

Jolanta Skutnik

Między zachwytem a oddźwiękiem – o znaczeniu autentyzmu w edukacji muzealnej

Rocznik Naukowy Kujawsko-Pomorskiej Szkoły Wyższej w Bydgoszczy.
Transdyscyplinarne Studia o Kulturze (i) Edukacji nr 11, 308-328

2016

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach
dozwolonego użytku.

Jolanta Skutnik

UNIwersytet ŚLĄSKI w KATOWICACH

WYDZIAŁ ETNOLOGII I NAUK O EDUKACJI w CIESZYNIE

ZAKŁAD EDUKACJI KULTURALNEJ

MIĘDZY ZACHWYTEM A ODDŹWIĘKIEM – O ZNACZENIU AUTENTYZMU W EDUKACJI MUZEALNEJ

WSTĘP

„Żyjemy w czasach bezprecedensowej muzealizacji świata. Jest to jedno z najbardziej globalnych, a zarazem indywidualnych zjawisk początku XXI wieku. Muzea powstają na wszystkich kontynentach, obejmują swoimi działaniami wszystko, co powstało we wszechświecie, co stworzyła ziemska natura i wymyślił człowiek. Pojęcie „muzeum”, do końca XX w. mające konotacje historyczne, w ciągu ostatniej dekady ulega przekształceniu, coraz częściej oznacza miejsce całonocnego kształcenia i społeczno-światopoglądowej refleksji” pisze Dorota Folga – Januszewska we wstępie do książki „Muzeum: fenomeny i problemy”¹. W toku przemian znaczenia i rozlicznych funkcji, jakie ma do spełnienia muzeum, jedną z najważniejszych staje się jego funkcja społeczna i edukacyjna. Jej rozwojowi, sięgającemu lat 30. XX wieku, towarzyszy niezmiennie kształtowanie się treści i zakresu pojęcia „edukacja muzealna”. Bo choć jest ono obecne od tego czasu w dyskursach naukowych, to trudno znaleźć jednoznaczną jego definicję. Wywiedzione z angloamerykańskich teorii, jako kształcenie i nauczanie w muzeum, przyjęło się na gruncie europejskim chociaż, wydaje się, że tu obejmuje nieco szerszą skalę zjawisk. Znacznie częściej odczytywane jest i traktowane bowiem jako „edukacja do muzeum” i „edukacja poprzez muzeum” lub pedagogika muzealna. Nie wdając się w rozważania na temat samego pojęcia należy uznać, że edukacja muzealna jako stosunkowo nowe zjawisko w historycznym rozwoju muzeów, będzie potrzebowało czasu i pogłębionej refleksji aby ustanowić jasne ramy teoretyczne dla jego pełnego opisu.

Tymczasem rozwija się praktyczna działalność edukacyjna muzeów. Czy zawsze jest formą edukacji? Trudno ocenić. Nie jest to dogodny moment

¹ D. Folga-Januszewska, *Muzeum – fenomeny i problemy*, Kraków 2015, s. 7.

aby dokonywać *en block* oceny tych działań, skoro we wstępie założono, że z punktu widzenia zarówno muzeologii, jak i pedagogiki jest to nowa dziedzina (choć historycznie korzeniami sięga Antyku). Warto jednak przymierzać się do analizy przynajmniej pewnych fragmentów tego szerokiego zjawiska. Najgorętszym z nich dziś jest problem cyfryzacji muzeów. O ile dotyczy cyfryzacji zasobów muzealnych służąc np. do dalszych prac badawczych sprawę pozostawia się do dyskusji służbom muzealnym. Innego typu zagadnienia wiążą się z cyfrowym upowszechnianiem dziedzictwa. To sfera potencjalnych zainteresowań pedagogiki, chociażby w tym fragmencie dociekań, które dotyczą zagadnień obecności/nieobecności autentycznego przedmiotu muzealnego w procesie edukacji. Jest to zagadnienie bardzo szerokie i dla pełnej analizy wymagałoby wzięcia pod uwagę nie tylko perspektywy muzealniczej i pedagogicznej ale zapewne również medioznawczej, kulturoznawczej a nawet szerokiej antropologicznej (np. uwzględniającej antropologiczny „zwrot ku przedmiotom”). W niniejszym opracowaniu będzie to jednak tylko spojrzenie pedagoga dokonane przez pryzmat muzeologii. Dlatego należy je potraktować jako wstęp i inspirację dla dalszych rozważań.

MUZEUM – POMIĘDZY GABLOTĄ A EKRANEM

Muzeum w toku historycznego rozwoju pojmowane było dwojako. Po pierwsze jako instytucja zamknięta, miejsce kontemplacji i zdobywania szczegółowej wiedzy potwierdzonej instytucjonalnym autorytetem, obszar ochrony oraz badań zgromadzonego węg dziedzictwa kulturowego. Z drugiej strony, jako miejsce spotkań, rozrywki, zabawy, przyjemności wynikającej z możliwości kontaktu z obiektem i innymi odbiorcami. Ta dwoistość podejścia do funkcji muzeum, choć z pozoru bardzo nam bliska, nie jest pochodną przemian jakie w ostatnich dziesięcioleciach dotyczą instytucje muzealne. „Źródłem tej aporii są ustanowione już w starożytności dwa odmienne cele, jakie wyznaczono *musaeum*. Już u progu starożytności ujawniła się różnica między ochronną funkcją skarbcza a edukacyjną rolą szkoły – *Lycaeum*. Oba sposoby kolekcjonowania: rzeczy i wiedzy – istniały do końca wieku XVII niemal równolegle, dopiero w wieku XVIII połączone w modelu oświeceniowego muzeum jako instytucji”². Z pierwszego ze wskazanych nurtów tradycji wynikało przeświadczenie, że muzeum jest skarbcem, w którym zachowuje się kolekcję

² Ibidem, s. 51–52.

zebraną ze względu na wartość materialną ale jednocześnie symboliczną i duchową. Taka kolekcja jest całościowa zatem zachowanie jej nienaruszalności, ochrona i badanie są podstawowymi funkcjami muzeum. Cechą fundamentalną takich placówek jest elitarny dostęp do zbiorów a główna aktywność instytucji skupia się na badaniach dziedzictwa z umożliwieniem dostępu do niego wybranej grupie odbiorców. Wbrew optymistycznemu przekonaniu, takie myślenie o muzeum (chyba szczęśliwie dla zachowania równowagi) jest i dziś nierzadkie, i to nie tylko w środowisku muzealników. Znamiennym przykładem potwierdzającym ten klasyczny tok myślenia o muzeum i jego kolekcji jest niedawno ukończony projekt edukacyjny zrealizowany w Muzeum Narodowym w Warszawie p.t. „W muzeum wszystko wolno”. Zaproszone do realizacji działań w Muzeum dzieci przygotowały kilka ekspozycji, wśród których jedną zatytułowano „Skarbiec”. Dzieci tworzące ekspozycję pod tym tytułem „porównały muzeum do skarbcza. W muzealnych magazynach odnalazły ponad 50 wyjątkowych przedmiotów, które chciały pokazać. Wejścia do skarbcza pilnują lwica i smok, wewnątrz można podziwiać ekspozycje mieniące się blaskiem srebra, złota i kamieni szlachetnych. Przedmioty te pochodzą z najróżniejszych zakątków świata – z Syrii, Egiptu, Dalekiego Wschodu. Wśród skarbów znajdują się figury bóstw związanych bogactwem i pomyślnością – jest mityczna gęś z Tajlandii czy chiński smok – władca skarbów. Wystawa to okazja do obejrzenia egipskiej maski mumii z Luwru, a także bogatych zbiorów biżuterii, w tym pierścieni i naszyjników, przywiezionych ponad sto lat temu z Egiptu przez księżną Izabellę z Działyńskich Czartoryską, a także porcelanowego serwisu dla lalek i tabakierki w kształcie namiotu należącej do króla Augusta III”³. Zarówno opis działań jak i ich efekt w postaci gotowej ekspozycji potwierdzają trwałość myślenia o muzeum jako miejscu skrywającym skarby – przedmioty cenne ze względu na swoją wartość historyczną i materialną⁴.

