemach kultury w Polsce*, Regionalne Obserwatorium Kultury UAM, Związek Miast Polskich, Poznań 2016, [https://www.miasta.pl/uploads/attachment/file/1209/Nowe\\_lokowanie\\_instytucji\\_publicznych\\_w\\_miejskich\\_ekosystemach\\_kultury\\_w\\_Polsce\\_\\_2016\\_-\\_RAPORT\\_\\_PDF\\_.pdf](https://www.miasta.pl/uploads/attachment/file/1209/Nowe_lokowanie_instytucji_publicznych_w_miejskich_ekosystemach_kultury_w_Polsce__2016_-_RAPORT__PDF_.pdf), dostęp: 15.02.2021.

Schein E.G., *Organizational Culture and Leadership*, Jossey-Bass Publishers, San Francisco 1992.

Strati A., *Organizational Symbolism as a Social Construction: A perspective from the sociology of knowledge*, „Human Relations” 1998, vol. 51, no. 11, ss. 1379–1402.

Zmysły  
to nie wszystko.  
Ciało i przedmiot,  
czyli percepcja  
uwikłana

Łukasz Przybylski

Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu  
Wydział Psychologii i Kognitywistyki



## Triada umysłu

Człowiek jest zewsząd otoczony przedmiotami. Z częścią tych przedmiotów jesteśmy dobrze zaznajomieni, są takie, które nas nieustannie zadziwiają, a nawet przerażają. Niektórych z nich możemy z powodzeniem używać, inne natomiast pozostają wyłącznie obiektami naszego spostrzeżenia, percepcji. W znakomitej książce Sherry Turkle pisze, że przedmioty łączą nas ze światem, ukonkretniają nasze związki zarówno z otoczeniem fizycznym, jak i innymi ludźmi<sup>1</sup>. Historia obcowania człowieka z przedmiotami staje się w tym kontekście częścią historii umysłu.

Przedmioty są różnorodne i pełnią rozmaite funkcje. Można wyróżnić: przedmioty informacyjne, których zadaniem jest dostarczać informacji lub poszerzać jej zakres; przedmioty autorefleksyjne i motywacyjne, których rolą jest wzbudzać refleksję i wpływać na postawę; przedmioty społeczne, które mają inspirować i rozwijać więzi; są wreszcie przedmioty użyteczne, jak choćby narzędzia od mechanicznych po technologiczne, które wspierają, a czasem nawet wyręczają nas w działaniach<sup>2</sup>.

Historia naszego obcowania z przedmiotami sięga odległych czasów rozkwitu kultur olduwajskiej i aszelskiej, kiedy przodkowie człowieka, wraz ze wzrostem objętości mózgu, rozwinęli na ogromną skalę produkcję i użycie narzędzi<sup>3</sup>. Od tego czasu przedmiotów nie sposób już oderwać od naszego ciała, które pośredniczy zarówno w ich tworzeniu, poznawaniu, jak i używaniu. Tak rozumiane przedmioty tworzą środowisko, w którym rozwinęła się i nadal kształtuje kultura. Używanie przedmiotów wiąże się z ich poznawaniem, działanie poprzedzone jest percepcją, motoryką ciała – zmysłami. W świecie kultury, zwłaszcza tej materialnej, obecnej i minionej, której ślady możemy oglądać np. w muzeach, te dwa czynniki:

---

1 S. Turkle, *Evocative Objects*, MIT Press, Cambridge, MA 2007.

2 M. Błaszak, E. Przybylski, *Rzeczy są dla ludzi*, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2010.

3 S.S. Putt, S. Wijeakumar, R.G. Franciscus, J.P. Spencer, *The Functional Brain Networks that Underlie Early Stone Age Tool Manufacture*, „Nature Human Behaviour” 2017, no. 1(0102); D. Stout, N. Toth, K. Schick, T. Chaminade, *Neural Correlates of Early Stone Age Toolmaking: Technology, Language and Cognition in Human Evolution*, „Philosophical Transactions of the Royal Society of London” Series B, Biological Sciences, 2008, no. 363(1499), ss. 1939–1949.

ciało i przedmiot są uwikłane w proces percepcji, dzięki któremu mogą na siebie nawzajem oddziaływać. Scharakteryzowanie tej szczególnej triady stanowić będzie oś tego tekstu.

## Percepcja jako funkcja działania

Do niedawna uważano, że procesy percepcyjne stanowią całkowicie odrębny moduł aktywności mózgu i tak jak inne funkcje umysłu, np. podejmowanie decyzji czy myślenie, pełnią ściśle określoną, ale jednocześnie wydzieloną rolę. W takim ujęciu percepcja służyć miała poznaniu świata, czyli używając bardziej precyzyjnego języka, pozyskaniu z otoczenia, za sprawą aktywności zmysłów, informacji, która mogła być przekształcona w reprezentację owego świata lub jego fragmentów. Podejście takie, choć bardzo intuicyjne, stało jednak w całkowitej sprzeczności z doświadczeniem ewolucyjnym naszego gatunku<sup>4</sup>.

Procesy percepcyjne zaczynają się w środowisku, gdzie na nasze zmysły oddziałują złożone, często wielozmysłowe, bodźce. W istocie znaczna część naszej percepcji dotyczy takich multimodalnych kompleksów<sup>5</sup>. Kolejnym krokiem w procesie percepcyjnym jest wybór konkretnego zjawiska lub przedmiotu, na który perceptor kieruje swoją uwagę. Reflektor uwagi wskazuje na preferowanie tego, a nie innego bodźca, bądź też kompleksu bodźców, wyróżnionych spośród wielu czynników fizycznych oddziałujących na perceptora. W tym momencie do gry włącza się ciało poprzez aktywność receptorów odpowiadającą określonym zmysłom. Mówiąc obrazowo, receptory poszczególnych zmysłów są wrażliwe na natężenia parametrów świata zewnętrznego. Obiekty ze świata zewnętrznego, a zwłaszcza ich cechy, stają się źródłem bodźców dla konkretnej modalności zmysłowej. Uruchomiona w ten sposób energia zostaje następnie przetworzona w procesie transdukcji na wspólny dla całego układu nerwowego ciąg pobudzeń elektrycznych. Na skutek tej transformacji bodźce zebrane przez dane modalności mogą być przetwarzane w sieciach neuronowych.

---

4 G. Mather, *Foundations of Sensation and Perception*, Psychology Press, London 2008; E.B. Goldstein (ed.), *Encyclopedia of Perception*, SAGE, London 2010.

5 G.A. Calvert, Ch. Spence, B.E. Stein (eds), *The Handbook of Multisensory Processes*, MIT Press, Cambridge, MA 2004.

Zasada hierarchiczności umożliwia transformację informacji percepcyjnej na kolejnych, coraz wyżej uorganizowanych strukturach układu nerwowego. Na tym etapie zostaje włączony komponent w postaci tzw. uprzedniej wiedzy perceptora. Każda sytuacja percepcyjna zostaje uzupełniona przez tego rodzaju wiedzę: zasoby pamięci, wyobrażenia czy przekonania. Ten element, w przeciwieństwie do informacji zmysłowej, która zostaje pozyskana z otoczenia (*bottom-up*), jest przykładem procesów odgórnych (*top-down*). Wiedza uprzednia odgrywa zasadniczą rolę w klasyfikowaniu informacji percepcyjnej, ale jak każda heurystyka, może być też źródłem błędnego poznania. W ten sposób kompletnie już przetworzona przez mózg informacja percepcyjna zostaje przekształcona w reprezentację percepcyjną, czyli tzw. percept. Jako reprezentacja symboliczna, percept był do niedawna traktowany jako domknięcie procesu przetwarzania informacji percepcyjnej. Nauki kognitywne wyróżniają jeszcze dwa kolejne etapy percepcji, mianowicie rozpoznanie i działanie<sup>6</sup>. Niekiedy, błędnie, utożsamia się tworzenie perceptu i rozpoznanie, twierdząc, że elementy identyfikacji przedmiotowej stanowią część perceptu. Korektę tego rodzaju podejścia sugerują jednak zaburzenia percepcji w postaci różnego typu agnozji asocjacyjnych, co wskazuje, że są to z pewnością odrębne procesy przetwarzania informacji percepcyjnej<sup>7</sup>.

Całość tego niezwykle złożonego procesu wieńczy działanie, czyli określona i uwarunkowana percepcją aktywność organizmu nastawiona na interakcję ze środowiskiem. Dzisiaj już w pełni zdajemy sobie sprawę, że to właśnie działanie jest głównym beneficjentem procesów percepcyjnych. Można by właściwie powiedzieć, że percepcja w takim ujęciu stanowi funkcję działania. Nie ma percepcji dla niej samej, a w każdym razie są to na pewno bardzo rzadkie przypadki. Działanie sprzęga niejako środowisko, otoczenie organizmu z jego ciałem, które zostaje w ten sposób integralnie włączone w proces percepcji. Czy jednak poznanie, które zostało sprowadzone wobec działania do podrzędnej roli, nie uwłącza świadomemu umysłowi?

Aby rozwiązać tę wątpliwość, należy zdać sobie sprawę z przyczyn i konsekwencji ewolucji naszego mózgu, która legła u podstaw opisywanych tu procesów. Imponujący jest rozwój wiedzy na temat procesów

---

6 E.B. Goldstein, *Sensation and Perception*, Wadsworth, Belmont 2007.

7 Ł. Przybylski, *Procesy percepcyjne*, w: M. Miłkowski, R. Poczobut (red.), *Przewodnik po filozofii umysłu*, WAM, Kraków 2012.



poznania i roli, jaką w kształtowaniu naszego umysłu odgrywał i odgrywa mózg<sup>8</sup>. Nasze zachowanie jest bowiem rezultatem niezwykle długiej ewolucji mózgu, która zaczęła się przed sześcioma milionami lat, kiedy pierwsze człowiekowate zaczęły chodzić na dwóch nogach. Istotne zmiany w zakresie wielkości naszego mózgu, a także jego funkcjonalności, pojawiły się jednak przed około dwoma milionami lat<sup>9</sup>. Ostatni milion lat to znaczący przyrost masy mózgu, do rozmiarów mózgu współczesnego człowieka. Kultura materialna, aby pokazać tu pewne proporcje, to zaledwie ostatnie sto do dwustu tysięcy lat. W tym czasie organizm, aby przetrwać, stawał przed licznymi wyzwaniami. Musiał nieustannie integrować zmieniające się relacje między mózgiem, ciałem i środowiskiem. Gatunki, które przetrwały, to te, które opanowały zdolność zaoszczędzania kilku milisekund podczas polowania na ofiarę, oraz te, które nauczyły się odpowiednio szybko przewidywać zachowania drapieżnika. Owa sprawność organizmu, w obliczu wyzwań, jakie stawiało zmieniające się środowisko, determinowała wszystko, co robił nasz mózg, aby wystarczająco dobrze zatroszczyć się o nasze ciało.

## Ciało i jego reprezentacje w umyśle

Doświadczenie własnego ciała jest nieodłącznym elementem procesu percepcji, ale nie tylko w sensie funkcjonalnym, jako nośnika zmysłów. Maurice Merleau-Ponty aktywność cielesną podmiotu, ruch ciała i bezpośrednio związane z tym doświadczenie ciała traktuje jako sposób bycia w świecie, czyniąc ciało naszym ogólnym sposobem posiadania świata<sup>10</sup>. Motoryczność ciała jest u Merleau-Ponty’ego, podobnie jak u Edmunda Husserla, a później u Jamesa J. Gibsona czy enaktywistów, warunkiem percepcji, którą autor *Fenomenologii percepcji* nazywa „praktognozją” – sposobem docierania do świata i rzeczy. Praktognozja z perspektywy Merleau-Ponty’ego stanowi źródłową postać egzystencji<sup>11</sup>.

Środowisko oraz ciało traktowane są w tradycyjnych koncepcjach filozoficznych, psychologicznych oraz kognitywistycznych jako czynniki

---

8 M. Tomasello, *A Natural History of Human Thinking*, Harvard University Press, Cambridge, MA–London 2014.

9 S. Mithen, *The Singing Neanderthals: The Origins of Music, Language, Mind, and Body*, Harvard University Press, Cambridge, MA 2006.

10 M. Merleau-Ponty, *Fenomenologia percepcji*, Fundacja Aletheia, Warszawa 2001.

11 Ibidem; A. Berthoz, *The Brain’s Sense of Movement*, Harvard University Press, Cambridge, MA 2002.

drugorzędne, od których można abstrahować wówczas, gdy bada się proces percepcyjny. Takie podejście dominowało we wszystkich trzech dyscyplinach jeszcze w latach dziewięćdziesiątych XX wieku. Sytuacja uległa radykalnej zmianie w początkach XXI stulecia. Wtedy to zaczęto zdawać sobie sprawę z tego, że ani uwarunkowań środowiskowych, ani ciała nie można traktować jako czynników ubocznych, odgrywających drugorzędną rolę w konstytuowaniu się aktu percepcyjnego. Jeśli, jak wspomniano wcześniej, percepcja to nabyta w drodze ewolucji sprawność organizmu, polegająca na rozpoznawaniu obiektów z otoczenia w celu usprawnienia działań, to nie można abstrahować od ciała, bo byłoby to abstrahowanie od biologicznego wyposażenia organizmu (jego specjalnych sprawności), które pomaga temu organizmowi w walce o przetrwanie. Podobnie ma się rzecz z uwarunkowaniem środowiskowym. Środowisko jest tym, do czego przystosowują się organizmy, jeśli więc percepcja jest efektem ewolucyjnych procesów przystosowawczych, to oderwanie jej od środowiska jest oderwaniem jej od tego, do czego organizmy przystosowywały się m.in. poprzez wykształcenie się odpowiednich systemów percepcyjnych. Ta teorioewolucyjna argumentacja wzmocniona była przez swoisty powrót do „nizowych” idei filozoficznych i psychologicznych. Z jednej strony nawiązywano do prac Merleau-Ponty’ego o roli ciała w percepcji, z drugiej zaś do psychologii ekologicznej Gibsona i do jego tez o środowiskowym uwarunkowaniu procesów percepcyjnych<sup>12</sup>. Te nowe tendencje postulujące uwzględnienie pierwszoplanowej roli ciała i środowiska w procesach percepcji ujawniły się przede wszystkim we współczesnej kognitywistyce.

Należałoby postawić pytanie, dlaczego w ogóle łączenie umysłu i jego najbardziej bodaj spektakularnej odmiany, jaką jest w istocie świadomy umysł, z ciałem stanowić może źródło takiej fascynacji? Introspekcja uczy nas, że stany mentalne, stany naszego umysłu, są czymś niematerialnym, pozazmysłowym i niecielesnym w swojej istocie. Czy możemy bowiem zmysłami dotknąć myśli, wyobrażenia, doznania albo przeżycia? Czymkolwiek jest umysł, jest czymś innym niż ciało. Pogląd taki zostawiła nam w spadku cała niemal tradycja nowożytnej filozofii, ale także w dużej mierze psychologia a nawet medycyna. Kartezjusz, skądinąd wielki entuzjasta badań nad mechaniką ciała, bez pardonu odarł istotę ludzką z wszystkich

---

12 J.J. Gibson, *The Senses Considered as Perceptual Systems*, Houghton Mifflin, Boston 1966; idem, *The Ecological Approach to Visual Perception*, Houghton Mifflin, Boston 1979.

jej atrybutów, w swoich rozważaniach metodą wątpienia usunął ciało, ruch, zmysły, nietkniętym pozostawiając tylko myślenie, przez innych nazywane duszą czy umysłem<sup>13</sup>. To rozczepienie człowieka na ciało i umysł znacząco wykoślawiło dociekania naukowe nad istotą umysłu i świadomości na dziesiątki, by nie powiedzieć – setki, lat. W zasadzie skutki tego dualizmu w postrzeganiu człowieka jako istoty ukonstytuowanej z dwóch odrębnych bytów: niematerialnego umysłu i materialnego ciała, możemy obserwować do dzisiaj. Zwróćmy uwagę, że w naszym codziennym doświadczeniu pielęgnację naszego ciała i naszego umysłu powierzamy innym zgoła profesjonalistom. Bywa, że ludzie pytają, w jakim sensie filozofia wpływa na nasze życie. Ów błąd kartezjański jest w tym przypadku wymownym przykładem, jak dalece wpływ ten sięga. Można by poważnie się na radykalną tezę, że tak bardzo postulowany przez Kartezjusza dualizm umysłu i ciała poczynił znaczne spustoszenie również w wymiarze kulturowym. Upłynie jeszcze wiele czasu, zanim nauczymy się postrzegać umysł człowieka w sposób ucieleśniony, zintegrowany z cielesnością<sup>14</sup>. W omijaniu problemów związanych z ciałem zyskał kartezjanizm wpływowego sojusznika w postaci antynaturalistycznej humanistyki, kiedy w drugiej połowie XX wieku na filozoficznych salonach rozgościł się postmodernizm, który z kolei definiował ciało jako czysto kulturowy artefakt. I nawet jeśli były to opisy urzekające literacko, to jednak do problematyki umysłu wymagającej twórczego połączenia perspektywy humanistycznej i przyrodoznawczej wniosły raczej niewiele.

Jednym z najważniejszych zadań, jakie stają przed naszym mózgiem, jest przewidywanie przyszłości, antycypowanie konsekwencji działań, które bądź to podejmujemy sami, bądź inni w naszym otoczeniu. Ta umiejętność jest najistotniejsza w kontekście społecznej natury naszego gatunku i stanowi fundament tego, co psychologia określa mianem inteligencji społecznej. W tym celu nasz umysł korzysta z wielu reprezentacji przedmiotów, które są wokół nas, reprezentacji ludzi, z którymi się spotykamy, wreszcie relacji tych obiektów względem siebie i względem mnie samego, jako centrum tego procesu. Przez bardzo długi czas sądzono, że reprezentacje takie są wytworem samego tylko umysłu, nawet jeśli z trudem dałoby się uzgodnić jego wspólną definicję choćby na styku filozofii i psychologii. Kiedy, już

---

13 A. Damasio, *Błąd Kartezjusza*, Rebis, Poznań 2011.

14 S. Gallagher, *Body Image and Body Schema: A Conceptual Clarification*, „Journal of Mind and Behavior” 1986, no. 7, ss. 541–554; idem, *How the Body Shapes the Mind*, Clarendon Press, Oxford 2005.

w czasach kognitywistyki, w niewiarygodnym tempie rozwinęły się neuro nauki wraz z nieinwazyjnymi metodami neuroobrazowania, głównodowodzącym tej operacji uczyniono układ nerwowy, zamykając go najczęściej w strukturach kory nowej naszego mózgu. Długo uważano, że to właśnie mózg jest samowystarczalny w generowaniu i używaniu tych reprezentacji. Stąd łatwość, z jaką przychodziło naukowcom metaforyczne umieszczenie mózgu w naczyniu. Tę z ducha kartezjańską metaforę wykorzystali współcześnie chociażby twórcy filmu *Matrix*. W tym wszystkim zapoznano zupełnie rolę ciała. Można powiedzieć, że przez stulecia dążono do tego, aby odcieleśnić umysł, wyabstrahować z naturalnego kontekstu, jakim jest ciało i najbliższe otoczenie – *Umwelt*.

Dzisiaj na podstawie badań z zakresu kognitywistyki wiemy już, że była to ślepa uliczka<sup>15</sup>. Wspomniana wcześniej perspektywa ewolucyjna pozwala przypuszczać, że największą wartość przystosowawczą miały te organizmy, wśród nich także *Homo sapiens*, które część procesów poznawczych zdołały eksportować na zewnątrz, poza granice biologicznego mózgu. Szeroko dzisiaj rozwijany w ramach kognitywistyki nurt badań, określany mianem ucieleśnionego i rozszerzonego poznania, próbuje zrozumieć i wyjaśnić ten dynamiczny proces<sup>16</sup>. Część procesów poznawczych mózg zleca naszemu ciału, część przedmiotom z naszego otoczenia, część wreszcie innym ludziom<sup>17</sup>. Szczególnie wyraźnie doniosłość tej problematyki widać na przykładzie badań nad percepcją. To, jakie wrażenia powstają w procesie naszego spostrzegania świata, zależy wprost od wyposażenia cielesnego. Nie ma czystych wrażeń, każde uwikłane jest w ciało i jego motoryczność, czyli zdolność do poruszania się. Ciało jest niczym scena, na której rozgrywają się wszystkie reprezentacje. Standardowo wiedza o naszym ciele jest nam niedostępna, lokuje się najczęściej poniżej progu świadomości. Ciało jest transparentne w większości przypadków, co jednak nie oznacza że jest nieobecne. Tylko wyjątkowe sytuacje, takie jak silny ból, zmęczenie czy akt seksualny, powodują, że doświadczenie ciała przesuwa się na pierwszy plan. Jeden z ojców neuroanatomii, Charles Bell, już dwieście lat temu zastanawiał się jak to jest możliwe, że budząc się rano, znamy ułożenie naszych kończyn, wszak niemożliwe jest, byśmy pamiętali,

---

15 T. Calvo, P. Gomila (eds), *The Handbook of Cognitive Science: An Embodied Approach*, Elsevier, San Diego–Oxford–Amsterdam 2009.

16 A. Noë, *Action in Perception*, MIT Press, Cambridge, MA–London 2004.

17 E. Hutchins, *Cognition in the Wild*, MIT Press, Cambridge, MA 1996.

w jakiej pozycji się położyliśmy. Dysponujemy zatem jakąś wiedzą o naszym ciele, choć jest to wiedza nieuświadomiana, a jeśli – to bardzo rzadko.

W kognitywistyce tę ukrytą wiedzę o ciele dzieli się zwykle na dwa typy reprezentacji: schemat ciała i obraz ciała<sup>18</sup>. System reprezentacji, jaki stanowi obraz ciała, składa się z trzech podstawowych wymiarów. Są to kolejno: wymiar percepcyjny (*body percept*), wymiar pojęciowy (*body concept*) i wymiar emocjonalny (*body affect*). Na obraz ciała składa się więc cała klasa doświadczeń percepcyjnych, które odnoszą się do ciała własnego, ale ponadto klasa przekonań i nastawień dotyczących ciała, które tworzą z jednej strony system pojęć wykorzystywanych w opisie własnego ciała, z drugiej zaś system odniesień wobec własnego ciała zarówno na poziomie wiedzy o ciele, jak i emocji związanych z ciałem<sup>19</sup>. O ile wymiar pojęciowy i emocjonalny wymagają świadomego dostępu do obrazu ciała (muszę bowiem doświadczyć sam bądź usłyszeć od innych, jaki jestem), o tyle wymiar percepcyjny obrazu ciała jest zwykle realizowany przy niewielkim udziale świadomości. Jesteśmy obeznani percepcyjnie z naszymi ciałami, tak jak z przestrzenią domu, którą znamy. Dopiero zmiana w tym zakresie, dostrzeżenie, że jakaś część naszego ciała uległa deformacji, powoduje alert świadomości. Ale ów proces zaznajamiania nas z własnym ciałem nie zachodzi *ad hoc*, na poczekaniu. Jest długotrwałym kolekcjonowaniem informacji o ciele w różnych sytuacjach poznawczych.

Drugi typ reprezentacji naszego ciała to schemat ciała. Schemat ciała warunkuje dostęp do programów motorycznych ciała. Schemat ciała kształtuje się w ontogenezie, począwszy od okresu płodowego, podlegając modyfikacjom w ciągu całego życia organizmu. Niewątpliwie jednak istnieje rdzeń schematu ciała, który formuje się w wieku niemowlęcym i dziecięcym ze względu na bardzo intensywny rozwój psychoruchowy w tym okresie<sup>20</sup>. Rozwój ruchowy ma również swoje główne etapy, do których należy zaliczyć fazę odruchów, formowanie się motoryki dużej i małej. Właściwy przebieg tych procesów warunkuje prawidłowy rozwój motoryczny organizmu, umożliwiając mu nie tylko efektywną eksplorację i manipulację obiektami, ale także prawidłowy rozwój wyższych funkcji psychicznych,



18 H. de Preester, V. Knockaert (eds), *Body Image and Body Schema: Interdisciplinary Perspectives on the Body*, John Benjamins Publishing Company, Amsterdam–Philadelphia 2005.

19 S. Gallagher, *How the Body Shapes...*

20 J.W. Kalat, *Biologiczne podstawy psychologii*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2006; A. Brzezińska, K. Apelt, B. Ziółkowska (red.), *Psychologia rozwoju człowieka*, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2016.

w tym poznawczych. Tak wczesne uformowanie się schematu ciała wskazuje, zgodnie z niektórymi ujęciami, na pierwotny charakter schematu ciała względem obrazu ciała. Schemat ciała można kształtować również w życiu dorosłym poprzez trening fizyczny czy choreograficzny, ale biegle posługiwanie się schematem ciała odbywa się poza świadomą kontrolą<sup>21</sup>. Kiedy początkujący tancerz koncentruje uwagę na właściwym ustawieniu stopy w sekwencji kroków, ten aspekt spostrzegania ciała zostaje z pewnością uświadomiony. Im wyższy jednak poziom ekspertyzy, tym bardziej owo spostrzeżenie przesuwać się będzie na margines świadomości, w przypadku eksperta zapewne w ogóle już nie angażując świadomej uwagi.

