

Janusz Nowiński

Zabytki Ziemi Konińskiej wartością kształtującą tożsamość i rozwój kulturowy regionu konińskiego

Seminare. Poszukiwania naukowe 36/3, 179-185

2015

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.

Ks. JANUSZ NOWIŃSKI SDB
Instytut Historii Sztuki UKSW

ZABYTKI ZIEMI KONIŃSKIEJ WARTOŚCIĄ KSZTAŁTUJĄCĄ TOŻSAMOŚĆ I ROZWÓJ KULTUROWY REGIONU KONIŃSKIEGO

W 1162 roku Senat Rzymu powziął uchwałę o objęciu opieką kolumny Trajana, stojącej od ponad tysiąca lat na Forum Trajana (została ustawiona w 131 r.). W sentencji uchwały padło stwierdzenie, że objęta troską senatu i mieszkańców Rzymu kolumna ma trwać *dum mundus durat* – tak długo, jak długo będzie istniał świat. Stwierdzenie to uznane jest dzisiaj powszechnie jako obowiązująca norma opieki nad zabytkami i perspektywy ich ochrony.

Jakże znamiennym faktem, który w kontekście rzymskiego zabytku warto przywołać zaraz na początku, jest obecność w Koninie najstarszego w naszej części Europy znaku drogowego – kamiennego obelisku-słupa, który w 1151 r. wystawił komes Piotr dla oznaczenia 52. kilometra, czyli połowy drogi pielgrzymów podążających z Kalisza do Kruszwicy traktem starożytnego szlaku bursztynowego¹. Ten najstarszy zbytek miasta i Ziemi Konińskiej pozostaje niezmiennie świadkiem prastarej historii i kulturowego znaczenia tego regionu, dokumentując jego obecność w początkach kształtowania się Polski piastowskiej. Dzisiaj, mimo wielorakich przemian jakie – zwłaszcza w ostatnich dziesięcioleciach – dokonały się w Koninie i jego okolicach, zbytek ten może być postrzegany jako swoisty symbol-pomnik definiujący tożsamość miejsca w jego historycznym i kulturowym kontekście.

1. ZABYTKI PODSTAWĄ KSZTAŁTOWANIA SIĘ TOŻSAMOŚCI KULTUROWEJ REGIONU

Dynamiczny rozwój przemysłu w Koninie i jego okolicy od lat 50. XX w. i postępujące w jego efekcie, zwłaszcza w latach 70., zmiany demograficzne związane z napływem ludności z różnych terenów, a także – co należy podkreślić – daleko idące przekształcenia środowiska naturalnego, zwłaszcza w okolicach kopalń, istotnie wpłynęły na zmianę postrzegania Konina i Ziemi Konińskiej. W obliczu tych nowych

¹ Łacińska inskrypcja na słupie informuje: „Roku wcielenia Pana naszego 1151 do Kalisza z Kruszwicy tu prawie punkt środkowy, wskazuje ta formuła drogi i sprawiedliwości, którą kazał uczynić komes palatyn Piotr i starannie też przepołożył tę drogę, abyś był go pamiętny, racz każdy podróżny modlitwą prosić łaskawego Boga”. Cyt za: T. Dunin-Wąsowicz, *Inskrypcja konińska z 1151 r.*, w: *Z dziejów regionu konińskiego*, red. M. Dembińska, Wyd. Ossolineum, Warszawa-Kraków 1970, s. 153-158.

zjawisk ważny postulatem, jeśli nie wyzwaniem, staje się kwestia określenia tożsamości kulturowej regionu konińskiego. Problem ten staje się bardzo istotny w dobie upodmiotowienia społeczności lokalnych, postrzegających swój region jako małą ojczyznę. W tym wymiarze postulat ten jawi się jako zagadnienie o doniosłym znaczeniu, zważywszy na dokonujące się obecnie procesy globalizacji i towarzyszące im zjawiska homogenizacji kultury i obyczajowości.