³ Z dokumentacji projektu; Informacja prasowa, Warszawa, 24.02.2016.

⁴ Dostrzeżenie i uznanie przez dzieci wartości materialnej zbiorów uruchomiło jednak głębszą refleksję. Dzieci definiując pojęcie skarbu i wartości wychodziły co prawda od przywołania wartości materialnej ale swoje wypowiedzi kończyły refleksją poświęconą najważniejszym życiowym wartościom. Wśród nich wymieniając m.in. przyjaźń, miłość, przywiązanie i pamięć. Wypowiedzi dzieci na temat pojęcia i znaczenia skarbu, wartości zostały zarejestrowane i jako videoprojekcja towarzyszą wystawie grupy niebieskiej, przygotowującej ekspozycję p.t. *Skarbiec w Muzeum Narodowym w Warszawie* (wystawa w dniach 28 lutego do 8 maja 2016).

W drugim nurcie mieszczą się muzea, którym początek dały instytucje edukacyjne i publiczne jak licea, akademie i biblioteki (np. aleksandryjski *museion*). Zbiory tych instytucji zawsze znamionował charakter użytkowy, a ich funkcje skupiały się wokół poznania i nauki. Kardynalną ich cechą był powszechny dostęp do zbiorów, którego swoisty obraz namalował Zacharias Conrad von Uffenbach, kolekcjoner i podróżnik pisząc: „obecna jest w tym Muzeum [przyp. Ashmolean Museum w Oxfordzie] zwykła ludność i aż dziw bierze, że zbiory przetrwały jej zainteresowanie [...]. Ludzie dotykają wszystkiego w sposób angielski, nawet kobietom wolno tam wejść za opłatą 6 pensów, biegają to tu, to tam, porywają różne rzeczy, rozmawiają, a kustosze nie dają temu zachowaniu żadnego oporu”⁵. Z takiego (choć dość anegdotycznie nakreślonego obrazu) wyrasta inny sposób myślenia o współczesnym muzeum jako miejscu wielozmysłowego, aktywnego kontaktu z jego zawartością. Ten wydaje się dominować we współczesnej praktyce upowszechnieniowej, głównie związanej z muzeami techniki, nauki, historii naturalnej oraz centrami nauki. Te poprzez wybór odpowiednich metod, technik pracy, narzędzi i materiałów gwarantują naukę poprzez zabawę i zabawę jako naukę. Typowym przykładem takiego podejścia do ekspozycji jest warszawskie Centrum Nauki Kopernik. Na stronie Internetowej Centrum zapisano: „Centrum Nauki Kopernik to nie jest muzeum. Nie mamy gablot ani przewodników. To przestrzeń, która zainspiruje Cię do obserwacji, doświadczania, zadawania pytań i poszukiwania odpowiedzi. Od Ciebie zależy, ile z tego weźmiesz.(...) Sposób zwiedzania Kopernika zależy wyłącznie od Ciebie. Śmiało, kieruj się swoją ciekawością! (...) Nie bój się nie wiedzieć. Nie bój się pytać. Nie przejmuj się błędami. Sprawdzaj. Wątp. Testuj. Szukaj dziury w całym. Użyj wyobraźni. Bądź niepokorny. To są cechy odkrywcy, w które wyposażony jest każdy z nas. W Koperniku chcemy Ci o tym przypomnieć”⁶. Efektem wizyty (w takim „muzeum – niemuzeum”, jak określa go D. Folga –Januszewska⁷), jest doświadczenie i emocje pozostawiające długo ślad w pamięci odwiedzającego tę instytucję. To typ ekspozycji, a co za tym idzie instytucji, który cieszy się największym zainteresowaniem zwiedzających.

Potwierdzeniem tej opinii jest powszechnie obserwowana popularność współczesnych muzeów narracyjnych, których ekspozycje w dużej mierze

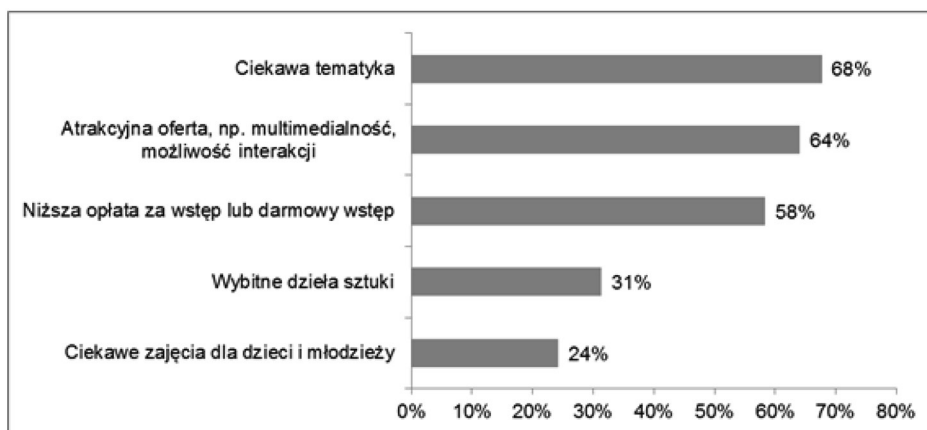
⁵ Za: D. Folga-Januszewska, op. cit., s. 54.

⁶ <http://www.kopernik.org.pl/odwiedz-nas/kopernik-o-co-tu-chodzi> [dostęp: 25.06.2016].

⁷ Por. D. Folga-Januszewska, op. cit.

opierają się na technologii przekazów medialnych i cyfrowych – filmach, videoprojekcjach, symulacjach 3D, itd. oferujących różne sposoby interakcji. Wyniki badań przeprowadzonych w 2012 roku przez agencję ARC Rynek i Opinia potwierdzają tę konstatację. Na pytanie dlaczego zwiedzający muzea wybierają określoną placówkę respondenci, obok ciekawej tematyki ekspozycji, wskazywali jej multimedialną aranżację oraz możliwość działań opierających się na interakcji (wykres 1).

Wykres 1. Co sprawiłoby, że chętniej chodziłby (chodziłaby) Pan/ Pani do muzeów?



Źródło: ARC Rynek i Opinia, 15–16.05.2012, <http://www.arc.com.pl/muzeum-to-nie-nuda-41999398-pl.html> [dostęp: 25.06.2016].