Ale schemat ciała to jeszcze coś więcej. Alain Berthoz, francuski kognitywista i orędownik tzw. szóstego zmysłu, odpowiedzialnego za ruch i kinestezję, czyli czucie naszego poruszającego się ciała, sugeruje wprost, że to właśnie ruch jest podstawą poznania<sup>22</sup>. Schemat ciała, a właściwie schematy ciała, ponieważ są to wielorakie reprezentacje, mają znaczny stopień zmienności i dostrajają się każdorazowo do konkretnych zadań motorycznych czy percepcyjnych, w które zaangażowane jest ciało. Nasze spostrzeganie jest w istocie funkcją ruchu. To, co robi mózg, to nieustanna symulacja ruchu ciała względem przedmiotów w otoczeniu. Im więcej programów motorycznych ciało udostępni mózgowi, tym efektywniejsza będzie to symulacja<sup>23</sup>. Uwzględniając podział na dwa typy reprezentacji ciała: schemat ciała służący działaniu i obraz ciała – typ reprezentacji zaangażowany w percepcyjną identyfikację cech ciała, a także opierając się na licznych badaniach empirycznych, można postawić hipotezę dwóch szlaków somatosensorycznych przetwarzających informację, na wzór modelu Milnera–Goodale’a<sup>24</sup>, na potrzeby percepcji i działania. W jednym ze znanych badań dotyczących tej kwestii sugeruje się, że w procesach neuronalnych zaangażowanych w przetwarzanie informacji docierających z ciała uczestniczą inne struktury mózgowia w zależności od tego, czy dana informacja ma służyć działaniu czy tylko rozpoznaniu<sup>25</sup>.

---

21 B. Calvo-Merino, D.E. Glaser, J. Grèzes, J. Passingham, R.E. Haggard, *Action Observation and Acquired Motor Skills: An fMRI Study with Expert Dancers*, „Cerebral Cortex” 2005, vol. 15, iss. 8, ss. 1243–1249.

22 A. Berthoz, *The Brain's Sense...*

23 Ibidem; B. Bläsing, M. Puttke, T. Schack, *The Neurocognition of Dance*, Psychology Press, London 2010.

24 A.D. Milner, M. Goodale, *Mózg wzrokowy*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2006.

25 H.C. Dijkerman, E.H.F. de Haan, *Somatosensory Processes Subserving Perception and Action*, „Behavioral and Brain Sciences” 2007, no. 30, ss. 189–201.

Warto postawić pytanie o rodzaj relacji, jaka łączy schemat ciała z obrazem ciała. Różnorodność ujęć tej kwestii świadczy o tym, że jest to problem, dla którego ciągle nie ma zadowalającego rozwiązania<sup>26</sup>. W pewnym uproszczeniu możemy przyjąć, że schemat ciała, stanowiąc w znacznym stopniu nieświadomą reprezentację ciała i ontogenetycznie bardziej pierwotną, tworzy fundament dla rozwijającego się w toku życia i podlegającego w większym stopniu fluktuacjom obrazu ciała. Istnieją trzy możliwe typy zależności między schematem i obrazem ciała: wertykalny, horyzontalny i oparty na pochodzeniu (*extraction*), czyli zdeterminowany genetycznie<sup>27</sup>. Zależność typu wertykalnego odnosi się do koncepcji neuronalnego wzorca ciała (*neuromatrix*), który jest ważnym punktem odniesienia dla obrazu ciała. Zależność typu horyzontalnego odwołuje się do przekonania, że zarówno schemat, jak i obraz ciała mają swoje odrębne lokalizacje w mózgu. Rodzi to pewne problemy dotyczące wzajemnej koordynacji obu systemów reprezentacji ciała w mózgu, szczególnie w kontekście odróżnienia ciała własnego od innego ciała w procesach percepcji. Z kolei model genetyczny relacji schemat–obraz ciała odwołuje się do koncepcji neuronów lustrzanych, których rolę w toku rozwoju organizmu miałyby być wydobywanie obrazu ciała na podstawie schematu ciała<sup>28</sup>.

## Przedmiot – informacja zakodowana w ofercie

Przedmiot percepcji według logiki procesu, który tu rekonstruuje, staje się jednocześnie przedmiotem działania. Dogmat percepcji jako procesu autonomicznego, niezależnego od działania, rodzi iluzję pełnego i stałego dostępu do informacji zawartej w otoczeniu<sup>29</sup>. W rzeczywistości mózg, aby zaplanować efektywne działanie, potrzebuje tylko częściowej informacji, za to specjalnie wyselekcjonowanej. Ze względu na związek tej informacji z działaniem dotyczy ona potencjalności użycia. Chcąc użyć (chwycić) walizkę, nie potrzebuję pełnego pakietu informacji na temat wyglądu walizki.

---

26 M. Stamenov, *Body Schema, Body Image, and Mirror Neurons*, w: H. de Preester, V. Knockaert (eds), *Body image...*; N. Depraz, *Radical Embodiment*, w: H. de Preester, V. Knockaert (eds), *Body image...*; Y. Rossetti, G. Rode, A. Farne, A. Rossetti, *Implicit Body Representations in Action*, w: H. de Preester, V. Knockaert (eds), *Body image...*

27 M. Stamenov, *Body Schema...*

28 M. Stamenov, V. Gallese (eds), *Mirror Neurons and the Evolution of Brain and Language*, John Benjamins Publishing Company, Amsterdam–Philadelphia 2002.

29 Ch. Chabris, D. Simons, *Niewidzialny goryl. Dlaczego intuicja nas zawodzi?*, Laurum, Warszawa 2011.

Zasadnicze w tym przypadku będzie to, czy walizka ma odpowiednio dopasowany do mojej ręki (kompatybilny ze schematem ciała) uchwyt. Jeśli tę samą walizkę chciałbym przetoczyć po chodniku, najważniejsza informacja dotyczyć będzie tego, czy jest zaopatrzona w kółka. To, że posiadamy pełną i dostępną w każdym momencie informację o walizce, jest wprawdzie wygodną, lecz zwodniczą heurystyką naszego mózgu. Pierwszym, który zwrócił uwagę na użyteczność informacji percepcyjnej, był Gibson, twórca tzw. psychologii ekologicznej.

W języku psychologii ekologicznej mówi się, że organizm posiada zdolność dekodowania „oferty” (*affordance*), czyli pakietu informacji na temat użyteczności przedmiotów<sup>30</sup>. Dekodowanie oferty opiera się na interakcjach, jakie zachodzą między przedmiotem a podmiotem (użytkownikiem) podczas rozpoznawania owej użyteczności. Dobrze charakter tej relacji ilustruje przykład krzesła. Możemy je zdefiniować jako horyzontalną, płaską, rozciągniętą, sztywną oraz znajdującą się na wysokości kolan płaszczyznę podparcia. Oferta, jakiej dostarcza krzesło, to umożliwianie siedzenia. Zarówno w definicji krzesła, jak i w ofercie znajduje się odeślanie do użytkownika. Krzesłem jest coś, co oferuje siedzenie temu, kto ma kolana na wysokości siedziska („płaszczyzny podparcia”). Obserwator musi nie tylko rozpoznać obiektywne cechy tego przedmiotu, ale również to, że przedmiot ten ma siedzisko na wysokości jego kolan. Dopiero wówczas ów przedmiot zostanie zdekodowany jako krzesło. Ponieważ proces ten nie polega na naprzemiennym spoglądaniu to na krzesło, to na swoje kolana, w rozpoznawanie oferty musi być zaangażowana reprezentacja naszego ciała (obraz i schemat ciała), którą w procesie percepcji mózg nadpisuje na danych zmysłowych dotyczących krzesła<sup>31</sup>. Dzięki metodom neuroobrazowania można już dzisiaj monitorować ten proces w naszym mózgu<sup>32</sup>. Dekodowanie oferty na pewno nie ma charakteru statycznego, a rozpoznaniu potencjalnej użyteczności towarzyszy bardzo dynamiczny proces zachodzący w lewostronnie zlateryzowanej sieci PRN (*praxis*

30 J.J. Gibson, *The Theory of Affordances*, w: R. Shaw, J. Bransford (eds), *Perceiving, Acting, and Knowing: Toward an Ecological Psychology*, Lawrence Erlbaum Associates, Hillsdale, NJ 1977.

31 A. Klawiter, *Jak rozpoznajemy narzędzia? Hipoteza filozoficzno-kognitywistyczna*, w: A. Wójtowicz (red.), *Człowiek między rzeczywistością realną a wirtualną*, Ośrodek Wydawnictw Naukowych PAN, Poznań 2006; F. Osjura, Y. Rossetti, A. Badets, *What is an Affordance? 40 years later*, „Neuroscience & Biobehavioral Reviews” 2017, no. 77, ss. 403–417.

32 Ł. Przybylski, G. Króliczak, *Planning Functional Grasps of Simple Tools Invokes the Hand-Independent Praxis Representation Network: An fMRI Study*, „Journal of the International Neuropsychological Society” 2017, no. 23, Special Issue: Motor Cognition, ss. 108–120; iidem, *Jak, gdzie i kiedy mózg rozpoznaje ofertę? Studium planowania chwytu z użyciem funkcjonalnego rezonansu magnetycznego*, w: G. Króliczak, K. Lastowski, Ł. Przybylski, P. Przybysz, M. Urbański (red.), *Filozof w krainie umysłów*, Wydawnictwo Nauk Humanistycznych i Społecznych UAM, Poznań 2018, ss. 99–112.



*representation network*), w którym mózg łączy ze sobą informacje o funkcji i cechach spostrzeganego przedmiotu w kontekście jego użyteczności z danymi sensomotorycznymi, które z kolei w dalszym etapie inicjują (przy wykorzystaniu kory przedruchowej) stosowne programy motoryczne dla chwytu i użycia<sup>33</sup>.

Odczytanie oferty wydaje się procesem bardzo technicznym. Umożliwia on po prostu użycie przedmiotu. Nasze związki z przedmiotami mają jednak także inne wymiary. Donald Norman, ekspert z dziedziny projektowania emocjonalnego, jest autorem koncepcji trzech poziomów przetwarzania doświadczenia użytkownika: instynktownego, behawioralnego i refleksyjnego, która znakomicie uzupełnia koncepcję Gibsonowskich ofert.

Najbardziej podstawowy poziom – instynktowny – dotyczy automatycznych reakcji i bardzo szybkiego przetwarzania informacji, co realizowane jest bez udziału świadomości. Nie ma tu miejsca na rozumowanie ani odnoszenie bieżącej sytuacji do zdarzeń z przeszłości, ponieważ jest to jedynie klasyfikowanie informacji sensorycznej. Informacje z poszczególnych modalności zmysłowych, po bardzo szybkim przetworzeniu przez mózg, przekazywane są do egzekucji na poziomie odpowiednich programów motorycznych<sup>34</sup>. Przykładem takiej reakcji jest odruch natychmiastowego cofnięcia ręki po dotknięciu gorącej powierzchni. Kolejny wyróżniony przez Normana poziom – behawioralny – wiąże się z działaniami, które wykorzystują wyuczone i rutynowe czynności. Są to aktywności, które w wyniku długotrwałego treningu uległy już pewnej automatyzacji. Przykładem tego rodzaju działań jest jazda na rowerze czy posługiwanie się prostymi narzędziami. Sekwencje ruchów tworzące działania z poziomu behawioralnego najczęściej również nie podlegają świadomej kontroli. Poziom najwyższy i zarazem najbardziej złożony – refleksyjny – dotyczy myślenia i jest w pełni uświadomiony. Działania w tej warstwie nie są bezpośrednio związane z informacją sensoryczną, ale obejmują wszystkie procesy poznawcze wyższego rzędu. Oprócz świadomości angażują przede wszystkim procesy uwagowe, zdolność do tworzenia uogólnień, kategoryzacje oraz rozwiązywanie problemów.

---

33 L. Przybylski, G. Króliczak, *Planning Functional Grasps...*; M. Buchwald, L. Przybylski, G. Króliczak, *Decoding Brain States for Planning Functional Grasps of Tools: A Functional Magnetic Resonance Imaging Multivoxel Pattern Analysis Study*, „Journal of the International Neuropsychological Society” 2018, no. 24, ss. 1013–1025.

34 D. Norman, *Emotional Design: Why We Love (or Hate) Everyday Things*, Basic Books, New York 2004.

Pomiędzy poszczególnymi poziomami przetwarzania występuje wiele interakcji. Najważniejsze w koncepcji Normana<sup>35</sup> jest jednak to, że można na jej podstawie dokonać klasyfikacji przedmiotów ze względu na odpowiadający im poziom przetwarzania. Zastosowanie tej klasyfikacji może się stać podstawą rekomendacji dla projektantów i wszystkich osób zaangażowanych w tworzenie i usprawnianie przedmiotów tworzących otoczenie człowieka.

Poziom instynktowny związany jest z percepcją danej rzeczy, z jej wyglądem, kształtem, kolorem, fakturą itd. Odnosi się do atrakcyjności przedmiotu, czyli do tzw. pierwszego wrażenia, jakie obiekt wywołuje na receptorze<sup>36</sup>. Jest to istotne wzbogacenie omówionej wcześniej koncepcji ofert Gibsona. Oferta w tym ujęciu powinna być nie tylko funkcjonalna, tzn. dopasowana do schematu i obrazu ciała, ale także, a nawet przede wszystkim, percypowalna. Odwołując się do naszego przykładu z walizką, jeśli z jakichś powodów użytkownik nie zauważy uchwytu, to nie będzie w stanie zdekodować oferty, choćby najlepiej dopasowanej. Cechy, które pozwalają wyeksponować percepcyjnie ofertę danego przedmiotu, powinny dotyczyć kształtu, koloru czy ruchu, ponieważ te właśnie cechy są przetwarzane na pierwszych etapach procesu widzenia. Jak wiele w tym względzie jest jeszcze do zrobienia w odniesieniu do przedmiotów codziennego użytku czy, szerzej, przestrzeni publicznej, sygnalizuje w swoich pracach Colin Ware<sup>37</sup>.

Poziom behawioralny dotyczy doświadczenia użytkownika w interakcji z przedmiotem. Odnosi się szczególnie do oceny jego użyteczności i efektywności, czyli adekwatnego do oczekiwań działania, intuicyjnej obsługi oraz jakości doznań płynących z jego użytkowania<sup>38</sup>. Temu poziomowi towarzyszą, w zależności od jakości owej interakcji, emocje radości i satysfakcji lub irytacji czy frustracji. Silny związek z systemem emocjonalnym powoduje, że użytkownik chce lub nie chce wracać do kontaktu z tym przedmiotem. Warto zaznaczyć, że niemożność użycia danego przedmiotu bądź niemożność wejścia w interakcję z przestrzenią blokuje aktywność tego poziomu i w konsekwencji skutecznie zrywa kontakt użytkownika z przedmiotem.



35 D. Norman, *Emotion & Design: Attractive Things Work Better*, „Interactions” 2002, no. 9(4), ss. 36–42.

36 D. Norman, *Emotional design...*

37 C. Ware, *Information Visualization: Perception for Design*, Elsevier, Amsterdam 2004; C. Ware, *Visual Thinking for Design*, Morgan Kaufmann, San Francisco 2008.

38 D. Norman, *Emotion & design...*

Tworzenie śladów emocjonalnych w kontakcie z przedmiotami przenosi nas do trzeciego z poziomów – refleksyjnego. Ten poziom wymaga dłuższego czasu interakcji użytkownika z przedmiotem. Dotyczy refleksji użytkownika zarówno w kontekście bezpośredniej subiektywnej oceny, jak i późniejszych analiz, budowania wyobrażeń czy formowania wspomnień związanych z przedmiotem, a w ten sposób nawiązuje do koncepcji przedmiotów tranzytowych<sup>39</sup>. Poziom refleksyjny jest realizowany przy pełnym udziale świadomości, wymaga rozumienia i interpretowania relacji z przedmiotem. W niższych warstwach przetwarzania – instynktownej i behawioralnej – występuje jedynie afekt, który nie jest w żaden sposób interpretowany przez jednostkę. Natomiast na poziomie refleksyjnym dochodzi do fuzji emocji i myślenia oraz świadomej interpretacji relacji perceptora/użytkownika z przedmiotem<sup>40</sup>.

Zmysły to nie wszystko. Percepcja, choć niewątpliwie inicjuje i warunkuje nasz kontakt ze światem, wówczas kiedy mamy na myśli przedmioty wytworzone przez człowieka, uwikłana zostaje w złożone zależności między naszym ciałem i otoczeniem. Umysł musi bardzo sprawnie koordynować przepływ informacji pomiędzy tymi reprezentacjami. Ewolucja mózgu w tym akurat aspekcie nie nadąża za zmianami kulturowymi. Chcąc ograniczyć przeciążenie poznawcze, warto projektować przedmioty i w ogóle przestrzeń wokół nas w taki sposób, aby stanowiły wartościowe rusztowanie (*cognitive scaffolding*) dla naszego umysłu.

---

39 S. Turkle, *Evocative...*; D. Norman, *Emotion & design...*

40 D. Norman, *Emotional design...*

## Literatura

Berthoz A., *The Brain's Sense of Movement*, Harvard University Press, Cambridge, MA 2002.

Bläsing B., Puttke M., Schack T., *The Neurocognition of Dance*, Psychology Press, London 2010.

Błaszak M., Przybylski Ł., *Rzeczy są dla ludzi*, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2010.

Brzezińska A., Apellt K., Ziółkowska B., *Psychologia rozwoju człowieka*, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2016.

Buchwald M., Przybylski L., Króliczak G., *Decoding Brain States for Planning Functional Grasps of Tools: A Functional Magnetic Resonance Imaging Multivoxel Pattern Analysis Study*, „Journal of the International Neuropsychological Society” 2018, no. 24, ss. 1013–1025.

Calvert G.A., Spence Ch., Stein B.E. (eds), *The Handbook of Multisensory Processes*, MIT Press, Cambridge, MA 2004.

Calvo P., Gomila T. (eds), *The Handbook of Cognitive Science: An Embodied Approach*, Elsevier, San Diego–Oxford–Amsterdam 2009.

Calvo-Merino B., Glaser D.E., Grèzes J., Passingham R.E., Haggard P., *Action Observation and Acquired Motor Skills: An fMRI Study with Expert Dancers*, „Cerebral Cortex” 2005, vol. 15, iss. 8, ss. 1243–1249.

Chabris Ch., Simons D., *Niewidzialny goryl. Dlaczego intuicja nas zawodzi?*, Laurum, Warszawa 2011.

Damasio A., *Błąd Kartezjusza*, Rebis, Poznań 2011.

Depraz N., *Radical Embodiment*, w: H. de Preester, V. Knockaert (eds), *Body Image and Body Schema: Interdisciplinary Perspectives on the Body*, John Benjamins Publishing Company, Amsterdam–Philadelphia 2005.

Dijkerman H.C., Haan de E.H.F., *Somatosensory Processes Subserving Perception and Action*, „Behavioral and Brain Sciences” 2007, no. 30, ss. 189–201.

Gallagher S., *Body Image and Body Schema: A Conceptual Clarification*, „Journal of Mind and Behavior” 1986, no. 7, ss. 541–554.

Gallagher S., *How the Body Shapes the Mind*, Clarendon Press, Oxford 2005.

Gibson J.J., *The Ecological Approach to Visual Perception*, Houghton Mifflin, Boston 1979.

Gibson J.J., *The Senses Considered as Perceptual Systems*, Houghton Mifflin, Boston 1966.

Gibson J.J., *The Theory of Affordances*, w: R. Shaw, J. Bransford (eds), *Perceiving, Acting, and Knowing: Toward an Ecological Psychology*, Lawrence Erlbaum Associates, Hillsdale, NJ 1977.

Goldstein E.B., *Sensation and Perception*, Wadsworth, Belmont 2007.

Goldstein E.B. (ed.), *Encyclopedia of Perception*, SAGE, London 2010.

Hutchins E., *Cognition in the Wild*, MIT Press, Cambridge, MA 1996.

Kalat J.W., *Biologiczne podstawy psychologii*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2006.

Klawiter A., *Jak rozpoznajemy narzędzia? Hipoteza filozoficzno-kognitywistyczna*, w: A. Wójtowicz (red.), *Człowiek między rzeczywistością realną a wirtualną*, Ośrodek Wydawnictw Naukowych PAN, Poznań 2006.

Mather G., *Foundations of Sensation and Perception*, Psychology Press, London 2008.

Merleau-Ponty M., *Fenomenologia percepcji*, Fundacja Aletheia, Warszawa 2001.

Milner A.D., Goodale M., *Mózg wzrokowy*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2006.

Mithen S., *The Singing Neanderthals: The Origins of Music, Language, Mind, and Body*, Harvard University Press, Cambridge, MA 2006.

Noë A., *Action in Perception*, MIT Press, Cambridge, MA–London 2004.

Norman D., *Emotion & Design: Attractive Things Work Better*, „Interactions” 2002, no. 9(4), ss. 36–42.

Norman D., *Emotional Design: Why We Love (or Hate) Everyday Things*, Basic Books, New York 2004.

Osiurak F., Rossetti Y., Badets A., *What is an Affordance? 40 years later*, „Neuroscience & Biobehavioral Reviews” 2017, no. 77, ss. 403–417.

Preester de H., Knockaert V. (eds), *Body Image and Body Schema: Interdisciplinary Perspectives on the Body*, John Benjamins Publishing Company, Amsterdam–Philadelphia 2005.

Przybylski Ł., *Procesy percepcyjne*, w: M. Miłkowski, R. Poczobut (red.), *Przewodnik po filozofii umysłu*, WAM, Kraków 2012.

Przybylski Ł., Króliczak G., *Jak, gdzie i kiedy mózg rozpoznaje ofertę? Studium planowania chwytu z użyciem funkcjonalnego rezonansu magnetycznego*, w: G. Króliczak, K. Łastowski, Ł. Przybylski, P. Przybysz, M. Urbański (red.), *Filozof w krainie umysłów*, Wydawnictwo Nauk Humanistycznych i Społecznych UAM, Poznań 2018, ss. 99–112.

Przybylski Ł., Króliczak G., *Planning Functional Grasps of Simple Tools Invokes the Hand-independent Praxis Representation Network: An fMRI Study*, „Journal of the International Neuropsychological Society” 2017, no. 23, Special Issue: *Motor Cognition*, ss. 108–120.

Putt S.S., Wijekumar S., Franciscus R.G., Spencer J.P., *The Functional Brain Networks that Underlie Early Stone Age Tool Manufacture*, „Nature Human Behaviour” 2017, no. 1(0102).

Rossetti Y., Rode G., Farne A., Rossetti A., *Implicit Body Representations in Action*, w: H. de Preester, V. Knockaert (eds), *Body Image and Body Schema: Interdisciplinary Perspectives on the Body*, John Benjamins Publishing Company, Amsterdam–Philadelphia 2005.

Stamenov M., *Body Schema, Body Image, and Mirror Neurons*. w: H. de Preester, V. Knockaert (eds), *Body Image and Body Schema: Interdisciplinary Perspectives on the Body*, John Benjamins Publishing Company, Amsterdam–Philadelphia 2005.

Stamenov M., Gallese V. (eds), *Mirror Neurons and the Evolution of Brain and Language*, John Benjamins Publishing Company, Amsterdam–Philadelphia 2002.

Stout D., Toth N., Schick K., Chaminade T., *Neural Correlates of Early Stone Age Toolmaking: Technology, Language and Cognition in Human Evolution*, „Philosophical Transactions of the Royal Society of London” Series B, *Biological Sciences*, 2008, no. 363(1499), ss. 1939–1949.

Tomasello M., *A Natural History of Human Thinking*, Harvard University Press, Cambridge, MA–London 2014.

Turkle S., *Evocative Objects*, MIT Press, Cambridge, MA 2007.

Ware C., *Information Visualization: Perception for Design*, Elsevier, Amsterdam 2004.

Ware C., *Visual Thinking for Design*, Morgan Kaufmann, San Francisco 2008.

# Zapach – pamięć – wyobraźnia

Marta Siembab

Senselier





Zapach jest nieodłączną częścią naszego życia. Towarzyszy nam, jeszcze zanim przyjdziemy na świat, gdyż poprzez kontakt z płynem owodniowym możemy wejść w interakcję z cząsteczkami lotnymi, które znajdują się w pożywieniu matki już od trzeciego miesiąca życia płodowego. Poprzez uczenie skojarzeniowe, dzięki kontaktowi z konkretnym zapachem jeszcze przed narodzinami, w późniejszym życiu będziemy bardziej skłonni lubić zapachy, które pojawiły się w naszym doświadczeniu przed narodzeniem. Ten sam mechanizm sprawia, że zapach waniliny znajdujący się w mleku matki będziemy już do końca życia nieświadomie kojarzyć z bliskością, intymnością i ciepłem ludzkiego ciała – choć nie istnieją jeszcze wtedy połączenia nerwowe między węchomózgiem a korą oczodołowo-czołową, nieświadomione ślady pamięciowe związane z okresem karmienia pozostaną utrwalone już na zawsze. Pamięć węchowa jest najtrwalszą formą pamięci.

Zmysł węchu jest pierwszym, który powstaje w naszym układzie nerwowym i jednocześnie ostatnim zmysłem, który zanika. W miarę upływu czasu zmysł wzroku i słuchu ulegają pogorszeniu – węch z kolei, jeśli nie toczą się w mózgu procesy neurodegeneracyjne, pozostaje w praktycznie niezmienionej formie aż do późnej starości. Utrata zmysłu węchu jest jednym z pierwszych objawów demencji i choroby Parkinsona, dlatego warto zwrócić uwagę na to, czy osoby starsze w rodzinie nadal odbierają bodźce węchowe. Zapachu używa się również do stymulowania układu nerwowego osób w śpiączce. Klinika „Budzik” we współpracy z najstarszym polskim zakładem produkującym kompozycje zapachowe Pollena Aroma testowała zapachy do wybudzania swoich pacjentów.

