

**Elżbieta Nieroba**

Uniwersytet Opolski

**Starzenie się społeczeństwa a przyszłość muzeum****Streszczenie**

Zmiany demograficzne, które przekształcają krajobraz społeczny, wymuszają na muzeach dostosowanie swojej działalności do współpracy z nowymi grupami odbiorców. Oferta przygotowana przez muzea powinna uwzględniać specyficzne potrzeby starzejącego się społeczeństwa – od aranżacji przestrzeni, po zaprojektowanie programu kształcenia ustawicznego dopasowanego do możliwości intelektualnych starszej grupy odbiorców oraz innych propozycji zaangażowania seniorów w działalność muzeum. Opracowanie efektywnej oferty wymaga zidentyfikowania potencjalnych barier utrudniających osobom starszym korzystanie z propozycji muzealnych, z drugiej zaś strony rozpoznania jakie oczekiwania wobec muzeów mają seniorzy. Różnorodność motywacji kierujących publiczność do muzeum oraz wielość poszukiwanych doświadczeń pociąga za sobą konieczność poszukiwania przez muzealników rozwiązań, które będą szanować i zaspokajać te wszystkie potrzeby. W artykule przyglądam się także praktykom podejmowanym przez muzea polskie i zagraniczne wobec seniorów.

**Słowa kluczowe:** muzeum, starzenie się społeczeństwa, uczestnictwo w kulturze

Proces starzenia się społeczeństw, którego wskaźnikiem jest rosnąca liczba obywateli powyżej 65 roku życia, stanowi jedno z ważniejszych wyzwań, przed jakimi stoją kraje zachodnie w XXI wieku. Przeobrażanie struktury demograficznej ludności nieuchronnie wpływa na działalność instytucji kultury, które muszą się zmierzyć z oczekiwaniami nowego segmentu swojej potencjalnej publiczności – seniorów. Kluczowe zadanie, z którym borykają się te instytucje sprowadza się do rozpoznania oraz dostosowania swoich usług do zmieniających się potrzeb odbiorców oferty kulturalnej. Zachodzące zmiany społeczne traktują zarówno jako wyzwanie, ale także jako szansę dla rozwoju nowego charakteru współpracy ze społecznościami lokalnymi. Wiele muzeów potrafi dobrze odnaleźć się w zmieniającym się otoczeniu społecznym i opracowuje strategie pracy z seniorami przynoszące korzyści z perspektywy odbiorcy, instytucji oraz w wymiarze społecznym, jednak zagadnienie starzejącej się publiczności wymaga stałej uwagi ze strony praktyków zaangażowanych w konstruowanie oferty kulturalnej, jak i teoretyków z różnych dyscyplin podejmujących problem statusu seniorów w życiu społecznym.

## Specyfika potrzeb kulturalnych seniorów

Wiek w dużym stopniu determinuje dostęp do pewnych doświadczeń społecznych, do innych zaś limituje, dlatego też aktywność instytucji kultury sprofilowana jest na przełamanie bariery izolacji społecznej odczuwanej przez seniorów. Katalog dobrych praktyk uwzględniających zmiany demograficzne z perspektywy muzeów wskazuje na dwie główne kwestie: promowanie nauczania przez całe życie oraz wspieranie zaangażowania seniorów w sprawy lokalne. Materiał empiryczny wskazuje, że osoby w wieku emerytalnym, ale w dalszym ciągu pracujące, deklarują większy poziom partycypacji w sektorze kultury niż ich niepracujący rówieśnicy – częściej chodzą do kina, teatru, na koncerty czy wystawy, angażują się w sprawy społeczności lokalnej. Jednak „częściej” nie oznacza w tym przypadku masowego zainteresowania kulturą – jedynie 12% pracujących seniorów odwiedza galerie czy muzea, podczas gdy blisko połowa Polaków (46%) niepobierających jeszcze świadczeń emerytalnych planuje poświęcić część swojego wolnego czasu w jesieni swojego życia na bliski kontakt ze sztuką (warto dodać, że im młodszy respondenci, tym częstsze deklaracje aktywnych form uczestniczenia w życiu kulturalnym). Wyraźne rozbieżności pomiędzy zamiarami a rzeczywistością świadczą o stopniowym wycofywaniu się osób starszych z życia społecznego, preferowaniu biernych sposobów spędzania czasu (CBOS 2009). W obliczu procesu odsuwania (się) seniorów z aktywności społecznych, muzea powinny działać na rzecz wypracowania przestrzeni skrojonej według potrzeb i wymagań starszych odbiorców, która zmobilizuje ich do wyjścia z czterech ścian i skonfrontowania się z nową dla nich sytuacją, do podjęcia próby przededefiniowania swojej pozycji w społeczeństwie, do nawiązania inspirujących kontaktów, nabycia nowych kompetencji i umiejętności.