Zainteresowanie muzealników nowymi sposobami aranżacji ekspozycji poprzez wykorzystanie środków multimedialnych (w tym tworzenie równoległych cyfrowych kolekcji oraz upowszechnianie za pomocą cyfrowych nośników informacji) wydaje się zatem nieuniknione, tym bardziej, że muzea, podobnie jak inne instytucje zabiegają o zwiedzających. Starając się stwarzać im najlepsze warunki zwiedzania odwołują się do nowych technologii wspierających/uatrakcyjniających programy upowszechnieniowe. Sukces muzealny przestaje być w tej sytuacji mierzony miarą obiektywizmu historycznego, nie wywierają wpływu na niego typy muzeów, charakter zbiorów ani nawet dotychczasowe ich miejsce w hierarchii popularności. Zasadnicze znaczenie ma sposób interpretacji zbiorów, atrakcyjna, czytelna narracja, interesujący kontekst i przyjazne warunki jakie stwarza otoczenie muzealne wsparte roz-

budowaną prezentacją w ogólnodostępnej sieci. Atrakcyjność, dostępność, interakcję zapewniają w najprostszy sposób media wypełniające muzealne przestrzenie. Nic więc dziwnego, że sami muzealnicy stawiają sobie pytania o to, czy widz przychodzi do muzeum aby się czegoś dowiedzieć, czy raczej pojawia się w nim wiedziony zaciekawieniem na temat metod narracji proponowanych w muzeum?⁸. Odpowiedź na tak postawione pytanie nigdy nie będzie jednoznaczna. Zawsze znajdziemy odbiorców zainteresowanych kontaktem z muzealium, poszukujących wiedzy i doświadczenia kontaktu z oryginałem, i tych, dla których muzeum jest miejscem interaktywnej rozrywki. Nikt nie zamierza zawłaszczać też tej instytucji dla jednej czy drugiej grupy odbiorców. Z punktu widzenia muzeum ważne natomiast jest to, aby równowaga pomiędzy tym co autentycznie obecne a cyfrowo wygenerowane (lub tylko odtworzone) nie została zachwiana. Zasadnicze zagadnienia z jakimi muszą uporać się dziś muzealnicy (a w konsekwencji pedagodzy zajmujący się edukacją muzealną) dotyczą tego, „czy uda się uchronić muzea przed niebezpieczeństwem zachwiania proporcji w przekazie muzealnym, między wypełnianiem ekspozycji przedmiotami trójwymiarowymi a jej multimedialnością. Powiedzmy bardziej trywialnie – czy można w ekspozycji muzealnej sprowadzić muzealia do ozdobników, (...) wypełniając ją głównie elementami wirtualnymi?

W epoce postmodernizmu mnożące się sposoby realizacji misji muzeów stwarzają naturalne pokusy, aby traktować muzealia raczej po macoszemu, skoro dla młodych pokoleń fundamentalnym środkiem przekazu jest Internet. Z drugiej strony nadal idziemy do muzeum, oczekując powiewu autentyczności i dotykalności (...)⁹.

WARTOŚĆ AUTENTYKU

Pomimo zachodzących w muzealnictwie zmian wciąż (szczęśliwie) utrzymuje się przekonanie, że muzeum jest miejscem, w którym naturalne i kulturowe dziedzictwo człowieka jest chronione i ujawniane za pomocą oryginalnych i autentycznych obiektów. Te podlegają procesom badania i oceny a jednocześnie służą rozwojowi intelektualnemu i duchowemu. Muzealium, jako przedmiot autentyczny, często obiekt oryginalny, jest centrum i istotą trwa-

⁸ Por. eadem, op. cit., s. 134–136.

⁹ S. Waltoś, *Misja, etyka, wartości. Pytania o wartościotwórczą rolę muzeów*, [w:] *I. Kongres Muzealników Polskich*, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa 2015, s. 28.

nia muzeum. Jest przedmiotem opieki i chronionym skarbem. Wydaje się, że większość poglądów na temat muzeum zawiera w sobie warunek dotyczący autentyczności eksponowanych dzieł i to nie tylko w środowisku muzealników. Maria Wilkoszewska pisząc o muzeach, odnosi się do nich jako miejsc zbiorów dzieł wartościowych, niepowtarzalnych oryginałów¹⁰, a Irena Wojnar, przywołując upowszechnieniowe zadania muzeów, podkreśla wartość dzieł oryginalnych w tym procesie¹¹.

Zauważalna powszechnie wyjątkowość i znaczenie muzealium w praktyce wystawienniczej potwierdzona jest klasyczną procedurą udostępniania, która opiera się na systemach specjalnych zabezpieczeń, gablot, barierek utrudniających dostęp oraz towarzyszących im regulaminach i zakazach. „...wszystko to odzwierciedla nasze przekonanie o wysokiej wartości pokazywanych zbiorów, a zarazem służy zasygnalizowaniu zwiedzającemu wyjątkowości tego, co jest mu dane oglądać. (...) Prawo, formy zabezpieczeń, muzealny design, strategie ekspozycyjne i PR-owa retoryka produkują zatem (...) system służący utrwalaniu idei muzealium jako obiektu ważnego ze względu na swoją wyjątkowość¹². Szczęśliwie jednak nie tylko gabloty i zabezpieczenia potwierdzają wyjątkową wartość obiektu muzealnego. W grupie opinii zwolenników traktowania muzealium jako *differentia specifica* muzeum jest ono miejscem obecności autentycznych obiektów. Autentyczność w społecznym odbiorze jest podstawową cechą tych przedmiotów/obiektów, które uznaje się za pamiątki, zabytki, a więc przedmioty służące ustanawianiu ciągłości rzeczywistości społecznej.

Autentyczność jako synonim prawdziwości jest jednym z najważniejszych zagadnień rozpatrywanych w muzeologii. Samo pojęcie wywodzi się z łaciny (*authenticus*) oraz greki (*authentikòs*) a oznacza tyle co „prawdziwy”, „rzeczywisty”, „wiarygodny”, „niepodrobiony”, „niezafalszowany”¹³. Pominąwszy inne próby definiowania pojęcia, w odniesieniu do czynionych rozważań, warto przyjrzeć się jego rozumieniu wywiedzionemu z gruntu muzealniczego. Autentyzm w tej grupie poglądów oznacza wartość sumaryczną, „na którą

¹⁰ Por. K. Wilkoszewska, *Muzeum – idea ambiwalentna*, [w:] M. Popczyk (red.), *Muzeum sztuki. Od Luwru do Bilbao*, Katowice 2006.

¹¹ Por. I. Wojnar, *Perspektywy wychowawcze sztuki*, Warszawa 1966.

¹² J. Suchan, *Przedmiot znaleziony przypadkiem*, [w:] *I. Kongres Muzealników Polskich...*, op. cit., s. 186.

¹³ Za: W. Kopaliński, *Słownik wyrazów obcych i zwrotów obcojęzycznych*, Warszawa 1989.