Zapach towarzyszy nam bez przerwy. Wykonujemy około 22 000 oddechów w ciągu doby i z każdym z nich nasz mózg otrzymuje zapachowe informacje o otoczeniu. Ze względu na brak edukacji w dziedzinie olfaktoryki często nie mamy świadomości, jak cennym zmysłem jest węch, dopóki nie stracimy możliwości postrzegania zapachu. Węch służy nam do orientowania się w czasie, sygnalizując pory dnia i pory roku, w przestrzeni – informując, czy znajdujemy się w domu, czy w obcym miejscu, do rozpoznawania członków rodziny, dobierania partnerów życiowych, a także

dzielenia pożywienia na bezpieczne i niebezpieczne. Sygnały węchowe stanowią też 80% wrażeń płynących z czynności jedzenia i picia. Utrata zmysłu węchu, co można wyraźnie zauważyć podczas obecnej pandemii, skutkuje zaburzeniami nastroju, zakłóceniem wzorców snu i odżywiania, a nawet prowadzi do depresji. Deficyty węchowe utrudniają budowanie więzi i negatywnie wpływają na seksualność człowieka.

Zapach jest ponadto bezcennym źródłem informacji. Choć sam proces kodowania ich wraz z bodźcem węchowym przebiega właściwie niezauważenie, przechowujemy w pamięci ogromne ilości danych zapachowych powiązanych z konkretnymi wydarzeniami i miejscami. Warto wziąć pod uwagę ten fenomen, projektując doświadczenie użytkownika w obszarze kultury i sztuki. W roku 2013 na University of Strathclyde w Glasgow miał miejsce bardzo ciekawy projekt. Za pomocą technologii *headspace* odtwarzano zapach różnych artefaktów znajdujących się w muzeach. Działanie to polega na zamykaniu obiektu w szklanej bańce, z której następnie zasysa się powietrze i za pomocą chromatografu gazowego analizuje jego skład po to, by móc odtworzyć zapach tego obiektu.

Tu pojawia się pytanie, co sam zapach przedmiotu mówi nam o nim. Dzięki zapachowi nasza uwaga kieruje się na zewnątrz. Patrząc na dany przedmiot przez pryzmat zapachu, przypisujemy mu konkretne cechy i wartości. Co ciekawe, jest to doświadczenie spójne w ramach konkretnego kręgu kulturowego. Na przykład zapach farnesolu, głównego związku chemicznego odpowiedzialnego za zapach kwiatu lipy i robinii akacjowej, w Polsce kojarzy się z początkiem lata, kodując takie emocje, jak radość, swoboda, odprężenie. Ten sam zapach na południu Europy, gdzie jego źródłem jest głównie roślina *Acacia farnesiana*, w Polsce znana jako mimoza, wykorzystywany jest głównie w przemyśle perfumeryjnym i kojarzy się z wysokiej jakości produktami zapachowymi, mniej zaś z przyrodą i środowiskiem naturalnym.

Zapach kieruje uwagę również do wewnątrz, czyli do nas samych, przywołując osobiste doświadczenia związane z tym zapachem, zapisane w naszej pamięci emocje i wspomnienia. Umożliwiając zwiedzającym wystawę dzielenie się wrażeniami węchowymi, dajemy społeczności możliwość doświadczenia wspólnoty, nawiązania emocjonalnej relacji, uwspólnienia wrażeń. Przygotowując w roku 2018 serię zapachów ilustrujących malarstwo Zdzisława Beksińskiego dla Nowohuckiego Centrum Kultury w Krakowie, przy pracach artysty oprócz zapachów umieściłam bruliony, w których odwiedzający wystawę mogli utrwalić swoje wrażenia.

Na ich kartach zachowały się nie tylko prywatne impresje, lecz także dialogi między zwiedzającymi, odniesienia do poprzednich wpisów – olbrzymi ładunek emocjonalny i niepowtarzalna okazja do poznania doświadczeń, które na co dzień pozostają ukryte.

Planując poszerzenie doświadczenia użytkownika w obszarze kultury o zapach, ważne jest, by nie uciekać się do prostych rozwiązań ze świata marketingu, w przypadku którego często buduje się jedynie prosty odruch, zwykle związany z odczuciem głodu i pragnienia. To, co w sklepie wielkopowierzchniowym wykorzystywane jest do zwiększenia sprzedaży w dziale spożywczym, pełni zupełnie inną rolę niż zapach będący elementem wydarzenia kulturalnego. Zapach towarzyszący wystawom ma być autentycznym, wielowymiarowym doświadczeniem, które prawdziwie poruszy emocje. Niezwykle ciekawy projekt został zrealizowany w 2018 roku w Satchi Gallery w Londynie, w której agencja Marshmallow Laser Feast we współpracy z Wilhelm Perfume przygotowała multisensoryczną wystawę z wykorzystaniem gogli VR i specjalnie skomponowanych dla tego projektu zapachów. Goście mieli możliwość zanurzyć się w wirtualnej rzeczywistości symulującej procesy oddychania. Wystawa odniosła spektakularny sukces i na życzenie odwiedzających przedłużono ją o kolejny rok, podczas którego cieszyła się niesłabnącym zainteresowaniem. Nie uzyskano by takiego efektu, korzystając z masowych rozwiązań zapachowych. Mając do wyboru tylko szybkie, niskobudżetowe rozwiązanie, lepiej zrezygnować całkowicie z wykorzystania zapachu w projekcie – wszelkie niedoskonałości są przez ludzkie nosy, nawet te niewykształcone, od razu weryfikowane.

Wokół wykorzystywania zmysłu węchu istnieje sporo mitów, dotyczy to na przykład percepcji zmysłowej zapachów przez osoby niewidzące czy niedowidzące. Często spotykam się z przekonaniem, że osoby niekorzystające ze zmysłu wzroku niejako rekompensują sobie ten brak wrażeniami węchowymi. Tymczasem, kiedy zostałam zaproszona do udziału w projekcie dla osób niewidzących podczas festiwalu Malta w Poznaniu, miałam okazję przekonać się, jak bardzo mitologizujemy relację tych osób z zapachem. Przygotowałam dla grupy około trzydziestu uczestników warsztat, podczas którego przekładaliśmy to, co czujemy przez nos, na wrażenia teksturowe, temperaturowe oraz trójwymiarowe. Uczestnicy tego spotkania wyrażali osobiste przeżycia związane z doświadczaniem zapachów, ale okazało się, że tak jak w przypadku grup osób, które widzą prawidłowo, największym problemem było przełamanie przekonania o tym, że ja jako osoba prywatna nie mam kompetencji w analizowaniu tego, co czuję zmysłem węchu. Nie

było zaufania do tego, że dobrze myślę, rozumiem, dobrze poczułem, że mam rację. Bardzo często osoby w grupie rozmawiały ze sobą i upewniały się wzajemnie, czy czują to samo, czy aby na pewno dobrze dany zapach rozkodowały. Była wewnątrz grupy olbrzymia nieśmiałość, jakbyśmy nie ufali naszemu zmysłowi węchu. W naszym systemie edukacji brakuje kształcenia sensorycznego i budowania zaufania do własnych kompetencji węchowych.

Jedno z muzeów w Helsinkach przeprowadziło w roku 2016 ciekawy projekt. Zebrano odpowiedzi osób biorących udział w bardzo prostej ankiecie. Pytano: „jaki zapach kojarzy ci się z naszym miastem?”. Podawano przeróżne zapachy: deszczu, słońca, ziemi, ale też zapach kału i moczu. To są standardowe elementy krajobrazu miejskiego, w którym każdy zajął równorzędne miejsce. Wszystkie zapachy, które wymieniono w tym projekcie, zostały umieszczone w muzeum i część z nich znajduje się tam w formie zapachowej. W wybranych miejscach można pochylić się nad źródłem zapachu i doświadczyć go osobiście. Większość przestrzeni tej instytucji przeznaczono jednak na przebywanie z własnymi wyobrażeniami, doświadczeniami, wspomnieniami. Stworzono miejsce, w którym można położyć się na wyściełanym worku, założyć słuchawki na uszy i słuchać opowieści o zapachach i o tym, z czym się one kojarzą. Tych skojarzeń jest mnóstwo. Jedno słowo związane z cudzym wspomnieniem może uruchomić całą lawinę naszych wspomnień. Wyobraźnię uruchamiają więc nie tylko zapachy jako takie, lecz także werbalne hologramy zapachów. Co ciekawe, w naszym mózgu wrażenie zapachu oraz wyobrażenie zapachu pojawiają się w zupełnie różnych miejscach, co można zaobserwować podczas badania funkcjonalnym rezonansem magnetycznym.

Wracając do tworzenia zapachowych map miast, olbrzymi wkład w mapowanie krajobrazów sensorycznych ma dr Kate McLean, założycielka Sensory Maps. Pracuje na całym świecie, angażując społeczności do zapisywania i ilustrowania wrażeń węchowych składających się na niepowtarzalny krajobraz zapachowy danej okolicy – od pojedynczych dzielnic po całe kraje. Największym do tej pory globalnym projektem mapującym zapachy było The World Sensorium autorstwa Gayil Nalls, z którą miałam przyjemność przeprowadzić wywiad jako felietonistka Monitor Magazine. Gayil zebrała ulubione zapachy większości państw na świecie i przełożyła je na jedną kompozycję, nazwaną Zapachem Świata. Zapachem reprezentującym Polskę była kwitnąca lipa – na pamiątkę naszego spotkania dałam badaczce kopertę z suszonym kwiatem lipy pochodzącym z drzewa rosnącego przed domem moich dziadków.

Kontynuując temat umieszczania zapachów w instytucjach kultury, powstaje coraz więcej miejsc muzealnych, w których zapach jest prezentowany jako realnie obecny, pokazywany jeden do jeden. W jednej z instytucji wybrano pięć najczęściej powtarzających się zapachów tworzących tożsamość lokalną i umieszczono je w bardzo ascetycznym otoczeniu – skromny piktogram, krótki opis i tuba, do której trzeba było włożyć nos, żeby ten zapach nie unosił się w otoczeniu, nie tworzył dookoła sensorycznej kafejki. Wskazanie zapachów jako elementów tożsamości miejsca porusza wyobraźnię i pozwala sprawdzić, czy jestem związany emocjonalnie z tym zapachem czy nie. Zapach zatem niekoniecznie musi być elementem, który zastępuje coś w rzeczywistości, lecz jest tej rzeczywistości równorzędnym elementem i stymuluje zupełnie inne doznania. Nie chodzi więc o ucieleśnianie czegoś, czego nie możemy dotknąć czy do czego nie możemy się zbliżyć. Zapach może, po prostu, reprezentować część tego, co widzimy z oddali. Nie możemy się do tego zbliżyć, żeby dotknąć, ale możemy się zbliżyć na tyle, żeby powąchać. Ja zawsze obwąchuję eksponaty i zachęcam do tego innych! Zimą zeszłego roku Muzeum Narodowe w Krakowie zaprosiło mnie do współpracy przy projekcie badającym wpływ zapachu na percepcję rzeczywistości. W przestrzeni galerii umieszczono obiekty, które można było poznać w dwóch kontekstach – bez obecności zapachu oraz przez pryzmat specjalnie skomponowanych aromatów imitujących naturę, takich jak siano, morze, dym, a nawet mięso. Jak zapach mięsa wpływa na odbiór obrazu przedstawiającego bukiet polnych kwiatów? Czy zmienia sposób, w jaki myślimy o czymś, co obiektywnie jest piękne? Zapach jako modulator postrzegania rzeczywistości to niezwykle ciekawy temat, któremu z zainteresowaniem się przyglądam.

Ostatni wątek, na który zwrócę uwagę, to archiwizacja zapachów. Jest to niestety bardzo kosztowny proces, dlatego tak rzadko realizowany w praktyce. Zapachy, które nadal istnieją i które możliwe są do odtworzenia, zamyka się w postaci płynnej. Są to zapachy roślin lub inne, które możemy wykraść naturze albo za pomocą destylacji, albo ekstrakcji lotnymi rozpuszczalnikami. Kolejna technika to wspomniana wcześniej metoda *headspace* – analiza składu powietrza i rekonstrukcja zapachu w laboratorium. Niekiedy umieszcza się w takim archiwum zapachów same obiekty, przykładem może być Muzeum Mydła w Libanie. Przechowując artefakty ze względu na ich zapach, chroni się je przed kontaktem ze światłem i z powietrzem, żeby cząsteczki zapachu nie ulegały oksydacji. Archiwizuje się także zapachy pozornie banalne, choćby olejki eteryczne róży i jaśminu,

ze względu na zagrożenia związane ze zmianami klimatu. Im bardziej niestabilna pogoda, tym mniej możemy polegać na tym, że rośliny będą owocowały czy kwitły jak do tej pory. Sposobem na zatrzymanie zapachu jest również przekaz werbalny, zapisywanie historii o nim i pokazywanie go za pomocą innych zmysłów.

Zmysł węchu, choć jest najstarszym ewolucyjnie zmysłem, wciąż należy do zmysłów najsłabiej poznanych przez naukę. Czekając na nową teorię, która wyjaśni funkcjonowanie naszego nosa i jego połączenie z mózgiem, warto postawić w centrum uwagi tę informację: aż trzysta genów w ludzkim DNA koduje białka budujące receptory węchowe. Wielka pandemia w roku 2020 dotknęła przede wszystkim zmysłu węchu. Na przestrzeni ostatnich osiemnastu miesięcy pojawiło się prawie tyle samo badań poświęconych węchowi, co wcześniej na przestrzeni osiemnastu lat. Zmiana perspektywy z umysłu na zmysły staje się coraz bardziej widoczna. To czas na odważne projekty i szansa na epokowe innowacje.

Dźwięki  
w przestrzeni  
wystawienniczej  
a reakcje percepcyjno-  
-poznawczo-  
-emocjonalne

Justyna Humięcka-Jakubowska

Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu  
Instytut Muzykologii





## Słowo wstępne

Próba rozważenia potrzeby (vs. braku potrzeby) i konsekwencji „wprowadzania” dźwięków – a szerzej: zjawisk akustycznych<sup>1</sup> – do przestrzeni wystawienniczej<sup>2</sup> wymaga kilku wyjaśnień wstępnych. Przede wszystkim mianem przestrzeni wystawienniczej chcę objąć zarówno miejsca celowo stworzone do ukazania sztuki *per se*<sup>3</sup>, jak i miejsca, w których obiektami percepcji stają się przedmioty kontekstowo związane ze sztuką (np. miejsca dedykowane konkretnemu twórcy, a wobec tego zawierające eksponaty, których poznanie przybliży odbiorcy pewne fakty biograficzne, czy też warsztatowo-kreatywne), a także takie miejsca, w których obiektami percepcji są tematycznie powiązane eksponaty pozaestetyczne. Z kolei słowo „wprowadzanie” ujęte w cudzysłów sugerować ma możliwość stosowania praktyki dwojakiego rodzaju: dźwięki stają się integralną częścią przedstawianych obiektów wystawienniczych bądź stanowią pewnego rodzaju *decorum* przestrzeni wystawienniczej wobec prezentowanych eksponatów.

W tym miejscu istotne jest również ustalenie roli autorki niniejszych refleksji. Rozważania o dźwięku w przestrzeni wystawienniczej są *de facto* rozważaniami o środowisku dźwiękowym, w którym może się znaleźć lub znajduje się odbiorca, a co za tym idzie – są rozważaniami podejmowanymi przez przedstawicieli wszystkich dyscyplin naukowych stawiających w centrum swoich zainteresowań namysł nad wzajemną relacją dźwięk-człowiek. Mam tu na myśli zarówno psychoakustyków i psychologów



- 1 Zjawisko akustyczne jest tu rozumiane szeroko (także jako bodźce niepożądane w audiosferze przestrzeni wystawienniczej, a percypowane słuchowo) i w jego zakresie znaczeniowym zawieram także dźwięk (lub dźwięki, a nawet muzykę), czyli – w kontekście podjętego tu tematu – bodziec (lub bodźce), który (lub które) wywołuje (lub wywołują) określone wrażenia percepcyjne, będące podstawą kształtowania emocji i wyobrażeń u odbiorcy (człowieka intencjonalnie znajdującego się w przestrzeni wystawienniczej).
- 2 Przez przestrzeń wystawienniczą rozumiem muzeum *sensu stricto*, tzn. taką część muzeum, jaka jest udostępniona odbiorcom po to, aby mogli poznać obiekty posiadające wartość historyczną lub artystyczną – w przeciwieństwie do muzeum rozumianego *sensu largo*, czyli instytucji kultury gromadzącej, badającej i opiekującej się obiektami o wartości historycznej lub artystycznej i czasowo udostępnianymi odbiorcom – gościom muzeum.
- 3 Choć pojęcia sztuki *per se* z wielu powodów nie da się jednoznacznie zdefiniować, to w tym miejscu jego użycie ma na celu odróżnienie wszelkich wytworów kulturowych podlegających z założenia ocenie estetycznej (dzieła artystyczne) od tych wytworów kulturowych, których istnienie nie ma immanentnie założonej oceny estetycznej (np. przedmioty codziennego użytku mają przede wszystkim spełniać swoją określoną funkcję).

muzyki<sup>4</sup>, neuroestetyków, antropologów kulturowych, kulturoznawców czy muzykologów, jak i reprezentantów bardziej szczegółowych orientacji naukowych – neuropsychologów muzyki<sup>5</sup>, psychologów poznawczych muzyki<sup>6</sup>, biomuzykologów<sup>7</sup>, muzykologów kognitywnych<sup>8</sup>, przedstawicielei neuronauki muzyki<sup>9</sup> lub neurologii muzyki<sup>10</sup>. Zaznaczenie głównych dyscyplin i głównych orientacji naukowych zajmujących się szeroko pojętym problemem relacji dźwięk–człowiek ma uświadomić, jak wielu kwestii szczegółowych i perspektyw badawczych problem dotyczy. Dlatego poniższe refleksje – czynione, dodam, przez muzykologa – mają z założenia charakter szkicu (mniej lub bardziej dokładnego) trzech zagadnień węzłowych, stanowiących punkty na swoistej mapie myśli wywołanych tytułowym problemem.

## Myśl 1. Czy dźwięki i wrażenia audialne są potrzebne w przestrzeni wystawienniczej?

Właściwie odpowiedź na powyższe pytanie została już udzielona. Świadczą o tym choćby prace badaczy, do których odwołuje się w swoim artykule *Nastuchując muzeum. Kilka uwag o obecności dźwięku w przestrzeni muzealnej* Renata Tańczuk<sup>11</sup>, kulturoznawczyni z Instytutu Kulturoznawstwa Uniwersytetu Wrocławskiego. Zmianę w podejściu do potrzeby wywoływania wrażeń audialnych w muzeum<sup>12</sup> autorka wskazuje

---

4 A.S. Bregman, *Auditory Scene Analysis: The Perceptual Organization of Sound*, MIT Press, Cambridge, MA 1990.

5 M. Clynes (ed.), *Music, Mind, and Brain: The Neuropsychology of Music*, Plenum Press, New York 1982.

6 J.A. Sloboda, *The Musical Mind: The Cognitive Psychology of Music*, Oxford University Press, Oxford 1985.

7 N.L. Wallin, *Biomusicology: Neurophysiological, Neuropsychological, and Evolutionary Perspectives on the Origins and Purposes of Music*, Pendragon Press, New York 1991.

8 M. Leman, A. Schneider, *Origin and Nature of Cognitive and Systematic Musicology*, [w:] M. Leman (ed.), *Music, Gestalt, and Computing*, Springer, Berlin 1997.

9 I. Peretz, R.J. Zatorre, *Brain Organization for Music Processing*, „Annual Review of Psychology” 2005, vol. 56, ss. 89–114.

10 F.C. Rose, *Neurology of Music*, Imperial College Press, London 2010. Publikacje wskazane w przypisach 4–10 przytaczam za: P. Podlipniak, P. Przybyś, *Sztuka, mózg, muzyka: perspektywy neuroestetyki muzyki*, [w:] M. Bogucki, A. Foltyn, P. Podlipniak, P. Przybyś, H. Winiszewska (red.), *Neuroestetyka muzyki*, Wydawnictwo Poznańskiego Towarzystwa Przyjaciół Nauk, Poznań 2013, s. 18.

11 R. Tańczuk, *Nastuchując muzeum. Kilka uwag o obecności dźwięku w przestrzeni muzealnej*, „Audiosfera. Koncepcje – Badania – Praktyki” 2016, nr 1(3), ss. 1–6.

12 Od tego miejsca przestrzeń wystawienniczą będę określać mianem muzeum, biorąc jednak pod uwagę, że chodzi o muzeum w węższym znaczeniu (por. przypis 2).

w kontekście prac: Davida Howesa<sup>13</sup>, Jennie Morgan<sup>14</sup>, Helen Rees Leahy<sup>15</sup> czy Nikosa Bubarisa<sup>16</sup>.

Oczywiście zarówno Tańczuk, jak i ja mamy na myśli takie dźwięki, jakie są intencjonalnie włączane do ekspozycji muzealnej po to, aby percepcję obiektu muzealnego dopełnić o wrażenia audialne nierozzerwalnie z obiektem związane, lub po to, aby wykorzystać je zgodnie z nadawanymi im funkcjami, choćby tymi wspomnianymi w cytowanym przez Tańczuk tekście Bubarisa<sup>17</sup>: „Wzrastająca obecność dźwięku w muzeach może wzmocnić i jeszcze bardziej zwiększyć wagę doświadczenia na wystawach. [...] W zależności od typu muzeum i celów wystawy można usłyszeć, jak różne rodzaje dźwięku, takie jak głosy, muzyka i dźwięki codzienne, przyczyniają się do stworzenia multimodalnego środowiska, w którym prezentowana informacja kulturowa umożliwi różnorodne interpretacje. Ponadto wibracyjne i czasoprzestrzenne właściwości dźwięku mogą stymulować interakcję zwiedzający–wystawa, zapewniając zwiedzającemu poczucie bezpośredniości i uczestnictwa w doświadczaniu wystawy muzealnej jako «wydarzenia na żywo». W tym kontekście *sound design* jest coraz częściej uważany za integralną część *exhibition design*”<sup>18</sup>.

Przytoczona powyżej opinia Bubarisa wskazuje na pojawiającą się tendencję do tworzenia ekspozycji multimodalnych<sup>19</sup>, które ze swej natury stwarzają złożone warunki percepcyjne (do mózgu odbiorcy docierają bodźce percypowane różnymi zmysłami – w kontekście głównego tematu niniejszych rozważań ograniczmy się do zmysłów wzroku i słuchu). Warto w tym miejscu podkreślić, że aby wrażenie audialne wywołane obecnością dźwięków w muzeum mogło „zwiększyć wagę doświadczenia” (za Bubarisem), wybór dźwięków (lub muzyki) musi być intencjonalny, by – wraz z głównie wizualną percepcją obiektów – zaistniały warunki do swobodnego eskapizmu odbiorcy przebywającego w muzeum i doświadczającego ekspozycję. Zawężając problem „stworzenia multimodalnego środowiska”

---

13 D. Howes, *Introduction to Sensory Museology*, „The Senses and Society” 2014, vol. 9, no. 3, ss. 259–267, DOI: 10.2752/174589314X14023847039917.

14 J. Morgan, *The Multisensory Museum*, „The Journal of the Ethnographic Institute” 2012, vol. 60, no. 1, ss. 65–77.

15 H. Rees Leahy, *Museum Bodies: The Politics and Practices of Visiting and Viewing*, Ashgate Publishing, Farnham 2012.

16 N. Bubaris, *Sound in Museums – Museums in Sound*, „Museum Management and Curatorship” 2014, vol. 29, no. 4, ss. 391–402.

17 Ibidem.

18 R. Tańczuk, *Nastuchując muzeum...*, s. 4.

19 Problem multimodalności dotyczy komunikacyjnych artefaktów oraz procesów łączących rozmaite „kanały” percepcji i ściśle wiąże się z kategorią inter-, czy wręcz multimedialności, czyli wielości i różnorodności mediów rozumianych jako środki przekazu informacji. W tym kontekście multimodalny charakter ekspozycji odnosi się przede wszystkim do oryginalnych sposobów (modusów) integracji mediów.

(za Bubarisem) do relacji audiowizualność–perceptor, szczególnie aktualne dla niniejszych rozważań wydaje się stwierdzenie Jacka Szerszenowicza, który dostrzega – wprawdzie w kontekście refleksji o przemianach gatunkowych w twórczości muzycznej – że „[b]adacze kultury współczesnej odnotowali umacnianie się tendencji do synkretycznego i holistycznego doświadczania świata”<sup>20</sup>. Swoją tezę Szerszenowicz wzmacnia słowami Maryli Hopfinger, która już ponad trzydzieści lat temu w audiowizualności dopatrywała się krystalizacji szczególnego typu postawy poznawczej: „Audiowizualność staje się ważną kategorią poznawczą dwudziestowiecznej kultury i odnosi się [...] do artikulacji przede wszystkim jej rzeczowego wymiaru, w tym zwłaszcza przedmiotów semiotycznych, praktyk komunikacyjnych i typów kultury”<sup>21</sup>.