Specyfikę pracy z osobami starszymi na polu nie tylko kultury rozważają autorzy raportu „Aktywni seniorzy. Inspirator dla organizacji” (Schimanek, Wejcman, s. 44–49). Projekt zaangażowania seniorów zakończy się sukcesem jedynie w sytuacji odrzucenia negatywnych stereotypów utożsamiających starość z chorobą, samotnością oraz biernością. Kolejna wskazówka dotyczy zindywidualizowanego podejścia do osób, z którymi instytucja podejmuje współpracę – zapewni to w miarę dogłębne poznanie historii jej życia, zrozumienie motywacji, określenie korzyści jakie przyniesie podjęcie aktywności oraz ustalenie jakimi atutami przydatnymi w planowanych działaniach społecznych dysponuje senior. Skonstruowana na bazie tych informacji oferta nie powinna nadmiernie wykraczać poza doświadczenia seniorów (nie jest łatwo zmienić nawyki i przyzwyczajenia osób starszych – zbyt rewolucyjne pomysły mogą zniechęcić ich do współpracy), natomiast formą gratyfikacji za zaangażowanie się w często nieznaną im dotychczas praktyki musi być satysfakcja, docenienie, dowartościowanie.

Projektowanie oferty skierowanej do seniorów musi także uwzględniać ich specyficzny sposób korzystania z kultury. Opisana w latach 90. XX wieku koncepcja wszechkożerności kultury podkreśla różnorodność gustów i heterogeniczny, nieprzewidywalny charakter konsumpcji kultury, a także odchodzenie od hierarchicznego modelu kultury na rzecz niejednolitego i sfragmentaryzowanego fenomenu społecznego. Richard Peterson i Roger Kern opierając się na materiale empirycznym zaobserwowali, że tendencja do większego zainteresowania różnymi formami kultury widoczna jest szczególnie wśród młodszego pokolenia odbiorców. Oprócz

różnicy pokoleniowej kolejną okolicznością sprzyjającą rozprzestrzenianiu się kategorii wszytkożerności jest wzrost poziomu wykształcenia, dostęp do mediów, mobilność społeczna (Peterson, Kern 1996, s. 905–906). W kontekście polskim można założyć, że seniorzy są tą kategorią społeczną, której bliższa jest konsumpcja kultury zunifikowanej – stanowi to praktyczną wskazówkę dla animatorów kultury, jakiej propozycji oczekują starsi odbiorcy i jak potencjalnie mogą odbierać trend wykorzystywania specyficznych dla kultury popularnej narzędzi do konstruowania narracji muzealnych. Proces popkulturyzacji oferty muzeum umożliwia wpisanie tradycyjnych funkcji kulturalnych i edukacyjnych w ramy atrakcyjnej rozrywki, chociaż może być oceniany również jako zjawisko niepożądane ze względu na przedkładanie łatwej w odbiorze rozrywki nad merytoryczną oprawę ekspozycji. W 2010 roku zapytano blisko 40 000 zwiedzających amerykańskie muzea, co było głównym powodem odwiedzenia placówki muzealnej (Museums... 2011). Respondentom zaproponowano następujące możliwości do wyboru: ciekawość, czas spędzony z rodziną, zabawa, edukacja dla dzieci, przypadkowa wizyta w trakcie wakacji. Okazało się, że jedna z odpowiedzi wzbudziła kontrowersję, mianowicie „zabawa” jako główny powód odwiedzin. Wśród komentarzy pojawiły się głosy, że takie określenie nie oddaje charakteru przeżycia doświadczanego w muzeum, ewokuje raczej park tematyczny, deprecjonując tym samym elitarny charakter placówki kulturalnej. Głębsza analiza zebranych danych ujawniła pewne prawidłowości. Otóż koncepcja zabawy podzieliła pokolenia – osoby młode oraz rodzice dzieci niepełnoletnich wybierały „zabawę” jako główny powód wizyty w muzeum w przeciwieństwie do osób po 50. roku życia, dla których miała ona negatywne konotacje i kojarzyła się głównie z nadmiernym uproszczeniem języka wystawy oraz hałasem, a nie relaksem i przyjemnie spędzonym czasem:

Znaczna część odbiorców oczekuje od sztuki przede wszystkim rozrywki, wypełnienia wolnego czasu, oderwania się od rzeczywistości, od „szarości dnia”; szuka się sztuki dla uzyskania podnieć silnych, przeżyć wstrząsających, których poskapiło życie; inni zaś pragną w sztuce znaleźć radość spokojną, ukojenie, fikcyjne choćby zaspokojenie swoich pragnień; są tacy, którzy chcą poprzez sztukę uzyskać poznanie świata i życia, znaleźć rozwiązanie nękających ich problemów; inni wreszcie traktują sztukę jako zwierciadło, w którym można zobaczyć samego siebie, osobiste, najbardziej intymne sprawy, znaleźć afirmację postaw życiowych, podniecie do marzeń o przyszłości itp. (Gołaszewska 1973, s. 286).