składają się: autentyzm materiału, technologicznej i konstrukcyjnej struktury obiektu, autentyzm funkcji, formy, oddziaływania i skojarzeń. Nie wszystkie wymienione elementy mają jednakowe znaczenie. Jeśli jednak rozważymy wartość autentyzmu w stosunku do innych wartości przypisywanych temu samemu obiektowi, to wydaje się, że powinna wystąpić przed innymi, a jako taka mieć wpływ na możliwość zaistnienia i wysokość innych wartości¹⁴. Autentyczność dla muzealnika zatem to prawda zabytku, przejawiająca się w zachowanej oryginalnej materii wraz z charakterystycznymi cechami jej wytworzenia i obróbki, oraz w oryginalnym układzie tej materii. Zawiera zatem w sobie to wszystko, co stanowi świadectwo procesu wytworzenia, funkcjonowania oraz potwierdzenie relacji zabytek – człowiek na przestrzeni czasu¹⁵. W tym znaczeniu tylko autentyczne obiekty – zabytki/muzealia są nośnikami i lustrami wartości „za pomocą których zwiedzający może składać obraz swojej tożsamości, o ile chce i potrafi to uczynić, czasem z mądrą pomocą sokratejskich akuszerów w postaci muzealnych pedagogów. Autoportret ten powstaje za sprawą zdolności do współrozumienia i brania współodpowiedzialności za wartości – wspólne i obce. Zauważmy wszak, że obraz jest malowany za pomocą tzw. kompetencji kulturowych (...), które warunkują rozpoznawanie i selekcję wartości, czasem również gotowość do współpracy w opiece nad nimi. W ten sposób zawiązuje się wspólnotowe oddziaływanie muzeum”¹⁶. Bez wątplenia wartości, o których mówimy w kontekście muzeum dotyczą najpierw muzealium. Propagowanie ich leży u podstaw każdej społecznej praktyki upowszechniania. Poznanie wartości autentyzmu uruchamia jego perswazyjną siłę, dzięki której zwiedzający jest w stanie odczytać przekaz (zakładając, że posiada minimum kapitału intelektualnego i emocjonalnego) animujący potrzebę bezpośredniego obcowania ze zbiorami, poszukiwanie wiedzy, stawianie pytań, które w konsekwencji wykraczają poza kategorię zbiorów odnoszący się do człowieka i świata.

Już ponad 100 lat temu wiedeński historyk sztuki Alois Riegl stworzył kategorie wyróżniania i opisu wartości zabytku oraz towarzyszące im sposoby ich recepcji. Wydają się one inspirujące dla współczesnej praktyki

¹⁴ O. Czerner, *Wartość autentyzmu w zabytkach*, „Ochrona Zabytków” 1974, nr 3, s. 180–183.

¹⁵ Por. B.J. Rouba, *Autentyczność i integralność zabytków*, „Ochrona Zabytków” 2008, nr 4.

¹⁶ P. Jaskanis, *Test wielu luster. W kierunku muzeum jutra*, [w:] *I. Kongres Muzealników Polskich...*, op. cit., s. 158.

upowszechnieniowej dlatego warto je zacytować. Riegl zaproponował kategoryzację dzielącą wartości zabytku na dwie grupy: wartości upamiętniających (*Erinnerungswerte*) oraz wartości istotnych dla współczesności (*Gegenwartswerte*)¹⁷ czyli wartości użytkowej, artystycznej i wartości nowości. Jako że te ostatnie nie są równoważne wobec wartości upamiętniających Riegl przyjmował, że zabytek konstituują w istocie głównie trzy wartości: starożytnicza, historyczna i pomnikowa.

Autor koncepcji rozważając wartości upamiętniające, za punkt wyjścia obrał wartość starożytniczą. Wartość ta tworzy się wraz z upływem czasu i towarzyszą jej naturalne oznaki niszczenia i zanikania, patyna, fizyczne zużycie materiału. Obserwując ze stanowiska wartości starożytniczej aktywne oznaki przemijania odbiorca odczuwa swoistą radość estetyczną, która wynika nie tyle z bezruchu (unieruchomieniu zabytku poprzez np. czynności renowacyjne) ale z bezustannego działania natury. „W rzeczy samej – pisze Riegl – jej [przyp. ruiny] wartość starożytnicza, wraz z postępującym rozkładem, staje się coraz mniej ekstensywna, czyli prowokowana wciąż zmniejszającą się liczbą elementów, ale też coraz bardziej intensywna, albowiem pozostałe części wywierają coraz głębsze wrażenie na widzu. Proces ten ma jednak także swoje granice (...). Zwyczajny bezkształtny stos kamieni nie wystarczy, by zagwarantować widzowi wartość starożytniczą – do tego musi istnieć przynajmniej jeszcze jakiś wyraźny ślad pierwotnej formy, dawnego stanu ówczesnego dzieła rąk ludzkich”¹⁸. Wartość starożytnicza, nawet w najmniejszym zachowanym fragmencie jest stosunkowo łatwo dostrzegalna. Jak pisze dalej Riegl, dostrzec i docenić ją mogą „nawet ludzie, których intelekt zwykle całkowicie absorbuje troska o cielesny dobrobyt i materialną produkcję dóbr. Starą wieżę kościelną od nowej zdoła odróżnić choćby najbardziej ograniczony wieśniak”¹⁹. Wartość starożytnicza objawia się bowiem widzowi bezpośrednio i przemawia wprost do uczuć. Jest tą, która przywołuje widza i „wzięci spojrzenie”. A skoro widoczne ślady dawności i działania czasu przemawiają do ludzkiej wyobraźni i emocji najbardziej spośród wszystkich cech zabytków, warto wykorzystywać ten potencjał do pracy z publicznością kierując strumień emocji na tę wartość właśnie.

¹⁷ R. Kasperowicz (przekł. i wstęp), *Alois Riegl, Georg Dehio i kult zabytków*, Warszawa 2011.

¹⁸ Ibidem, s. 53–54.

¹⁹ A. Riegl, *Georg Dehio...*, op. cit., s. 55

Riegl, chociaż uznawał wartość starożytniczną za ważną dla opisu wartości zabytku, to nie miał wątpliwości co do jakości popularnej recepcji kolejnej, dużo ważniejszej jego zdaniem wartości. Pisał: „Masy bowiem nigdy nie dają się przekonać i zawładnąć mocą racjonalnych argumentów, a tylko poprzez apelowanie do jego uczuć i potrzeb”²⁰. Uwaga ta bez wątpienia dotyczyła drugiej z wymienionych przez autora wartości historycznej. Ta należała do najważniejszych wartości upamiętniających czyniących ze zwykłego przedmiotu wartościowy obiekt historycznego dziedzictwa: „każda rzecz wytworzona przez człowieka tworzy nie do zastąpienia i nie do usunięcia człon łańcucha rozwojowego dziejów. Dlatego też należy uznać, że każda ludzka czynność i każde ludzkie dzieło posiada wartość historyczną, co czyni je potencjalnym zabytkiem”²¹. Jednak w odróżnieniu od wartości starożytniczej „Historyczna wartość zabytku zawiera się w tym, że reprezentuje jasno określony, poniekąd indywidualny stopień rozwoju jakiejś domeny ludzkiej twórczości. Z tego stanowiska nie interesują nas w zabytku ślady rozkładowych wpływów natury, które dały mu się we znaki od chwili jego powstania, lecz jego dawny kształt jako wytworu rąk ludzkich. Wartość historyczna jest tym wyższa, im bardziej w niezmaconej formie objawia się pierwotny, odrębny stan zabytku”²². Wartość historyczna obiektu miała się zatem objawiać jako niezafałszowane świadectwo-dokument zachowany w stanie możliwie nienaruszonym. Wobec tego kult wartości historycznej powinien przejawiać się tak, „aby ręka ludzka wkraczała hamująco w bieg naturalnego rozwoju oraz powstrzymywała dalszy postęp rozkładowej działalności sił natury, tak dalece, jak leży w ludzkiej mocy”²³. Kwestia wartości historycznej odgrywała zasadniczą rolę w recepcji zabytku. Riegl podkreślał, że nie sposób sobie wyobrazić, że odczucia zwiedzających względem zabytku wpływają tylko z emocjonalnej recepcji wartości starożytniczej. Właściwa recepcja zabytku wymagała poznania i doświadczenia wartości historycznej opierającej się na wiedzy. Ta zdaniem Riegla wywodziła się z podstaw naukowych i mogła być wydobyta tylko drogą refleksji. Wobec tej wartości znaczenia nabierała zatem poddana intelektualnej refleksji wiedza historyczna, która miała stać się źródłem estetycznego odczucia ponieważ pozwalała chociażby zaklasyfikować obiekt do określonej

²⁰ Ibidem.