## Myśl 2. Audiowizualność w kontekście typów muzeów

W cytowanym fragmencie tekstu Bubarisa pojawiło się stwierdzenie o wzmocnieniu i zwiększaniu wagi doświadczenia na wystawach. Wydaje się, że swoistą „miarą” tego stanu może być intensywność i różnorodność reakcji poznawczo-emocjonalnych, jakie generuje wystawa w potencjalnych odbiorcach. Intuicyjnie możemy przewidywać, że wystawa, która wywołuje niewielkie reakcje emocjonalne w odbiorcach, nie spełnia swojej funkcji, a więc i muzeum nie spełnia swojej funkcji. Jednakże poza funkcją ochronną związaną z gromadzeniem, konserwacją, porządkowaniem i systematyzowaniem eksponatów istotne w tym kontekście są dwie inne często wymieniane funkcje muzeum: estetyczna, której celem jest kształtowanie wrażliwości estetycznej wobec wytworów kultury, oraz edukacyjna, której celem jest, poprzez możliwość obcowania z eksponatami, tworzenie u odbiorców wartości poznawczych, nie pozbawiając ich również możliwości doświadczania wartości estetycznych eksponatów. Piotr Przybysz podkreśla, że „psychologia poznawcza początkowo ostro oddzielała czynniki poznawcze od sfery emocjonalnej”<sup>22</sup>. Stwierdza też, że „pod wpływem neurokognitywistyki i neuropsychologii – nurtów

20 J. Szerszenowicz, *Audiowizualność – piąty stan muzyki*, „Polski Rocznik Muzykologiczny” 2012, t. 10, s. 159.

21 M. Hopfinger, *Kultura współczesna – audiowizualność*, PIW, Warszawa 1985, s. 58, cyt. za: J. Szerszenowicz, *Audiowizualność...*

22 P. Przybysz, *Emocje muzyczne i ich estetyczne modyfikacje*, [w:] M. Bogucki i in. (red.), *Neuroestetyka muzyki...*, s. 96.

badawczych, które odnowiły zainteresowanie biologicznym znaczeniem, fizjologią oraz neuronalnymi korelatami przeżyć emocjonalnych”, obecnie „[p]sychologię poznawczą interesuje rola, jaką pełnią emocje względem pozostałych funkcji umysłu, [oraz] jaki jest udział czynników poznawczych w procesach emocjonalnych”<sup>23</sup>. Oczywiście refleksja naukowa nad emocjami ogniskuje się zarówno wokół emocji podstawowych, „które stanowią uniwersalne, niezależne od zmienności kulturowej oraz indywidualnej biologiczne wyposażenie człowieka”<sup>24</sup>, jak i wokół emocji estetycznych, towarzyszących percepcji dzieł sztuki (choć z pewnością ujawniają się także w czasie percepcji szeroko pojętych dóbr kultury, które nie zawsze muszą być klasyfikowane jako dzieła sztuki).

Audiowizualność jako złożony modus (dwa „kanały” percepcji związane z percepcją słuchową i wzrokową) symultanicznego dostarczania audytywnych i wizualnych informacji o cechach dóbr kulturowych nie doczekała się jeszcze wnikliwych badań w kontekście wywoływanych nią reakcji emocjonalnych. Wydaje się, że biorąc pod uwagę nadrzędny temat niniejszych rozważań, zagadnienie kształtowania się reakcji emocjonalnych w czasie doświadczania audiowizualnej ekspozycji jawi się jako jeszcze bardziej złożone, już bowiem funkcjonalno-rzeczowy podział muzeów (ze względu na typ eksponatu)<sup>25</sup> pokazuje, że zarówno percepcja wizualna, jak i audialna mają odmienne funkcje w zależności właśnie od typu eksponatów.

Przykładowo audiowizualne elementy ekspozycji w Muzeum Fryderyka Chopina w Warszawie wzajemnie się dopełniają, gdyż dźwięki i muzyka kompozytora stanowią tu integralną część wystawianych obiektów, uzupełniając o informacje percypowane audytywnie poznanie eksponatów percypowanych wizualnie (i na odwrót). Są tam takie sytuacje percepcyjno-poznawcze, jak eksponowanie partytur utworów Chopina z symultanicznym odtworzeniem brzmienia zapisanych w nich dzieł czy kreowanie w przestrzeni wystawienniczej swoistych pejzaży dźwiękowych – „Gdy docieramy do sali poświęconej okresowi związku Chopina z George Sand, słyszymy, wraz z wybieraną przez siebie muzyką (i oglądając faksymile jej zapisu), pogłos śpiewu ptaków i szumu liści; przenosimy się do Nohant”<sup>26</sup>. Z pewnością świadomy perceptor ekspozycji w tego rodzaju muzeum

---

23 Ibidem.

24 Ibidem, s. 99.

25 Z. Żygulski, *Muzea na świecie: wstęp do muzealnictwa*, PWN, Warszawa 1982, ss. 81–106.

26 J. Jedliński, *Doświadczając Chopina*, 2010, <http://chopin.museum/pl/new/exposition/id/211>, dostęp: 22.09.2018.

percypuje bodźce, które determinują powstanie emocji estetycznych, i to zarówno ewokowanych percepcją wizualną, jak i percepcją audytywną.

Inne natomiast przykłady audiowizualnych bodźców w przestrzeni wystawienniczej przytacza w swoim artykule Monika Widzicka: „Niestety, rzadziej można usłyszeć w muzeach brzmienia odchodzących w przeszłość urządzeń technicznych: maszyn przemysłowych, narzędzi rzemieślniczych, starych pojazdów, które do niedawna kształtowały audiosferę przemysłowej Europy. Do takich wyjątkowych ekspozycji należy m.in. «Rekonstrukcja tkalni przełomu XIX i XX w. Prezentacja maszyn w ruchu» w Centralnym Muzeum Włókiennictwa w Łodzi, gdzie można usłyszeć dźwięki pracy krosien i urządzeń pomocniczych. W Sztolni Królowa Luiza, oddziale Muzeum Górnictwa Węglowego w Zabrze, można posłuchać, jak pracuje parowa maszyna wyciągowa z 1915 roku. Z kolei Muzeum Energetyki w Łaziskach Górnych udostępnia interaktywną wystawę „Wibrarium”, która pozwala sprawdzić działanie i brzmienie zabytkowych dzwonków elektrycznych. Ciekawym przykładem jest też plenerowa ekspozycja Muzeum Przemysłu Naftowego i Gazowniczego im. I. Łukasiewicza w Bóbrce, gdzie usłyszymy dźwięk pompowania ropy naftowej za pomocą tzw. kiwonu. Te doświadczenia foniczne będą dostępne zwiedzającym tak długo, jak długo uda się utrzymać sprawność techniczną eksponatów”<sup>27</sup>. Wystawione urządzenia techniczne stanowią przede wszystkim obiekty percepcji wizualnej, ich funkcja poznawana jest poprzez wprawianie w ruch tych – obecnie już historycznych – obiektów, poprzez możliwość obserwacji odtworzonej pracy urządzeń. Jednakże wzbogacenie takiej ekspozycji o dźwięki towarzyszące pracy, generowane przez elementy konstrukcyjne pracujących urządzeń, nie determinuje emocji estetycznych, ale raczej emocje podstawowe, np. zaskoczenie z powodu doświadczenia dźwięków, które uprzednio nie były znane odbiorcy wystawy.

Jeszcze inne sytuacje percepcyjne stwarzają muzea, w których dźwięki, czy nawet muzyka, są rodzajem tła dla symultanicznie wizualnie percypowanych obiektów lub rozgrywających się zdarzeń pozamuzycznych, „lub gdzie muzyka jest impulsem wzbudzającym psychologiczną aktywność myślową słuchacza (pamięć, uwaga, wyobrażenia) nakierowaną na sferę pozamuzyczną”<sup>28</sup>. Egzemplifikując wyżej wskazane sytuacje per-

---

27 M. Widzicka, *Work With Sounds. Muzealne archiwum dźwięków pracy*, „Audiosfera. Koncepcje – Badania – Praktyki” 2016, nr 1(3), ss. 88–89.

28 P. Przybyś, *Emocje muzyczne...*, s. 113.

cepcyjne, możemy na przykład wyobrazić sobie muzeum przyrodnicze, w którym wystawie fauny i flory określonego regionu towarzyszy wcześniej zarejestrowana i odtwarzana w czasie zwiedzania ekspozycji sonosfera tego regionu. Z kolei choćby w czasie zwiedzania Wielkiej Synagogi w Tykocinie na Podlasiu goście otrzymują audioguide, z którego odtwarzany jest komentarz o historii miejsca i zabytkowych eksponatach w nim zachowanych, a ponadto w tle rozbrzmiewają śpiewy synagogalne, nie stanowiąc jednak głównego obiektu percepcji audytywnej, lecz przyczyniając się do kreowania audiosfery synagogi. Myślę, że ostatnią sytuację percepcyjną można stworzyć dla przykładu w muzeach upamiętniających wydarzenia wojenne lub bitwy historyczne, w których dźwiękowe tło wywołuje określoną psychologiczną aktywność myślową, w efekcie czego kształtują się wyobrażenia o przebiegu walk, wzbogacone rekonstruowaną audiosferą danej przestrzeni.

### **Myśl 3. Reakcje poznawczo-emocjonalne a audiowizualny typ ekspozycji**

Chcę przede wszystkim podkreślić, że u podstaw wszelkich reakcji poznawczo-emocjonalnych wobec audiowizualnych ekspozycji leży percepcja. Jest ona odpowiedzialna za odbieranie z otoczenia informacji o słuchowych i wizualnych elementach ekspozycji i przetwarzanie tych informacji, zawartych w bodźcach słuchowych oraz wzrokowych. Każdy z owych bodźców jest rejestrowany przez odpowiadające mu receptory zmysłowe.

Warto przypomnieć, że percepcja słuchowa polega na tym, iż bodźce słuchowe w postaci drgań mechanicznych docierają z ucha zewnętrznego i środkowego do ucha wewnętrznego, w którym za pomocą komórek rzęsatych (włoskowatych) są przekształcane w impulsy nerwowe. Te z kolei drogą słuchową, poprzez most i obie wstęgi boczne, nadal w postaci impulsów nerwowych, są transmitowane „do wzgórków dolnych śródmózgowia, a następnie – odpowiednim ramieniem wzgórków – do jądra ciał kolankowatych przysiódkowych w śródmózgowiu. Jądra ciał kolankowatych stanowią tzw. ośrodek podkorowy słuchu”<sup>29</sup>. Korowa część analizatora tych

---

29 J. Humięcka-Jakubowska, *Scena słuchowa w muzyce dwudziestowiecznej*, Rhythmos, Poznań 2006, s. 42.



impulsów mieści się w korze słuchowej, znajdującej się w przednim płacie czołowym mózgu.

W przypadku percepcji wzrokowej bodziec wizualny lokowany jest na siatkówce oka, z której informacje o widzianym obiekcie przechodzą do bufora wzrokowego, pełniącego funkcję „ekranu” i skupiającego informacje o bodźcu wizualnym pobudzającym oko. „W buforze wzrokowym dane wizualne są od razu aktywnie przetwarzane. Ponieważ do bufora dociera zbyt dużo informacji wizualnych, system nie jest w stanie przetworzyć ich wszystkich i musi poddać je selekcji. Realizowane jest to za pomocą mechanizmu zwanego oknem uwagi [...], który zajmuje się wstępnym ukierunkowaniem percepcji na określone cechy bodźca. [...] Po wstępnym przetworzeniu sygnału wzrokowego informacja, która znalazła się w oknie uwagi, jest dzielona i przesyłana dalej dwoma szlakami do wzrokowej kory asocjacyjnej [...]. «Nowa» informacja (sensoryczna) na temat bodźca zostaje tam zestawiona ze «starą» informacją zmagazynowaną w pamięci długotrwałej (ślady pamięciowe, czyli engramy). Jeśli pasują one do siebie, przedmiot wyjściowy możemy już zidentyfikować jako należący do danej kategorii przedmiotowej [...]. Po przejściu informacji o tak zidentyfikowanym bodźcu do pamięci krótkoterminowej stajemy się jej świadomi”<sup>30</sup>.

Recepcja bodźców słuchowych i wzrokowych przez odpowiednie narządy zmysłów prowadzi więc do aktywizacji funkcji mózgowych odpowiedzialnych za procesy poznawcze i ewokowanie emocji, przy czym „[p]rzez procesy poznawcze rozumiemy procesy aktywnego przetwarzania informacji, wymagające wykorzystywania dotychczasowej wiedzy, lub też prowadzące do uzyskania nowej wiedzy”<sup>31</sup>. Dziś już wiemy, że „interakcja poznania i emocji musi się odbywać na poziomie neuronalnym”<sup>32</sup>. Wiemy także, że „[o]bszary przetwarzania wzgórzowego są bramą do kory mózgowej, w której reprezentacje obiektów są konstruowane z nadchodzącej stymulacji zmysłowej. Obszary wzgórza są też bramą do ciała migdałowatego, w którym następuje przypisanie emocjonalnego znaczenia bodźcom. Ciało migdałowe może więc być pobudzane ze wzgórza w tym samym czasie, w którym ze wzgórza jest pobudzana kora mózgowa. Oznacza to

---

30 P. Markiewicz, P. Przybysz, *Neuroestetyczne aspekty komunikacji wizualnej i wyobraźni*, [w:] P. Francuz (red.), *Obrazy w umyśle. Studia nad percepcją i wyobraźnią*, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2007, s. 118.

31 T. Maruszewski, *Psychologia poznania*, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2001, s. 378.

32 J.E. LeDoux, *Mózgowe interakcje poznawczo-emocjonalne*, [w:] P. Ekman, R.J. Davidson (red.), *Natura emocji: podstawowe zagadnienia*, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2012, s. 191.

możliwość równoległego przetwarzania reprezentacji poznawczej i znaczenia emocjonalnego. Innymi słowy, możemy rozpocząć emocjonalne reagowanie na bodziec, zanim jeszcze nastąpi kompletne przetworzenie jego poznawczej reprezentacji”<sup>33</sup>.

Przebieg i zakres kształtowania się reakcji poznawczo-emocjonalnych osób znajdujących się w muzeum z audiowizualnym typem ekspozycji są zróżnicowane nie tylko ze względu na wywołane mechanizmy percepcyjne, ale również ze względu na funkcję muzeum (estetyczną lub edukacyjną) oraz typ ekspozycji. Siła oddziaływania bodźca wizualnego i audytywnego zależy od tego, jak wielką rolę pełnią one w kształtowaniu specyficznych cech eksponatu. Tym samym uwaga perceptora jest zogniskowana intencjonalnie albo na bodźcach wzrokowych, albo na bodźcach słuchowych, ale też może być „przerzucana” między nimi. Jak jednak wynika z wyżej zasygnalizowanych relacji między procesami poznawczo-emocjonalnymi, wpływ na ich kształtowanie się mają stymulacje zmysłowe.

Ostatnie badania pokazują, że „[m]uzyka w dużo większym stopniu niż statyczne obrazy, charakterystyczne dla części sztuk wizualnych, jest zdolna wywołać wyjątkowo silne emocje (Panksepp, Bernatzky, 2002, s. 137; Koelsch, 2012, s. 203)”<sup>34</sup>. Stąd jej obecność w audiowizualnej ekspozycji wydaje się dla reakcji poznawczo-emocjonalnych szczególnie istotna.

## Podsumowanie

Wprawdzie poznawczy walor ekspozycji muzealnych wydaje się oczywisty, ale już walor reakcji emocjonalnych receptorów warto na koniec skonkludować. Jako konkluzję proponuję stwierdzenia łączące emocje z pamięcią i uwagą: „Bodźce emocjonujące mają specjalny status w przetwarzaniu informacji. [...] bodźce wzbudzające silną reakcję emocjonalną [...] są lepiej zapamiętywane od otaczających je bodźców neutralnych emocjonalnie. Co więcej, ponieważ emocjonujące bodźce mają pierwszeństwo w przetwarzaniu informacji, przyciągają one uwagę, a odwracają ją od sąsiadujących z nimi bodźców neutralnych”<sup>35</sup>. W tym kontekście kwestia „wprowadzania” zjawisk akustycznych czy szeroko rozumianych dźwięków do muzeum

---

33 Ibidem, s. 195.

34 P. Podlipniak, P. Przybysz, *Sztuka, mózg, muzyka...*, s. 21.

35 G.H. Bower, *Niektóre relacje między emocjami a pamięcią*, [w:] P. Ekman, R.J. Davidson (red.), *Natura emocji...*, s. 256.

wydaje się odgrywać szczególną rolę ze względu na funkcję kreacyjną dźwięków w tworzeniu związanej z eksponatami sono- i audiosfery, ale też ze względu na zdolność do specyficznego „wzmacniania” wywołujących reakcji emocjonalnych, które z kolei przyczyniają się do ewokowania śladów pamięciowych w pamięci długotrwałej, a w konsekwencji – do poprawy funkcji poznawczych u potencjalnych perceptorów ekspozycji muzealnych.

## Literatura

Bower G.H., *Niektóre relacje między emocjami a pamięcią*, w: P. Ekman, R.J. Davidson (red.), *Natura emocji: podstawowe zagadnienia*, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2012.

Bregman A.S., *Auditory Scene Analysis: The Perceptual Organization of Sound*, MIT Press, Cambridge, MA 1990.

Bubaris N., *Sound in Museums – Museums in Sound*, „Museum Management and Curatorship” 2014, vol. 29, no. 4, ss. 391–402.

Clynes M. (ed.), *Music, Mind, and Brain: The Neuropsychology of Music*, Plenum Press, New York 1982.

Hopfinger M., *Kultura współczesna – audiowizualność*, PIW, Warszawa 1985.

Howes D., *Introduction to Sensory Museology*, „The Senses and Society” 2014, vol. 9, no. 3, ss. 259–267, DOI: 10.2752/174589314X14023847039917.

Humięcka-Jakubowska J., *Scena słuchowa w muzyce dwudziestowiecznej*, Rhythmos, Poznań 2006.

Jedliński J., *Doświadczać Chopina*, 2010, <http://chopin.museum/pl/new/exposition/id/211>, dostęp: 22.09.2018.

Koelsch S., *Brain and Music*, John Wiley and Sons Ltd, Oxford 2012.

LeDoux J.E., *Mózgowe interakcje poznawczo-emocjonalne*, w: P. Ekman, R.J. Davidson (red.), *Natura emocji: podstawowe zagadnienia*, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2012.

Leman M., Schneider A., *Origin and Nature of Cognitive and Systematic Musicology*, w: M. Leman (ed.), *Music, Gestalt, and Computing*, Springer, Berlin 1997.

Markiewicz P., Przybysz P., *Neuroestetyczne aspekty komunikacji wizualnej i wyobraźni*, w: P. Francuz (red.), *Obrazy w umyśle. Studia nad percepcją i wyobraźnią*, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2007.

Maruszewski T., *Psychologia poznania*, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2001.

Morgan J., *The Multisensory Museum*, „The Journal of the Ethnographic Institute” 2012, vol. 60, no. 1, ss. 65–77.

Panksepp J., Bernatzky G., *Emotional Sounds and the Brain: The Neuro-Affective Foundations of Musical Appreciation*, „Behavioural Processes” 2002, vol. 60, no. 2, ss. 133–155.

Peretz I., Zatorre R.J., *Brain Organization for Music Processing*, „Annual Review of Psychology” 2005, vol. 56, ss. 89–114.

Podlipniak P., Przybysz P., *Sztuka, mózg, muzyka: perspektywy neuroestetyki muzyki*, w: M. Bogucki, A. Foltyn, P. Podlipniak, P. Przybysz, H. Winiszewska (red.), *Neuroestetyka muzyki*, Wydawnictwo Poznańskiego Towarzystwa Przyjaciół Nauk, Poznań 2013.

Przybysz P., *Emocje muzyczne i ich estetyczne modyfikacje*, w: M. Bogucki, A. Foltyn, P. Podlipniak, P. Przybysz, H. Winiszewska (red.), *Neuroestetyka muzyki*, Wydawnictwo Poznańskiego Towarzystwa Przyjaciół Nauk, Poznań 2013.

Rees Leahy H., *Museum Bodies: The Politics and Practices of Visiting and Viewing*, Ashgate Publishing, Farnham 2012.

Rose F.C., *Neurology of Music*, Imperial College Press, London 2010.

Sloboda J.A., *The Musical Mind: The Cognitive Psychology of Music*, Oxford University Press, Oxford 1985.

Szerszenowicz J., *Audiowizualność – piąty stan muzyki*, „Polski Rocznik Muzykologiczny” 2012, t. 10, ss. 159–174.

Tańczuk R., *Nastuchując muzeum. Kilka uwag o obecności dźwięku w przestrzeni muzealnej*, „Audiosfera. Koncepcje – Badania – Praktyki” 2016, nr 1(3), ss. 1–6.

Wallin N.L., *Biomusicology: Neurophysiological, Neuropsychological, and Evolutionary Perspectives on the Origins and Purposes of Music*, Pendragon Press, New York 1991.

Widzicka M., *Work With Sounds. Muzealne archiwum dźwięków pracy*, „Audiosfera. Koncepcje – Badania – Praktyki” 2016, nr 1(3), ss. 87–95.

Żygulski Z., *Muzea na świecie: wstęp do muzealnictwa*, PWN, Warszawa 1982.



# „Augmentacja”, czyli dziedzictwo rozszerzone

Krzysztof Tkaczyk





Czy **muzea** mają rolę służebną wobec społeczeństwa, czy też są przechodniymi wiodącymi i artefaktów, a muzealnicy zamiast edukatorów pełnią głównie rolę kustoszy dziedzictwa? Ten spór o rolę muzeów trwa i zderza się z codzienną potrzebą konkurencji będącej stałym elementem kapitalistycznych gospodarek. W obliczu galopującego rozwoju kultury popularnej, zmian funkcjonalnych obiektów użyteczności publicznej w epoce cyfryzacji również muzea – by pozostać żywymi centrami edukacji – muszą zabiegać o uwagę odbiorców. Istnieje obawa – niekiedy uzasadniona – że placówki muzealne staną się pełnymi elektronicznych fajerwerków centrami rozrywki zatracającymi swoją misję. Fundamentalne znaczenie ma jednak czynnik ludzki oraz zrozumienie głównego celu takiej placówki. A zawsze, kiedy mamy do czynienia z odbiorcami – czegokolwiek – istotne jest dotarcie do drugiego człowieka. Technologia nie musi *a priori* oznaczać czynnika okaleczającego lub dehumanizującego przekaz. Tak jak koło czy młotek to tylko narzędzie, o tym zaś, jak zostanie użyte, zawsze decyduje człowiek.

W tym sporze o cel i charakter placówek muzealnych bliższa jest mi idea czynnego kontaktu z drugim człowiekiem, a nie tylko pasywna ekspozycja dóbr kultury i sztuki. Wielopoziomowy, czasami zniuansowany dialog, w którym interakcja – analogowa i/lub cyfrowa – z widzami ma wartość i znaczenie.

Naturalnym sposobem percepcji każdego z nas jest korzystanie ze zmysłów. Ich wrażliwość i dostępność są kwestią osobniczą. Umiejętnie stworzona wystawa muzealna różnicuje sposoby dotarcia, starając się oddziaływać na odbiorców za pomocą różnych zmysłów, by zwiększać wrażenie immersji, a dzięki temu zapamiętywalność poznanych treści i wrażeń.

Na styku komercji i edukacji powstało wiele rozwiązań świadomie pobudzających nasze zmysły. Z wszystkich dostępnych badań wynika, że jednym z najmocniejszych zmysłów pobudzających naszą wyobraźnię jest zmysł powonienia. Węch jako zmysł pierwotny u większości ssaków pełni rolę nadrzędną, a w wielu przypadkach warunkuje ich przeżycie. Dzięki niemu nasza wyobraźnia w plastyczny sposób może wywołać skojarzenia lub przywołać wspomnienia miejsc, ludzi czy sytuacji z gwałtowną

wyrazistością. To tzw. autobiograficzna pamięć węchowa albo efekt Pro-usta. W przestrzeni komercyjnej wielkie galerie handlowe od lat świadomie używają aromamarketingu, by w trochę podstępny sposób pobudzać naszą chęć zakupu, tworzyć miłe otoczenie iglastego lasu zachęcające do łatwiejszego sięgnięcia do portfela w gorączce przedświątecznych zakupów. W nowożytnych muzeach zapach może stać się tematem i wehikułem do podróży w czasie i przestrzeni, jak w słynnym Wielkim Muzeum Perfum w Paryżu. Przykładem odmiennym, wpierającym koncepcję dialogu ze zwiedzającym, jest Lawendowe Muzeum Żywe im. Jacka Olędzkiego na Warmii. Jak sama nazwa wskazuje, to „żywe muzeum”, w którym zatarta zostaje granica między widzem a wystawą, a najważniejsze jest doświadczenie oraz nabywanie nowych umiejętności.