Warto mieć zatem na uwadze, że demokratyzacja oferty może prowadzić do – świadomej bądź nie – symbolicznej ekskluzji pewnych grup publiczności, szczególnie tych zagrożonych wykluczeniem społecznym. Tymczasem celem polityki europejskiej jest przezwyciężanie barier (w wymiarze ekonomicznym, czasowym i przestrzenno-geograficznym) w dostępie do kultury. Priorytet ten znajduje odzwierciedlenie w Strategii Rozwoju Kapitału Społecznego (2013), gdzie mowa jest o zwiększeniu „obecności kultury w życiu codziennym ludzi przez stałe zwiększanie dostępności do zasobów kultury i kształcenia nawyków kulturowych” oraz modernizacji infrastruktury i rozszerzeniu „ról społecznych instytucji kultury” (Strategia... 2013, s. 4). Pierwzoplanowym zadaniem w obszarze kultury jest rozwój i efektywne wykorzystanie potencjału kulturowego oraz kreatywnego poprzez wzmocnienie roli kultury w budowaniu spójności społecznej oraz wzmocnienie znaczenia kultury w rozwoju społeczno-gospodarczym (Strategia... 2013, s. 9). Natomiast w obszarze

postaw i kompetencji społecznych nacisk położony jest na wykształcenie trzech umiejętności – kooperatywności, komunikatywności oraz kreatywności (*Strategia...* 2013, s. 12).

Przywołane okoliczności – preferowane sposoby uczestnictwa w kulturze seniorów oraz kierunki europejskiej polityki kulturalnej – wyznaczają pole do konstruowania oferty kulturalnej aktywnie stawiającej czoła wyzwaniom związanym ze starzeniem się społeczeństwa. Efektywnie sprofilowane programy skierowane do osób starszych mogą przyczynić się do jakościowej zmiany ich życia dzięki zaszczepieniu motywacji do angażowania się w nowe działania w zakresie kształcenia. W literaturze przedmiotu opisującej strategię uczenia się zidentyfikowano kilka cech charakteryzujących proces zdobywania wiedzy przez seniorów. Po pierwsze, dorośli podejmujący decyzję o dalszym kształceniu chcą udowodnić swoją niezależność, samodzielność oraz odpowiedzialność za swoje życie. Po drugie, chcą wiedzieć, jakie korzyści przyniesie im podjęty trud dalszej nauki oraz jakie są negatywne konsekwencje niepodjęcia kształcenia. Zasadniczą różnicą pomiędzy uczącymi się dziećmi a dorosłymi stanowi bogate doświadczenie tych ostatnich, zróżnicowane motywacje stojące u podstaw uczenia się ustawicznego, jednak głównym motorem działania są motywacje wewnętrzne, a także rozmaite style zdobywania wiedzy.

Kolejnym atrybutem edukacji seniorów jest wybór informacji i umiejętności, które mogą zostać natychmiast wykorzystane w życiu codziennym (np. do rozwiązania konkretnego problemu). Oznacza to, że program muzealny skierowany do seniorów powinien uwzględniać wybór poziomu informacji oraz sposobu jej interpretacji, stwarzać warunki do przeżywania intensywnych doświadczeń edukacyjnych, które zaspokoją motywację wewnętrzną, brać pod uwagę aspekt społeczny uczenia się (możliwość dzielenia się wiedzą, przemyśleniami, doświadczeniem życiowym, stworzenie platformy do zadawania pytań krytycznych). Należy uwzględnić fakt, że seniorzy nie zawsze czują się komfortowo we współczesnym świecie – mogą być wykluczeni cyfrowo i/lub odrzucać pewne idee i treści jako stojące w sprzeczności z ich poglądem na rzeczywistość (Kelly i in., s. 53–54).

## **Wpływ partycypacji kulturalnej na jakość życia seniorów**

Zarówno praktycy, jak i teoretycy są zgodni, że jednym z najbardziej widocznych trendów współczesnego muzealnictwa jest partycypacja, co ściśle związane jest z podmiotowym traktowaniem odwiedzających. Stopniową zmianę paradygmatu „obiekto-centricznego” (skoncentrowanego na kolekcji i jej ochronie) na ten uwydatniający rolę odbiorcy znaleźć można zarówno w literaturze przedmiotu, jak i w głównych dokumentach najważniejszych stowarzyszeń muzealnych na świecie (na przykład opublikowanych w Międzynarodowej Radzie Muzeów). Symbolem tych zmian stała się koncepcja „nowej muzeologii”. Termin ten wszedł do języka teorii pod koniec lat 80. XX wieku, wraz z publikacją pod takim właśnie tytułem pod redakcją Petera Vergo. Angielski historyk sztuki zdefiniował nową muzeologię w opozycji do „starej”. Dawnej muzeologii zarzuca zbytnią koncentrację na metodach i zaniedbanie społecznego kontekstu działania – cała uwaga skupiona była na kwestiach administracyjnych i osiąganych „sukcesach”, czyli wystarczającym finansowaniu i wysokiej frekwencji. Nie podejmowano natomiast refleksji na temat

społecznych i politycznych wymiarów i skutków działalności muzeów (Vergo 2006, s. 3–4). Obecnie kluczowym zadaniem muzeum staje się propagowanie idei egalitarnego i sprawiedliwego społeczeństwa. Związane jest to z przyjęciem założenia, że kultura działa na rzecz konstruowania i reprodukowania poczucia tożsamości indywidualnej i zbiorowej oraz kształtowania społecznej i etycznej odpowiedzialności (Hooper-Greenhill 2007, s. 1). Z tej perspektywy na muzeum można spojrzeć jak na „trzecią przestrzeń”, o której pisał Ray Oldenburg (1999), a więc na neutralną i bezpieczną przestrzeń publiczną sprzyjającą społecznym interakcjom i zaangażowaniu oraz unieważniająca wszelkie dystynkcje społeczne. Obecność tej przestrzeni jest niezbędna dla budowania społeczeństwa obywatelskiego, demokracji, zaangażowania oraz zakorzenienia w danej społeczności lokalnej.

