Steinborn, Bożena

Praca naukowa w muzeach w czasach kultury masowej

Muzealnictwo 34, 70-73

1992

Artykuł został zdigitalizowany i 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.

MUZEUM HISTORII POLSKI

stylów w architekturze. Cóż więc dziwnego, iż wówczas w Petersburgu, podobno w 1912 r., wylitografował sobie dwa zgrabne exliblisy: jeden religijny, z lampą wieczną, drugi z fasadą budynku Akademii i dewizą *Scientia et arte*. Widocznie ten drugi exlibris spodobał się ks. Godlewskiemu, bo Węglewicz wykonał mu taki sam, zmieniając tylko napis i dodając herb Gozdowa, bo tym mianem, jak pesudonimem, podpisywał się czasem Godlewski.

Te trzy exlibrisy miałem w swym zbiorze, nabyłem je kiedyś w Leningradzie od wybitnego zbieracza Wilimbachowa. Znane one były z rosyjskiej literatury fachowej, wymienione w pracy A. Sokołowskiego o widokach dawnego Petersburga na exlibrisach oraz M. Lermana o znakach powtarzających tę samą kompozycję, a więc kopiach, plagiatach itp. Ale wiadomo było o dwu litografiach Węglewicza z widokiem Akademii Duchownej w Petersburgu. Aż tu nagle na warszawskiej licytacji pojawił się trzeci brat-bliźniak, petersburski exlibris ks. Antoniego Pachnickiego.

Przypisy

1. Tekst pisany w latach 1989—1990.

Andrzej Ryszkiewicz

Sur les collections des ex-libris „véritables"

Avant la guerre, quand le mouvement des collectionneurs des ex-libris s'est définitivement organisé et quand on a établi ses règles les membres de ce mouvement ont adopté le point de vue ancien sur les signes des libres ils ont été interessé surtout par un ex-libris „véritable" qui devait signer justement les livres. On a étudié l'histoire du signe et de la bibliothèque ainsi que les problèmes historiques, iconographiques, héraldiques etc. Les collectionneurs d'aujourd'hui n'on plus ni les intérêts, ni le savoir nécessairr pour ces études. L'auteur nous donne un „échantillon" d'une pareille étude en s'occupant de la série des signes présentant le bâtiment de l'Académie Ecclesiastique à St. Petersbourg (y transfée de Varsovie) et destinée à ses professeurs. Cette série a été créée environ en 1912 et son auteur était le prêtre Mieczysław Węglewicz qui l'a destinée pour lui-même et pour les prêtres Michał Godlewski et Antoni Pachnicki.

Bożena Steinborn

Praca naukowa w muzeach w czasach kultury masowej*

Koniecznym jest poczynienie następujących zastrzeżeń wstępnych:

1) wypowiedź odnosi się jedynie do muzeów zwanych artystycznymi;
2) uwagi nie dotyczą zagadnień muzealnej pedagogiki; ta stanowi prostą konsekwencję współistnienia w społeczeństwie obu instytucji (nb. nie widzę przyszłości muzeum jako dobudówki przy szkole, choć zła to szkoła, która z muzeum nie korzysta);
3) używam określenia „widz masowy" w rozumieniu widza w czasach kultury masowej, nie zaś jako uczestnika masowej wycieczki; ta zresztą bardziej należy do problemów przemysłu turystycznego niźli muzealnych.

Teza moja brzmi: *Zjawisko zwane kulturą masową nie wymaga ani technicznych, ani innych rewolucyjnych przemian w muzeum, a tylko modyfikacji spożytkowania rezultatów pracy naukowej.*

Działalność muzealna — mówiąc w lapidarnym uproszczeniu — rozgrywa się w polu między dziełem sztuki a odbiorcą, przy czym dzieło sztuki jest elementem stałym, odbiorca zmiennym. Przemiany w działalności muzeum zależne są więc od odbiorcy. Odbiorca czasów kultury masowej może jest jeszcze niedookreślony, ale daje się stwiedzić, że: dysponować on będzie większym zasobem podstawowych informacji o historii sztuki oraz że większa będzie jego potrzeba przeżyć indywidualnych. Potrzebne za-

tem będzie doskonalenie usług muzeum zarówno jako dostarczyciela informacji o dziełach sztuki, jak i dostarczyciela przeżyć estetycznych — poprzez umożliwienie z tymi dziełami kontaktu bezpośredniego.