**Zapach jako zmysł** w sposobie poznawania rzeczywistości, choć skuteczny ze względu na swą pierwotną naturę, jest narzędziem pasywnym. Przywołuje skojarzenia, tworzy biblioteki wspomnień, niemniej jednak nie pozwala dotknąć rzeczywistości, bardziej oddziałuje na teatr wyobraźni. Nie kreuje nowej rzeczywistości w zetknięciu z eksponatem lub doświadczeniem. Wzrok i słuch również należą do zmysłów poszerzających doznanie, umożliwiając nowych interpretacje. Czasami korzystamy też ze smaku, jak w Muzeum Czekolady w Barcelonie czy słynnym Muzeum Heinekena w Amsterdamie lub w naszych rodzimych Muzeach Browarów Żywieckiego czy Tyskiego. Po stronie środków aktywnych znajduje się przede wszystkim zmysł dotyku.

### **Multisensoryczność w wystawach muzealnych ma dwa cele nadrzędne:**

1. wzbogacenie głównej opowieści, rozszerzenie jej znaczenia;
2. umożliwienie dostępu do treści jak najszerzej grupie odbiorców.

Odwołując się do naszej codzienności, prawodawstwo polskie oraz unijne obliguje wszystkich twórców wystaw wykorzystujących środki publiczne do przestrzegania przepisów zobowiązujących do udostępniania ekspozycji osobom o różnych stopniach niepełnosprawności. Na ogół – co przykre – prawo to jest stosowane po najmniejszej linii oporu, co sprzeczne prowadzi do zagwarantowania zgodności z przepisami komunikacji wewnątrz obiektu, opisów wykonanych językiem Braille’a oraz dostarczenia

audioprzewodników. Niekiedy zdarza się, że w aplikacjach są świadomie stosowane zestawy ułatwień dostępu, dodatkowe tryby działania ekranu z podwyższonym kontrastem czy możliwością edycji wielkości czcionki. Ale możliwości technologiczne w zdecydowanie większym stopniu pozwalają na tworzenie rozwiązań przełamujących ograniczenia ludzkiej percepcji. Kreatywność w świadomym używaniu technologii daje szansę na pełniejsze obcowanie z kulturą i sztuką.

**Muzeum Prado w Madrycie** zazwyczaj, jak wszystkie inne, zakazuje dotykania eksponatów. Odstępstwem od tej uświęconej zasady była wystawa mająca na celu poszerzenie dostępności dzieł sztuki dla niewidomych. Kurator Fernando Perez Suescun zaproponował, by używając technologii fotogrametrii oraz druku 3D, stworzyć reliefy nie tylko oddające strukturę obrazu, ale też umożliwiające niewidomym postrzeganie kolorów i przejść tonalnych, indywidualnych pociągnięć farby, dzięki symulacji różnic wysokości i tekstury/materii obrazu. Przy użyciu tej techniki stworzono w skali kopie obrazów El Greca, Goi czy jednego z najsłynniejszych obrazów Diega Velazqueza *Apollo w Kuźni Wulkana*. Uzyskane w ten sposób kopie zachowują proporcje oryginałów, a dzięki ich pomniejszeniu zwiedzający są w stanie swobodnie zapoznać się z całym obrazem, zachowując w wyobraźni jego pełny i spójny wizerunek. Proces interpretacji obrazu nie może być jednak automatyczny. Nie wykona go – póki co – sam program czy komputer. Choć, rzecz jasna, wykorzystanie zaawansowanej sztucznej inteligencji w rozpoznawaniu i analizie obrazu już ma tu zastosowanie. Człowiek jest wszakże nieodzowny w procesie przynajmniej jako weryfikator interpretacji wykonanej przez maszynę. Oczywistym następstwem była monetyzacja tych rozwiązań w komercyjnej części aktywności muzeów. Już teraz za kilkanaście tysięcy euro można nabyć niemal perfekcyjne kopie obrazów mistrzów, wykonane pieczołowicie przy użyciu fotogrametrii, np. w Muzeum Van Gogha w Amsterdamie.

Kolejnym przykładem wykorzystania technologii jako twórczego rozszerzenia dla powiększania grona odbiorców są kostiumy sensoryczne umożliwiające osobom głuchym lub głuchoniemym namacalny kontakt z muzyką. I ponownie, zmysłem transmisyjnym jest tu dotyk, ale w przeciwieństwie do intymnej interpretacji malarstwa, dzięki dłoniom tutaj mamy skalę makro. Zjawisko nazwane *physical audio* umożliwia nawet taniec, dzięki przenoszeniu muzycznych wibracji na część lub całe ciało w zależności od modelu użytego kostiumu. Shaheem Sanchez, twórca R&B i ambasador kampanii integracji głuchoniemych przez taniec, stracił słuch

w wieku czterech lat. Obecnie nie tylko tańczy i słucha muzyki w kostiumie sensorycznym, ale również ogląda z dźwiękiem amerykańskie *blockbustery*. Tego rodzaju przeżycie w ewentualnym, futurystycznym muzeum muzyki może zwiększyć poziom wrażliwości także u osób słyszających, dzięki intensywności doznań. Rzeczywistość cyfrowa i postęp technologiczny są tu sprzymierzeńcami dla autentycznego wyrównywania szans w dostępie do historii, wiedzy i dóbr kultury.

Istotnym aspektem każdej wystawy jest zróżnicowanie treści dla różnych grup odbiorców pod względem demograficznym. Nic nie zastąpi dreszczu emocji kontaktu z prawdziwym eksponatem, ale na pewno technologia może to doznanie uczynić pełniejszym i bardziej przystępnym.

### **Wyróżniane obecnie technologie wirtualnej rzeczywistości to:**

**VR** – *virtual reality* – rzeczywistość wirtualna, system generujący w pełni komputerową rzeczywistość;

**AR** – *augmented reality* – rzeczywistość rozszerzona, system łączący świat rzeczywisty z generowanym komputerowo w sposób pasywny. Treści generowane komputerowo są rozszerzeniem realnej rzeczywistości;

**MR** – *mixed reality*, nazywana także *hybrid reality* – system łączący świat rzeczywisty z generowanym komputerowo w sposób interaktywny, w ten sposób, że treści generowane komputerowo wpływają na rzeczywistość, i odwrotnie, w czasie rzeczywistym.

**XR** – *extended reality* – to termin uwzględniający wszystkie powyższe odmiany generowanej komputerowo rzeczywistości i ich wzajemnego oddziaływania ze światem rzeczywistym.

### **Do czego jest nam to potrzebne?**

Czy służy tylko i wyłącznie zamianie muzeów w szybko starzejące się magazyny części elektronicznych?

Ponownie zadajmy sobie pytanie, jaki jest cel muzeów, czym jest dziedzictwo?

Czy to tylko przechowywanie w piwnicach artefaktów z ich niechętną, czasową ekspozycją, czy też coś więcej?

Jeśli skupimy się na edukacji jako głównej misji placówek muzealnych, dzięki technologii otrzymujemy ogromny wzrost skuteczności w szerzeniu wiedzy.

Rynek komercyjny wciąż poszukuje zastosowań i rozwiązań dla tych technologii. To najbardziej ekscytujący czas w świecie wynalazków i innowacji. Niewinny czas niemowlęstwa, kiedy można próbować wszystkiego. I choć nie ma jeszcze pewności, co z biznesowego punktu widzenia okaże się strzałem w dziesiątkę, to już wiadomo – dzięki pierwszym badaniom i testom prowadzonym przez korporacje, m.in. przez dział *human resources* firmy Hewlett Packard – że największymi beneficjentami rzeczywistości wirtualnej są edukacja i szkolenia. Według zestawienia prezentowanego na konferencji „VR Days Europe” w 2018 roku przyswajalność wiedzy dzięki publikatorom (książki, prasa) wynosi około 5%, w przypadku materiałów wideo oscyluje pomiędzy 10% a 15%, wspomagana przez prowadzącego (przewodnika) sięga 25%, podczas gdy prezentowana w rzeczywistości wirtualnej lub rozszerzonej wzrasta gwałtownie do 75%. W przypadku wspomaganie kostiumami sensorycznymi, gdy dodatkowo stymulujemy również pamięć naszego ciała, skuteczność przyswajania i zapamiętywania wiedzy sięga – w zależności od charakteru treści – nawet 90%.

Pierwszymi globalnymi podmiotami rozwijającymi zastosowania tych technologii stały się armia Stanów Zjednoczonych (zamówienie na prawie 500 milionów dolarów najnowszej generacji okularów AR/XR Microsoft HoloLens) i służby w wielu krajach. Holenderscy policjanci uczą techników kryminalistyki zabezpieczania śladów, a mechanicy na całym świecie bez obawy o wypadki i trwałe kalectwo testują silniki od samochodowych, przez lotnicze, po raketowe. Kluczem do sukcesu jest tu zjawisko immersji i wynikające z niego bodźce. Siła wrażenia przeżywania rzeczywistości głęboko utrwala nabyte w ten sposób doświadczenia.

### **Jak może to zafunkcjonować w muzeach?**

### **A gdybyśmy chcieli zostać pteranodonem?**

Firma Bird.ly, specjalizująca się w symulatorach lotu VR, zaprezentowała w 2018 roku swoje *opus magnum*. Zaczynając poszukiwania od ptaków i samolotów, stworzyła perfekcyjny symulator latającego dinozaura. Po założeniu wirtualnego hełmu kładziemy się na hydraulicznej konstrukcji

wyposażonej w skrzydła i wiatrak. Stajemy się jednością z wirtualnym zwierzęciem i zaczynamy kierować nim niemal intuicyjnie, machając rękami jak skrzydłami. Wrażenie lotu potęguje interaktywny wiatrak kierujący powietrze na naszą twarz pod odpowiednim kątem. Tak oglądana jurajska dolina wypełniona realistycznymi gadami, umożliwiającą interakcję z otoczeniem, pozostanie z nami na długo, jeśli nie na zawsze.

### **Albo wyobraźmy sobie łamanie w czasie rzeczywistym szyfru Enigmy w powstającym w Poznaniu Centrum Szyfrów.**

Potęgowane wrażenie napięcia dzięki komunikatom sugerującym poczucie osaczenia i działania wojenne lub wrażenie panowania nad całym teatrem wojny w trakcie II wojny światowej dzięki rzeczywistości rozszerzonej. Taki sposób prezentacji treści ułatwia syntezę i wyraziste zrozumienie zależności przyczynowo-skutkowych pomiędzy zdarzeniami historycznymi na poziomie globalnym. Jednocześnie daje poczucie władzy i oświecenia, znane z popkulturalnego świata gier komputerowych, stając się atrakcyjną i angażującą formą narracji dla młodzieży. Zróżnicowanie treści na poziomie wirtualnym czyni wystawy także bardziej elastycznymi i dopasowanymi ze względu na demografię. Wirtualne treści są łatwiejsze do zmiany i uaktualnienia zarówno na poziomie technicznym, jak i finansowym, a wspomniane wrażenie immersji w pełni angażuje zmysły.

Logistycznie ma to oczywiście pewne słabości. Rzeczywistość wirtualna i rozszerzona może być doznaniem grupowym dzięki wirtualnym oraz rozszerzonym projekcjom interaktywnym, niemniej jednak pełny poziom immersji osiąga się na stanowiskach indywidualnych. Pojedynczy hełm i/lub strój są gwarantami jakości doznania i efektów. Niestety wpływa to w widoczny sposób na płynność ruchu zwiedzających i wymaga dokładnego przemyślenia oraz optymalizacji scenariusza wystawy.

O ile nie nastąpi zagłada atomowa, cieplarniana czy kosmiczna, coraz większa integracja technologii z naszym codziennym życiem jest nieunikniona. To na nas spoczywa odpowiedzialność za to, by wykorzystać te rozwiązania umiejętnie i dla wspólnego dobra. Rozszerzyć możliwości ludzkości i wreszcie po wiekach powtarzania historii uczyć się na błędach wirtualnie, z wymiernym pożytkiem dla przyszłych pokoleń.

Tytułowe słowo „**augmentacja**” zastosowałem tu świadomie, nadając mu nowe znaczenie, z poszanowaniem języka jako żywej i ciągle ewoluującej materii.

# Muzeum, wielozmysłowość i performatywność

Marek Chojnacki

Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu  
Instytut Kulturoznawstwa





Refleksję o wielozmysłowości i performatywności przedstawię, opierając się na dwóch modelowo opisanych sytuacjach. **Pierwsza** z nich jest następująca: osoba fizycznie istniejąca, dysponująca żywym organizmem oraz pewnym zakresem wiedzy o własnym ciele, wchodzi w specjalnie zaprojektowany system bodźców, który tu zbiorczo i umownie oznaczmy desygnatem słowa „muzeum”. W kontekście badania tego, co dzieje się z człowiekiem przebywającym w przestrzeni muzeum, ważna jest najbardziej podstawowa orientacja tego człowieka, związana ze świadomością wejścia w taki lub inny świat przedstawiony. Zakładamy, że zwiedzający wystawę, przekraczając próg każdego muzeum, wyróżnia to miejsce na tle codziennych elementów rzeczywistości, pozostawia więc w szatni nie tylko swoje okrycie, torebkę czy plecak, ale także zawiesza na kilkadziesiąt minut swój komplementarnie zbudowany pogląd o świecie.

Do muzeum nie wchodzimy po to, aby zobaczyć się we własnym lustrze<sup>1</sup>, lecz po to, aby przejrzeć się w obrazie, nad którym sami nie pracowaliśmy. Niezależnie od tego, czy obraz ten jest elektroniczny czy namalowany na płótnie, pełni funkcję korytarza, który prowadzi do konfrontacji „ja” z nieznanym dziełem, warsztatem, tematem, dokumentem. Zazwyczaj przedmioty prezentowane w przestrzeni muzealnej mają wyższą rangę od przedmiotów, które otaczają budynek muzeum. Często nawet nie wyobrażamy sobie, jak moglibyśmy współtworzyć przedstawiane obiekty, dzieła lub eksponaty. Z drugiej jednak strony, w skutecznie aranżowanej przestrzeni stawiamy siebie obok artysty, w tle minionej epoki lub w środku historycznych wydarzeń. Czy wzięłabym udział w tym wydarzeniu? Czy namalowałbym tak samo? Czy skonstruowałbym podobną makietę? Oto seria pytań, które powstają w zetknięciu z ciekawymi aranżacjami. Najważniejszą własnością przestrzeni muzealniczej, traktowanej „przy okazji” jako narzędzie samopoznania, jest jej ukryta, ale



1 Por. M. Urbańska (red.), *Lustro*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2020. Badacze dostrzegają proces auto-poznania poprzez szczególnie przedmiot, jakim jest zwierciadło, oraz niezależnie od obszaru badania, a także funkcji fizycznych lub symbolicznych rekwizytu; ich zdaniem człowiek w kontakcie z lustrem nie poszukuje świata rzeczywistego, lecz wyidealizowanego, i dokonuje tego za pomocą swego aktu wyobcowania się z realnego otoczenia.

obecna podmiotowość drugiego człowieka. Poznajemy siebie w oczach innych. Oczywiście możemy tu wskazać na innych zwiedzających i w ich oczach przeglądać się jak w Cooleyowskim zwierciadle<sup>2</sup>. Sądzę jednak, że w praktyce zachowań, wędrując po muzeum, uzyskujemy interpretację siebie samych na podstawie kontaktu z niewidzialnym, ale przeczuwanym, okiem autora koncepcji wystawy. W przypadku wystawy interakcyjnej, gdy autor pomysłu kompozycji wystawienniczej porzuca rolę chłodnego, gabinetowego projektanta i odważnie realizuje rolę reżysera naszych emocji, mamy do czynienia z aktem poznania własnej osobowości w kryteriach odkrywania zdolności reagowania na podane bodźce. Przybliży się pojęcie integracji sensorycznej w praktyce, czujemy, że nasze ciało wraz ze wszystkimi zdolnościami odczuwania smaku, węchu, dotyku, dźwięku i obrazu staje się istotnym elementem scenariusza zaplanowanych doświadczeń.

**Druga** z dostrzeganych sytuacji może być następująca: osoba zwiedzająca, znajdując się wewnątrz muzealnego świata przedstawionego, odbiera elementy wystawy w taki sposób, że percepcja każdego z nich odsyła go do „większych całości”, wobec których – na pewnym etapie poznania – czuje bezradność. „Więszą całością” może być przeszłość i na niej rozłożone instrumenty poznawcze archeologii. Szybciej zdefiniujemy i utożsamimy minioną epokę z zapachem starej książki o Egipcie, niż na podstawie zrekonstruowanego zapachu wnętrza piramidy ustalimy podobieństwo do znanych nam wrażeń węchowych. Droga od bodźca do reakcji z zasady nie jest długa, a więc szansa na wypełnienie jej informacjami lub wskazówkami dotyczącymi tego, jak zrekonstruowano zapach lub jak wybrano sygnał dźwiękowy, najczęściej utrzymuje uwagę odbiorcy przy nadawcy, tracąc szansę skutecznego przeniesienia go do własnych wyobrażeń związanych z epoką. Można komuś zaproponować zapachy i dźwięki jako pomosty kładzione pomiędzy stanami wyobrażeń, ale musimy równocześnie zadbać o to, aby wędrowka skojarzeń trzymała się toru, na jakim postawione zostały cele poznawcze. I tu rodzi się pytanie natury semiotycznej, co jest znakiem, a co treścią oznaczoną w takich substancjonalnych elementach aranżacji, jak zapach i dźwięk. Czy przykładowy zapach epoki lub dźwięk będący wycinkiem pejzażu akustycznego należą do kodu czy do kontekstu wyobraźni?

---

2 Ch. Cooley, *Human Nature and Social Order*, New York 1964, ss. 118–119, za: J. Szacki, *Historia myśli socjologicznej*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2003, s. 559.

**Rozwiązaniem** tego problemu jest jasne ustalenie, że każda próba rekonstrukcji smaku, zapachu, a nawet dotyku z minionej epoki jest dziełem powstałym w procesie kreatywnego postępowania w modelu niepewnych danych. Zapach nie przenosi nas zatem do wiedzy. Zapach przenosi nas z jednego teatru w drugi. Z prezentacji muzeum do reprezentacji pojęcia „muzeum” w umyśle odbiorcy. Zależy nam na tym, aby ta reprezentacja zbliżona była do reprezentacji epistemicznej, a więc wzbogaconej o analizę sposobu jej odnoszenia do świata. Możemy tu mówić o reprezentacji pojęcia „muzeum” w kategoriach reprezentacji „zanurzonej”, usytuowanej pomiędzy fragmentami różnych doświadczeń, w których cielesność jest ośrodkiem zapamiętanych działań i wrażeń. Pomocnym narzędziem służącym do wyjaśnienia kompletu zjawisk związanych z nowoczesnymi formami aranżacji wystawienniczej może być stosowany w najnowszej literaturze badawczej akronim DEEDS, który określa poznanie jako dynamiczne (*dynamic*), ucieleśnione (*embodied*), zanurzone (*embedded*) i rozproszone (*distributed*)<sup>3</sup>. Potwierdzeniem tak sprecyzowanego celu poznawczego jest plan wizyty w **Bramie Poznania ICHOT**. To właśnie tutaj treści dziedzictwa narodowego są przekazane na torze, na starcie którego przyjmujemy znaczenie ciała. Doskonale sprawdza się teza, którą zaproponował Maurice Merleau-Ponty, traktując powłokę cielesną jako medium poznawcze<sup>4</sup>.

Rozpatrując sytuację zwiedzania, możemy skupić się na wielu aspektach należących do oceny z różnych perspektyw. Przyjmując gotowość widza do działania, możemy zająć się warunkami, które sprzyjają jego aktywności lub blokują ją. Możemy też podjąć próby badawczego dociekania w sprawie ustalenia współzależności pomiędzy cechami demograficznymi, kompetencjami lub innymi życiowymi doświadczeniami odbiorców i ich sposobem odbierania form i treści ekspozycji<sup>5</sup>. Przy czym przeprowadzona analiza czynności zwiedzania skłania do tego, aby na pewnym etapie spojrzeć na akt poznawczy z perspektywy schematów komunikacyjnych.

---

3 K. Zahorodna, *Problem reprezentacji umysłowych w rozszerzonych systemach poznawczych*, Wydawnictwo Fundacji „Projekt Nauka”, Wrocław 2015, ss. 53–83.

4 M. Gołębiewska, *Sensotwórcza rola ciała w samopoznaniu według Maurice’a Merleau-Ponty’ego*, „Teksty Drugie” 2004, nr 1–2, ss. 237–251.

5 Kierując badaniami *Bramy Poznania* w projekcie „Nowe lokowanie instytucji publicznych w miejskich ekosystemach kultury w Polsce”, realizowanym przez Związek Miast Polskich oraz Regionalne Obserwatorium Kultury UAM, współfinansowanym w ramach programu Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego, miałem okazję zapoznać się z wynikami badań dotyczących recepcji narzędzi związanych z technologiami cyfrowymi. W Bramie Poznania wszystkim zwiedzającym wręcza się słuchawki z kompletem nagrań zintegrowanych z wyposażeniem i tematem poszczególnych sal. Pytanie sondażowe z naszej strony dotyczyło osób starszych, nieobytych z noszeniem słuchawek. Jak się okazało – paradoksalnie – właśnie ta grupa odbiorców wysoko ceniła ten nośnik narracji, kojarzony przez nich jako znak młodszych pokoleń.

Im więcej mówimy o odbiorcach, tym bardziej tropy badawcze prowadzą do ustaleń, kto jest nadawcą i czy założone przez niego intencje się spełniają. Gdy w teatrze oceniamy zamysł reżyserski, to nie pytamy o to, czy widz po obejrzeniu spektaklu zrozumiał treść dramatu, tylko o to, czy doznał emocji wyrastających ponad doświadczenie lektury samego tekstu. Podobnie, gdy stawiamy pytanie o „zamyśl reżyserski” aranżacji muzealnej, nie chodzi nam o ilość przekazanych informacji, lecz o jakość śladu pamięci, jaki mogą one pozostawić w sferze emocjonalnej. Twórcy atrakcji turystycznych oferowanych w ramach „produktu turystycznego” są najczęściej specjalistami w dziedzinie utrwalania wrażeń. Pamięć zapamiętanych doznań, zwłaszcza dających się ująć werbalnie, wykorzystywana jest w roli rekomendacji. Muzeum w klasyfikacji produktów turystycznych traktowane jest jako „obiekt punktowy”<sup>6</sup>. Niesie to za sobą określony styl działań promocyjnych, najczęściej zintensyfikowanych i podkreślających unikatową wartość odwiedzin. Sprawdzone chwytami są teatralizacje treści historycznych lub łączenie zwiedzania obiektu z występami muzycznymi. Do niedawna były to działania, których atrakcyjność już na pierwszy rzut oka nie wychodziła poza reguły spędzania czasu wolnego. W repertuarze atrakcji dominowały próby zmierzenia się z epoką, sztuką lub rzemiosłem, kończące się wydaniem imiennej pamiątki. Tak też było w muzeum Zamku Krzyżackiego w Kętrzynie. Sytuacja zmieniła się całkowicie po niedawno zakończonym remoncie i ponownym otwarciu obiektu dla zwiedzających. Nowością, która ma przyciągać turystów, jest sala multimedialna z makietą historycznej zabudowy Kętrzyna i wizualizacjami w technologii 3D. Pomysł polega na zintegrowaniu obrazów wyświetlanych na ekranach z elementami makiety<sup>7</sup>. Przywołując ten przykład, zmierzam do pytania, w jakich sytuacjach działają formy interakcyjne i które z narzędzi efektywnie podnoszą aktywność intelektualną i emocjonalną osób zaproszonych na środek „sceny” muzealnej.

**Szukając odpowiedzi**, chciałbym na wstępie podkreślić własność przestrzeni muzealnej, odróżniając ją od przestrzeni teatru, zazwyczaj dzielonej na dwa obszary: sceny i widowni. Odbiorca wystawy, zwłaszcza

---

6 A. Stasiak, *Muzeum jako produkt turystyczny*, w: idem, *Przemysł turystyczny*, Wydawnictwo Uczelniane Politechniki Koszalińskiej, Koszalin 2020 ([https://www.researchgate.net/publication/266673903\\_Muzeum\\_jako\\_produkty\\_turystycznyMuseum\\_as\\_a\\_tourist\\_product](https://www.researchgate.net/publication/266673903_Muzeum_jako_produkty_turystycznyMuseum_as_a_tourist_product)), ss. 165–182.