Zaangażowanie społeczne jest uważane za istotny czynnik przyczyniający się do udanego procesu starzenia się. Ponieważ obszar badań nad partycypacją kulturową w kontekście starzenia się jest stosunkowo nowym polem zainteresowania, nie dysponujemy zadowalającą liczbą wysokiej jakości raportów badawczych na ten temat. Warto jednak rozważyć wnioski płynące z dostępnych opracowań, dotyczące wpływu sztuki na zdrowie psychiczne i fizyczne jednostek oraz jej funkcję więziotwórczą.

Istnieje coraz więcej przekonujących dowodów na to, że uczestnictwo w aktywnościach kulturalnych przynosi pozytywne efekty w przypadku do osób starszych w postaci zwiększenia pewności siebie oraz poczucia własnej wartości, odkrywania nowych aspektów swojej tożsamości i pozytywnych stron swojej pozycji w społeczeństwie. Kontakt ze sztuką stanowi również silny impuls przeciwdziałający społecznej izolacji i samotności. Seniorzy cierpiący na demencję poprzez zaangażowanie w sztukę mogą poprawić swoje funkcje poznawcze, komunikacyjne, pamięć oraz twórcze myślenie. Negatywną konsekwencją aktywności w często nowych dla seniorów praktykach jest poczucie frustracji, gdy nie potrafią spełnić oczekiwanego przez siebie poziomu kunsztu artystycznego.

W aspekcie zdrowia fizycznego wśród osób aktywnych obserwuje się niższy wskaźnik umieralności, lepszy stan zdrowia, mniejszą liczbę objawów depresyjnych. Czynniki seniorzy są również bardziej sprawni fizycznie niż ich bierni rówieśnicy. Natomiast unikanie aktywnych form spędzania wolnego czasu oraz uczestnictwa w kulturze związane jest z wyższym wskaźnikiem zachorowalności (w tym depresji) i umieralności. Organizacja zajęć/warsztatów artystycznych skierowanych do różnych grup wiekowych może być skutecznym narzędziem przełamywania negatywnych stereotypów dotyczących seniorów, łagodzenia skutków ich społecznej marginalizacji i stygmatyzacji (Jivraj, Nazroo, Barnes 2012, s. 49–81; Cohen i in. 2006; *An Evidence...* 2011).

Poczucie samotności, które zwiększa ryzyko izolacji społecznej jest silnie związane z wiekiem. Samotność możemy zdefiniować jako różnicę pomiędzy ilością i jakością dostępnych dla jednostki interakcji, a jej oczekiwaniami dotyczącymi kontaktów społecznych. Początek przewlekłej choroby, zaburzenia funkcji poznawczych, żałoba po stracie współmałżonka, pobyt w szpitalu czy domu opieki, kłopoty z dostępem do usług, brak udogodnień transportowych czy niskie poczucie bezpieczeństwa to początek długiej listy przyczyn postępującej izolacji starszych osób. Realizowane badania potwierdzają tezę o wpływie partycypacji kulturalnej seniorów na

szerszą społeczność w postaci zwiększonej liczby podejmowanych kontaktów społecznych, nawiązywanych przyjaźni oraz tworzenia grup wsparcia (Cutler 2012).

### Kreowanie przestrzeni przyjaznej seniorom w muzeach

W świetle tych ustaleń wiele instytucji kulturalnych podejmuje działania przeciwdziałające samotności i wykluczeniu seniorów. Whitworth Art Gallery z Manchesteru prowadzi warsztaty plastyczne, których idea jest poznanie roli technologii w życiu seniorów. Sztuka cyfrowa jest jednak jedynie instrumentem w walce z samotnością osób starszych – organizatorzy skupiają się przede wszystkim na budowaniu wspólnotowości oraz przyjaźni pomiędzy uczestnikami spotkań<sup>1</sup>. Muzeum Nauki z Birmingham w 2002 roku zorganizowało wystawę „Zmieniające się czasy: nasze przesłania z przeszłości do teraźniejszości”, którą opracowało 10 mieszkańców miasta – oprócz m.in. uczniów szkoły specjalnej czy lokalnego college’u, do współpracy zaproszono także seniorów. Zaangażowana w projekt grupa wybrała temat wystawy (komunikacja i muzyka) oraz wybrała eksponaty wystawowe ze zbiorów muzeum. Współpraca tak różnych osób zaowocowała ekspozycją bogatą w materiał interpretacyjny wynikający z doświadczeń życiowych jej twórców.