Podstawą tożsamości kulturowej, będącej jedną z form więzi społecznej, jest identyfikacja jednostki z określonym zespołem wartości, idei, zachowań i obyczajów oraz depozytem kultury. Warto przypomnieć, że człowiek nie jest w stanie określić swojej tożsamości, tak indywidualnej, jak i społecznej, bez poczucia miejsca, posiadanego dziedzictwa, bez świadomości historii i tradycji i związania z nimi. Trafnie konstatuje to stwierdzenie Isaiaha Berlina: „Tylko barbarzyńcy nie są ciekawi, skąd przychodzą, jak stali się tym, czym są, ani dokąd zdają się zmierzać i czy pragną iść właśnie tam, a jeśli tak, to dlaczego, a jeśli nie – to dlaczego nie”². Podmiotowość społeczności małych ojczyzn wyraża się m.in. w wyborze i promowaniu wartości uznanych przez nią za cenne i istotne dla zachowania jej tożsamości. Bogactwo tych wartości społeczność przechowuje i chroni – można je przyrównać do korzeni, z których wyrasta, i z którymi wiąże nadzieje jutra. Poznanie i przyjęcie ich przez mieszkańców małej ojczyzny stanowi warunek integracji z nią, zakorzenienia.

Jedną z istotnych wartości budujących świadomość historyczną i tożsamość kulturową narodu, a w jego ramach społeczności małych ojczyzn, są zabytki. Stanowią one bezcenny kapitał dziedziczony pokoleniowo i budujący prestiż nie tylko miejsca, w którym się znajdują, ale również całego regionu. Odziedziczony kapitał zabytków nie można pomnożyć, można go jednak utracić przez zaniedbanie i brak troski o zachowanie jego substancji. Należy pamiętać, że podstawową wartością tego kapitału jest jego autentyczność, utożsamiany potocznie z oryginalnością i niepowtarzalnością. To dzięki walorom autentyczności zabytek łączy z przeszłością, będąc równocześnie niczym niezastąpionym źródłem poznania tego co minione, istotnym czynnikiem kształtującym świadomość historyczną i tożsamość narodową kolejnych pokoleń, w tym przede wszystkim świadomość i tożsamość kulturową danego regionu – małej ojczyzny.

Obszar Ziemi Konińskiej jest dziś kojarzony z obecnym terytorium Powiatu Konińskiego, które zaczęło się kształtować w 2. poł. XIX w. w okresie Królestwa Polskiego. W tym nowym, porozbiorowym kształcie obszar powiatu konińskiego dokumentuje mapa zamieszczona w *Atlasie Geograficznym Illustrowanym Królestwa Polskiego*, wydanym w 1907 r. przez Józefa Michała Bazewicza³. Plansza 21. *Atlasu*, obok mapy terytorium powiatu, prezentuje również trzy zabytkowe budowle, które – zdaniem wydawcy – mają w szczególny sposób charakteryzować miasto i ówczesny powiat.

² I. Berlin, *Pokrzywione drzewo człowieczeństwa*, red. H. Hardy, tłum. M. Pietrzak-Merta, M. Tański, Wyd. Prószyński i S-ka, Warszawa 2004.

³ Zob. *Atlas Geograficzny Illustrowany Królestwa Polskiego na podstawie najnowszych źródeł opracowany*, red. J. M. Bazewicz, Wyd. J. M. Bazewicza, Warszawa 1907, plansza 21.

Są to: koniński ratusz, kościół farny św. Bartłomieja oraz kościół franciszkanów. Dyskusując się od oceny tego wyboru, należy jednak stwierdzić, że na pewno nie jest on reprezentatywny dla historii i kulturowego dziedzictwa Ziemi Konińskiej.

Dlatego, podejmując próbę określenia jej tożsamości kulturowej w kontekście zabytkowego dziedzictwa, należy przywołać obszar przedrozbiorowy powiatu konińskiego, związany z terytorium dawnego województwa kaliskiego i kasztelanii łądzkiej. Przedrozbiorowy powiat koniński, położony na pograniczu wschodniej Wielkopolski i Kujaw, pokrywał się w przybliżeniu z dzisiejszymi terenami powiatów konińskiego i kolskiego oraz częściowo słupeckiego i tureckiego. W ramach województwa graniczył z trzema innymi powiatami: kaliskim (granica południowa), pyzdrowskim (granica zachodnia) oraz gnieźnieńskim (granica północno-zachodnia). Od wschodu sąsiadował z trzema województwami: brzesko-kujawskim, łęczyckim i sieradzkim⁴. Obecne granice powiatu konińskiego tylko w części pokrywają się z jego historycznym terytorium.

