Muz., 2014(55): 198-201
Rocznik, ISSN 0464-1086

data przyjęcia – 07.2014
data akceptacji – 07.2014
DOI: 10.5604/04641086.1122447

PO CO NAM TE MULTIMEDIA?

WHY DO WE NEED MULTIMEDIA?

Piotr Górajec
Muzeum Pałacu Króla Jana III w Wilanowie

Abstract: Modern Polish museums tend to expand their exhibitions to include multimedia installations and interactive solutions. This strategy is usually adopted by new museums created from scratch, in particular narrative museums using multimedia solutions as a basic axis for creating exhibitions. Multimedia sometimes become even more important than museum collectibles which are not numerous in newly created museums. Traditional museums also tend to incorporate more interactive solutions and multimedia installations in their existing exhibitions.

When visiting museums in Poland it may seem that these are very modern institutions keeping up with technological development and making best efforts to prepare attractive exhibitions for their visitors. However, technological solutions sometimes seem to be dominant to the content that should be illustrated.

Are museums ready for this specific technological revolution in terms of planning and structure? Are museums aware of modern technology? Are multimedia useful in museums at all? How should multimedia be planned and implemented in museums so that they make sense, constitute no financial burden, embellish the exhibitions, highlight but not cover the presented items and allow the visitors to gain knowledge about the exhibits? The above questions should be considered by museum employees who are planning to introduce multimedia solutions in their institutions. Above all, they should keep in mind that multimedia in museums are not as important as contents presented by museums and exhibits which should be only supplemented by multimedia.

Keywords: multimedia, installations, exhibits, education, science centers, exhibition, new technologies.

Przekraczając progi dowolnego, szczególnie jednego z powstałych w ostatnich latach, muzeum w Polsce, ale też centrum nauki czy centrum edukacyjnego, można odnieść wrażenie, że wkraczamy w świat przyszłości, swoistą krzemową dolinę, nowoczesny park technologiczny, gdzie wiedza i informacje znajdują się na wyciągnięcie ręki, ukryte za taflą szklanych ekranów, we wnętrzach interaktywnych urządzeń, w magii parowych ścian i przemawiających do nas trójwymiarowych awatarów. Czy instytucje kultury, a zwłaszcza muzea zmieniły się aż tak bardzo? Czy za coraz bardziej wszechobecną, wręcz napierającą na widza technologią kryją się wartościowe treści oraz większa otwartość i komunikatywność tych instytucji? Niestety, pierwsze, powierzchowne wrażenia często okazują się mylne.

Pewne jest, że muzealnicy polubili nowoczesne technologie i stosują je coraz częściej i chętniej, wzbogacając dostępnymi na rynku rozwiązaniami ekspozycje tak stałe, jak i czasowe. A multimedia, a w zasadzie firmy dostarczające tego typu rozwiązania polubiły muzealników. I wszystko byłoby wspaniale, gdyby nie fakt, że wiele z wprowadzanych ostatnimi czasy rozwiązań ekspozycyjnych w muzeach nie ma sensu, jest nieprzemyślana albo mocno na wyrost.

Same – będę trzymał się tego ogólnego określenia – multimedia, oczywiście, nie są złe i ich umiejętne i racjonalne

zastosowanie pomaga wzbogacić ekspozycję, uzupełnić narrację i poprawić zasoby wiedzy przekazywanej zwiedzającym, przez co ich wizyta w muzeum może stać się bardziej wartościowa dla nich samych. Aby to jednak zadziałało, do całego problemu trzeba podejść w sposób kompleksowy, ostrożny i starannie przemyślany, łatwo bowiem zamiast zamierzonych celów osiągnąć efekt zgoła odmienny i stworzyć coś niepotrzebnego, często śmiesznego, a co najgorsze, obciążającego muzeum organizacyjnie i finansowo przez wiele kolejnych lat.

Planując wystawę multimedialną lub wzbogacenie muzealnej ekspozycji multimediami, należy pamiętać o kilku podstawowych elementach. Po pierwsze musimy sami sobie odpowiedzieć na pytanie, co chcemy w ten sposób przekazać publiczności, czyli musimy mieć świadomość treści oraz strategii ich prezentacji. Po drugie, co właściwie nierozerwalnie związane jest z pierwszym, musimy mieć świadomość naszej publiczności. Musimy więc rozpoznać, kto będzie odbiorcą tych treści, jakie ma wobec muzeum czy wystawy oczekiwania i co możemy mu naszymi działaniami zaoferować, a także co w ten sposób zyskamy dla siebie. Równie ważna jest także nasza świadomość ekspozycji, którą planujemy i którą będziemy przygotowywać. Należy bardzo uważać, żeby przygotowywane rozwiązania nie zatarły jej głównego wątku, nie przyćmiły zabytków, które będą na niej eksponowane. Po czwarte wreszcie, należy mieć świadomość i plan, jak zastosowane rozwiązania będą w przyszłości rozwijane i utrzymywane, tak aby one same w krótkim czasie nie stały się eksponatami kwalifikującymi się do muzeum, tym razem techniki.