7 *Zamek w Kętrzynie ponownie otwarty. Nowe atrakcje w muzeum*, <https://mazury24.eu/aktualnosci/zamek-w-ketrzynie-ponownie-otwarty-nowe-atrakcje-w-muzeum,12195>, dostęp: 18.10.2020.

interaktywnej, zajmuje miejsce wewnątrz zainscenizowanej scenografii, jest widzem zaproszonym do roli aktora, który na mocy konwencji sztuki teatru oddaje część swojej świadomości i cielesności w ramiona bytów chwilowo uznanych za „inaczej” rzeczywiste. Do niedawna elementy ekspozycji stanowiły chłodny system znaków wytaczający ścieżkę poznawczą. Dzisiaj ten proces dojścia do innego świata został skrócony, lub nawet zamieniony w postać zatrzymania się w drodze. Można usiąść, dotknąć, wdychać zapachy. Perswazja polega na „byciu zatrzymanym” i „byciu wewnątrz” jednocześnie. Zmienia się gramatyka opisu czynności zwiedzania. Przez muzea przechodziliśmy, dziś się w nich zatrzymujemy. Dochodząc w przestrzeni muzealnej do takich elementów wystawy jak makiety z wizualizacjami 3D, nie „zatrzymujemy się przy”, lecz „stajemy wokół”. Wyciemnienie sali koncentruje nas na ruchu światła. Miniaturowe figury domów jaśnieją, gdy pojawia się narracja związana z ich historią, i gasną, gdy pojawia się kolejny wątek opowieści. Jakże to jest inne od praktykowanego do niedawna ręcznego gaszenia świateł przez obsługę sal i respektowania tabliczek z napisem „kierunek zwiedzania”. Makiety z wizualizacjami 3D służą nie tylko do pobierania wrażeń, ale także ich natychmiastowego zagospodarowania na kliszy pamięci i przygotowania do tworzenia późniejszych interpretacji, gdy opuszczamy muzeum i stykamy się z architekturą w skali 1 : 1. Miasto po wizycie w muzeum staje się inne. Dzięki zapamiętanym wrażeniom, zabytków nie wypełnia już sama historia, ale ludzie, którzy w minionej epoce zmagali się z codziennym życiem. Aż chce się iść na dłuższy spacer właśnie z takimi myślami. Ale zanim rozejdziemy się po ulicach realnego miasta, wróćmy jeszcze do muzeum, a właściwie jego wymodelowanej postaci stworzonej na potrzeby przyszłości. Czy nowe podejścia animatorów, nastawione na wzbudzenie teatralnej wyobraźni oraz wykorzystywanie nowych technologii w celu pobudzenia zmysłów, osiągnęły już jakiś szczyt możliwości? A może to dopiero początek wyścigu, może nawet falstart? Prześledźmy stan istniejących osiągnięć i przyszłych wizji, posługując się dwoma zasadniczymi pojęciami pochodzącymi z badań wielozmysłowości<sup>8</sup>. Spróbuję oszacować, w jaki sposób współczesna praktyka wystawiennicza daje się zdiagnozować za pomocą takich pojęć, jak **fokalizacja i immersja**.

---

8 A. Grodecka, A. Podemska-Kaluża, *Wielozmysłowość. Filozofia i dydaktyka*, Wydawnictwo Naukowe UAM, Poznań 2012, ss. 203–210.

**Fokalizacja** jako pojęcie wywodzi się z optyki, ale w dobie współczesnych mediów stała się pojęciem zarówno praktycznym, jak i dającym powód do refleksji natury epistemologicznej. Coraz częściej świat poznajemy na podstawie prostokątnych wycinków rzeczywistości, zwanych kadrami. Proporcje kadru, tak jak rozmiary ekranów, mogą być różne, niezależnie jednak od wielkości obrazu sposób jego przygotowania podlega mniej więcej tym samym regułom optycznym, od lat generującym estetykę fotografii, a później filmu. Dawniej jedynie operatorzy kamer, dziś już wszyscy przyjmujemy nastawienie do oglądu świata z perspektywy takich parametrów, jak ruch wewnątrz kadru, cięcie ujęcia i montaż. Codziennie fotografując, filmując i publikując wybrane fragmenty rzeczywistości zawarte w kadrze, nie tylko przyswajamy estetykę obrazu, ale również tworzymy styl opowieści, poprzez który komunikujemy się z najbliższymi, przyjaciółmi lub znajomymi. Gdybyśmy pobieżnie tylko zbadali, który z planów filmowych robi dziś błyskawiczną karierą, to z jednej strony jest to plan totalny, czyli „ujęcia z drona”, dawniej zwane ujęciami „z lotu ptaka”, a z drugiej – plan bardzo bliski, detal ukazujący rzeczywistość z bardzo małej odległości, na którą nas nie stać w rzeczywistości ze względu na rozmaite – biologiczne i kulturowe – ograniczenia. Pojęcie fokalizacji, wywiedzione ze sztuki operatorskiej, trafiło do współczesnej narratologii. Za pomocą tego pojęcia bada się wspólnotę doświadczeń zmysłowych pomiędzy nadawcami i odbiorcami komunikatów. Wrażenia somatycznego przenoszenia się, unoszenia lub – jak w przypadku projekcji 3D – umieszczania się pomiędzy to sensualne doświadczenia, których nie mogą pominąć projektanci aranżacji współczesnych wystaw. Film sam w sobie, ze względu na powszechność, jest narzędziem dość chłodnym, lecz jego elementarne techniki wykorzystywane w pracy operatora i montażysty – już nie. Dobrze skonstruowana opowieść może już po kilkunastu sekundach projekcji przenieść wyobraźnię odbiorcy w zaplanowany obszar imitacji. Możemy poczuć obecność obiektów zarówno na scenie dźwiękowej, jak i słuchowej<sup>9</sup> i coraz częściej, zwłaszcza na scenie słuchowej, w miejsce dotychczas praktykowanego tła muzycznego (utworu muzycznego) pojawiają się eksperymentalne ścieżki dźwiękowe, pejzaże akustyczne. Nadal są one zintegrowane z zawartością kadru lub ujęcia, ale coraz częściej zyskują autonomię pośród wielu warstw

---

9 A. Klawiter, *O słyszeniu przedmiotów*, „Poznańskie Studia z Filozofii Humanistyki” 1999, t. 5(18), ss. 327–339.

przekazu i stanowią o odczuwaniu zmysłowego zbliżenia oka i ucha do powierzchni przedmiotów, które widzimy i słyszymy na ekranie.

Czym może być **zjawisko immersji**, w sytuacji gdy chodzi nam o „zanurzenie zmysłów” w rzeczywistości elektronicznej obecnej w elementach wystawienniczych? W licznych uzasadnieniach obecności narzędzi cyfrowych w konstruowaniu ścieżek dla zwiedzających projektanci i edukatorzy wystaw podkreślają konieczność nawiązania więzi z młodym pokoleniem. Chodzi tu o stworzenie sprawnej komunikacji pod względem technicznym oraz lepszego wizerunku samej instytucji, która, jeśli utrzymuje w nazwie rdzeń słowa „muzeum”, może spotykać się ze skojarzeniami sugerującymi odcięcie się, lub wręcz negowanie świata cyfrowego. Oczywiście pokolenie ludzi urodzonych w XXI wieku nie wypełnia obszaru grup docelowych. Należę do pokolenia, które nie wychowało się na grach komputerowych. Zanurzenie w świecie wirtualnym mogę zatem poznawać albo z relacji, albo – co uważam za nietrafny chwyt – próbując zrównać zewnętrzne, hipnotyczne oddziaływanie kina z przebywaniem we wnętrzu środowiska elektronicznego. Podstawowa różnica tkwi w sprawczości źródeł obrazu. W schemacie komunikacyjnym odbiorca ma wiele sposobów wyobrażenia sobie miejsca nadawcy. W ciemnych salach kinowych snop światła ma swój początek w kabine projekcyjnej i zapewne większość widzów ma pełną świadomość tego, że chociaż płynące z tego miejsca światło ma pełną moc kierowania naszej uwagi, nie jest to latarnia morska, wprost przeciwnie – prowadzi nas do wypłynięcia i zanurzenia zmysłów po to, abyśmy stracili pełną orientację, gdzie jesteśmy i jak mamy powrócić do rzeczywistości. Inaczej oddziałuje ekran telewizora, urządzenia, które do niedawna obligatoryjnie wypełniało wnętrza domów. Tutaj operatorami urządzeń są sami widzowie. Decydują o czasie włączenia i wyłączenia strumienia wrażeń, sposobie przerzucania kanałów i zatrzymaniach na odpowiednich, gdy na ekranie pojawia się ujęcie, kilka kadrów, kilka słów lub taktów muzyki, które są w stanie wywołać zainteresowanie telewidza. Zlecane badania oglądalności prowadzą do psychologicznych analiz stanów uwagi, co w konsekwencji wywołuje wśród nadawców i twórców programów telewizyjnych potrzebę stosowania strategii napięć<sup>10</sup>.

---

10 Por. M. Chojnacki, *Strategie napięć w serialach telewizyjnych*, w: A. Kisiełewska (red.), *Między powtórzeniem a innowacją. Seryjność w kulturze*, Rabid, Kraków 2006, ss. 239–251.



A jak sytuacja komunikacyjna wraz z szansami na „zanurzenie” w świecie wirtualnym przedstawia się w toku narracji muzealniczej? Czy zwiedzający wystawę podmiot ma okazję utracić kontrolę nad swoją podmiotowością i wejść w świat przedstawiony? Nie ma. I nie jest to stratą, lecz swego rodzaju zyskiem. Co zyskujemy, gdy tylko przez chwilę śledzimy akcję na ekranach i zaraz przechodzimy do kolejnego eksponatu? Nawet realne odczuwanie środowiska ukazywanego na ekranie umieszczonym w muzeum zawsze pozostawi ślad wspólnych przeżyć. Czujemy nadchodzących zwiedzających i kątem oka widzimy tych, którzy przed nami opuścili salę pokazów audiowizualnych. W ten sposób niezależnie od stanu osobistej wrażliwości możemy zanurzyć swoje zmysły, ale czynimy to z głową uniesioną ponad poziom strumienia informacji. Jest to ważne, ponieważ przyjęcie dystansu percepcyjnego wobec tekstu wirtualnego gwarantuje twórcom ekspozycji utrzymanie zmysłowego zaangażowania w granicach celu, jakim jest społeczne oddziaływanie.

W sytuacjach opisanych na wstępie chodzi o grupę osób, które spotykamy na tych samych ścieżkach zwiedzania, i dzięki niezobowiązującej do niczego i pozornie całkowicie obojętnej wymianie spojrzeń z tymi ludźmi, którzy widzą i słyszą to samo, zyskujemy poczucie chwilowej wspólnoty. W następstwie wrażeń odbieranych grupowo pojawia się refleksja o przynależności do grup wyróżnionych znakami pokolenia, tożsamości narodowej lub kulturowej. Warto więc znaleźć nie tylko narzędzia wielozmysłowego i performatywnego oddziaływania, ale także określić czas zatrzymania uwagi, wpisanej w rytm i dynamikę zachowania zwiedzających – zwłaszcza gdy za cel instytucji przyjmujemy ochronę dziedzictwa, czyli wartości, które już w chwili poznawania przekazujemy innym.

## Literatura

Chojnacki M., *Strategie napięć w serialach telewizyjnych*, w: A. Kisielewska (red.), *Między powtórzeniem a innowacją. Seryjność w kulturze*, Rabid, Kraków 2006.

Gołębiowska M., *Sensotwórcza rola ciała w samopoznaniu według Maurice'a Merleau-Ponty'ego*, „Teksty Drugie” 2004, nr 1–2, ss. 237–251.

Grodecka A., Podemska-Kałuża A., *Wielozmysłowość. Filozofia i dydaktyka*, Wydawnictwo Naukowe UAM, Poznań 2012.

Klawiter A., *O słyszeniu przedmiotów*, „Poznańskie Studia z Filozofii Humanistyki” 1999, t. 5(18), ss. 327–339.

Stasiak A., *Muzeum jako produkt turystyczny*, w: idem, *Przemysł turystyczny*, Wydawnictwo Uczelniane Politechniki Koszalińskiej, Koszalin 2020 ([https://www.researchgate.net/publication/266673903\\_Muzeum\\_jako\\_produk\\_turystycznyMuseum\\_as\\_a\\_tourist\\_product](https://www.researchgate.net/publication/266673903_Muzeum_jako_produk_turystycznyMuseum_as_a_tourist_product)).

Szacki J., *Historia myśli socjologicznej*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2003.

Urbańska M. (red.), *Lustro*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2020.

Zahorodna K., *Problem reprezentacji umysłowych w rozszerzonych systemach poznawczych*, Wydawnictwo Fundacji „Projekt Nauka”, Wrocław 2015.



Bezinteresowność,  
współodkrywanie,  
dziedzictwo.

W stronę tożsamości  
dialogicznej

Antoni Bartosz

Muzeum Etnograficzne im. Seweryna Udzieli w Krakowie



Ten, kto podziwia, ma zawsze rację.

Paul Claudel<sup>1</sup>

Ideał? / Gdy po wyjściu z teatru /  
pragnie się samemu pisać swój spektakl.

Tadeusz Kantor<sup>2</sup>

Zdążyliśmy już wykreślić tyle dóbr z naszego oficjalnego wykazu,  
zakopaliśmy je razem z ich potęgą tak głęboko [...], że grozi nam  
uduszenie. A raczej – ponieważ to nasze, ludzkie dobra –  
my sami zaczynamy się dusić.

Charles Taylor<sup>3</sup>

## 1

Tytuł konferencyjnego panelu, do którego odnosi się niniejsza refleksja, brzmiał *Wyobraźnia odbiorcy – wyzwania instytucji dziedzictwa*. Sformułowanie to jest ciekawe. Z jednej strony przywołuje twórczy potencjał w każdym („**wyobraźnia odbiorcy**”) i jakby o nim przypomina, z drugiej zaś zdaje się sugerować, że ów potencjał (a w szerszym sensie świat, z którego odbiorca pochodzi/przychodzi) stawia instytucji dziedzictwa szczególne wymagania („**wyzwania**”). W takim ujęciu centralnym zagadnieniem staje się **postawa** instytucji dziedzictwa wobec każdego, do kogo dociera, innymi słowy, tytuł stawia pytanie o to, na ile instytucja ta stara się poznać wyjściowy horyzont swoich odbiorców, w jaki sposób buduje z nimi komunikację, jakie wypracowuje i proponuje im „techniki angażujące”.

---

1 A. Zagajewski, *Lekka przesada*, Wydawnictwo a5, Kraków 2011, s. 17.

2 T. Kantor, *Pisma. Dalej już nic... Teksty z lat 1985–1990*, t. 3, wybór i oprac. K. Pleśniarowicz, Ossolineum–Cricoteka, Wrocław–Kraków 2005, s. 411. Jeden z najważniejszych tekstów na wystawie *Izba przyjęć rzeczy biednych. Re-KOLEKCJE z Kantora*, autorzy: Olaf Cirut, Anna Kapusta, Katarzyna Piszczkiewicz, aranżacja: Olaf Cirut, Muzeum Etnograficzne w Krakowie, 29.11–20.12.2015 r.

3 Ch. Taylor, *Źródła podmiotowości. Narodziny tożsamości nowoczesnej*, oprac. nauk. T. Gadacz, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2001, s. 957 (cytat pochodzi z rozdziału przełożonego przez L. Sommera).

Są to niewątpliwie pytania istotne, co innego jednak wydaje się tu wyzwaniem podstawowym, a mianowicie współczesna nieoczywistość samego dziedzictwa, a tym samym funkcja instytucji dziedzictwa we współczesnym świecie.

## 2

W ostatnich dwudziestu latach termin „dziedzictwo” zrobił zawrotną karierę. „Jeszcze niedawno zamknięte w ramach teorii i praktyki konserwatorskiej, dziś dziedzictwo nie tylko uwalnia się z tego gorsetu, ale czyniąc to, daleko wykracza poza łączone z nim do tej pory znaczenia. Na początku XXI wieku dziedzictwo jest wszechobecne, nawet natarczywe. Mają je wszyscy – jednostki i rodziny, regiony i narody<sup>4</sup>. Tymczasem, choć dziedzictwo odmieniane jest przez wszystkie przypadki, nie wykształca się bynajmniej postawa dziedziczenia, a więc dialogu, refleksji i asymilacji dziedzictwa, która wpisywałaby je we współczesne życie jako część niezbywalną, odniesienie, wartość (którą stanowi także pamięć bolesna). Przeciwnie, w praktykowaniu dziedzictwa przeważa dekoracyjny cytat, stylizacja, rekonstrukcja (ta ostatnia tworzy może najbardziej złudzenie relacji). Umyka zupełnie perspektywa fundamentalna, a mianowicie to, że „istotą dziedzictwa nie jest materia, ale znaczenie”<sup>5</sup>, tym samym zaś relacja do dziedzictwa wymaga zgoła innej świadomości, woli i wysiłku. Znakomicie ujął to orawski poeta Emil Kowalczyk w wierszu *Moja Orawo*:

*Nie idź w życie  
bez obziyranio  
się w downość  
i sukaj tam nie popiołu  
a ognia<sup>6</sup>.*

---

4 K. Kowalski, *O istocie dziedzictwa europejskiego – rozważania*, Międzynarodowe Centrum Kultury, Kraków 2013, s. 5.

5 Ibidem, s. 103.

6 E. Kowalczyk, *Mos ty serce orawskie?*, wybór R.M. Remiszewski, Podhalańska Oficyna Wydawnicza, Kościelisko 2005.

Podstawowym wyzwaniem instytucji dziedzictwa wydaje się dziś zatem podwójny proces:

- ukazywanie dziedzictwa jako świadectw życia ludzi (co różni się od perspektywy zabytku);
- przekonywanie, że siła tych świadectw ujawnia się szczególnie wtedy, kiedy nawiążemy osobistą relację z ludźmi, z których życiem te świadectwa się wiążą; uściślijmy jednocześnie, że „przekonywanie” dokonuje się tu w pełni nie tyle w drodze argumentacji, co w drodze **doświadczania** bycia człowiekiem w czasie<sup>7</sup>.

W tym ujęciu instytucja dziedzictwa staje się nie tylko strażnikiem (ochrona/przechowywanie/opis) dóbr dziedzictwa, lecz nade wszystko, wprawiając w ruch dawne źródła, **uczestnikiem** procesów cywilizacyjnych, w których kształtuje się współczesna tożsamość.

### 3

Jaka postawa uruchomiłaby podobne procesy? Dwie cechy wydają się tu szczególnie istotne: **bezinteresowność** i **współodkrywanie**.

„Ten, kto podziwia, ten ma zawsze rację”, mówi Claudel. Sentencja ta może wprawdzie spowodować zawahanie – dlaczego podziwiający miałby nigdy się nie mylić? Po namyśle odkrywamy jednak interesujące rozwiązanie: podziw nie mógłby zaistnieć bez gotowości przyjęcia czegoś, co nas przerasta, przewyższa. Podziw nie stawia warunków, nie buduje przedzałożeń, jest otwartością tu i teraz, wewnętrznym przyzwoleniem na to, by dać się poruszyć, zaskoczyć, wręcz wytrącić z rytmu. W tym sensie ten, kto podziwia, „ma zawsze rację”, gdyż podziw buduje, wzrusza, rodzi nową myśl, przekształca nasze wyobrażenie o świecie, prowadzi ku temu, że – w ten czy inny sposób – idąc za podobnym przeżyciem, pragniemy „pisać swój własny spektakl” (Kantor).



7 Por. A. Bielik-Robson, *Wstęp*, w: Ch. Taylor, *Źródła podmiotowości...*, s. X.



Podobna bezinteresowność pomnaża swoją siłę, kiedy staje się współodkrywaniem. Bez drugiego nie potrafię pełniej opowiedzieć ani siebie, ani świata<sup>8</sup>. Jeśli tak, to również wobec przeszłości i tego, co ona z sobą niesie, nie powinienem stawać sam. Wtedy moja opowieść, wciąż podejmowana na nowo, będzie mogła wejść w **relację** z opowieściami drugich. Nieważne, że (czy) będzie się od nich różnić, liczy się, że będzie na opowieści innych uważna. Powstanie w ten sposób rodzaj wspólnoty, a w każdym razie słuch zostanie nakierowany na drugiego/drugich<sup>9</sup>.

#### 4

Proces przemiany instytucji dziedzictwa w przestrzeń współodkrywania dziedzictwa, a więc w przestrzeń rozmowy, poszukiwania, doświadczania, zawiązywania osobistego dialogu ze świadectwami życia ludzi żyjących przed nami, jawi się jako wyzwanie fascynujące. Wymaga wszak ciągłego wzbogacania własnej wyobraźni i ćwiczenia własnej gotowości do wymiany z wyobraźnią drugich. Każe obmyślać i stwarzać wciąż nowe **sytuacje** poszukiwania i **współuczestnictwa** w poszukiwaniu. Wymaga zarówno wnikliwości w doborze pytań własnych, jak i uważności na pytania wnoszone przez drugich. W perspektywie strategicznej wymaga zaś decyzji, na ile dziedzictwo będzie dla nas zasobem dopełnionym, a na ile zasobem otwartym, a więc dialogicznym i kształtującym współczesne tożsamości. Pierwszy kierunek akcentuje „informowanie o”, drugi – „pracę z”. Jeśli przyjmujemy perspektywę dialogiczną, godzimy się jednocześnie na ustawiczne eksperymentowanie, gdyż dialog z dziedzictwem toczy się w zmieniającym się otoczeniu i musi reagować na rodzące się zjawiska. Nie oznacza to, że się do nich przystosowuje, lecz że rzetelnie, z wrażliwością i wciąż od nowa podchodzi do rzeczywistości. Nie jest to więc proces łatwy,



8 Zob. P. Ricoeur, *O sobie samym jako innym*, przeł. B. Chelstowski, Warszawa 2003; idem, *Czas i opowieść. Czas opowiadany*, przeł. U. Zbrzeźniak, Kraków 2008.

9 Przykładem podobnej postawy podziwu wobec drugich jest dla mnie ostatnia książka Adama Zagajewskiego, *Poezja dla początkujących*, Fundacja Zeszytów Literackich, Warszawa 2017. Przekorny tytuł nie ma tu nic wspólnego z postawą wyższości. Przeciwnie – każdy z zamieszczonych w niej esejów dowodzi głębokiej uwagi, jaką autor poświęca innym poetom, wrażliwości, z jaką wychwytuje promienne teksty, zachwytu, z jakim wnika w intrygujące go wątki, słowa, zachowania. Podobny szacunek dla innych niesie książka Krzysztofa Pomiana *Wśród mistrzów i przyjaciół*, Fundacja Terytoria Książki, Gdańsk 2018. Autor przedstawia w niej ludzi, wobec których żywi wdzięczność, oraz lektury, które go ukształtowały. W ten sposób powstaje wyjątkowa autobiografia zbudowana ze wszystkiego, co autor zawdzięcza innym. Te mało popularne postawy są niezwykle inspirujące, przywołują nie tylko horyzont teraźniejszości, ale także dziedzictwo osób i ich dokonania, artykułując ich wpływ i poniekąd nieprzerwaną obecność.

jest za to twórczy. Już sam ideał bezinteresowności oraz współodkrywania daje ożywczy impuls do ponawiania prób.

Pozwolę sobie w tym miejscu przywołać eksperyment z własnego podwórka – wystawę *Izba przyjęć rzeczy biednych. Re-KOLEKCJE z Kantora*<sup>10</sup>. Stawiała ona pytanie o to, czym w rzeczywistości są obiekty muzealne dla nas, żyjących dziś i w konkretnym świecie. Jeśli się dobrze zastanowić, pytanie jest dojmujące, bo chodzi o przedmioty wpisane kiedyś w życie, w codzienność, a dziś ogołocone z tej więzi. Z punktu widzenia muzealników tworzą skarb najcenniejszy – kolekcję, lecz z punktu widzenia zewnętrznego stanowią skład rzeczy biednych, bo wyrwanych z życia, zawieszonych, poniekąd rzeczy nie na swoim miejscu. Nie znaczy to, że rzeczy te pozbawione zostały sprawczości. Ich siła jednak leży odtąd gdzie indziej, ale jest tylko przeczuwana i może się dopiero ujawnić. Jak ją odkryć? Jak wzbudzić doświadczenie, poprzez które te rzeczy ujawnią nam także cząstkę prawdy o nas samych?

Publiczność zaproszona została w przestrzeń peryferyjną Muzeum Etnograficznego w Krakowie, na strych, używany na co dzień jako podręczny magazyn zbiorów. Zaprezentowano tam trzydzieści dobranych na tę okazję przedmiotów z kolekcji. Były wśród nich: drewniane okulary mnicha-ogrodnika, pułapka na trzy myszy, kaftan letni obficie watowany na biodrach, ubranka dla kilku pokoleń lalek, koszula kobieca zwana ciasnochą, opresyjny sprzęt, w którym dzieci uczyły się chodzić, szopka wykonana z okładki zeszytu. Przedmioty te umieszczono w przeszklonych szafach magazynowych wraz z innymi zbiorami oczekującymi tu na co dzień na... ich konserwację. Półprzezroczysta blenda, którą oklejono szafy, wytłumiała widok ich zastanej zawartości, a wycięte w niej okna pozwoliły wyeksponować obiekty wybrane na wystawę. Pomędzy trzydziestoma przedmiotami wstawionymi do szaf na czas eksperymentu a „domownikami” oczekującymi na naprawę wytworzyły się wieloaspektowe powiązania. Osobnym filtrem, przez który publiczność oglądała tę spiętrzoną RZECZYWISTOŚĆ, były cytaty z pism Kantora (również wycięte w półprzezroczystej blendzie). Przedmioty i słowa rezonowały, wzajemnie się dopowiadając i komentując. Niektóre z obiektów – miechy, kaftan czy kobyłkę



10 Eksperyment pomyślany był od początku jako interakcja muzeum etnograficznego z myślą i praktyką Tadeusza Kantora.

(element przebrania kołędnika) – zaangażowano za sprawą specjalnych mechanizmów, przez co wystawa zyskała nieoczywistą fonosferę<sup>11</sup>.

W taki właśnie świat zagłębiał się odbiorca zaopatrzone w karty inwentarzowe, mierząc się z wykreowaną na nowych zasadach relacją człowiek–przestrzeń–rzecz. Wchodził nie tyle na wystawę, co w przestrzeń nienazwaną. Swoją relację do rzeczy musiał dopiero zbudować, nazwać, stworzyć dla nich w sobie miejsce.