To bezcenne dziś zabytki tego obszaru, a do rozbiorów prężne ośrodki życia politycznego, zakonnego i bogactwa kultury w jej różnorodnych aspektach, kształtowały świadomość – przede wszystkim świadomość historyczną, potencjał umysłów, duchowość i życie religijne, wrażliwość estetyczną i wyobraźnię mieszkańców tej ziemi. Warto przedstawić najważniejsze zabytki ulokowane w jej pobliżu.

W promieniu około 50 kilometrów od Konina znajdowało się nie tylko wojewódzkie miasto Kalisz (52 km) z sięgającą połowy XIV w. kolegiatą Wniebowzięcia NMP, klasztorem i kościołem św. Mikołaja kanoników regularnych laterańskich, obecnych tu od 2. poł. XII w., ufundowanym w 1256 r. klasztorem franciszkanów wraz z kościołem św. Stanisława biskupa, słynnym kolegium jezuickim czynnym od ostatniej ćwierci XVI w. i jego kościołem św. biskupów Stanisława i Wojciecha, oraz ufundowanym w tym samym czasie klasztorem bernardynów wraz z kościołem Nawiedzenia NMP, a także XVIII-wiecznym klasztorem i kościołem św. Józefa franciszkanów reformatów. W zasięgu ok. 50 km znajdowała się także romańska kolegiata św. św. Piotra i Pawła w Kruszwicy z 1. poł. XII w. (52 km), opactwo kanoników regularnych w Trzemesznie ufundowane w 1. ćwierci XII w. (64 km) z kościołem Wniebowzięcia NMP z lat 1762-1781, romański klasztor i kościół św. Trójcy sióstr norbertanek w Strzelnie, obecnych tu od ok. 1175 r. (56 km) i ufundowane w tym samym czasie cysterskie opactwo Najświętszej Marii Panny i św. Mikołaja w Łądzie (32 km), należące dziś do elitarnej grupy 54 polskich zabytków wpisanych na listę Pomników Historii (warto przypomnieć, że w 2011 r. Polska posiadała 65071 zabytków nieruchomych). W promieniu tej odległości można także odnaleźć franciszkański klasztor w Pyzdrach (49 km), ufundowany w 2. poł. XIII w., i jego kościół św. Jana Chrzyciela przebudowany w połowie wieku XVIII, klasztor bernardynów wraz z kościołem Nawiedzenia NMP w Kole (30 km), ufundowany w 2. poł. XV w., pałac biskupów

⁴ Zob. M. Gochna, M. Słoń, *Powiat koniński w XVI wieku*, publikacja w zbiorach Wielkopolskiej Biblioteki Cyfrowej, <<http://www.wbc.poznan.pl/dlibra/doccontent?id=203948&from=FBC>>, (data dostępu: 2.05.2013).

poznańskich w Ciężeniu z lat 60. XVIII w. (37 km) i przechowywaną tam dziś europejskiej sławy kolekcję masoników. W bliskim sąsiedztwie Konina ulokowany był zamek i kościół św. Andrzeja w Gosławicach (9 km) wzniesiony w 1. ćwierci XV w., klasztor bernardynów i kościół św. Pięciu Braci Męczenników w Kazimierzu Biskupim z początku XVI w. (15 km), erem kamedułów w Bieniszewie, założony w latach 60. XVII w. z kościołem Narodzenia NMP wzniesionym w latach 1747-1781 (10 km). W pobliżu Konina znajdują się również sanktuaria maryjne: Matki Bożej Bolesnej w Skulsku z cudowną Pietą z ok 1420 r. (32 km) i Matki Bożej Pocieszenia w Kawnicach (8 km), z łaskami słynącym obrazem Matki Bożej Pocieszenia namalowanym w 1628 r. w typie rzymskiego obrazu Matki Bożej Śnieżnej, a także, od połowy XIX w., sanktuarium w Licheniu (16 km).