Być może wymienione zasady wydają się oczywiste, ale w rzeczywistości tak nie jest. Muzea, choć chętnie sięgają po nowoczesne technologie, to nadal często funkcjonują według niezmiennego od lat wzorca. Oddzielnie traktowana jest warstwa merytoryczna planowanych przedsięwzięć, a oddzielnie cała reszta – udostępnienie, edukacja, a także towarzyszące wystawom multimedia. Dlatego też zamiast ciekawego i przyjaznego dla publiczności rozwiązania nierzadko efektem finalnym zastosowania multimedialnych rozwiązań przy projektowaniu ekspozycji jest bezużyteczny i pozbawiony wartościowej zawartości przerost formy nad treścią. Niestety, wszystko to powoduje, że rozwiązania multimedialne stosowane obecnie w polskich muzeach są często pozbawione sensu.

Multimedia niejednokrotnie stosowane są jako dodatek lub, co jeszcze gorzej, zamiennik dla prezentowanych eksponatów. Odwracają uwagę od zawartości wystawy, wywołują pozorną interaktywność, polegającą na klikaniu w umieszczone na ekspozycji komputery i multimedialne konstrukcje. Stosując te rozwiązania, autorzy zapominają o dwóch podstawowych prawdach. Po pierwsze, zwiedzający przychodzą do muzeów nie po to, aby oglądać multimedia, a przyciągają ich zgromadzone i prezentowane zabytki oraz dzieła sztuki. Po drugie, rozwiązania prezentowane w muzeach w dobie wszechobecnych smartfonów i technologii, obecnej w każdym niemal aspekcie naszego życia, nie są w stanie widzów muzealnych, zwłaszcza tych młodych, niczym specjalnym zaskoczyć lub zachwycić. Coraz częściej pozostają w tyle za technologią, którą zwiedzający noszą w kieszeniach.

I tu dochodzimy do jednej z najważniejszych kwestii, jakie niesie ze sobą nadmierne wykorzystywanie multimediów w przygotowywaniu muzealnych ekspozycji. Jest nią nieuchronne i bardzo szybkie starzenie się technologii. Jest to bardzo duże niebezpieczeństwo dla każdej inwestycji tego typu, a wydaje się, że przez większość planistów i kuratorów podejmujących tego typu projekty niemal zupełnie ignorowane. Rzadko kiedy muzealnikom zwracają też na nie uwagę firmy dostarczające rozwiązania technologiczne i wykonujące na zlecenie muzeów ekspozycje. Tymczasem źle dobrane środki przekazu bardzo szybko zamiast zainteresowania zwiedzających wywoływać będą uśmiech politowania, nie wspominając o tym, że sprzęt elektroniczny do najtrwalszych nie należy i po kilkunastu miesiącach nadaje się do wyrzucenia lub po prostu do wymiany. A to generuje duże koszty, zwłaszcza zauważalne w przypadku nowych muzeów, tzw. narracyjnych, gdzie multimedia coraz częściej stanowią podstawę ekspozycji, gdzieniegdzie tylko uzupełnioną zabytkami. Jest to błąd, który za kilka lat, a prawdopodobnie nawet szybciej, stanie się kłopotem dla zarządzających tymi placówkami.

Oczywiście, nie należy problemu generalizować i twierdzić, że wszystkie rozwiązania są złe, a multimedia w muzeach są całkowicie niepotrzebne. Multimedia pozwalają nam czasami pokazać to, czego nie widać na pierwszy rzut oka, np. zabytek od tyłu, w środku czy w jego pierwotnej formie lub kontekście. Pozwalają też na wzbogacenie kontekstu informacyjnego obiektu, np. zdjęciami, filmami, materiałami archiwalnymi, prezentacją procesu konserwacji itd. Ciekawym rozwiązaniem jest tu niepozorne i tanie multimedium zastosowane przez Muzeum Zamku w Łańcucie dla zgromadzonych w tamtejszej kolekcji powozów. Na niewielkich ekranach można obejrzeć dokładne trójwymiarowe modele prezentowanych karet. Jak stwierdził dyrektor łańcuckiego muzeum, jest to próba wyjścia naprzeciw oczekiwaniom publiczności, która chciała oglądać powozy z każdej strony, co w przestrzeni rzeczywistej powozowni w Łańcucie nie zawsze jest możliwe.