²¹ Por. ibidem.

²² Ibidem, s. 56.

²³ Ibidem, s. 57.

epoki i porównać go z innymi. Zadowolenie jako cecha procesu recepcji nie miało jednak charakteru bezpośredniego (opierającego się tylko na emocji) ale zapośredniczone było w refleksji i znajomości historii. Bez tej wiedzy rozczytanie wartości historycznej nie mogło być możliwe, chociaż, jak pisał Riegl: „jeżeli zwrócimy się teraz (...) ku osobom o przeciętnym poziomie edukacji (...) nawet u nich natkniemy się na powszechny z reguły podział zabytków (...). Zakłada to znowu jakąś choćby nawet powierzchowną, orientację w historii sztuki i potwierdza, że nie zdołaliśmy jeszcze całkiem oderwać wartości starożytniczej od wartości historycznej²⁴. To optymistyczne przypuszczenie „poległo” jednak ostatecznie w obliczu głębokiego sceptycyzmu jakie autor ujawnił w kolejnych zdania komentarza pisząc: „wartości historycznej, jako osadzonej na naukowej podstawie, udaje się zazwyczaj równie mało podbić masy jak doktrynom filozoficznym (...) widzimy, jak zainteresowanie historyczne ustawicznie trudzi się nad odsłonięciem tłumowi wyzwającej mocy pojęcia rozwoju (...). Stąd ten ciągle niezaspokojony głód wykształcenia, który obecnie stoi pod znakiem pojęcia rozwoju historycznego, choć nie brakuje głosów chcących dostrzec w wykształceniu historycznym ani celu kultury ludzkiej, ani też niezawodnego środka do jego osiągnięcia”²⁵. Słowa te, kreślone ponad sto lat temu wydają się ciągle aktualne.

Trzecia klasa wartości upamiętniających wymienianych przez Riegla stanowi przejście do wartości doniosłych dla współczesności. Wartość pomnikowa, bo o niej mowa, pojawia się od chwili erygowania pomnika. Jej istotną cechą jest zdolność do wychwytywania danego momentu historyczno-rozwojowego, zatrzymania go i przeniesienia w sposób tak wyrazisty, jakby należał do współczesności. Zatem, podczas gdy wartość starożytnicza opiera się na przemijaniu, historyczna – na powstrzymaniu procesu przemijania, to wartość pomnikowa zakłada od razu nieprzemijalność, wieczne trwanie, wieczne stawanie się. O wartość pomnikową się zatem dba – restauruje, chroni, zwalcza wpływy czasu. Do wartości tej się wychowuje: do jej poznania, przyjęcia za swoją, szacunku i ochrony. Wymaga ona zatem trwałych zabiegów edukacyjnych (nierzadko niestety naznaczonych ideologicznie). Właściwie zorganizowana praca wychowawcza powinna zatem obok refleksji historycznej zakładać równoległą formację etyczną (bardziej niż w przypadku wcześniej wymienianych wartości).

²⁴ Ibidem, s. 59.

²⁵ Ibidem, s. 60.

Zakładając wolność od szczególnych przymusów ideologicznych, wartości upamiętniające są jakoby wartościami ponadczasowymi. Z kontekstu rozważań czynionych przez autora można wywnioskować, że są one konstytutywne dla pojęcia zabytku i pozwalają na wyznaczenie trzech ich grup: historycznych, starożytniczych i pomnikowych. Przy czym każdy ma do spełnienia określoną rolę społeczną a do recepcji każdego z nich potrzebne jest jakieś minimum: wiedzy, zdolności do przeżywania i szacunku dla wartości. Riegl kończąc rozważania wyraźnie bowiem wskazał na fakt, że podstawowa wartość zabytku nie jest obiektywnie dana, ale konstytuuje się na drodze poznania i odczuwania przez odbiorców, interpretatorów zabytku: „Sens i znaczenie zabytku nie przysługują dziełom jako takim siłą ich pierwotnego przeznaczenia, ale ów sens i znaczenie podkładamy pod nie my sami, nowocześni odbiorcy”²⁶.

Kończąc ten fragment rozważań warto na moment wrócić do tych wartości, które Riegl ukrył w grupie wartości historycznych. Chodzi o wartość artystyczną i estetyczną zabytku. Riegl nie rozpatrywał jednak (jako wyróżniającej zabytek) wartości artystycznej ponieważ jej recepcję uznawał za zbyt subiektywną, co oznaczało „że zależna jest od współczesnego widza, pozostawiona jego upodobaniom i z nimi się zmieniająca. Taka wartość nie ma niezależnego statusu wartości historycznej i dlatego nie powinna określać zabytku”²⁷. Nie odniósł się też dosłownie do wartości estetycznej, chociaż wskazując na wartość historyczną kilkakrotnie przytoczył kategorię radości estetycznej (dosłownie cieszenia się) jako reakcji na piękno przedmiotu. Wartość estetyczna i artystyczna w jego koncepcji towarzyszyły raczej wartości historycznej aniżeli stanowiły jej ważne uzupełnienie. Przeciwnego zdania był Walter Frodl, który wyraźnie podkreślał udział wartości artystycznej w kategoriach opisujących wartość zabytku. Tworząc zmodyfikowaną wersję „systemu Riegla” wyróżnił trzy podstawowe wartości zabytku, w tym wartość artystyczną²⁸. I choć nie utożsamiał zabytku z dziełem sztuki to opisywał ją poprzez odniesienie do zabytku jako dzieła sztuki właśnie. Wartość artystyczna wg Frodla powinna była oddziaływać na człowieka poprzez samo dzieło, samoistnie. Pojęcie wartości artystycznej zabytku Frodl podzielił na trzy kom-

²⁶ Ibidem, s. 31.

²⁷ Por. ibidem.

²⁸ Por. W. Frodl, *Pojęcia i kryteria wartościowania zabytków*, Biblioteka Muzealnictwa i Ochrony Zabytków, seria B, t. XIII, Warszawa 1966.

ponenty. Pierwszym była wartość historyczno-artystyczna (bliska rieglowskiej wartości historycznej), którą porównał do wartości dokumentalnej, znaczącej z punktu widzenia historii sztuki. Drugim komponentem była jakość artystyczna jako wartość absolutna, nie podlegająca zmiennemu wartościowaniu ze względu na czas, epoki w jakich zabytek jest oceniany oraz gust współczesnych odbiorców. I wreszcie trzeci komponent jako oddziaływanie artystyczne/estetyczne wynikające z samej istoty zabytku, zawartych wewnątrz zamierzeń jego autora oraz otoczenia, kiedy obiekt stanowi wartość artystyczną wraz z krajobrazem/otoczeniem/kontekstem w jakim jest umieszczony. To rodzaj oddziaływania wywiedziony z przesłanek niezawartych w samym obiekcie/dziele²⁹. W znaczeniu przypisywanym wartości artystycznej (szczególnie w opisie ostatniego komponentu) Frodl założył, że jej recepcja nie wymaga specjalnego przygotowania. Odbiorca ją zauważa jako samoistną cechę, jako rodzaj wrażenia, któremu może towarzyszyć kontekst (np. malowniczy krajobraz). Jest więc tą wartością, która przyciąga odbiorcę podobnie jak wartość starożytnicza Riegla, w podobny sposób zatem podlega procesowi społecznej recepcji.