2. DZIEDZICTWO KULTUROWE W STRATEGII ROZWOJU ZIEMI KONIŃSKIEJ

Trudno przecenić znaczenie kulturowe tego bogatego dziedzictwa, którego nie można, a nawet nie wolno pomijać nie tylko w rozważaniach nad tożsamością kulturową Ziemi Konińskiej, ale również w dyskusji nad strategią jej rozwoju. Mało która z tzw. małych ojczyzn może się poszczycić taką obfitością, a zarazem różnorodnością, miejsc i obiektów zabytkowych definiujących jej przeszłość i określających jej współczesną pozycję. Świadomość tego bezcennego kapitału powinna towarzyszyć społeczności lokalnej, ale przede wszystkim władzom samorządowym, stanowiąc dla nich inspirację, ale i wyzwanie dla zbudowania odpowiednio skonstruowanej strategii lokalnej, wykorzystującej obecność w regionie takiej ilości i tak wysokiej klasy zabytków – jak chociażby dawne opactwo w Łądzie należące do elitarnej grupy Pomników Historii – jako swoistego generatora różnorodnych inicjatyw społecznych, gospodarczych, kulturalnych, a przede wszystkim edukacyjnych.

Znaczący udział zabytków w tworzeniu kondycji wizerunkowej i ekonomicznej miejscowości czy regionu jest dziś rzeczą oczywistą. Według danych Komisji Europejskiej, obrazujących uczestnictwo mieszkańców Europy w kulturze, najczęstszą formą ich aktywności w tym zakresie jest odwiedzanie miejsc historycznych, w tym zabytków. Dane te wskazują na olbrzymi potencjał tkwiący w dziedzictwie kulturowym, które może być, a w wielu przypadkach już jest, motorem strategii rozwoju postrzeganego nie tylko w zakresie – oczywiście w tym kontekście – branży turystycznej (pozostającej, *nota bene*, najlepiej rozwijającym się sektorem światowej gospodarki, nawet w obecnej dobie kryzysu).

W przypadku Ziemi Konińskiej połączenie walorów rekreacyjnych znajdujących się na jej terenie jezior i pradoliny Warty z bogactwem zabytków tego regionu tworzy jedyną w swoim rodzaju, wręcz unikalną ofertę czynnego i ubogaconego kulturalnie wypoczynku. Program takiej oferty – według mojego rozeznania – jest wciąż zadaniem do wykonania, dlatego też winien stać się priorytetowym postulatem adresowanym do władz samorządowych i kompetentnych instytucji odpowiedzialnych za promocję miasta i regionu.

Nie bez znaczenia dla oferty promującej region koniński są jego współczesne walory komunikacyjne. Zarówno autostrada A2, jak i sieć dróg krajowych i lokalnych tworzą możliwość szybkiego dotarcia do atrakcyjnych miejsc, co dla współczesnego turysty jest okolicznością o podstawowym znaczeniu. Nie można tu pominąć obecności rzeki Warty skomunikowanej kanałami Warta-Gopło i Ślesińskim z atrakcyjnymi szlakami wodnymi okolicznych jezior i Pojezierza Kujawskiego. To kolejna okoliczność wyróżniająca region koniński na turystycznej mapie Polski.

Takie bogactwo i różnorodność walorów Ziemi Konińskiej w ich promocji wymaga koordynacji działań różnych podmiotów, również na poziomie ponadregionalnym, ze szczególnym podkreśleniem inwestycji w nowoczesną strukturę informacji turystycznej. Ta z kolei zakłada dobre rozpoznanie wszystkich atrakcji okolicy, a zwłaszcza substancji zabytkowej. W ramach promocji różnorodnych walorów regionu, które można określić językiem współczesnego marketingu jako produkt „Ziemia Konińska”, potrzebna jest kampania na rzecz budowy jego marki, czyli – posiłkując się znowu terminologią marketingu – branding. Angielski termin *branding* to pojęcie z zakresu ekonomii, oznaczające połączenie działań marketingowych z zaangażowaniem społecznym. Jest konstrukcją symboliczną, nadającą znaczenie produktowi i budzącą wokół niego pozytywne skojarzenia emocjonalne. Tradycyjnie tego typu działania są wykorzystywane w sektorze sprzedaży, ale branding to również nieodłączny element budowania tożsamości, w tym tożsamości regionalnej. Branding w sektorze publicznym często mylony jest z działaniami marketingowymi. Tymczasem budowa marki jest zdecydowanie czymś bardziej złożonym niż proste zabiegi marketingowe, gdyż wymaga zaangażowania ze strony ludzi, w tym wypadku lokalnej społeczności, która identyfikuje się z produktem, nazwanym w tym przypadku „Ziemia Konińska”.