I to jest właśnie klucz do przygotowania zrównoważonej prezentacji multimedialnej na wystawie. Multimedia powinny bowiem uzupełniać, a nie zastępować właściwej ekspozycji. Gorzej, gdy muzeum posiada bardzo skromną kolekcję. Wówczas pojawia się pokusa, aby multimediami wypełnić jej braki, aby w ten zastępczy sposób opowiedzieć historię. Takie działanie może być jednak niebezpieczne dla trwałości muzeum i utrzymania zainteresowania nim publiczności, gdyż zwiedzający chcą podziwiać zabytki, nie zaś oglądać dym, lustra i światła oraz przeglądać powszechnie dostępne treści w komputerach. Nie tędy droga. Nie wszystko to, co multimedialne i co chce tak wyglądać, jest nowoczesnym muzealnictwem i wyjściem naprzeciw oczekiwaniom publiczności. Ludzie przychodzą do muzeów obcować z autentykiem, dotknąć sztuki i historii, a w ostateczności dowiedzieć się czegoś dla nich interesującego z wiarygodnego źródła, a nie bawić się gadżetami i przeglądać Internet, który mają w domu lub coraz częściej w kieszeni.

W tym miejscu warto zwrócić uwagę na inne pozamuzealne instytucje wystawiennicze i edukacyjne, które także bardzo chętnie wykorzystują multimedia w swojej działalności. Są to centra nauki i centra edukacyjne. W ich wypadku wykorzystanie rozwiązań multimedialnych, ale i szerzej, technicznych, jest jak najbardziej uzasadnione. Nie mają one zbiorów, bo to i nie ich zadanie, ale mają do wypełnienia misję poznawczą. Stąd też sprzęt interaktywny,

w tym multimedialny stanowi dla nich ważny element do prowadzenia działań podstawowych. Często są nim wręcz na pierwszy rzut oka przesycone. Być może jest to jedna z przyczyn, dla których współczesne muzea, chcąc być, jak Centrum Nauki „Kopernik", nasycają swoje wystawy sprzętem w podobny sposób, wychodząc z założenia, że jeżeli coś sprawdziło się w jednej instytucji i przyciągnęło do niej rzesze zwiedzających, sprawdzi się doskonale w innej. Niestety, jednak jest to błędny sposób rozumowania, gdyż każdy rodzaj instytucji rządzi się własną specyfiką, własnymi uwarunkowaniami, misją oraz różne są w stosunku do niej oczekiwania odbiorców. Choć nie ulega wątpliwości i dodatkowo komplikuje sytuację fakt, że to właściwie ta sama grupa osób, o którą oba rodzaje instytucji współzawodniczą na wolnym rynku, to gdy muzea pójdą tą drogą i będą chciały współzawodniczyć z centrami nauki na tym polu, polegną, gdyż za daleko odejdą od tego, co mają najcenniejszego, czyli zabytków. A to właśnie z ich autentyzmem odwiedzający muzea widzowie chcą obcować, natomiast obiekty rozmyte i znajdujące się za zasłoną multimediów, użytych często ponad miarę i bez pomysłu stracą na wartości i znaczeniu. Widzowie zajęci klikaniem po prostu ich nie zobaczą, nie zrozumieją albo szybko o nich zapomną. Kryje się tu bowiem jeszcze jedno zagrożenie, z którym zmagać się muszą nie tylko muzea, ale właśnie przede wszystkim centra nauki – jest nim „bezmyślne klikanie".

W przeżywających oblężenie centrach nauki można zaobserwować ciekawą i nie wiadomo, czy do końca zamierzoną, metodę korzystania ze zgromadzonych w nich atrakcji. Placówki te promują naukę przez doświadczenie i doświadczanie. Dlatego ich ekspozycje należą do niezwykle interaktywnych i umożliwiających własne eksperymentowanie przez zwiedzających. Niestety, można zaobserwować, że w tym natłoku atrakcji zwiedzający często przeskakują z jednej do drugiej, klikając, ciągnąc, podskakując przy wykonywaniu kolejnych doświadczeń. Często ich nie kończą, a często pewnie nie rozumieją zasad przeprowadzanych eksperymentów. Towarzyszy temu wszechobecny chaos i harmider. Nie można twierdzić, że tego typu działania są całkowicie pozbawione sensu, ale brakuje w nich komentarza i chwili na refleksję, tak aby proces doświadczania stał się też procesem uczenia i zapamiętywania. Jedną z przyczyn tego stanu rzeczy jest liczba atrakcji w jednym czasie i w jednym miejscu. Tyle różnorodnych bodźców przeszkadza w skupieniu, a brak albo bardzo niewielkie wsparcie ze strony osób moderujących atrakcje i eksperymenty powoduje, że wartość poznawcza takich działań jest raczej niewielka. Centra nauki padły na tym polu trochę ofiarą własnego sukcesu. Nie sposób jest bowiem w żaden racjonalny sposób poradzić sobie z takim naporem rzesz zainteresowanych uczestnictwem w eksperymentach, a może tylko dotykaniem tego, co zostało przygotowane.