Walter Frodl obok wartości historycznej (definiowanej podobnie jak u Riegla) wskazywał również na nieco zmarginalizowaną przez Riegla wartość użytkową zabytku, która miała ujawniać się np. w turystyce jako lokalna atrakcja³⁰. W polskiej literaturze przedmiotu podziału wartości przypisywanych zabytkom, obiektom historycznym i dziełom dokonał Michał Witwicki. W swojej propozycji wyróżnił wartości historyczne, naukowe, niematerialne oraz artystyczne³¹. Jednak bez względu na zastosowane kryteria centrum wartościowania, nośnikiem wartości i wartością samoistną niezmiennie pozostawał autentyczny obiekt.

MUZEALIMUM – MIĘDZY ZACHWYTEM A ODDŹWIĘKIEM

Jeśli zaprezentowane wyżej wartości zabytku/*muzealium* zawarte są w nim samym, jako przedmiocie autentycznym, to ich poznawanie, odbiór, ocena, przeżycie dokonują się już w sferze intelektualnej i emocjonalnej odbiorcy. Za

²⁹ W. Frodl, op. cit.

³⁰ Por. ibidem.

³¹ Por. M.T. Witwicki, *Kryteria oceny wartości zabytkowej obiektów architektury jako podstawa wpisu do rejestru zabytków*, „Ochrona Zabytków” 2007, nr 1.

ich pośrednictwem możliwie staje się bezpośrednie doświadczenie przeszłości. Ale, co ważniejsze, ich dostrzeganie w sytuacji spotkania inspiruje rodzaj doświadczeń zdolnych przemieniać sposób widzenia i odczuwania świata oraz rozumienia innego człowieka. Jak twierdzi Nelson Goodman, „dzieła oddziałują, kiedy poprzez pobudzenie wnikliwego patrzenia, wyostrenie percepcji, podnoszenie poziomu inteligencji wizualnej, poszerzanie perspektyw, ujawnianie nowych powiązań i kontrastów oraz zaznaczanie niedocenianych znaczących zjawisk współuczestniczą w tworzeniu i przetwarzaniu doświadczenia, a więc w tworzeniu i przetwarzaniu naszych światów”³². Z tego punktu widzenia istotnym elementem namysłu jest sposób odczuwania/recepcji autentyku jako nośnika określonych wartości. Oddziaływanie to, w opinii Stephena Greenblatta, mieści się w kategorii między „zachwytem a oddźwiękiem”³³. Oddźwięk i zachwyt to reakcje odbiorcy na obecność autentycznego przedmiotu, a w zasadzie na jego moc, która w pierwszym przypadku pozwala wykraczać mu poza formalne granice, w szerszy świat, „by wyzwolić w umyśle odbiorcy złożone, dynamiczne siły kulturowe, z których się wyłonił i które widz może uważać za jego metaforę, albo, prościej, metonimię, [podczas gdy w drugim przypadku jest to moc obiektu], dzięki której przyciąga on uwagę odbiorcy, przekazuje zniewalające poczucie wyjątkowości, wzbudza podniosłe zainteresowanie”³⁴. Zachwyt, jak pisze Greenblatt pozwala „uwięzić spojrzenie”, skupić uwagę na obiekcie w takim natężeniu, że oglądający traci na moment kontakt z tym co dzieje się poza sytuacją, w której uczestniczy. W tej sytuacji zanika znaczenie opisu, katalogu, ekranu, nikną głosy współziedzających i pojawia się emocja, która budzi pragnienie oddźwięku. Greenblatt twierdzi wręcz, że zachwyt (w znacznej części przypadków) poprzedza oddźwięk, dzięki któremu obiekt oddziałuje w pełni. Warunkiem zaistnienia tych sytuacji, co trzeba podkreślić po raz kolejny jest autentyczność obiektu.

Rozpatrywaniu kategorii autentyczności jako cechy przedmiotu (tu zabytku, obiektu historycznego i *muzealium*) towarzyszy często kategoria autentyczności doświadczenia. Dlatego nie można pominąć ważnych dla rozważanego zjawiska propozycji Toma Selwyna, antropologa, socjologa i mediterraniisty, który na odmiennym co prawda od muzeologii gruncie badał aspekty auten-

³² N. Goodman, *Koniec muzeum?*, [w:] M. Popczyk (red.), *Muzeum sztuki. Antologia*, Kraków 2005, s. 125.

³³ S. Greenblatt, *Poetyka kulturowa*, Kraków 2005, za: J. Suchan, *Przedmiot znalezione przypadkiem...*, op. cit., s. 190–191.

³⁴ Ibidem, s. 157–193.

tyczności. Selwyn³⁵ analizując zwyczaje i zachowania turystów zaproponował podział zjawiska autentyczności wykorzystując pojęcia „zimna” i „ciepła”. Autentyczność „chłodną” autor koncepcji zarezerwował dla cech przedmiotu, materii i miejsca. Aktywną stroną procesu jej recepcji jest rozum rozpoznający autentyczność jako zgodność z oryginałem, pierwowzór. W procesie tym zasadne jest założenie o dostatecznej wiedzy, doświadczeniu i umiejętnościach, które składają się na zdolność rozpoznawania autentycznego przedmiotu. Doświadczenie autentyczności odbywające się w sferze przedmiotowej odnosi się co prawda do oryginalnej substancji materialnej *muzealium* ale (przynajmniej powinno) jednocześnie do znaczenia, symboliki a zatem jego wartości. To właśnie wartości historyczne, artystyczne, etyczne i inne odkrywane w *muzealium* jako przejawie historycznego i współczesnego dziedzictwa stanowią najgłębszy powód do kontaktu z nim. Zdolność do ich recepcji pozwala na przełamanie materialnej strony przedmiotu muzealnego i wiedzie wprost w stronę autentycznego doświadczenia.

Doświadczenie to, określone przez Selwyna jako autentyczność „gorąca”, wiąże się z doznaniem, polegającym na odkrywaniu siebie samego poprzez bliski kontakt z *muzealium* przy ogromnym udziale emocji. Autentyzm doświadczenia jest wtedy rodzajem poznania o specjalnym charakterze. Nie tylko dostarcza bowiem wiedzy, ale i angażuje, zatem ma wymiar egzystencjalny. Jest autentycznością egzystencjalną, w której punkt ciężkości przenosi się z obiektów i wydarzeń na doświadczenie. Początkowo są to odczucia przyjemności, doznanie nowości, zaskoczenie, wzruszenia a nawet poczucie bliskości z innymi dokonujące się w obliczu lub za sprawą obiektu. Z czasem przeradzają się one w odczucia szacunku, podziwu, uznania, zainteresowania, które mają moc inspirowania zmian osobowych.

Ważną cechą wpisaną w autentyczność „ciepłą”, a potwierdzoną w badaniach Ewy Klekot³⁶, jest jej związek z opowieściami o „ludziach z przeszłości”. W opinii badaczki poczucie autentycznego kontaktu z przeszłością zwiedzający zyskuje również dzięki symbolicznemu kontaktowi z „ludźmi z tamtej epoki”. Klekot, na potwierdzenie swojej tezy przywołuje doświadczenia zwiedzających Zamek na Wawelu w Krakowie, którzy w opisie postaci historycz-

³⁵ Por. T. Selwyn (red.), *The Tourist Image: Myths and Mythmaking in Tourism*, Chichester, John Wiley, New York 1996; za: A. Wieczorkiewicz, *Apetyt Turysty. O doświadczeniu świata w podróży*, Kraków 2008.