W jedną niedzielę w miesiącu do szkockich galerii i muzeów w towarzystwie wolontariuszy przychodzą samotni seniorzy. Silny nacisk położony jest na aspekt społeczny tych wizyt – każde spotkanie kończy się dzieleniem wrażeń z wystawy przy herbacie. Podobny projekt działa w brytyjskim muzeum sztuki współczesnej Tate Modern, które prowadzi cykl spotkań „Herbata i Tate” (Cutler 2009, s. 11–12). Ponadto londyńska placówka realizuje bezpłatne warsztaty „Sztuka w życiu” skierowane do hospitalizowanych seniorów z demencją. Badania ewaluacyjne wykazały, że umożliwienie dostępu do uznanej i prestiżowej przestrzeni publicznej jaką jest Tate Modern ma pozytywny wpływ na uczestników warsztatów. Pacjenci mogą doświadczyć wolności jaką daje otwarta przestrzeń – w znacznym stopniu przyczynia się to do łatwiejszego nawiązywania interakcji, sprzyja współpracy, dzieleniu się doświadczeniami oraz podejmowaniu działań artystycznych, tym bardziej że muzeum nie kojarzy się seniorom ze środowiskiem terapeutycznym (Shearn 2001).

Nowojorskie Muzeum Sztuki Nowoczesnej MoMA także skonstruowało ofertę programową specjalnie dla osób starszych z demencją. Muzeum za swój obowiązek uznaje umożliwienie wszystkim odwiedzającym nawiązanie kontaktu ze sztuką nowoczesną, również tym z niepełnosprawnością fizyczną czy psychiczną, niedowidzącym i niewidomym, słabo słyszającym lub głuchym, z kłopotami emocjonalnymi. Z uwagi na rosnącą liczbę osób dotkniętych chorobą Alzheimera, MoMA postanowiło przygotować dla nich komfortową przestrzeń wystawienniczą (np. możliwość zwiedzania w godzinach niedostępnych dla publiczności) oraz program edukacyjny, a specjalnie przygotowani pracownicy muzeum zachęcają chorych seniorów do podejmowania aktywności (np. prowadzone są ożywione dyskusje). Muzeum prowadzi systematyczne badania na temat efektów tego programu, autorzy projektu dzielą się swoimi doświadczeniami z innymi instytucjami kultury na całym świecie,

---

<sup>1</sup> Whitworth Art Gallery, [online:] <http://whitworthadultprogramme.wordpress.com/>, dostęp 10.02.2014 r.

zainteresowanymi pracą z osobami cierpiącymi na chorobę Alzheimera. W 2009 roku wydano publikację „Spotkaj mnie: Udostępnianie sztuki osobom z demencją”, która dostarcza kompleksowych ram wspomagających proces tworzenia programów edukacyjnych w muzeach i galeriach<sup>2</sup>.

W jakim stopniu zmiany demograficzne wpływają na działalność także polskich muzeów i czy potrafią one stawić czoła stojącym przed nimi wyzwaniom? Przygotowana przez polskie instytucje oferta nie jest jeszcze tak bogata jak program edukacyjny skierowany do dzieci i młodzieży, co wynika – być może – ze wspomnianej wyżej nowości problematyki uczestnictwa seniorów w kulturze. Wiele placówek organizuje okazjonalne wydarzenia związane z dniem babci i dziadka, na które zapraszani są seniorzy z wnukami, część nawiązuje także współpracę z Uniwersytetami Trzeciego Wieku – w takim przypadku oferta sprofilowana jest jedynie na potrzeby osób starszych. Niektóre muzea wśród swoich stałych propozycji edukacyjnych mają zajęcia skrojone na potrzeby seniorów – są to najczęściej wykłady<sup>3</sup> oraz specjalnie zaaranżowane trasy zwiedzania<sup>4</sup>.

Sporadycznie muzea pracują nad rozszerzeniem oferty dla seniorów. Przykładowo Muzeum Narodowe w Warszawie proponuje osobom starszym oprócz tradycyjnych w swojej formie wykładów także zajęcia w galeriach muzealnych w ramach „Muzealnych wtorków”, „Muzealnego Studium Dziejów Sztuki” oraz „Wielkich Malarzy dla Seniorów”<sup>5</sup>. W krakowskim Muzeum Narodowym realizowany jest projekt edukacyjny „Razem w podróży” stwarzający bardzo komfortowe warunki do wspólnego zwiedzania wystawy przez dziadków i wnuków. Oprócz materiałów edukacyjnych „podróżnikom” oferuje się „krzesłokoc”, który „umożliwia wspólne spędzenie czasu dwóm osobom, w jednym miejscu, bez konieczności wykonywania tych samych czynności. Dla potrzebującego odpoczynku dorosłego przenośna, lekka forma krzesła umożliwia wygodny przystanek w dowolnym miejscu Muzeum. Podpięty do krzesła koc, po rozwinięciu, staje się przestrzenią dla dziecka. Krzesłokoc projektuje sytuację bycia razem, z uwzględnieniem indywidualnych potrzeb i możliwości samych uczestników”<sup>6</sup>.