Istotną częścią projektu były także warsztaty pomyślane jako szkoła patrzenia na przedmiot oraz jako praca z emocjami. Młodzież, dorośli, seniorzy, uczestnicy Warsztatów Terapii Zajęciowej, pensjonariusze Środowiskowych Domów Samopomocy, osoby z niepełnosprawnościami, rodzice tworzyli pytania do obiektów, wyzwalali ich samoistność, by u końca poszukać ścieżek do samych siebie.

Podsumowując, kuratorzy tworzyli tu jedynie punkt wyjścia, sytuację otwartą. Co prawda dzielili się po części swoimi narzędziami (np. kartami inwentarzowymi do obiektów), ale bardziej jeszcze dzielili się pytaniami o sprawczość tych rzeczy w życiu konkretnych ludzi.

Z jakimi spotkaliśmy się reakcjami? „Niekończąca się opowieść wyobraźni! Czas, przestrzeń, zwielokrotnione i wielowarstwowe...”; „Pomysł genialny w swojej prostocie, a do tego nastrój grozy i niepewności wywołany przez dźwięki maszyn”; „Mamy zamieszane uczucia. Dziękujemy za to!”; „666 + Kantor = perfect afternoon”<sup>12</sup>.

Reakcje te przywodzą na myśl wpisy odwiedzających inną wystawę Muzeum Etnograficznego w Krakowie *Przejścia i powroty*<sup>13</sup>. Bazowała ona na konfrontacji wspomnień 43 uczestników warsztatów wyjściowych ze zbiorami stułetniej kolekcji Muzeum. Zapadły mi w pamięć szczególnie trzy wypowiedzi: „Przyszłam się uspokoić przed operacją męża”; „Stanąć oko w oko z łękiem i przetrwać. Odbyć podróż w głąb siebie i wrócić, i znaleźć źródło wewnętrznej siły”; „Myślałam, że śnię”.

Czy można wykluczyć, że autorzy tych wpisów zaczęli „pisać swój własny spektakl”, jak marzył Kantor?

---

11 Zob. jedenastominutowy film Marty Deskur *Związek*, który tyleż dokumentuje, co interpretuje tę wystawę ([https://www.youtube.com/watch?time\\_continue=11&v=2A8Hb-016qA](https://www.youtube.com/watch?time_continue=11&v=2A8Hb-016qA), dostęp: 8.11.2018).

12 *Izba Przyjęć rzeczy biednych*, księga pamiątkowa, listopad/grudzień 2015.

13 Wystawa była prezentowana w trzech miejscach pod dwoma tytułami: *Passages – repassages* w Maison de l'Artisanat et des Métiers d'Art (Marsylia) w dniach 11.02 – 2.04.2011; *Przejścia i powroty* w Muzeum Etnograficznym w Krakowie w dniach 8.10.2011 – 25.03.2012; *Passages – repassages* w Museum Europäischer Kulturen (Berlin) w dniach 8.03–30.06.2013. Zob. też pięciominutowy zapis filmowy z pierwszej prezentacji w Marsylii (<https://www.youtube.com/watch?v=VJRdnLPBBQ8>, dostęp: 8.11.2018).

## 5

Jest i inne wyzwanie dla instytucji dziedzictwa: nie tylko chcieć być rozmówcą oraz partnerem dla publiczności, ale i umieć to robić, czyli... tworzyć interdyscyplinarne i zdolne prowadzić dialog zespoły. Bez osób działających z wycuciem, wyobraźnią, otwartością, a zarazem znanstwem dziedzictwa postulat tworzenia przestrzeni doświadczania siebie i drugich pozostanie utopią. Z drugiej strony zdobywanie stosownych kompetencji jest procesem, który się nie kończy nie tylko dlatego, że warunki, w jakich działamy, zmieniają się w szybkim tempie, lecz przede wszystkim dlatego, że pogłębione rozumienie zjawisk zachodzących w świecie wymaga coraz bardziej wychodzenia poza własną branżę, a jednocześnie umiejętności selekcji, uczenia się przez własne doświadczenie, chętnie we współpracy z tymi, którzy są sami dla siebie wymagający<sup>14</sup>. Dodajmy do tego rozległość kompetencji potrzebnych w instytucji dziedzictwa, od umiejętności związanych z ochroną zbiorów, ich opisem, przekazem wizualnym<sup>15</sup>, przez umiejętności badawcze i analityczne związane z opisem współczesnych zjawisk, po umiejętności dialogiczne, pozwalające nawiązać rozmowę i współpracę z publicznością zarówno w siedzibie, jak i poza nią. Organizacja i tworzenie warunków dla tego typu zespołu oraz dla jego rozwoju staje się dziś w instytucji dziedzictwa fundamentalnym zadaniem. Wreszcie sam obszar oddziaływania muzeów, obejmujący obecnie i ich siedziby, i przestrzeń publiczną, rodzi nową wyobraźnię co do powinności oraz form angażowania się muzeum<sup>16</sup>.

## 6

Stawka w tej grze jest wysoka, toczy się o nasze **bycie sobą i bycie ze sobą**. Relacja do dziedzictwa nie jest bowiem kwestią pasji, nie sprowadza się do *decorum* – dotyka samego życia. „Zdążyliśmy już wykreślić tyle

---

14 Trudno dziś przecenić w instytucjach dziedzictwa umiejętność czerpania z różnych dyscyplin, które dotyczą percepcji, komunikacji, uczyć wielowątkowego podejścia do człowieka i zjawisk kulturowych, społecznych, gospodarczych. Cenna jest zarazem umiejętność traktowania z dystansem błyskotliwie wyglądającej techniki. Najpoważniejszą i najbardziej otwartą formą współodkrywania pozostaje zaś rozmowa, prowadzona na wiele sposobów, ale jednak rozmowa.

15 Zob. znakomity rozdział *Neuromuzeologia*, w: D. Folga-Januszewska, *Muzeum: fenomeny i problemy*, Universitas, Kraków 2015, ss. 97–100.

16 Zob. m.in. K. Jagodzińska, *Muzea poza murami w kontekście koncepcji trzeciego miejsca*, <https://muzealnictworocznik.com/resources/html/article/details?id=175371>, dostęp: 8.11.2018.

dóbr z naszego oficjalnego wykazu, zakopaliśmy je razem z ich potęgą tak głęboko [...], że grozi nam uduszenie” – stwierdza Taylor. „Jak stać się nowoczesnym, jednocześnie wracając do źródeł?” – stawia fundamentalne pytanie Paul Ricoeur<sup>17</sup>. Jeśli zatem istnieje zmysł, który mamy do odzyskania przede wszystkim, to byłby to zmysł umiejscawiający nas na powrót w czasie. Budzi się on / kształtuje / rozwija w dialogu z tymi, którzy nas poprzedzają, w refleksji nad tradycją, która chroni od jednowymiarowego widzenia / odczuwania świata. „Mój człowiek nie pojawia się znikąd” – wyznaje Miłosz w *Ziemi Ulro*, wskazując dalej na (zaskakujące, wydawać by się mogło) źródła swojej poezji: kolędy, nabożeństwa majowe, nieszpory, Biblię Gdańską (jedyną wtedy dostępną)<sup>18</sup>. Skądinąd jest Miłosz *par excellence* figurą kogoś, kto pośród zamętów i osamotnienia zdobywa własną wolność – suwerenność języka, poezji, głosu.

## 7

Do rozmowy z tradycją, z przodkami, z doświadczeniami ludzi konkretnych (lub przeciwnie – anonimowych, którzy mogą przemówić do nas jedynie fragmentarycznymi świadectwami samego życia) potrzebujemy bezinteresowności, wzniesienia się ponad doraźną korzyść, choć paradoksalnie właśnie dzięki takiej bezinteresownej uważności „mamy zawsze rację” i korzyść odnosimy, stając się bardziej sobą, „pisząc swój własny spektakl”.

Jednocześnie dialogiczność tak pojmowanej tożsamości tworzy się także dzięki relacji z tymi, pośród których żyjemy teraz i których poszukiwania kształtują również nasze horyzonty/odczuwania/konteksty.

Utopia? Być może, ale godna takich wysiłków z jednego choćby powodu, że – nawet gdyby przyjąć, iż jesteśmy przemijalni – podejmując je, raczej kimś będziemy, niż nie będziemy, przeżyjemy swoje człowieczeństwo do głębi. „Ustępując czasowi pod względem znaczenia, przewyższamy go wrażliwością”<sup>19</sup>.

---

17 P. Ricoeur, *History and Truth*, Northwestern University Press, Evanston, IL 1965, s. 277.

18 Zob. E. Bienkowska, *W ogrodzie ziemskim. Książka o Miłoszu*, SIC, Warszawa 2004, ss. 156–157.

19 J. Brodski, *Pochwała nudy*, przeł. A. Kołyszko, M. Kłobukowski, wybór i oprac. S. Barańczak, wstęp I. Grudzińska-Gross, Wydawnictwo Znak, Kraków 2016, s. 93. W tytułowym eseju Brodski przekornie wskazuje na wielką zaletę nudy (rozumianej tu jako jałowa powtarzalność czasu): jeśli doświadczywszy jej bez znieczulenia, do dna, uwolnimy się od złudzeń – dopiero wtedy potrafimy znaleźć istotę ludzkiej egzystencji.

## Literatura

*I Kongres Muzealników Polskich*, Warszawa 2015 (zwłaszcza: R. Traba, *Epoka muzeów? Muzeum jako medium, muzeum jako mediator*, ss. 47–56; D. Folga-Januszewska, *Muzealnik. Zawód, profesja czy powołanie?*, ss. 57–64; J. Purchla, *Muzea a zarządzanie dziedzictwem*, ss. 147–161).

Bartosz A., *Muzeum dla realnego świata*, w: D. Folga-Januszewska (red.), *Muzeum etyczne. Księga dedykowana Profesorowi Stanisławowi Waltosowi w 85. rocznicę urodzin*, Universitas, Kraków 2017.

Bielik-Robson A., *Wstęp*, w: Ch. Taylor, *Źródła podmiotowości. Narodziny tożsamości nowoczesnej*, oprac. nauk. T. Gadacz, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2001.

Bieńkowska E., *W ogrodzie ziemskim. Książka o Miłoszu*, SIC, Warszawa 2004.

Brodski J., *Pochwała nudy*, przeł. A. Kołyszko, M. Kłobukowski, wybór i oprac. S. Barańczak, wstęp I. Grudzińska-Gross, Wydawnictwo Znak, Kraków 2016.

Folga-Januszewska D., *Muzeum: fenomeny i problemy*, Universitas, Kraków 2015.

Jagodzińska K., *Muzea poza murami w kontekście koncepcji trzeciego miejsca*, <https://muzealnictworocznik.com/resources/html/article/details?id=175371>, dostęp: 8.11.2018.

Kantor T., *Pisma. Dalej już nic... Teksty z lat 1985–1990*, t. 3, wybór i oprac. K. Pleśniarowicz, Ossolineum–Cricoteka, Wrocław–Kraków 2005.

Kowalczyk E., *Mos ty serce orawskie?*, wybór R.M. Remiszewski, Podhalańska Oficyna Wydawnicza, Kościelisko 2005.

Kowalski K., *O istocie dziedzictwa europejskiego – rozważania*, Międzynarodowe Centrum Kultury, Kraków 2013.

Pomian K., *Wśród mistrzów i przyjaciół*, Fundacja Terytoria Książki, Gdańsk 2018.

Ricoeur P., *Czas i opowieść. Czas opowiadany*, przeł. U. Zbrzeźniak, Kraków 2008.

Ricoeur P., *History and Truth*, Northwestern University Press, Evanston, IL 1965.

Ricoeur P., *O sobie samym jako innym*, przeł. B. Chełstowski, Warszawa 2003.

Taylor Ch., *Źródła podmiotowości. Narodziny tożsamości nowoczesnej*, oprac. nauk. T. Gadacz, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2001.

Zagajewski A., *Lekka przesada*, Wydawnictwo a5, Kraków 2011.

Zagajewski A., *Poezja dla początkujących*, Fundacja Zeszytów Literackich, Warszawa 2017.

Emocje i zmysły.  
Budowa relacji  
z dziedzictwem  
na przykładzie  
działań programowych  
Bramy Poznania  
realizowanych  
na Ostrowie Tumskim

Bartosz Małolepszy





W maju 2014 roku została otwarta dla turystów Brama Poznania (Interaktywne Centrum Historii Ostrowa Tumskiego) – pierwsze w Polsce na tak wielką skalę centrum interpretacji dziedzictwa (*heritage interpretation center*). Położone jest nad brzegami rzeki Cybiny, na zapleczu najstarszej części Poznania – Ostrowa Tumskiego. Miejsce to silnie związane jest z początkami miasta i państwa polskiego.

Niezwykle bogactwo dziedzictwa kulturowego wyspy katedralnej, ale także jego „niemy, milczący charakter” niezrozumiały w przekazie dla turystów, stały się inspiracją do działań podjętych w 2008 roku<sup>1</sup> na rzecz utworzenia centrum interpretacji. To miejsce, które „zapewnia gościom wgląd w krajobraz kulturowy danego obszaru (możliwość jego bezpośredniego doświadczenia), a jednocześnie pomoc w odpowiedzi na pojawiające się wówczas pytania: co sprawia, że obszar ten jest wyjątkowy i wart uwagi? [...] Centra interpretacji powstają, by pomagać i ułatwiać zwiedzającym zrozumienie danego obszaru, by podnosić świadomość jego wartości kulturowych”<sup>2</sup>.

Brama Poznania jako centrum interpretacji dziedzictwa przygotowuje turystów do świadomego zwiedzania Ostrowa Tumskiego i zachęca do wizyty w jego historycznej przestrzeni. Zwiedzający ten obszar ma więc do czynienia z dwoma rodzajami ekspozycji. Pierwsza część ma charakter multimedialny i usytuowana jest w Bramie Poznania. Jej zadaniem jest dostarczenie narzędzi do podjęcia wysiłku interpretacji części drugiej, która w postaci realnych obiektów znajduje się na Ostrowie Tumskim. Możliwość doświadczenia zabytków w przestrzeni, w której powstawały, i w kontekście, który ich powstaniu towarzyszył, daje niepowtarzalną sposobność prawdziwego spotkania z historią.



- 1 Pomysł budowy centrum interpretacji powstał w Urzędzie Miasta Poznania (Wydział Rozwoju) w Biurze Programu „Trakt Królewsko-Cesarski w Poznaniu”, które w 2009 r. przekształciło się w miejską instytucję kultury Centrum Turystyki Kulturowej TRAKT – obecne Poznańskie Centrum Dziedzictwa zarządzające takimi markami, jak: Brama Poznania, Trakt Królewsko-Cesarski, Centrum Szyfrów Enigma, Galeria Śluza i Fest Fyrtel.
- 2 P. Tugan i in., *Heritage Interpretation Centres: The Hicira Handbook*, Diputació Barcelona, Barcelona 2005.

Zwiedzanie tylko jednej z dwóch części ekspozycji jest możliwe, choć nie przynosi pełnej korzyści. Dopiero bowiem cała, dwuczęściowa ekspozycja da pożądaną efekt synergii. Zyskamy zarówno możliwość obcowania z realnym obiektem, jak i narzędzia do jego interpretacji. Połączenie części multimedialnej i realnej jest zadaniem ścieżki zwiedzania, która poprowadzi gościa i umożliwi mu udział w pełnowartościowym doświadczeniu.

Działalność Bramy Poznania – wynikająca z istoty centrum interpretacji dziedzictwa – nie ogranicza się tylko do samego budynku, lecz obejmuje także wiele działań na obszarze samego Ostrowa Tumskiego, bezpośrednio w jego historycznej przestrzeni. Turysta po wizycie w Bramie Poznania nie pozostaje sam na dalszej trasie zwiedzania, lecz otrzymuje kolejny zestaw narzędzi umożliwiający eksplorację katedralnej wyspy. To ona jest głównym celem destynacji, tu istnieje możliwość bezpośredniego kontaktu z zabytkiem, tu można obcować z realną historyczną przestrzenią, która była areną wydarzeń prezentowanych na ekspozycji. Niniejszy tekst prezentuje przykłady konkretnych projektów, pozwalających turystom na doświadczanie *in situ* dziedzictwa kulturowego Ostrowa Tumskiego przez oddziaływanie na ich emocje i zmysły.

Bazowanie na doświadczeniu i związanych z nim emocjach wynika z dwóch istotnych przesłanek. Pierwszą jest teoria interpretacji dziedzictwa Freemana Tildena. W opinii twórców idei Bramy Poznania jest ona najlepszym narzędziem umożliwiającym doświadczenie, zrozumienie, emocjonalne podejście i osobiste potraktowanie miejsca, jakim jest Ostrów Tumski. Tilden określał interpretację dziedzictwa jako aktywność edukacyjną. W słowach tych jasno określona jest postawa odbiorców zaangażowanych w interpretację dziedzictwa oraz jej charakter. Inaczej mówiąc, to czynne włączenie się w poznawanie dziedzictwa kulturowego i przyrodniczego, a za ich pomocą pewnych zjawisk, procesów, które mają miejsce we współczesnym, otaczającym nas świecie. Interpretację należy rozumieć także jako sposób zarządzania treściami oraz ich umiejętną prezentację odbiorcom. „Po co? Dla kogo? W jakim kontekście? Jak to się ma do dzisiejszego świata? Dlaczego to ma zainteresować naszego odbiorcę? Jak (jeśli w ogóle) ma wpłynąć na jego postrzeganie samego siebie i świata, w którym żyje?”<sup>3</sup> Takie podejście pozwala na budowę relacji

---

3 J. Hajduk, Ł. Piekarska-Duraj, P. Idziak, S. Waciga, *Lokalne muzeum w globalnym świecie. Poradnik praktyczny*, Małopolski Instytut Kultury, Kraków 2014.

z dziedzictwem, co stanowi jeden z podstawowych celów funkcjonowania centrum interpretacji.

Drugą przesłanką są aktualne trendy w turystyce: „chęć wspólnego przeżywania, uczestnictwa, doświadczenia, nie tylko oglądania rzeczywistości”<sup>4</sup>. „W turystyce doświadczeń, turysta nie tylko chce oglądać, podziwiać i robić zdjęcia, ale przede wszystkim chce partycypować i być czynnie zaangażowany w zwiedzanie, pragnie brać udział w jakimś przedsięwzięciu i aktywnościach. Słowem, chce działać, eksperymentować i doświadczać”<sup>5</sup>.

Budowanie relacji z dziedzictwem polega na wywołaniu pewnego stanu emocjonalnego, który pozostanie w pamięci odbiorcy. Nie chodzi tu oczywiście o emocje na miarę wizyty w „wesołym miasteczku” z wysokim poziomem adrenaliny – bo to w przypadku dziedzictwa kulturowego jest mało prawdopodobne. Mówiąc o emocjach, należy myśleć raczej o uczuciach, pewnym poruszeniu umysłu, refleksji, wywołaniu współczucia, podziwu, zachwytu, dumy, zaskoczenia itd. W kształtowaniu relacji chodzi o to, by dziedzictwo, które dotąd było współczesnym odbiorcom całkowicie obojętne i nieznane, zaczęło być kojarzone, zachowało się w pamięci i wywoływało pozytywny stosunek, a przede wszystkim zostało uznane za własne, godne poszanowania i ochrony. W tym kontekście realizowane projekty nie mogą być wyłącznie ofertą spędzenia wolnego czasu – muszą stanowić przemyślane działanie z określoną misją. Projekty te oprócz spełnienia oczekiwań odbiorcy muszą zawierać wartość dodaną: edukować, posiadać przesłanie, prowokować do myślenia, wpływać na postawę odbiorcy i refleksyjną konsumpcję kultury. „Poprzez interpretację zrozumienie, poprzez zrozumienie docenienie, poprzez docenienie ochrona”<sup>6</sup>. Hasło spopularyzowane przez Tildena mimo upływu ponad pięćdziesięciu lat jest wciąż aktualne. Jeśli czegoś nie znamy, nie rozumiemy – nie jest to dla nas istotne. Dopiero przy bliskim kontakcie zauważamy niedostrzegane wcześniej wartości. Wówczas jesteśmy w stanie docenić poznawane i uznać je za wyjątkowe, a w konsekwencji podjąć działania na rzecz jego ochrony. To jednak długi proces, który zaczyna się podczas pierwszego kontaktu z dziedzictwem, podczas wycieczki. Wszystko, co dzieje się później, jest wypadkową tego, co przeżyło się na miejscu i w jakim stopniu

---

4 M. Kozak, *Turystyka i polityka turystyczna a rozwój. Między starym a nowym paradygmatem*, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2009.

5 A. Proszowska-Sala, M. Florek, *Promocja miast. Nowa perspektywa*, Wydawnictwo Stöer, Warszawa 2010.

6 F. Tilden, *Interpretacja dziedzictwa*, Centrum Turystyki Kulturowej TRAKT, Poznań 2019.

zakorzeniło się to w odbiorcach w postaci wszelkiego rodzaju myśli, uczuć i emocji. Co więcej, proces ten, raz rozpoczęty, nigdy nie powinien się zakończyć. Jego pierwszym etapem jest edukacja odbiorców, która wpływa na ich świadomość wartości dziedzictwa kulturowego. Tylko wówczas mogą oni zdać sobie sprawę z jego wyjątkowego charakteru. Proces staje się dojrzały, kiedy odbiorca poczuje się spadkobiercą dziedzictwa i ze względu na szacunek do niego podejmie się jego ochrony dla przyszłych pokoleń.

Pierwsza zasada Tildena mówi, że interpretacja dziedzictwa (to, co prezentowane, opisywane, opowiadane) powinna odnosić się do tego, co już znane odbiorcom, np. do ich doświadczeń. Mowa tu o doświadczeniach bardzo osobistych, związanych z wewnętrznymi przeżyciami, uczuciami, emocjami, a także o doświadczeniach o charakterze powszechnym, powszednim, związanych z codziennym trybem życia. Jak się okazuje, postaci z przeszłości doświadczały, podobnie jak my dziś, różnych sytuacji, przeżywając je w podobny sposób. W tym kontekście interpretacja dziedzictwa jest więc trudną sztuką umiejętnego zestawienia, porównania świata przeszłego i współczesnego poprzez szukanie analogii w sytuacjach życiowych, relacjach międzyludzkich, zjawiskach czy wydarzeniach. Dzięki temu odbiorca może spojrzeć na nie z własnej, znanej perspektywy, a one mogą łatwiej dotrzeć do jego świadomości i wywołać w nim emocje wobec prezentowanego zagadnienia.

W taki sposób został przygotowany scenariusz wycieczki „Przepis na sukces”<sup>7</sup>. Uczestnicy na początku otrzymują karty z postaciami. Każda z nich jest dwustronna. Oprócz wizerunku bohatera prezentuje w skrócie wybraną historię z jego życia, pewnego rodzaju dylemat, z którym musiał się zmierzyć. Właściciel karty odczytuje zapisane na niej treści na głos, w tym również podane trzy możliwe odpowiedzi, będące propozycją rozwiązania problemu. Pomysł ten wiązał się ze stwierdzeniem Tildena: „Chyba nie przesadzę, jeśli powiem, że większość zdarzeń historycznych można ludziom skutecznie przybliżyć, prowokując ich do zadawania sobie pytań typu: «A co ty byś zrobił w podobnej sytuacji?»”<sup>8</sup>. Takie podejście pozwala

---

7 Wycieczki „Jesteśmy w kontakcie” oraz „Przepis na sukces” zostały zgłoszone w 2015 roku do konkursu Generalnego Konserwatora Zabytków na najlepszy projekt edukacyjny poświęcony dziedzictwu kulturowemu w kategorii „aktywności plenerowe”. Projekt nazwany „Doświadczyć i docenić. Cykl wycieczek po Ostrowie Tumskim w Poznaniu” otrzymał I nagrodę.

8 F. Tilden, *Interpretacja...*

turystom wczuć się w rolę bohatera i prowokuje do myślenia, wywołuje interakcję i dyskusję wśród pozostałych uczestników wycieczki (jak ja zachowałbym się na jego miejscu?). Prezentowany dylemat jest przedmiotem narracji przewodnika. Z niej wynika konkluzja zaprezentowana na drugiej stronie karty, która jest istotą całej opowieści. To „przepis na sukces” – krótkie, konkretne zdanie tłumaczące, w jaki sposób dany bohater rozwiązał swój dylemat i osiągnął zamierzony cel. Przepisy poszczególnych postaci i metody przez nich stosowane mają uniwersalny, ponadczasowy charakter, stanowiąc jednocześnie wskazówkę dla współczesnego odbiorcy, jak radzić sobie w różnych sytuacjach życiowych.

Podczas realizowanych w 2014 roku wycieczek pilotażowych wśród ich uczestników zostały przeprowadzone ankiety. Poniższe zestawienie przedstawia przykładowe odpowiedzi na zadane pytania.

→

## Jakie przestanie ma wycieczka?

---

**Nie należy się poddawać i zawsze dążyć do celu.**

Sukces prezentowany na przykładzie silnych, wyrazistych postaci historycznych.

**Jakie postawy życiowe przyjąć, by osiągnąć sukces –  
inspiracje postaciami historycznymi?**

Sukces można osiągnąć na różne sposoby.

**Z którą z postaci historycznych moglibyśmy się utożsamić?**

Jak osiągnąć sukces na podstawie życiorysów osób związanych z historią Polski?