³⁶ Por. E. Klekot, *Zwiedzający w muzeum: strategie, taktyki i kategoria autentyczności*, „Etnografia Nowa” 2009, nr 1.

nych (władców, królów) poszukują głównie „ludzkiej twarzy” dopytując o romanse, nawyki, przyzwyczajenia a nawet potrzeby fizjologiczne. Przyglądając się wynikom badań Klekot można odnieść wrażenie, że jest to jeden z ważniejszych sposobów kreowania związków z przeszłością w zapośredniczonym poprzez narrację przewodniczką doświadczeniu poczucia bliskości, wspólnoty losu ludzkiego, po prostu. Nie bez znaczenia pozostaje fakt, że doświadczenie to może potencjalnie przyjmować wzorcotwórczy charakter. Szczególnego prawdopodobieństwa nabiera to przypuszczenie wobec świadków zdarzeń, których autentyczne narracje odznaczają się wielką siłą przekazu. Spotkania muzealne z osobami jako świadkami i uczestnikami historii stanowią niczym niezastąpione doświadczenie egzystencjalne odkrywające świat wartości i pozwalające łączyć świat przeszłości z teraźniejszością. Niejednokrotnie odbywa się ono w otoczeniu muzealiów, które wypełniają wówczas rolę ilustracyjną. Innym razem, kiedy zabraknie świadka, przejmują jego rolę. Chociaż nie tylko one. W tym miejscu naturalnie pojawia się przestrzeń dla mediów w muzeum. Opowieści dziś już można zapisać. Zachować w postaci wideorejestracji obraz, tembr głosu a nawet wizerunek postaci i miejsca (w projekcji 3D). Uzyskujemy w ten sposób poczucie realności poprzez obecność reprezentacji osoby znanej z rzeczywistego świata. Nie będzie to jednak rzeczywista osoba, ale jej cyfrowy obraz, coś na kształt reprodukcji. Zabraknie jej istotnych cech „autentyku” – zapachu, odczucia ciepła rąk, faktury ubioru rozpoznawanej pod palcami. Pozostanie jednak (często bardzo atrakcyjny w formie) zapis jako dokument. Tę funkcję mediów w muzeum dostrzegł zresztą już przed zgoła stu laty cytowany wcześniej Riegl. Analizując zagadnienie wartości historycznej podjął wątek, który z tego punktu widzenia wydaje się bardzo istotny. Chodzi o rangę dokumentu i środków technicznych zastępujących utracone bezpowrotnie oryginały. Autor przyznawał w takiej sytuacji ograniczoną wartość kopii. Nie była ona, i być nie mogła, pełnowartościowym odpowiednikiem obiektu. Traciła bowiem wartość historyczną i starożytniczą na rzecz ilustracji. Dlatego, przewidując rozwój technicznych środków reprodukcji, Riegl co prawda zapowiedział ich znaczący udział w praktyce muzealniczej (jako doskonałych środków zastępczych dla oryginałów źródłowych) ale nie podważył w żadnym razie wartości autentyku. Dla Riegla autentyczny przedmiot pozostał wartością, źródłem i istotą muzeum. *Nota bene* takie podejście prezentuje współcześnie spora grupa odwiedzających muzea. Ewa Chomicka, kierująca Sekcją Edukacji Dorosłych w Muzeum Historii Żydów Polskich POLIN w Warszawie, odwołując się do wyników ba-

dań potwierdziła, że „największą wartością i atrakcją dla zwiedzających nie są technologiczne nowości czy multimedialne formy prezentacji, ale przede wszystkim możliwość obcowania ze zgromadzonymi zabytkami (muzealiami) – od osiemnastowiecznych grafik do prac artystów współczesnych, obiektów rzemiosła artystycznego czy memorabiliów”³⁷. Dlatego, szczególnie planując zadania edukacyjne muzeum należy przyjąć, że „...podstawową wartością muzeum jest zapewnienie możliwości kontaktu z oryginałem. Obcowanie z przedmiotem, obiektem bądź dziełem, które jest nośnikiem treści artystycznych, estetycznych, historycznych, dokumentacyjnych, technicznych, kulturowych i cywilizacyjnych, pozostaje wartością samą w sobie. Nawet najbardziej zaawansowane technologie medialne nie są w stanie zastąpić tego fundamentalnego znaczenia autentycznych muzealiów”³⁸ – to cytat wymownie podsumowujący powyższe rozważania, a wagi dodaje mu fakt, że jest fragmentem wypowiedzi podsumowującej dyskusję zamykającą panel n.t. „Między *muzealium*, przestrzenią a multimediami. Co decyduje o atrakcyjności doświadczenia muzealnego?” która odbywała się w ramach I. Kongresu Muzealników Łodzi.

ZAKOŃCZENIE

Muzealium ma (...) niezwykłą moc sakralizacji (...), stanowi ono „relikwię”, uwierzytelniającą praktykę kulturową, jaką jest zwiedzanie muzeów. W jej ramach mityczna świadomość współgra z myśleniem racjonalnym – odczuwanie towarzyszy rozumowi, co daje człowiekowi komfort równowagi wewnętrznej i prowadzi do odczucia przyjemności z podjętego wysiłku intelektualnego i zabawy w poszukiwanie w reifikowanej przeszłości spotkania z samym sobą”³⁹. Podzielając w pełni tę opinię wydaje się, że klucz do sukcesu edukacyjnych strategii muzealnych leży zatem nie tyle w mnożeniu atrakcji „okołomuzealnych” (w tym rozbudowanych cyfrowo koncepcji ekspozycji) co w inspirowaniu kontaktu z autentycznym *muzealium*. Albowiem to auten-

³⁷ P. Zawojski, *Między muzealium, przestrzenią a multimediami. Co decyduje o atrakcyjności doświadczenia muzealnego?*, [w:] *I. Kongres Muzealników Polskich...*, op. cit., s. 241.

³⁸ Ibidem.

³⁹ J. Święch, *Muzealium – między kryzysem a potrzebą autentyzmu. Odkrywanie kontekstu*, [w:] *I. Kongres Muzealników Polskich...*, op. cit., s. 68.

tyczność jako cecha obiektu muzealnego wiedzie wprost w kierunku wartości (pamiętając jednakże, że samoistnie też jest wartością). A te stoją u podstaw każdego procesu edukacji, jeśli rozumiemy go szerzej aniżeli tylko nauczanie, czyli jako wychowanie człowieka. Jeśli zatem edukacja muzealna jest wychowaniem (a trudno sobie wyobrazić aby było inaczej) to jak każde wychowanie nie może odbywać się poza wartościami. W tym jednak przypadku, należy zacząć od wartości immanentnie związanych z muzeum i muzealiami do czego zobowiązuje dookreślenie „muzealna”. Dlatego „To, co (...) trzeba zrobić, to powrócić do źródeł, przypomnieć sobie na nowo, czym muzea rzeczywiście są, oraz właśnie w obszarze definicyjnym raz jeszcze umiejscowić edukację. Punktem wyjścia (i dojścia) każdego działania muzealnego jest kolekcja traktowana jako zbiór zgromadzonych obiektów, z których wszystkie – jeśli sięgnąć do klasycznej definicji muzeum – powinny być poddawane konserwacji, ochronie, interpretowane oraz upowszechniane. Właśnie w obszarze upowszechniania mieści się edukacja (...) Specyfika [przyp. muzeum] polega na tym, że ma ono upowszechniać najpierw obiekt muzealny oraz treści, sens, prawdy, emocje, które w nim są zawarte. Do tego właśnie powołane są muzea i trzeba to z mocą podkreślić”⁴⁰. Wobec przytoczonych wyżej rozważań, trudno nie zgodzić się z tą konstatacją. Wychowując w muzeum trzeba nade wszystko uczyć rozpoznawania, nazywania, odnajdywania przejawów autentycznego dziedzictwa, uczyć je chronić i szanować aby móc urzeczywistnić zawarte w nich wartości żyjąc we wspólnocie, której były i powinny być częścią. „Przykłady uczłowieczających potencji przedmiotów można mnożyć, dużo istotniejsze od ich wyliczania jest dostrzeżenie, iż dobra materialne wyposażone są przez nas samych w zdolność do czynienia nas ludźmi i to zarówno ludźmi rozumianymi jako przedstawiciele gatunku, reprezentanci określonej kultury, jak i jako niepowtarzalne jednostki”⁴¹.