Widz współczesny posiada — lub niebawem posiadać będzie — elementarne wiadomości z zakresu historii kultury, których dostarczają mu różne gatunki i środki przekazu społecznego (wg danych UNESCO z 1978 r. po świecie krąży np. 8 milionów drukowanych „Słoneczników" Van Gogha). W muzeum więc człowiek ów szukać będzie pełniejszej informacji niż np. w obejrzanym reportażu telewizyjnym. Przez pogłębioną informację rozumiem nie tyle obszerniejsze napisy objaśniające, ale przede wszystkim kontekst ekspozycyjny. Sądzę, że przyszły widz muzealny będzie wymagał od nas przemian w koncepcjach scenariuszy wystaw i galerii, oczekując raczej problemowych niż chronologicznych pokazów, prezentacji oryginałów uzupełnionej porównawczym materiałem niezabytkowym, czy też zestawiającej kulturę półwyspu europejskiego z innymi kontynentami itp. Muzeum będzie bowiem interesować owego widza jako — również — miejsce *education permanent*, na którą zapotrzebowanie społeczne będzie nadal wzrastać. Pogłębiona informacja to ponadto informacja formułowania w duchu dialogu: w miejsce kwalifikujących twierdzeń prostych pojawiać się winno sygnalizowanie aktualnych problemów badawczych, np. wątpliwości atrybucyjnych, interpretacyjnych, a więc wprowadzenie elementów prowokujących do zastanowienia. Należy przypuszczać, że element prowokacji intelektualnej będzie nieodzowny w przekazie informacyjnym — również muzealnym — wobec ogłuszonego masową oświatą obywatela. Ten dialogowy charakter informacji spełniałby ponadto postulat współuczestnictwa, partnerstwa widza, wprowadzałoby zatem do muzeów technikę obowiązującą w modelu współczesnej pedagogiki.

Naiwny entuzjazm, z jakim w nowoczesnej technice upatrywaliśmy sposobu na zintensyfikowanie odbioru sztuki — mamy chyba za sobą. Wiemy już, że to tylko inna forma dziewiętnastowiecznego cycerona, przekonanego, iż dzieło sztuki można przyswoić poprzez objaśnienie, iż daje się ono przetłumaczyć na słowa. Żywe czy mechaniczne oprowadzenie obsługuje zresztą tylko informacyjną funkcję muzeum, a podejrzewam przy tym, że jeśli niewłaściwie dostosowane do słuchacza — odwraca jego uwagę od własnych pytań i reakcji. Ponadto: liczniejsze i coraz powszechniej dostępne środki elektronicznej komunikacji przejmują i przejmować będą cały balast elementarnej oświaty z zakresu historii sztuki. Dlatego nowoczesna informacja w muzeum winna być zmodyfikowana — pogłębiona i ciekawsza w treściach, uwzględniających spektrum wyników badawczych. Informacja taka zawierać się winna tak w samej konstrukcji wystawy, jak i różnego rodzaju tekstach pomocniczych.

Przedstawiony w czerwcu 1979 r. raport dla Klubu Rzymskiego stwierdza paradoksalne przeciwieństwo między technicznymi i organizacyjnymi możliwościami współczesnych społeczeństw a brakiem ich moralnych i politycznych możliwości, by potencjał ten wykorzystywać; zrozumiałe jest więc, że Klub Rzymski głosi konieczność intelektualnej rewolucji. Postulat konieczności kształcenia innego niż — ogólnie mówiąc — techniczne umacnia w przeświadczeniu o szansach muzeum jeszcze w naszym stuleciu. Kształcenie osobowości rozumiane jako pomoc w określaniu siebie i swego czasu, jako przedkładanie różnych możliwych sposobów widzenia świata celem wyrobienia zdolności samodzielnej decyzji — nie może bowiem być wyłączną domeną zakładów nauczania. Kształcenie o jakie nam chodzi będzie coraz bardziej „w cenie". Wiadomo przecież np., że bez przyswojenia historii myśli ludzkiej nie ma właściwego rozpoznania współczesności, które zresztą pomaga widzieć przyszłość (H. Leppien mówi o janusowej głowie muzeum). Podobnie dzieło sztuki nowej, pokazane np. w wielości układów odniesienia, zmusza do wyboru własnej interpretacji, może więc nawet reanimować zanikający nawyk samodzielnego myślenia. Metod dla tak kształtującego widza odbioru dzieła sztuki należy szukać nie w industrii, a raczej w technikach psychologów. Sądzę, że można by pewnie adaptować np. programy osobowej identyfikacji, o których jednak nie mamy w muzeach najmniejszego pojęcia (tak, jak nieznana jest w polskich muzeach technika *learning by doing*). Wstydliwym paradoksem wydaje się fakt, że psychologia sztuki znana jest pracownikom muzeum w najlepszym razie ze wspomnień studiów,

że nawet studia podyplomowe dla muzealników nie mają w programie porządnego egzaminu z psychologii sztuki.