Sytuacja ta stwarza też spore niebezpieczeństwo dla muzeów. Po pierwsze, „klikane" multimedia mogą doprowadzić do powierzchowności poznania i odwrócić uwagę zwiedzających od eksponatów i zawartości wystawy. Wówczas takie „klikane" muzeum straci zupełnie sens. Po drugie, poprzez powszechną dotykalność wszystkiego wokół odwiedzający muzeum mogą zatracić dystans do tego, co ich otacza. Przecież w muzeach, z definicji, zabytków się nie dotyka! I wówczas takie muzeum też straci sens.

Jako ciekawy przykład multiplikacji wszystkich elementów, o których była mowa, może posłużyć nowo otwarte Poznańskie Centrum Interpretacji Dziedzictwa „Brama Poznania". Nie jest to *sensu stricte* muzeum, bo nie posiada ono zbiorów, nie jest też klasycznym centrum nauki, jest natomiast połączeniem ideowym tych dwóch instytucji. Usytuowane w miejscu dziedzictwa kulturowo-historycznego, w mateczniku naszej historii w sąsiedztwie Ostrowia Tumskiego, opowiada historię formowania się polskiej państwowości. W tym względzie jest to bardziej muzeum niż centrum nauki, gdyż jego prezentacje wchodzą w zakres zagadnień, którymi zajmują się muzea. Pozbawione jednak całkowicie zabytków, artefaktów, które mogłyby być świadkami historii i podstawą do prowadzenia narracji, odwołuje się do technik rodem z centrów nauki, proponując publiczności całkowicie multimedialną i interaktywną ekspozycję, którą może ona swobodnie zwiedzać, doświadczając i uruchamiając kolejne narracje, filmy, animacje, gry i inne zastosowane tam multimedialne rozwiązania. Chodząc po tym dużym i okazałym budynku, zwiedzający niejako znajdują się w wirtualnym świecie, w opowieści o narodzinach państwa. Co więcej, wyposażeni w urządzenia umożliwiające dostęp do większości zgromadzonych atrakcji, są niejako trybem wewnątrz maszyny, poddawani naraz wielu bodźcom, informacjom, faktom, obrazom i dźwiękom. I niestety, jest to podróż, z której nic nie wynika. Znajdując się bowiem w samym sercu polskiej państwowości, dotykając jej zarania, widz jest jednocześnie odseparowany od jej autentycznej historycznej tkanki. Zamiast oglądać drzewa, ziemię, kamienie, zamiast spotkać się w tym ważnym dla naszej tradycji miejscu z historią, o której ono traktuje, ogląda jedynie wirtualne wersje drzew, ziemi i kamieni. Zamiast uczestniczyć i doświadczać, patrzy przez szybę, dostrzegając jedynie wirtualny, często rozmyty przez wielość bodźców i atrakcji obraz. Wychodząc, na pewno oszołomiony mnogością zastosowanych rozwiązań, choć może też trochę znudzony, wyjmuje z kieszeni własny smartfon, by w Internecie sprawdzić, o co tak naprawdę chodzi. Bo „Brama Poznania" to tak naprawdę Internet. Opakowany w duże i zgrabne pudełko, okraszony wieloma nowoczesnymi technologicznymi rozwiązaniami, ale jednak Internet, gdyż treści prezentowane przez Centrum Interpretacji Zabytku znaleźć można po prostu w Internecie, bez wychodzenia z domu, albo w smartfonie schowanym w kieszeni. Centrum nie oferuje zwiedzającemu nic ponadto. Brak w nim autentyzmu, brak dotyku historii, który zjeżyłby włosy na karku zwiedzającego samą świadomością, że to, na co patrzy, powstało 1000 lat wcześniej, że jest prawdziwe.