Przyjaznym dla seniorów miejscem w Krakowie jest również Muzeum Sztuki Współczesnej MOCAR, które realizuje rozmaite programy skierowane do zróżnicowanych grup starszych odbiorców (osoby zainteresowane sztuką, emerytowani przedstawiciele krakowskiej inteligencji, członkowie klubów seniora, osoby starsze chore psychicznie). Seniorzy mogą poznawać aktualne wystawy prezentowane

---

<sup>2</sup> Muzeum Sztuki Nowoczesnej MoMA, [online:] <https://www.moma.org/meetme/resources/index#history>, dostęp 01.02.2014 r.

<sup>3</sup> Muzeum Historyczne Miasta Krakowa, [online:] <http://www.mhk.pl/program-dla-seniorow>; Muzeum Podlaskie w Białymstoku, [online:] <http://www.bloglovin.com/>, dostęp 01.02.2014 r.

<sup>4</sup> Muzeum Łazienki Królewskie w Warszawie, [online:] <http://www.lazienki-krolewskie.pl/>, dostęp 01.02.2014 r.

<sup>5</sup> Muzeum Narodowe w Warszawie, [online:] <http://www.mnw.art.pl/edukacja/seniorzy/>, dostęp 01.02.2014 r.

<sup>6</sup> Muzeum Narodowe w Krakowie, [online:] <http://www.muzeum.krakow.pl/>, dostęp 01.02.2014 r.

w muzeum, spotykać się z artystami oraz muzealnikami, tworzyć własne prace<sup>7</sup>. Przytoczone przykłady świadczą o świadomych poszukiwaniach konstruowania wypowiedzi muzealnej oraz przestrzeni wystawienniczej dopasowanej do oczekiwań współczesnych odbiorców zgodnie z aktualnymi trendami demograficznymi.

Warto też przyjrzeć się bliżej pracownikom muzeów i spróbować odpowiedzieć na pytanie, czy i jak postrzegają oni osoby zagrożone wykluczeniem społecznym w roli potencjalnych odbiorców oferty muzealnej. Inspiracją do rozważenia tego problemu jest materiał zebrany podczas zrealizowanego w 2012 roku badania „Projektowanie zmiany kulturowej – muzeum otwarte a praktyki społeczne”. Głównym jego celem była eksploracja instytucji muzealnych z perspektywy pracujących w nich osób. Zaprezentowane w tym artykule fragmenty wypowiedzi pochodzą z wywiadów przeprowadzonych z kilkudziesięcioma pracownikami polskich muzeów sztuki oraz muzeów historycznych. Należy zaznaczyć, że wykorzystanie metod jakościowych nie upoważnia do ekstrapolacji uzyskanych wyników, lecz wskazuje jedynie kierunki zmian dostosowujące muzea do aktualnych potrzeb społecznych. Analiza zebranego materiału empirycznego pozwoli uchwycić w jakim stopniu muzealnicy są uwrażliwieni na potrzeby seniorów – wskaźnikami będą odpowiedzi respondentów na pytania dotyczące definicji i celów współczesnych muzeów oraz konceptualizacja grupy docelowej.

Precyzując pojęcie muzeum rozmówcy podkreślali obecne w ich codziennej działalności przesunięcie akcentów z opieki nad zbiorami w stronę funkcji edukacyjnych: *Istotą muzeum jest kolekcja, jest zbiór i opieka nad nim. Niemniej w tej chwili jest bardzo wielki nacisk na edukację* (rozmówca nr 13); *Dotychczasowe muzeum skoncentrowane jest tylko na zbiorach – gromadzą, opracowują, konserwują, upowszechniają i to „upowszechniają” jest na szarym końcu, bo w ogóle niedoprecyzowane, a tymczasem okazuje się, że to upowszechnianie, uspołecznianie staje się coraz ważniejsze. (...) Muzeum na pewno będzie (...) instytucją, która będzie w coraz większym stopniu przejmować funkcje edukacyjne* (rozmówca nr 20). Wiele opinii muzealników konstruowanych było z pozycji paternalistycznej. Ich autorytarny ton wzmacnia podkreślanie powinności muzeum: *Muzeum powinno być miejscem interesującego spędzenia czasu dla jak najszerzej grupy ludzi. Powinno wyznaczać pewien standard uczestnictwa w kulturze* (rozmówca nr 18) lub *Myśmy powinni wyznaczać tendencje, a nie odwrotnie* (rozmówca nr 15).

