

ALISA ORLOVA

PACHNĄCA HISTORIA. OD ZBIORÓW WŁADCÓW PO WSPÓŁCZESNE EUROPEJSKIE MUZEA PERFUM I KOLEKCJE VINTAGE

Człowiek odbiera otaczający go świat za pomocą zmysłów. Jednym z bardziej intensywnie oddziałujących na jednostkę jest powonienie¹. Kultura zachodnia marginalizowała zmysł powonienia szczególnie w dziedzinie filozofii, odnosząc powonienie do zwierzęcych instynktów zaprzeczających idei kultury, w której najważniejszą rolę odgrywał wzrok². Najnowsze badania z zakresu *olfactory studies* wykazały, iż pomimo neurologicznego uprzywilejowania węchu przez jego połączenie z układem limbicznym, współcześnie przeprowadzone metaanalizy dowodzą o jego podrzędności względem wzroku w zadaniach przestrzennych³. Potwierdza to kulturowe postrzeganie olfaktoryki jako wyciszonego zmysłu (ang. *muted sense*)⁴, wynikające również z kognitywnych trudności opisywania wrażeń zapachowych. Pomimo tego wonne składniki obecne były w życiu człowieka od zarania dziejów⁵. Mianem „pachnideł” (łac. *per fumum* – przez dym⁶) określa się wonne substancje, wytwarzane tradycyjnie na bazie olejków roślinnych, współcześnie nazywane

ALISA ORLOVA – Szkoła Doktorska Uniwersytetu Kazimierza Wielkiego w Bydgoszczy; adres do korespondencji: ul. J. K. Chodkiewicza 30, 85-064 Bydgoszcz; e-mail: moryachka@wp.pl; ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8847-8989>.

¹ Zob. Bożena GULLA, *Wrażliwość człowieka* (Kraków: Wydawnictwo UJ, 2021), 26.

² Zob. Urszula KUSIO, „Zmysł węchu w kulturze medialnej”, *Kultura – Media – Teologia* 59 (2024): 85.

³ Zob. Malina SZYCHOWSKA, Jonas K. OLOFSSON i Nira CEDRES, „Olfactory Spatial Memory: A Systematic Review and Meta-Analysis”, *Scientific Reports* 15 (2025): 38469.

⁴ SZYCHOWSKA, OLOFSSON i CEDRES, „Olfactory Spatial Memory”.

⁵ Zob. KUSIO, „Zmysł węchu”, 85.

⁶ Zob. Robert HOFFMANN, „Perfumy”, w: *Britannica – encyklopedia szkolna*, t. 16, red. Leonard J. Baldyga, tłum. i aut. tomu Aleksandra Bessert (Poznań: Wydawnictwo Kurpisz, 2000), 101.

Artykuły w czasopiśmie dostępne są na licencji Creative Commons Uznanie autorstwa – Użycie niekomercyjne – Bez utworów zależnych 4.0 Międzynarodowe (CC BY-NC-ND 4.0)

„perfumami”⁷. Stanowią one nie tylko produkt codziennego użytku, lecz również, co kluczowe dla niniejszego artykułu, niematerialne dziedzictwo kulturowe.

Badacze wskazują, że dopiero pod koniec wieków średnich słowo „muzea” zaczęło oznaczać cenne zbiory, które znajdowały się w szczególności na dworach władców i zamożnych, wpływowych ludzi⁸.

U swych początków nowe formy kolekcji były emanacją jednostek i wiązały się z przeżywanymi przez nie silnymi emocjami: podziwem dla dawności, rzadkości i piękna przedmiotów, a także dumą z tego, że potrafiły rozpoznać ich wartość i uratować je przed zniszczeniem⁹.

Podobną genezę miały też zbiory pachnideł w epokach dawnych, w których na kolekcjonowanie i posiadanie drogocennych przedmiotów (jakimi były również wonności) mogli sobie pozwolić tylko majątni ludzie, zaznajomieni też z ich specyfiką i wartością. Dopiero intensywny rozwój przemysłu od początku wieku XX umożliwił produkcję pachnideł na większą skalę, a przede wszystkim sprzedaż tego typu produktów szerszej grupie konsumentów¹⁰. Wspomniane zmiany, jak też rozwój środków transportu oraz komunikacji, pozwoliły następnie na gromadzenie historycznych, wartościowych przedmiotów (w tym zabytkowych egzemplarzy wonności) nie tylko przez możnych, lecz także zwykłych obywateli¹¹.