Przywołany przykład „Bramy Poznania" pokazuje niebezpieczeństwo, jakie może stanowić dla muzeów zbytnia fetyszyzacja multimediów. Ich nieprzemyślane, a przede wszystkim nadmierne wprowadzanie może spowodować, że wystawy muzealne staną się swoją karykaturą. Jak we wszystkim, tak i tu potrzebny jest umiar i zdrowy rozsądek, a przede wszystkim dobre planowanie i traktowanie muzeum jako projektu całościowego. Nie należy w żadnym wypadku iść na skróty – zróbmy jakieś multimedia, a publiczność na pewno przyjdzie. Być może przyjdzie, ale raczej nie wróci, a nasza praca pójdzie na marne. Nie mając spójnej całościowej wizji wystawy, nie wiedząc, co chcemy widzo-

wi pokazać, co powiedzieć, nie mając wreszcie autentycznego dla niej wypełnienia, które jest tym, co widownię do muzeów przyciąga tak naprawdę, nie zapełnimy tych dziur multimediami. Trzeba pamiętać też, że najważniejsze jest nie to, jak coś pokażemy, ale co pokażemy. Tak więc bez dobrych treści żadne multimedia się nie obronią i nie będą dla użytkownika ciekawe.

Wydaje się, że w dzisiejszym stechnicyzowanym świecie nie ma sensu próbować zaskakiwać widzów rozwiązaniami technologicznymi, tym bardziej że – jak wszystko – szybko przestaną być niezwykłe i nowoczesne. Dlatego też warto, aby muzea wzięły pod rozwagę, przygotowały się i zaczęły tworzyć odpowiednie treści do prezentacji dla widzów. Treści oparte na solidnym fundamencie kolekcji, zgodne z misją i celami instytucji, a także opatrzone odpowiednim wsparciem edukacyjnym przy ich przekazywaniu. Narzędzia, którymi treści te zostaną przekazane, mają co najwyżej drugorzędne znaczenie.

Streszczenie: We współczesnych muzeach w Polsce zapanowała prawdziwa moda na tworzenie w ramach ekspozycji instalacji i rozwiązań multimedialnych. Szczególnie jest to widoczne w strategii tworzenia nowych, powstających od podstaw muzeów, zwłaszcza narracyjnych. W ich przypadku rozwiązania multimedialne stanowią często wręcz podstawową oś, wokół której budowana jest ekspozycja. Czasem multimedia są wręcz nadrzędnym elementem nad eksponowanymi w muzeum zabytkami, które w nowopowstających i dopiero budujących swoje kolekcje muzeach nie są bardzo liczne. Coraz częściej rozwiązania i instalacje multimedialne wzbogacają również wystawy istniejące już w tradycyjnych muzeach.

Odwiedzając muzea w Polsce można odnieść wrażenie, że są to instytucje bardzo nowoczesne, nadążające za rozwojem technologii, starające się przygotować atrakcyjne ekspozycje dla swoich widzów. Jednakże można także odnieść wrażenie, że często zastosowana w nich technologia dominuje nad treścią, którą ma ilustrować.

Czy w takim razie muzea przygotowane są merytorycznie i organizacyjnie na tą swoistą rewolucję technologiczną? Czy mają świadomość tej nowoczesnej technologii? Czy multimedia w muzeach są w ogóle potrzebne? W jaki sposób należy je planować i wdrażać w muzeach, tak aby miały sens, nie były finansowym obciążeniem, wzbogacały ekspozycję, podkreślały, a nie zakrywały prezentowane muzealia oraz pozwalały publiczności na zdobycie wiedzy o oglądanych obiektach. Są to pytania, nad którymi zastanowić się powinni muzealnicy planujący w swoich instytucjach wprowadzanie rozwiązań multimedialnych. A przede wszystkim powinni pamiętać, że od multimediów w muzeach ważniejsze są treści, które muzeum prezentuje oraz muzealia, dla których multimedia stanowią dodatkowy komentarz.

Słowa kluczowe: multimedia, instalacje, muzealia, edukacja, centra nauki, ekspozycja, nowe technologie.

Piotr Górajec
Absolwent archeologii Uniwersytetu Warszawskiego; od 2004 pracuje w Muzeum Pałacu Króla Jana III w Wilanowie: 2009–2012 kierownik Działu Edukacji Muzealnej, obecnie pracuje na stanowisku Kierownika Działu Rozwoju, a do jego zadań należy unowocześnianie i usprawnianie pracy muzeum; współtwórca Forum Edukatorów Muzealnych; autor licznych publikacji z dziedziny edukacji muzealnej, współautor *Raportu o stanie edukacji muzealnej w Polsce* oraz projektu Akademia Zarządzania Muzeum; e- mail: pgorajec@muzeum-wilanow.pl