Niektóre z wypowiedzi petryfikowały tradycyjne podejście do instytucji muzealnych jako sanktuarium sztuki wysokiej – czasem muzealnicy wprost sugerowali, że najważniejsza w odbiorze wystawy jest kontemplacja intelektualna, która wymaga by widz posiadał pewien zakres kompetencji kulturowych: *Nasza oferta skierowana jest do świadomego widza (...) Musi mieć wiedzę, musi mieć pewną wiedzę, dlatego że – no nie czarujmy się – muzeum nie jest instytucją która powinna przyciągać, ja nie mam nic przeciwko, ale pracowników budowlanych* (rozmówca nr 12) lub *Sztuka zawsze była dla elit i nie ma się co oszukiwać, że jest, czy powinno być inaczej* (rozmówca nr 15). Gdy natomiast pojawiała się deklaracja budowania relacji z publicznością heterogeniczną, to mimo pozornie otwartej postawy muzealnicy *implicite* sugerowali niezdolność potencjalnej publiczności do samodzielnej interpretacji dzieła sztuki:

---

<sup>7</sup> Muzeum Sztuki Współczesnej w Krakowie MOC AK, [online:] <http://www.mocak.pl/muzeum-przyjazne-seniorom>, dostęp 01.02.2014 r.



*Moim zdaniem muzea powinny tłumaczyć jaki sens ma sztuka w obrębie życia. Ponieważ my funkcjonujemy w złej definicji sztuki, głównie takiej intuicyjnej definicji, że to jest taki departament pięknej przyjemności, że ona jest gdzieś na poboczu (...) to jest jak gdyby departament wytchnienia i szczęśliwości, co jest kompletną bzdurą, bo uważam, że sztuka współczesna jest po to, żeby sprawiała przykrość i w jakiś sposób potrząsała jakimiś rzeczami, do których mamy się skłonność nadmiernie przyzwyczajając (rozmówca nr 19).*

W znakomitej jednak większości muzeów podejmuje się trud tworzenia środowiska przyjaznego i zachęcającego do partycypacji kulturowej, środowiska, które odrzuca dystynkcje społeczne i kulturowe. W tym podejściu odbiorcą idealnym jest widz po prostu ciekawy, wrażliwy, otwarty na nowe doświadczenia. Nie precyzuje się potrzeb konkretnych grup odbiorców, a ofertę przygotowuje się na dość wysokim poziomie ogólności – muzea zdaniem rozmówców powinny stać się źródłem rozmaitych przyjemności. Celnie opisał to jeden z interlokutorów: (...) możemy po prostu nad tym płakać, możemy się tym oburzać, że to tak jest, ale tak jest, że po prostu muzea są miejscem spędzania czasu wolnego. I musi być tam wiele różnych funkcji. Wtedy one są atrakcyjne (rozmówca nr 16). Tendencja budowania oferty „dla wszystkich” gubi w konsekwencji specyficzne oczekiwania seniorów. Zebrany materiał empiryczny pozwala wysunąć tezę, że nie biorąc pod uwagę specyficznych potrzeb osób starszych muzea same tworzą potencjalne bariery w dostępie do oferty kulturalnej, wytyczają granice partycypacji.

## **Rekomendacje dla muzeów**

W jaki zatem sposób przestrzenie muzealne mogą redukować izolację i samotność seniorów, jak mogą zwiększać ich poziom partycypacji? W rekomendacjach dla instytucji kultury znaleźć się musi przede wszystkim wskazówka, by nie traktować populacji seniorów jako homogenicznej – jest to grupa osób o zróżnicowanych stylach życia, doświadczeniach życiowych, poglądach, oczekiwaniach związanych z ofertą muzealną. Niezwykle ważne jest przełamywanie barier fizycznych w dostępie do muzeów osób starszych, należy na przykład zadbać o umieszczenie w przestrzeni wystawienniczej miejsc siedzących dla odwiedzających. Warto skupić uwagę również na sposobie przygotowywania informacji tekstowych: czcionka nie powinna być zbyt mała, opisy należy umieszczać na poziomie oczu by nie zmuszać widzów do schylania się, warto pamiętać, że nieczytelne będą treści umieszczone pod szkłem (powoduje odbijanie się światła), jak i te nieodpowiednio oświetlone. Osoby starsze nie czują się bezpiecznie w zatłoczonych miejscach, można zatem rozważyć udostępnienie dla nich wystawy w godzinach kiedy nieobecne są grupy szkolne (Kelly i in., s. 49–51). Oferta skierowana dla odbiorców starszych sprzyjać powinna łamaniu negatywnych stereotypów na temat starości oraz ułatwiać nawiązywanie kontaktów międzypokoleniowych. Intencją podejmowanych działań powinno być przeciwdziałanie ich samotności i izolacji, umożliwienie zdobywania nowych umiejętności i kompetencji oraz tworzenie przestrzeni do dzielenia się doświadczeniem życiowym, co w efekcie przyczynia się do podniesienia samooceny i poczucia własnej wartości osób starszych.

Projektując własną ofertę dla seniorów warto także skorzystać z doświadczenia innych placówek – muzealnicy współpracujący w ramach międzynarodowej grupy „Muzea i starzejące się społeczeństwo” gromadzą przykłady dobrych praktyk w zakresie edukacji oraz zwiększania poziomu uczestnictwa w kulturze seniorów, a także badają w jaki sposób strategie polityczne poszczególnych krajów ułatwiają bądź utrudniają promocję kształcenia ustawicznego. Głównym efektem tych działań jest stworzenie rekomendacji skierowanych do Komisji Europejskiej oraz do europejskiego sektora muzealniczego (Grut 2013, s. 24).