Artykuł jest osadzony w paradygmacie historii kultury materialnej oraz nurtach antropologii zmysłów¹². Przyjęcie tej perspektywy badawczej pozwoliło na analizę pachnideł nie jako efemerycznych zjawisk, lecz jako materialnych i niematerialnych artefaktów podlegających dokumentowaniu w muzeach oraz kolekcjonowaniu. Obecny stan badań nad kulturą zapachów w Polsce wskazuje na istotną lukę w zakresie opracowań poświęconych systematyce

⁷ Zob. „Pachnidło”, w: *Słownik Języka Polskiego PWN*, dostęp: 22.01.2026, <https://sjp.pwn.pl/sjp/pachnidlo;2497349.html>.

⁸ Zob. Mieczysław TRETER, *Muzea Współczesne* (Warszawa: Narodowy Instytut Muzealnictwa i Ochrony Zbiorów, Państwowy Instytut Wydawniczy, 2019), 24.

⁹ Krzysztof POMIAN, *Muzeum. Historia światowa*, t. 1: *Od skarbcza do muzeum*, tłum. Tomasz Stróżyński (Gdańsk: słowo/obraz terytoria, 2023), 13.

¹⁰ Zob. Beata HOFFMANN, *Perfumy. Uwarunkowania kulturowo-społeczne* (Kraków: Oficyna Wydawnicza Impuls, 2013), 456.

¹¹ Zob. HOFFMANN, *Perfumy*, 456.

¹² Zob. Konrad WALA i Krzysztof PIETROWIAK, „Antropologia zmysłów i sensoryczna etnografia – geneza, założenia, podejścia badawcze”, *Etnografia. Praktyki, Teorie, Doświadczenia*, nr 4 (2018): 15.

kolekcji pachnideł. Strategie wystawiennicze perfum, ze względu na ich nowatorski charakter, pozostają obszarem słabo rozpoznany.

Niniejszy artykuł ma na celu zaprezentowanie zagadnień związanych z europejskimi kolekcjami muzealnymi perfum, wskazanie pozytywnych i negatywnych stron tego typu współczesnych ekspozycji, a także rozważenie w ich kontekście głównych trendów wpływających na kształtowanie się zjawiska kolekcjonerstwa tego typu w epoce ponowoczesnej. Wprowadzeniem do owej problematyki jest chronologiczne badanie zmian specyfiki nowożytnych zbiorów perfum, gromadzonych przez trzech francuskich władców, którzy znacznie przyczynili się do promocji wonności i wpłynęli na rozwój przemysłu perfumowego w ich kraju. Zasadniczą część artykułu obejmuje analizę strategii wystawienniczych wiodących europejskich ośrodków muzealnych prezentujących obecnie zbiory perfum. Należy zauważyć, że pomimo iż rozwijały się one dość intensywnie już od połowy XX wieku, to nie były jednak dotąd na szerszą skalę przedmiotem zainteresowania historyków czy muzealników w Polsce.

Warto przypomnieć, że kunsztowne naczynia na pachnidła początkowo były wpisane w formułę nowożytnych gabinetów sztuki i osobliwości¹³. Podziwiano w nich np. artystyczne zdobione flakony, które jednak zazwyczaj traktowano jako pojedyncze obiekty w obrębie różnorodnych zbiorów, a nie główny motyw ekspozycji. Badacze historii kolekcjonerstwa wskazują, iż ówczesne gabinety osobliwości opierały się na łączeniu okazów przyrodniczych z unikatowymi rękodzielami (tzw. *artificialiami*)¹⁴.