LITERATURA

Barańska K., *Pożegnanie z edukacją*, „Muzealnictwo” 2010, nr 51.

Czerner O., *Wartość autentyzmu w zabytkach*, „Ochrona Zabytków” 1974, nr 3.

⁴⁰ K. Barańska, *Pożegnanie z edukacją*, „Muzealnictwo” 2010, nr 51, s. 49.

⁴¹ M. Krajewski, *Przedmiot, który uczłowiecza*, „Kultura Współczesna” 2003, nr 3, s. 43–53.

- Folga-Januszewska D., *Muzeum – fenomeny i problemy*, Wydawnictwo Universitas, Kraków 2015.
- Frodl W., *Pojęcia i kryteria wartościowania zabytków*, „Biblioteka Muzealnictwa i Ochrony Zabytków”, seria B, t. XIII, Warszawa 1966.
- Goodman N., *Koniec muzeum?*, [w:] M. Popczyk (red.), *Muzeum sztuki. Antologia*, Kraków 2005.
- Greenblatt S., *Poetyka kulturowa*, Wydawnictwo Universitas, Kraków 2005.
<http://www.kopernik.org.pl/odwiedz-nas/kopernik-o-co-tu-chodzi>
- Jaskanis P., *Test wielu luster. W kierunku muzeum jutra*, [w:] *I. Kongres Muzealników Polskich*. Narodowe Centrum Kultury, Warszawa 2015.
- Kasperowicz R. (przeł. i wstęp), *Alois Riegl, Georg Dehio i kult zabytków*, Wyd. „Mówią Wieki”, Warszawa 2011.
- Klekot E., *Zwiedzający w muzeum: strategie, taktyki i kategoria autentyczności*, „Etnografia Nowa” 2009, nr 1.
- Kopaliński W., *Słownik wyrazów obcych i zwrotów obcojęzycznych*, Wydawnictwo Wiedza Powszechna, Warszawa 1989.
- Krajewski W., *Przedmiot, który ucztowicza*, „Kultura Współczesna” 2003, nr 3.
- Rouba B.J., *Autentyczność i integralność zabytków*, „Ochrona Zabytków” 2008, nr 4.
- Selwyn T. (red.), *The Tourist Image: Myths and Mythmaking in Tourism*, Chichester, John Wiley, New York 1996.
- Suchan J., *Przedmiot znaleziony przypadkiem*, [w:] *I. Kongres Muzealników Polskich*, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa 2015.
- Święch J., *Muzealium – między kryzysem a potrzebą autentyzmu. Odkrywanie kontekstu*, [w:] *I. Kongres Muzealników Polskich*, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa 2015.
- Waltoś S., *Misja, etyka, wartości. Pytania o wartościotwórczą rolę muzeów*, [w:] *I. Kongres Muzealników Polskich*, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa 2015.
- Wieczorkiewicz A., *Apetyt Turysty. O doświadczaniu świata w podróży*, Wydawnictwo Universitas, Kraków 2008.
- Wilkoszewska K., *Muzeum – idea ambiwalentna*, [w:] M. Popczyk (red.), *Muzeum sztuki. Od Luwru do Bilbao*, Katowice 2006.
- Witwicki M.T., *Kryteria oceny wartości zabytkowej obiektów architektury jako podstawa wpisu do rejestru zabytków*, „Ochrona Zabytków” 2007, nr 1.
- Wojnar I., *Perspektywy wychowawcze sztuki*, Nasza Księgarnia, Warszawa 1966.
- Zawojski P., *Między muzealium, przestrzenią a multimediami. Co decyduje o atrakcyjności doświadczenia muzealnego?*, [w:] *I. Kongres Muzealników Polskich*, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa 2015.

STRESZCZENIE

Edukacja jest centralnym komponentem wypełniania społecznej misji muzeów od kilku dekad. Jej rozwojowi towarzyszy kształtowanie się treści i zakresu pojęcia „edukacja muzealna”. Poza polem teoretycznych rozważań zmierzających do zdefiniowania tego zjawiska, rozwija się praktyka edukacyjna muzeów. Ważne problemy do rozstrzygnięcia w obrębie tej praktyki mieszczą się m.in. w kategoriach dostosowania oferty do potrzeb odbiorców, właściwego stosowania metod animacji i mediacji kulturalnej, przygotowania zaplecza i narzędzi do realizacji działań oraz współpracy muzeów z instytucjami oświatowymi. Jednym z ważniejszych zagadnień, w tej grupie problemów, jest bez wątpienia miejsce i udział mediów w procesie upowszechniania dziedzictwa i w edukacji muzealnej. Muzealnicy, a z nimi muzealni edukatorzy, animatorzy i mediatorzy stanęli przed bardzo trudnym pytaniem o to, jak kształtować praktykę edukacyjną muzeów; czy poddać się presji „rynku odbiorców oferty muzealnej”, który reaguje wręcz entuzjastycznie na obecność nowych mediów w muzeum podbijając „słupki” frekwencji? czy raczej skupić się na wykorzystaniu *muzealium* jako centrum i istoty trwania muzeum, a w konsekwencji przedmiotu realizacji praktyki edukacyjnej? Zaproponowane w treści artykułu rozważania stanowią głos wspierający myślenie o zachowaniu równowagi pomiędzy tym co autentycznie obecne a cyfrowo wygenerowane (lub tylko odtworzone).

Słowa kluczowe: muzeum, *muzealium*, autentyk, edukacja.

BETWEEN ADMIRATION AND RECEPTION – ON THE MEANING OF AUTHENTICITY IN MUSEUM EDUCATION

SUMMARY

Since many decades education has been an important component of the social mission carried out by museums. Together with the development of educational practice notion: “museum education” has been discussed and developed. Important problems appearing within the museum education practice concern: adaptation of educational offer to the needs of visitors; use of methods of animation and cultural mediation; providing facilities for implementation of educational projects; cooperation and partnership between museums and different educational institutions.

One of the most current problems the museum educators deal with is the place and the importance of media in the process of promoting cultural heritage in museum education. Museum workers altogether with museum educators are facing

a difficult dilemma in forming the educational practice of museums: to please the pressure of the market created by recipients of the museum offer, knowing that the market reacts enthusiastically to the use of new media or to focus on *musealia* in educational work.

The paper is a voice promoting the balance between what is actually present and digitally generated (or just recreated) in museum education.

Key words: museum, *musealium*, original object, education.