Ekspozycja muzealna, która ma spełniać m. in. rolę stymulatora indywidualności osobowej człowieka uśpionego dużymi dawkami informacji normatywnych — musi być inaczej niż one zbudowana. Uzupełniona elementami procesu badawczego albo zestawieniem interpretacji — współczesnych i dziełu, i widzowi, skonstruowana zatem bardziej konceptualistycznie niż klasyfikacyjnie — skłoni widza do odbioru krytycznego. Jak wiemy — wzbogaca on przeżycie estetyczne. Jest to więc drugi — prócz wspomnianej konieczności pogłębienia informacji objaśniającej — powód, dla którego w nowoczesnym muzeum należy oczekiwać zwiększenia nakładów pracy naukowej i koncepcyjnej na rzecz widza; trud ten polega i na tym, że ową rzetelną wiedzę przełożyć przyjdzie z języka wiedzy tajemnej na powszechnie zrozumiały.

Wizualne doznania estetyczne to składnik wzbogacania osobowości, który będzie coraz powszechniej poszukiwany. A to głównie dlatego, że operująca obrazem kultura masowa (*civilisation de l'image* — mówi R. Huyghe) likwiduje analfabetyzm plastyczny, choć rzadko wykracza poza elementarz. Umiejący już czytać znaki plastyczne będą w konsekwencji szukali bardziej rafinowanych lektur. Będzie to prosta reakcja na paplaninę komiksu czy jakże częsty chaos wizualny reklamy. I jeżeli — analogicznie do Ligi Walki z Hałasem, uszkadzającym słuch i system nerwowy, powstanie Liga Regeneracji Wzrokowej — to z pewnością z siedzibą w muzeum. Poszukiwać będzie się w muzeum również mierników, skali porównawczej dla języka komunikacji obrazowej. Może powyższe perspektywy idealizują obywatela współczesności, jednakże faktem już obserwowanym jest mniejsze niż kilkadziesiąt lat temu onieśmielenie i nabożny dystans przechodnia wobec wystaw sztuki.

Unifikacja form życia (i bogatych, i biedniejszych), jednolita strawa duchowa rozpylana mass-mediami — czynią indywidualną wizytę w muzeum cenną sposobnością do osobnego, własnego przeżycia, owego Gombrichowego dreszczu. Symptomem takich tęsknot jest „Song o ciszy", w którym Jonasz Kofta śpiewał o ogłuszonym dyskoteką, *że gdy się milczy, to apetyt przychodzi wilczy, na poezję co, być może, jest w nas.* Jednakże o mechanizmie psychologicznym odbioru dzieła sztuki, choćby o sposobach na koncentrację wiemy w muzeach bardzo niewiele. Dlatego i w tym zakresie muzea muszą poszerzyć swój potencjał naukowy o takie elementy psychologii sztuki, by pozwoliły stosowniej aranżować kontatkt widza z dziełem. Nie obawiam się słowa „aranżacja", bo anachronizmem jest mniemanie, iż łaska doznania estetycznego spływa na odbiorcę automatycznie gdy stanie przed obrazem. Urządzamy galerie i wystawy najczęściej, jak własne mieszkania: aby prezentowały się gustownie, niezbyt bacząc na ile takie urządzenie wspomaga proces odbioru albo czy uwzględnia wygody zwiedzającego (np. „styl laboratoryjny" zmusza widza do kontemplacji wyłącznie *en pied*). Jeśli dopuścimy wreszcie do współpracy psychologów — a Gombrich powiada, że *funkcja delectare jest zbyt ważna by pozostawić ją w rękach samych historyków sztuki* — to z pewnością zreformują oni nasze ekspozycje choćby wymogiem zmniejszenia objętości. Może wówczas rozwiną się np. koncepcje urządzenia galerii głównej (reprezentacyjnej, złożonej z arcydzieł czy „standardów") oraz galerii studyjnej (uzupełniającej o zbiory magazynowe); są to pomysły znane od 100 lat, których urzeczywistnienie wszakże koliduje z kustoszowskimi nawykami i ambicjami prezentowania wszelkich nabytków w galerii głównej.