Działania w zakresie brandingu muszą być interaktywne, czyli angażować wszystkie podmioty zainteresowane budowaniem marki produktu, zarówno na etapie tworzenia strategii, jak i jej realizacji. W tym momencie ogromną rolę pełni partycypacja społeczna, gromadzenie opinii, badanie potrzeb i oczekiwań. Aby wspierać budowaną markę, społeczność regionu powinna nie tylko ją znać (tu niezastąpiona rola edukacji i popularyzacji jej walorów), ale także identyfikować się z nią i poczuwać do współodpowiedzialności. Wysoka jakość substancji zabytkowej oraz atrakcyjność oferty rekreacyjnej regionu konińskiego stanowią gwarancję stworzenia silnej marki produktu „Ziemia Konińska”, którego hasło promocyjne mogłoby brzmieć np.: „Ziemia Konińska – bogactwo natury i kultury”.

Ważnym elementem w strategii budowy marki „Ziemia Konińska”, symbolicznym spoiwem i identyfikatorem wspólnych działań, powinno stać się jej logo. Jego obecność wyróżniać będzie miejsca i wydarzenia związane z promocją regionu, włączone w strategię budowania jego marki. W opracowaniu koncepcji graficznej tego znaku nie może być pominięty walor dziedzictwa zabytkowego.

Równie istotnym elementem tej strategii, w dzisiejszych czasach wręcz niezbędnym, jest stworzenie strony internetowej „Ziemia Konińska”. W przygotowaniu jej scenariusza istotną rolę powinna pełnić prezentacja bogactwa dziedzictwa kulturo-

wego, a w jego ramach substancji zabytkowej. Wiele zabytków regionu konińskiego posiada już własne strony internetowe, które prezentują je w oderwaniu od regionu. Natomiast sam region koniński nie posiada odpowiedniego medium, dzięki któremu zainteresowani mogliby poznać jego różnorakie walory i bogactwo dziedzictwa przeszłości. Postulowana strona powinna zawierać interaktywną mapę z wyróżnionymi obiektami zabytkowymi. Zakres tej mapy nie może się ograniczać jedynie do administracyjnego terytorium dzisiejszego powiatu konińskiego, ale powinien obejmować także zabytki szerszej okolicy, historycznie i kulturowo związane z Ziemią Konińską. Każdy z obecnych na mapie obiektów winien być przedstawiony według opracowanego wspólnego schematu, uwzględniającego prezentację wizualną, syntetyczną część merytoryczną uwzględniającą znaczenie historyczne i kulturowe zabytku w regionie, a także informacje komunikacyjne wraz z podaniem współrzędnych GPS.

Należy też zwrócić uwagę na fakt, że strategia promocji marki regionu, uwzględniająca na odpowiednim poziomie jego zabytki, zaowocuje w ich przypadku efektem sprzężenia zwrotnego. Jeśli strategia brandingowa okaże się skuteczna, to przy odpowiedniej motywacji i aktywizacji właścicieli i gospodarzy zabytkowych i rekreacyjnych obiektów, a także władz lokalnych, każde z tych miejsc może stać się okazją do promocji regionu przez obecność i przekaz materiałów informacyjnych na jego temat wraz z dalszymi propozycjami turystyczno-wypoczynkowymi. Przykładem niech będzie projekt rewitalizacji i rekonstrukcji dawnych ogrodów łódzkiego opactwa, przygotowany w 2007 r.⁵ Osobną częścią opracowanego projektu była koncepcja zagospodarowania odcinka dawnej drogi Słupca-Zagórów, zakończonego niegdyś rozebrany, nie tak dawno drewnianym mostem. Biorąc pod uwagę ruch turystyczny wokół łódzkiego zabytku, projekt przewidywał na kończącej drogę nadbrzeżnej skarpie rekonstrukcję przeszła rozebranego drewnianego mostu o oryginalnej konstrukcji i utworzenie na nim platformy widokowej pozwalającej podziwiać unikalne walory krajobrazowe pradoliny Warty, a także architekturę klasztoru i kościoła łódzkiego opactwa. Na platformie, oraz na parkingu planowanym przed nią, miały się znaleźć plansze informacyjne promujące walory i atrakcje Nadwarciańskiego Parku Krajobrazowego oraz okolicy⁶. Projekt ten, jak wiele jemu podobnych, pozostał niestety tylko na papierze, gdyż ani ówczesny sołtys Gminy Łądek ani władze Starostwa Słupckiego nie byli zainteresowani taką formą promocji okolicy i jej walorów (należy tu także dodać, że należący do gminy teren proponowany pod projektowaną platformę widokową krótko później został przez nią sprzedany prywatnemu nabywcy i do dziś pozostaje niezagospodarowany).