## Bibliografia

- An Evidence. Review of the Impact of Participatory Arts on Older People. (2011). Raport Mental Health Foundation. [online:] <http://www.mentalhealth.org.uk/publications/evidence-review-participatory-arts-older-people/>, dostęp 10.02.2014 r.
- CBOS. (2009). *Sytuacja ludzi starszych w społeczeństwie – plany a rzeczywistość*. Komunikat z badań. Grudzień. Warszawa: CBOS. [online:] <http://badanie.cbos.pl/details.asp?q=a-1&id=4225>, dostęp 15.02.2014 r.
- Cohen G.D., Perlstein S., Chapline J., Kelly J., Firth K.M., Simmens S. (2006). *The Impact of Professionally Conducted Cultural Programs on the Physical Health, Mental Health, and Social Functioning of Older Adults*. *The Gerontologist*, 46(6), s. 726–734.
- Cutler D. (2009). *Ageing Artfully: Older People and Professional Participatory Arts in the UK*. Raport The Baring Foundation. [online:] [www.baringfoundation.org.uk](http://www.baringfoundation.org.uk), dostęp 10.02.2014r.
- Cutler D. (2012). *Tackling Loneliness in Older Age – The Role of the Arts*. Raport The Baring Foundation. [online:] [www.baringfoundation.org.uk](http://www.baringfoundation.org.uk), dostęp 10.02.2014r.
- Gołaszewska M. (1973). *Zarys estetyki. Problematyka, metody, teorie*. Kraków: Wydawnictwo Literackie.
- Grut S. (2013). *The Challenge of Ageing Populations – Assessing the Contribution of Heritage and Creative Learning*. W: S. Kling, J. Gonzales (red.), *Creativity, Lifelong Learning and the Ageing Population*. Östersund: Jamtli Förlag.
- Hooper-Greehill E. (2007). *Museum and Education. Purpose, pedagogy, performance*. Londyn, Nowy Jork: Routledge.
- Jivraj S., Nazroo J., Barnes, M. (2012). *Change in social detachment in older age in England*. W: J. Banks, J. Nazroo, A. Steptoe (red.), *The dynamics of ageing: Evidence from the English Longitudinal Study of Ageing 2002–10 (Wave 5)*. London: Institute for Fiscal Studies.
- Kelly L., Savage G., Landman P., Tonkin S. *Energised, Engaged, Everywhere: Older Australians and Museums*. Canberra: Australian Museum, National Museum of Australia.
- Museums are Fun! Museums are not Fun!* (2011). Badanie zrealizowane na zlecenie Reach Advisors. [online:] [http://reachadvisors.typepad.com/museum\\_audience\\_insight/2011/02/museums-are-fun-museums-are-not-fun.html](http://reachadvisors.typepad.com/museum_audience_insight/2011/02/museums-are-fun-museums-are-not-fun.html); dostęp 28.04.2011 r.
- Oldenburg R. (1999). *The Great Good Place. Cafes, Coffee Shops, Bookstores, Bars, Hair Salons, and Other Hangouts at the Heart of Community*. Nowy Jork: Marlowe&Company.
- Peterson R.A., Kern R.M. (1996). *Changing Highbrow Taste: From Snob to Omnivore*. *American Sociological Review*, 61(5), s. 900–907.
- Schimanek T., Wejcman Z. *Aktywni seniorzy. Inspirator dla organizacji*. Warszawa: Instytut Spraw Publicznych.

Shearn H. (2011). *Art into Life. For Older Adults with Mental Health Problems and Dementia. Mental Well-being Impact Assessment*. [online:] <http://www.lemproject.eu/library/books-papers/art-into-life-for-older-adults-with-mental-health-problems-and-dementia/view>, dostęp 10.02.2014 r.

*Strategia Rozwoju Kapitału Społecznego*. (2013). [online:] <http://ks.mkidn.gov.pl/pages/stro-na-glowna/strategia-rozwoju-kapitalu-spolecznego.php>, dostęp 15.02.2014 r.

Vergo P. (2006), *Introduction*. W: P. Vergo (red.), *The New Museology*. Londyn: Reaktion Books Ltd.

## Ageing and the future of museum

### Abstract

Ageing is one of the greatest social challenges of the 21<sup>st</sup> century for European societies. This paper explores the impact that the ageing of the population is having on museum practices. Ageing, it would seem, thus legitimates access to certain social experiences, while denying access to others, and also embraces sets of implicit expectations about behaviour in relation to aged identities. I argue that the ageing population presents both challenges and opportunities that museums will have to face in the very near future. Therefore, this paper contributes to the debate on how and why museums need to make some progress in terms of developing museum policies and museum programmes that reflect this important demographic change. Age is not a barrier to engagement or participation. The arts are effective at connecting isolated and lonely older people with the wider community, embracing different generations. There is good evidence that the arts have a positive impact on the physical and mental well-being of older people.

**Key words:** museum, ageing population, cultural participation