Narastająca sytuacja, w której muzea będą autentycznie potrzebne człowiekowi uwikłanemu w blaski i nędze kultury masowej, nie stawia przed muzeum zadań zasadniczo odmiennych. Błędne są moim zdaniem poglądy o konieczności zwiększenia atrakcji w muzeach do *swimming-pools* włącznie; nie mamy potrzeby startować w konkurencji *attraction-centers,* zwłaszcza że nie mamy w niej większych szans. Potrzebna jest natomiast zmiana usytuowania pracy naukowej w działaniach muzeum. Potrzebne jest np. zniesienie barier wewnątrzmuzealnych, które powodują, że opracowania zbiorów przebiegają często na niedostępnym laikowi piętrze rozpraw i artykułów, rzadko, i powoli przyjmując kształt dostępniejszych nieco katalogów naukowych; że karty naukowe to przykry obowiązek drugiego piętra; że do opracowań zwanych popularnymi nie przywiązuje się większej wagi chociaż wiado-

mo, że dyletantyzm w oświacie muzealnej może wyrządzić więcej szkody niż brak tej oświaty (A. Grote). Widz muzealny epoki kultury masowej nie zadowoli się gawędą dla skautów, potrzebna będzie sprawna, szybsza transmisja wyników badawczych. Sądzę, że muzea mogłyby zbliżyć się do wymogów współczesnej — i przyszłej — publiczności likwidując tzw. działy oświatowe, a raczej przekształcając je w sekretariaty koordynujące. Taka reforma wymagałaby wielu pociągnięć organizacyjnych i finansowych, jak częściowa mechanizacja objaśnień ekspozycji, stworzenia stanowisk asystenta dyrektora do spraw reklamy i dyżurnego konserwatora w podręcznej bibliotece, zrównania w walorach prestiżu (niekoniecznie w złotówkach) publikacji popularnych i specjalistycznych. To zresztą tylko propozycja możliwych zabiegów, przekonana bowiem jestem, że każde muzeum musi wypracować własne, specyficzne sposoby i metody autetycznych *public relations* — jeżeli muzea mają utrzymać dotychczasową pozycję wśród urządzeń społecznych.

* Uwagi te autorka przedstawiła na Sympozjum pn. „Muzea w epoce kultury masowej" we wrześniu 1979 r. w Gołuchowie i nie sądzi by straciły na aktualności.

Bożena Steinborn

Le travail scientifique dans les musées à l'epoque de la culture de masse

Le phénomene qu'on appelle la culture de masse n'exige pas des changements techniques révolutionnaires mais seulement une certaine modification dans l'utilisation des résultats du travail scientifique. L'unification des formes sociales, „la nourriture intelectuelle" unifiée sont diffusés par les mass-media. Par contre, une visite solitaire au musée est une occasion précieuse à une réaction emotionelle, individuelle et personnelle.

Mais notre savoir sur le mécanisme psychologique de la réception de l'objet de l'art, même sur le phénomene de la concentration reste très pauvre.

C'est pourquoi les musées doivent élargir leur potentiel scientifique et y introduire les éléments de la psychologie de l'art qui permettraient d'arranger le contact l'objet exposé — le visiteur d'une façon plus adéquate. Le moment est de plus en plus proche ou les musées seront authéntiquement nécessaires à l'homme, vivant aux ombres et aux lumières de la culture de masse. Mais ce moment ne doit pas changer d'une façon essentielle les tâches du musée. Ce qui est nécessaire c'est un autre lieu du travail scientifique dans l'activité du musée. Par exemple, il faudrait supprimer les barrières intérieures dans le musée à cause des quelles les travaux scientifiques sur les collections se déroulent souvent au niveau souvent innaccessible aux "profanes", celui des discours et des articles scientifiques qui rarement et lentement prennent une forme plus accessible. Le visiteur du musée de l'époque de la culture de masse ne se contentera pas d'une "causerie pour les scouts". Il aura besoin d'une transmission vite et efficace des résultats des recherches scientifiques.

Iwona Grys

Współpraca międzynarodowa Muzeum Sportu i Turystyki w Warszawie

Powołane oficjalnie do życia w 1952 r.[1] Muzeum Sportu i Turystyki już po kilku latach działalności nawiązało pierwsze kontakty międzynarodowe. Z biegiem lat rozrastały się one systematycznie stając się trwałym elementem działalności muzeum, obejmującym m. in. wymianę pracowników, wystaw, eksponatów i informacji naukowych z zagranicznymi muzeami sportu.

Pierwszym, większym impulsem do poznania zagranicznych muzeów sportu była ogłoszona w IX edycji *International Directory of Arts* w 1967 r. lista 18 muzeów tego typu. Wcześniej młoda placówka muzealna miała już debiutanckie doświadczenia wystawiennicze za granicą, bowiem uczestniczyła w wystawie „Sporty zimowe" zorganizowanej przez Włoski Komitet Olimpijski z okazji VII Zimowych Igrzysk Olimpijskich w Cortina d'Ampezzo (1956 r.) oraz w 1959 r. w „Międzynarodowej Wystawie Sportowej" w Turynie, której organizatorem był również Włoski Komitet Olimpijski. Na wystawach poka-