Przedstawiony tu przykład pokazuje wyraźnie, że promocja zabytkowego dziedzictwa regionu, będąca na pierwszym miejscu zadaniem władz lokalnych i samo-

⁵ Zob. J. Nowiński, *Ogrody dawnego założenia cysterskiego w Łądzie nad Wartą – historia oraz współczesna koncepcja ich rewaloryzacji i rewitalizacji*, *Seminare* 26(2009), s. 351-374.

⁶ Zob. tenże, *Koncepcja zagospodarowania końcowego odcinka dawnej drogi Słupca-Zagórów we wsi Łąd nad Wartą wraz ze skarpią pomiędzy działkami NR 315 i 516/1. Miejsce informacji turystycznej wsi Łąd, Gminy Łądek, Powiatu Słupckiego, Nadwarciańskiego Parku Krajobrazowego, Łomianki-Łąd 2007*, mps w archiwum Starostwa w Słupcy i w posiadaniu autora.

rządowych, bez ich zaangażowania i wsparcia, a także współpracy w ramach przyjętej strategii, nawet przy wysiłkach i zaangażowaniu osób prywatnych, w tym opiekunów zabytków, jest skazana na niepowodzenie.

Przywołana na wstępie uchwała rzymskiego senatu roztracająca opiekę nad kolumną Trajana zwraca uwagę na fakt, że warunkiem trwania substancji zabytków jest społeczna świadomość ich bezcennej wartości i wynikająca z niej troska o jej zachowanie. W kształtowaniu i kontynuacji tej postawy kluczowe znaczenie ma odpowiednio uformowana polityka edukacyjna. Dlatego ważnym postulatem, adresowanym do władz samorządowych odpowiedzialnych za edukację, jest wprowadzenie do programów nauczania wiedzy na temat dziedzictwa kulturowego regionu. Wykorzystanie w procesie kształcenia walorów edukacyjnych zabytkowego dziedzictwa, warunkującego zakorzenienie w regionie i jego kulturowej tożsamości, leży w żywotnym interesie społeczności całej ojczyzny i jej władz samorządowych.

MONUMENTS OF THE KONIN DISTRICT AND THEIR ROLE IN SHAPING THE IDENTITY AND CULTURAL DEVELOPMENT OF THE REGION

Summary

The dynamic development of industry in Konin and its vicinity launched in the 1950s and the issuing inflow of population from different regions have altered the character and perception of Konin and the Konin District. In view of all these new phenomena, it is of major importance to culturally define the latter.

It is monuments that constitute one of the essential values consolidating historical awareness and cultural identity of a nation and, within it, of small communities (*Heimats*). Monuments create priceless legacy passed on from generation to generation, while building the prestige of, not only, the place where they are located, but also, of the whole region.

Today's territory of the Konin District differs from its historical boundaries, altered and trimmed after Poland's partitions in the late 18th c. The cultural identity of the region was for many centuries shaped by an impressive set of monuments present within the pre-partition Konin District. Also today, the rich legacy of monuments should contribute to the cultural identity and development strategy of the region.

The high quality of the historic substance and the Konin Region's attractive leisure offer promise a strong tourist branding of the 'Konin District' whose promotional motto could read: 'The Konin District - rich in nature and culture.'

Keywords: Konin District, Konin, cultural legacy, cultural identity, branding, monument promotion

Nota o Autorze: dr Janusz Nowiński SDB – historyk sztuki, pracownik Instytutu Historii Sztuki UKSW, kustosz zabytków dawnego opactwa w Łądzie, konsultant Towarzystwa Salezjańskiego Inspekcji pw. św. Wojciecha w zakresie sztuki sakralnej i konserwacji zabytków, organizator i współautor wystaw sztuki współczesnej, twórca koncepcji i współautor projektów wystroju wnętrz sakralnych.

Słowa kluczowe: Ziemia Konińska, Konin, dziedzictwo kulturowe, tożsamość kulturowa, branding, promocja zabytków