**Pokazanie, że niezależnie od czasu, w jakim żyjemy, ludzie  
mają podobne dylematy. Przedstawienie historycznych  
postaci w taki sposób, by wydawały nam się bliskie.**

Każda osoba może osiągnąć sukces.

Aby poznać osoby warte uwagi, które zasłużyły się dla Poznania, choć niekoniecznie są wszechobecnie znane. Aby zrozumieć, że sukces można osiągnąć w rozmaity sposób.

## Dlaczego wycieczka jest niestandardowa?

---

To nie tylko historia, ale **możliwość wejścia w rolę każdej z postaci.**

Ale niestandardowe jest to, że uczestnicy włączają się czynnie w przebieg wycieczki.

**Odwołuje się do doświadczeń i opinii zwiedzających.**

Angażuje uczestników.

Niestandardowa, ponieważ użyte zostały dodatkowo materiały, które urozmaicały wycieczkę.

Nie pokazywała Ostrowa schematycznie, dodatkowo **zawierała elementy mogące po prostu przydać się w życiu.**

Ciekawy pomysł z kartami postaci. Interakcja z uczestnikami wycieczki poprzez odczytywanie kart.



## **Z czym dotychczas kojarzył się Pani/Panu Ostrów Tumski?**



Do tej pory z niczym mi się nie kojarzył. Od dzisiaj to się zmieniło.

Nie znałem tego miejsca.

Z początkami powstania Poznania.

Z atrakcyjną historycznie, kulturowo i niezwykle ważną przestrzenią w mieście.

Z klasycznymi obiektami, trochę nudnymi dla poznaniaka, ale które trzeba pokazać – teraz mogę o nich opowiadać w trochę inny sposób, przez inny pryzmat.

Szczerze muszę stwierdzić, że w ogóle go nie kojarzyłam.

## **Czy po dzisiejszej wycieczce będzie miał(a) Pan/Pani nowe skojarzenia z Ostrowem Tumskim? Jeśli tak, to jakie?**



Zobaczę w tych obiektach ludzi!

Że to nie tylko katedra.

Postaci, które nie kojarzyły mi się wcześniej z tym miejscem.

Z Polską, polskością, z wielkimi postaciami na kartach naszej historii.

Będę kojarzyła wymienionych bohaterów, jeśli kiedyś o nich usłyszę.

Będę wiązała Ostrów Tumski z historycznymi postaciami, np. Dąbrówka i Mieszko.

## **Czy historyczne postaci wywołały u Pani/Pana uczucia, emocje, myśli?**

---

Dąbrówka – podziw, kiedy nie każdy byłby w stanie tak się poświęcić.

Mieszko I pozytywne emocje i wdzięczność, że dzięki niemu możliwe było przyjęcie chrześcijaństwa w Polsce.

Lubrański – otwartość na Europę.

Podziw i duma – Józef Kostrzewski.

Wolicki – podziw, radość z jego patriotyzmu.

W zasadzie dotyczy to każdej postaci i najczęściej uśmiech czy odrobina uśmiechu.

W przypadku Mieszka I była to duma.

W przypadku Dąbrówki – podziw.

Łukasz Górka – z jednej strony negatywne emocje, ponieważ załatwił wszystko za pieniądze, lecz z drugiej strony był przedsiębiorczy, interesujący.

Jednym z efektywnych sposobów generowania doświadczeń w turystyce jest oddziaływanie na zmysły. „To inwestycja w pamięć ludzi, którzy wrócą w dane miejsce po wrażenia, wspomnienia i z ciekawości”<sup>9</sup>. Dlatego warto prezentować własne miejsce z wykorzystaniem zmysłów. Przemawiają one do odbiorców w silny i charakterystyczny sposób. Mogą stanowić ważną kartę przetargową decydującą o tym, że utrwalimy w świadomości odbiorców nasze miejsce oraz zachęcimy ich do powrotu. „Nie chodzi tylko o liczbę angażowanych zmysłów, ale o kolejność ich angażowania. Najłatwiej jest angażować wizualnie. Nic w tym dziwnego, wszak wzrok jest naszym najważniejszym zmysłem. Panuje tu też ogromna konkurencja. Z każdej strony jesteśmy atakowani bodźcami wizualnymi i trudno tę konkurencję wygrać. [...] Na drugim miejscu jest słuch, zmysł pod wieloma względami towarzyszący wzrokowi. Tutaj konkurencja jest nieco mniejsza, ale też trudniej się wyróżnić. Następnym jest dotyk. Problem z angażowaniem przez dotyk polega na tym, że tylko małe dzieci chcą dotknąć wszystkiego. Dorośli dotykają jedynie czegoś, czym są wyraźnie zainteresowani. Zapach jest bardzo silnym nośnikiem wspomnień oraz kusicielem. [...] Aby zdecydować się na wrażenie smakowe, trzeba wcześniej pozytywnie zwerfikować dane miejsce pozostałymi zmysłami”<sup>10</sup>.

Zajmując się prezentacją dziedzictwa kulturowego Ostrowa Tumskiego, wielokrotnie odwoływano się do zmysłów w trakcie przygotowywania scenariuszy wydarzeń. Takie działania wynikały nie tylko z aktualnie panujących trendów, ale przede wszystkim ze strategii marketingowej Bramy Poznania<sup>11</sup>. Określając osobowość i wartości marki, wskazano na rolę zmysłów w kształtowaniu wizerunku i oferty (doświadczenie i nauka poprzez zmysły, wrażliwość na zmysły, angażowanie zmysłów).

Każde miejsce historyczne wywołuje u odbiorców oczywiste skojarzenia związane z określonymi postaciami i wydarzeniami. Proponując w ofercie programowej Bramy Poznania nowe atrakcje angażujące zmysły, chciano ukazać zupełnie inne oblicze Ostrowa Tumskiego: to mniej znane, nieoczywiste, tak by uruchomić u odbiorców myślenie o tym miejscu w zupełnie innych niż dotychczas kategoriach.

Przykładem działań opartych na zmysłach były dwa wydarzenia zorganizowane w katedrze poznańskiej. Pierwszym z nich był projekt „Katedra

---

9 J. Pogorzelski, *Praktyczny marketing miast i regionów*, Wolters Kluwer, Warszawa 2016.

10 Ibidem.

11 *Strategia marketingowa Bramy Poznania*, Best Place – Europejski Instytut Marketingu Miejsc, Poznań 2012.

w oka mgnieniu”. Jego idea oparta była na wieczornym zwiedzaniu bazyliki. Odbyło się ono jednak w niestandardowy sposób – w ciemnościach. Przewodnik i uczestnicy zostali wyposażeni w latarki. Tematem wycieczki była architektura katedry. Opowieść toczyła się wokół procesu jej budowy z udziałem ówczesnych inwestorów i warsztatów budowniczych. Zwracano uwagę na charakterystyczne elementy sztuki gotyckiej: cegły z odciskami palców, filary i ostrołukowe arkady, tryforia, witraże, sklepienia krzyżowe, które były śledzone przez uczestników wycieczki za pomocą światła latarki. Dodatkowym elementem, budującym niezwykłą atmosferę spotkania, była średniowieczna muzyka Hildegardy z Bingen – żyjącej na przełomie XI i XII wieku świętej Kościoła katolickiego, mistyczki i kompozytorki.

Drugi projekt zrealizowano pod hasłem „Katedra. Obudź zmysły”. Jego istotą było ukazanie katedry jako dzieła, które powstało w duchu idei i filozofii średniowiecza. To brama do pozaziemskiego świata, transcendentne miejsce mające oddziaływać na zmysły wiernych: wzrok, zapach i słuch. Z założenia katedra miała wpływać na emocje i wrażenia wszystkich, którzy przekroczą jej próg. Elementami projektu były wycieczki, prelekcje, prezentacje i koncert. Podczas wydarzenia *Miech i piszczałki. Posłuchaj dźwięków organów* uczestników zaproszono na prospekt na spotkanie z organistą. Przedstawił on zasady funkcjonowania instrumentu, zaprezentował jego potencjał, a także – co niezwykle ważne – pozwolił odbiorcom zasiąść przy stole gry i uruchomić instrument. Kolejnym wydarzeniem, również o muzycznym charakterze, było *Serce i spiż. Posłuchaj dźwięków dzwonów*. Najpierw wykonano sesję fotograficzną dzwonów z wieży katedralnej, niewidocznych dla słuchaczy. Zdjęcia wydrukowano na wielkich planszach, które postawiono na placu przed kościołem. Podczas prelekcji były one kolejno przedstawiane – imieniem, wagą, wiekiem oraz krótką historią. Po omówieniu każdy z nich był uruchamiany, prezentując barwę dźwięku. Na koniec wszystkie dzwony zabrzmiały wspólnie. Ostatnim wydarzeniem odwołującym się do zmysłu słuchu był koncert organowy. W jego programie znalazły się dzieła, które prezentowane były w katedrze w ciągu ostatnich pięciuset lat.

Zmysł zapachu był stymulowany podczas wydarzenia *Kadzielnica i zioła. Poczuj zapach sacrum*. Składały się na nie: prelekcja dotycząca znaczenia kadzidła w kulturze chrześcijańskiej oraz prezentacja różnych rodzajów kadzideł, w której czynnie uczestniczyły osoby biorące udział w prelekcji. Podczas spotkania pod hasłem *Ottarz i witraże. Spójrz na grę światła i barw* odbyła się wycieczka z prezentacją witraży: ich treści

oraz techniki wykonania. Niezwykłym wydarzeniem była demonstracja otwierania i zamykania skrzydeł ołtarza głównego – pentaptyku z dwiema parami skrzydeł. Przez większość roku jest otwarty – widnieją w nim postaci piętnastu świętych kobiet. Zamykany jest tylko w okresie Wielkiego Postu i Wielkiego Tygodnia – wówczas widoczne są obrazy ze św. Janem, św. Krzysztofem i św. Hieronimem, a także sceny pasyjne.

Kolejnym zmysłem, do którego odwołano się w programie, był dotyk. Na tę okoliczność zorganizowana została wycieczka *Jesteśmy w kontakcie*, która funkcjonowała już wcześniej jako samodzielna oferta. Charakterystycznym elementem wykorzystywanym podczas spaceru z przewodnikiem są białe rękawiczki. Rozdawane na początku spotkania przez przewodnika wszystkim uczestnikom, stanowią jednocześnie formę turystycznego upominku. Dzięki rękawiczkom turyści mogą poczuć się jak muzealnik lub archiwista, który bierze w dłonie cenne obiekty. Grupa rusza na spacer, w trakcie którego dotyka w rękawiczkach oryginalnych zabytków lub ich kopii w różnych punktach Ostrowa Tumskiego i katedry. Turyści podczas wycieczki mają okazję m.in. otwierać i zamykać zabytkowe wrota Śluzы Katedralnej, przeglądać przedruki starych gazet, dotykać dołków pokutnych w ścianie kościoła NMP, śladów palców budowniczych w średniowiecznych ceglach, brązowej płyty nagrobnej Łukasza Górki czy marmurowej bpa Jana Lubrańskiego. Ostrów Tumski podczas wycieczki ukazany jest jako otwarte muzeum, w którym wybrane zabytki są na wyciągnięcie ręki. Interpretacja realizowana jest więc nie tylko słowem, ale także zmysłem dotyku, co wpływa na percepcję odbiorcy.

Białe rękawiczki są przemyślanym narzędziem interpretacji i realizują podczas wycieczki dwa zasadnicze cele. Pierwszym jest aktywizacja uczestników. Z obserwacji wynika, że grupa z upływem czasu coraz chętniej angażuje się w akcję dotykania poszczególnych obiektów, i robi to z dużą satysfakcją. Drugim celem jest wywołanie emocji powstających w rezultacie bezpośredniego obcowania z zabytkami.

Podczas realizowanych w 2014 roku wycieczek pilotażowych wśród ich uczestników zostały przeprowadzone ankiety. Poniższe zestawienie przedstawia przykładowe odpowiedzi na zadane pytania.

→

# Jakie przesłanie ma wycieczka?



## **Co łączy przeszłość z terażniejszością? Jakie cechy naszych przodków zachowały się w nas do dnia dzisiejszego?**

Istnieją na Ostrowie Tumskim rzeczy,  
które od lat pozostają niezmiennie.

Istnienie uniwersalnych prawd, niezależnych od upływu czasu.

Nie tylko opowiada, ale pozwala też dotknąć historii.

Prawdy, zachowania ludzkie, motywacje uniwersalne.

W każdym czasie byli ludzie o bardzo różnych namiętnościach  
i te same namiętności nimi targały.

Obiekty są dziełem tysięcy osób, każde pokolenie dostaje  
w testamencie historię, którą musi dalej przekazać.

## Dlaczego wycieczka jest niestandardowa?

---

Pokazane miejsca i omawiane wydarzenia, których nie można zobaczyć na typowych wycieczkach.

Zatrzymuje się na detalach, których inne wycieczki nie uwzględniają, skupia się na ludziach często bezimiennych, dzięki pracy których powstały dzieła często monumentalne.

**Bo pokazuje bardziej pewne problemy niż same obiekty.**

Rękawiczki były genialnym pomysłem.

Możliwość zapoznania się z przeszłością nie tylko przez słuchanie i oglądanie, ale także przez dotyk.

**Ważne też jest porównanie przeszłości z terażniejszością. Pozwala wejść w bliższy kontakt z odwiedzanymi miejscami. Ukazuje „magię” szczegółów.**

Wszystkiego można dotknąć, przewodnik **wiąże historię z terażniejszością**, zachęcając do aktywnego zwiedzania.



## **Z czym dotychczas kojarzył się Pani/Panu Ostrów Tumski?**



Początki państwowości, katedra.

Życie religijne.

Z katedrą i grodem.

Z ważnymi osobistościami czasów średniowiecznych,  
np. władców, biskupów, książąt.

Początkami państwowości polskiej, religią, kultem religijnym,  
średniowieczem.

## **Czy po dzisiejszej wycieczce będzie miał(a) Pan/Pani nowe skojarzenia z Ostrowem Tumskim? Jeśli tak, to jakie?**



Ważne i cenne miejsce. Warto o tym wiedzieć.

Od dzisiaj wiem, że nie znajduje się tutaj tylko katedra, ale także parę innych ciekawych miejsc.

Miejsce o 1000-letniej historii, z duszą i przeszłością.

Żyło i tworzyło tu historię mojego kraju tysiące ludzi, na przestrzeni tysiąca lat.

## **Czy historyczne postaci wywołały u Pani/Pana uczucia, emocje, myśli?**



Mamy piękną katedrę!

Cegły z palcami – miałam w ręku 1000 lat historii mojego kraju.  
Poczułam kontakt z ludźmi z tamtych czasów.

Płyta Łukasza Górki – najczęściej nie można podchodzić blisko eksponatów i ich dotykać. Mogłam podziwiać kunszt i dokładne wykonanie płyty.

Krzyż pamięci Masłowskiego – współczucie.

Płyta – refleksja na temat namiętności, które targały, targają i będą targać ludźmi.

Odciski palców w cegłach katedralnych – podekscytowanie tym, że dotykam śladów zostawionych przez ludzi w latach minionych.

W przytoczonych powyżej przykładach działań nowoczesne technologie nie znalazły swojego zastosowania. Postawiono na rozwiązania klasyczne, analogowe, jak wspomniane wcześniej białe rękawiczki, karty postaci. Narzędziem wykorzystywanym podczas wycieczek są też tzw. albumy, na które składają się opracowane graficznie plansze o różnych treściach, prezentowane podczas wycieczki uczestnikom. Wśród nich znajdują się np. wizerunki omawianych postaci, wizualizacje nieistniejących obiektów, zestawienia porównawcze panoram podkreślające zmiany w krajobrazie, przedruki z gazet, obrazy upamiętniające określone wydarzenia, stare zdjęcia, cytaty z tekstów źródłowych. Dzięki nim łatwiej wytłumaczyć poruszaną problematykę, ułatwiają odbiorcom zrozumienie, wpływają na ich wyobraźnię oraz, co bardzo ważne, na atrakcyjność przekazu.

Nowoczesne techniki są jednak obecne w działalności Bramy Poznania – także w przestrzeni Ostrowa Tumskiego. Przykładem tego są kolejne realizacje, do których należą audiowycieczki oraz *video mapping*. Audiowycieczka stanowi podstawowe narzędzie zwiedzania Ostrowa Tumskiego. Pojawiają się w niej postaci z przeszłości opowiadające o najważniejszych zabytkach katedralnej wyspy. Niektóre są realne, inne fikcyjne, ale każda z nich opowiada prawdziwą historię. Dynamikę słuchowiska zapewniają zmieniający się bohaterowie-narratorzy oraz udźwiękowienie. Poszczególne nagrania wyzwalają się samodzielnie dzięki rozmieszczonym w przestrzeni Ostrowa Tumskiego znacznikom radiowym. Odbiorcy są więc nawigowani od początku do końca trasy.

Na Ostrowie Tumskim zorganizowana została dwukrotnie akcja „Zabytki mówią”. Na fasadach wybranych zabytków, m.in. Śluzu Katedralnej, Muzeum Archidiecezjalnego, kościoła NMP czy Złotej Kaplicy, wyświetlany był *video mapping*. Nowoczesna grafika odwoływała się do wątków historycznych związanych z poszczególnymi obiektami. Wszystko odbywało się w godzinach późnowieczornych w formie spaceru audiowizualnego po katedralnej wyspie. Wydarzeniom towarzyszyła specjalnie skomponowana muzyka.

Wiedza i wrażliwość na dziedzictwo poprzednich pokoleń nie mogą być budowane tylko na bazie nowoczesnych technologii. Ich wykorzystanie nie może stać się też celem samym w sobie, ale wyłącznie narzędziem służącym celom wyższym: budowaniu relacji z dziedzictwem. To jest z całą pewnością najtrudniejsze. Sukces tego działania jest uwarunkowany właściwym zastosowaniem wszystkich wcześniejszych zabiegów interpretacyjnych. Jacques Cousteau powiedział, że „ludzie chronią tylko to,

co naprawdę kochają”. Sedno i cel interpretacji jest właśnie taki, aby poprzez różne formy działalności stworzyć emocjonalną relację, więź z dziećmi, wpłynąć na postawę odbiorców, dokonać modyfikacji ich zachowań. To, co dotychczas było im nieznane i całkowicie obojętne, może stać się przedmiotem szczególnej troski, zainteresowania i dumy.

## Literatura

Hajduk J., Piekarska-Duraj Ł., Idziak P., Wacięga S., *Lokalne muzeum w globalnym świecie. Poradnik praktyczny*, Małopolski Instytut Kultury, Kraków 2014.

Kozak M., *Turystyka i polityka turystyczna a rozwój. Między starym a nowym paradygmatem*, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2009.

Pogorzelski J., *Praktyczny marketing miast i regionów*, Wolters Kluwer, Warszawa 2016.

Proszowska-Sala A., Florek M., *Promocja miast. Nowa perspektywa*, Wydawnictwo Stöer, Warszawa 2010.

*Strategia marketingowa Bramy Poznania*, Best Place – Europejski Instytut Marketingu Miejsc, Poznań 2012.

Tilden F., *Interpretacja dziedzictwa*, Centrum Turystyki Kulturowej TRAKT, Poznań 2019.

Tugas P. i in., *Heritage Interpretation Centres: The Hicira Handbook*, Diputació Barcelona, Barcelona 2005.



Heritage:  
imagination –  
senses – tools





The aim of the book is to collect ten reflections presented at the conference ‘Heritage: senses – tools – imagination’ held in Poznan, Poland in 2018, organized by the Adam Mickiewicz University and Poznan Heritage Centre. This publication is a collection of thoughts and experiences of researchers and practitioners involved in activities related to memory, imagination, engaging audiences, activating sensory perception and using multimedia tools in museums and other sites of cultural heritage interpretation. The multiplicity of perspectives on the issue area of the title, resulting from the diversity of professional paradigms, terminology and everyday practices of the authors, allows for the formulation of solutions applicable to professionals in the field of heritage interpretation. The nine texts included in the presented publication are an attempt to record the thoughts which were the subject of discussion and a potential starting point for activities in organisations dealing with cultural heritage. The volume opens with a transcript of a statement by Krzysztof Czyżewski – a special meditation by the founder of the ‘Borderland – of Arts, Cultures, Nations’ Centre in Sejny, who introduces to the publication the essence of the notions of heritage and remembering, the meaning of places, bridges and memory in borderlands. The text by Marcin Poprawski from the Institute of Cultural Studies of the Adam Mickiewicz University deals with the organisation of heritage as places oriented towards the audience, their needs, potentials and deficits. The notions of audience development and organisational symbolism, adapted to the realities of museums and other heritage interpretation organisations, are the concepts that structure the narrative of the text. Łukasz Przybylski, a cognitive scientist at the Faculty of Psychology and Cognitive Science at the Adam Mickiewicz University, proposes in his article an integral perspective on sensory perception, the interdependence of the human body and its environment and the role of the human body in cognition of objects, offers, places and spaces related to cultural heritage. Senselier Marta Siembab, an expert on smell, invites us in her text to explore the nuances of the complex work of the sense of smell and the role of smell in cultural institutions related to heritage and memory. In her contribution, the author presents a set of examples of the use of scents

in museums, but also methods of their archiving. Another study is devoted to the sense of hearing. Justyna Humięcka-Jakubowska, a musicologist and acoustician from the Institute of Musicology at the Adam Mickiewicz University, introduces readers to the details of using sounds and auditory impressions in museum spaces and places related to cultural heritage. This issue is examined taking into account both different types of heritage institutions and different courses and ranges of shaping cognitive and emotional reactions of people in a museum with an audiovisual type of exhibition. The text by Krzysztof Tkaczyk, an expert in the field of museum exhibitions and multimedia communication tools used in cultural heritage spaces, is devoted to the paradoxes of functioning of digital tools and technologies in objects related to memory, history, art and cultural heritage in a broad sense. The author draws attention to the specific measures related to multisensoriality in museums and virtual reality technologies, as well as the expansion of the heritage experience. Marek Chojnacki from the Institute of Cultural Studies at the Adam Mickiewicz University, a culture expert, sociologist and theatre director, introduces the field of theatricalisation of museum space, performative issues related to cultural heritage sites, draws attention to the processes of focalization and immersion in the context of sensory perception related to the interpretation of heritage. In his text, Antoni Bartosz, director of the Ethnographic Museum in Krakow, researcher and practitioner of cultural animation, shares his experiences with the basic challenges of heritage institutions. He draws attention to two fundamental tasks that should be carried out by such organisations: firstly, showing heritage as testimonies of people's lives and secondly, convincing that the strength of these testimonies is revealed especially when we establish a personal relationship with the man whose testimony we seek. In these activities the author sees the special value of heritage institutions as places of selflessness and co-discovery. The closing text of the volume by Bartosz Małolepszy, deputy director of the Poznań Heritage Centre, concludes the issues presented to the readers with concrete experiences of building a relationship with heritage, taking into account the role of emotions and sensory perception of visitors to cultural institutions and activities in the field of cultural tourism. In his conclusions, the author refers to the concept of heritage interpretation proposed by Freeman Tilden, as well as to solutions involving human senses with the help of tools used in multimedia and digital technologies.



POZNAŃSKIE  
CENTRUM  
DZIEDZICTWA

# OPOWIADAMY O MIEŚCIE I JEGO DZIEDZICTWIE

[www.pcd.poznan.pl](http://www.pcd.poznan.pl)



brama  
poznania  
ichtot



trakt  
królewsko-  
cesarski



CENTRUM  
SZYFRÓW  
ENIGMA

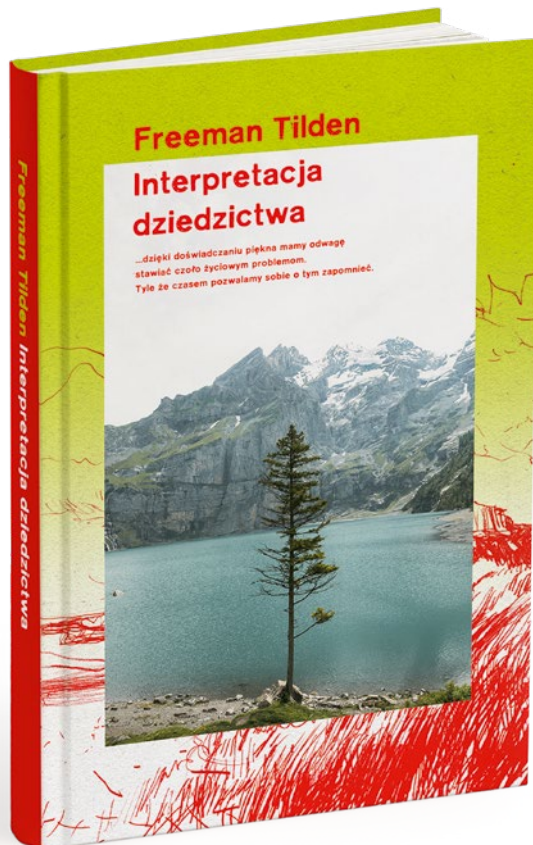


GALERIA  
SŁUZA



FEST  
FYRTEL

# Interpretacja dziedzictwa **Freemana Tildena**



**Klasyczne dzieło o interpretacji dziedzictwa  
pierwszy raz w całości po polsku!**

Szczegóły na [www.pcd.poznan.pl](http://www.pcd.poznan.pl)