Przywołane w niniejszym artykule muzea pachnideł charakteryzuje zaś przede wszystkim to, że ich ekspozycje koncentrują się właśnie na prezentowaniu perfumowych eksponatów i ich dziejów. Zostały one utworzone w większości na bazie wcześniejszych prywatnych zbiorów i często są nadal własnością indywidualnych kolekcjonerów¹⁵. Czynnikiem ten wskazuje na wagę samego mechanizmu kolekcjonerstwa, który może pobudzać do zainteresowania historią kultury materialnej i sprzyjać popularyzacji wiedzy na dany temat (w tym wiedzy o używanych dawniej pachnidłach). W podsumowaniu opisano różnice między ponowoczesnym zjawiskiem świadomego kolekcjonerstwa

¹³ Zob. Anna SCHUMACHER, „Gabinet osobliwości jako sposób poznania otaczającego nas świata”, *Arteria. Rocznik Wydziału Sztuki Uniwersytetu Technologiczno-Humanistycznego w Radomiu*, nr 9 (2021): 5.

¹⁴ SCHUMACHER, „Gabinet osobliwości”, 6.

¹⁵ Przykładem są: muzeum perfum w Barcelonie, Fragonard z placówkami w Grasse i w Paryżu, muzeum wody kolońskiej w Kolonii oraz Aftel Archive of Curious Scents w Berkeley w Kalifornii.

pachnideł vintage a konsumpcyjnym zbieractwem flakonów perfum, które wskazuje na cechy fetyszyzmu towarowego.

1. DAWNI „KOLEKCJONERZY” WONNOŚCI

Dysponowanie bogatymi kolekcjami pachnideł było przez wieki zarezerwowane dla władców, którzy mieli możliwości zamawiania najdroższych niezbędnych surowców, sprowadzanych z różnych zakątków świata oraz zatrudniania wybitnych perfumiarzy w celu komponowania zapachów. Uwzględniając perspektywę historii kultury materialnej, ostentacyjne użycie wonności należy interpretować jako manifestację władzy oraz narzędzie do budowania podziału klasowego. Jednym z najsłynniejszych wielbicieli wonności był Ludwik XIV¹⁶. Beata Hoffmann przypomina, że to za jego panowania zainteresowanie perfumami we Francji znacząco wzrosło, a jego zamiłowanie do wonności sprawiało, że został on okrzyknięty „perfumowanym królem”¹⁷. Warto przypomnieć, że „[...]pomimo braku higieny, dokładnie upachniał swoje ciało, odzież, ściany i meble”¹⁸. Goście przebywający na jego dworze zewsząd otaczani byli wonnościami. Przygotowywał je nadworny perfumiarz Monsieur Martial, który starał się zaskakiwać króla codziennie inną przygotowaną dlań esencją¹⁹. Ludwik XIV miał też własne plantacje roślin i kwiatów, z których produkowano cenne olejki²⁰. Należy dodać, że dzięki archiwom mieszczącym się w Wersalu w 2023 roku francuski perfumiarz Francis Kurkdjian odtworzył ów zapachowy ogród – *Le Jardin du Parfumeur*²¹.

W królewskich zbiorach znajdowały się m.in. pachnące saszetki, rękawiczki i wachlarze. Na dworze Ludwika XIV zbudowano też zapachowe baseny, po których arystokracja pływała łodziami²². Wodę w podświetlanych fontannach nasycano wonnymi substancjami, co sprawiało, że całe otoczenie

¹⁶ Zob. „Louis XIV and Perfume, A True Love Story”, Bon Parfumeur, dostęp: 20.04.2024, <https://www.bonparfumeur.com/en-eu/blogs/journal/louis-xiv-perfumes>.

¹⁷ HOFFMANN, *Perfumy*, 208.

¹⁸ HOFFMANN, *Perfumy*, 209.

¹⁹ Zob. HOFFMANN, *Perfumy*, 208.

²⁰ Zob. HOFFMANN, *Perfumy*, 208; Vincent CRONIN, *Ludwik XIV*, tłum. Katarzyna Molek (Warszawa: Da Capo, 2001), 277.

²¹ Zob. Aleksandra NAGEL, „Francja: Francis Kurkdjian odtworzył w Wersalu Perfumeryjny Ogród Króla Słońce”, well.pl, 7.07.2023, https://www.well.pl/home_garden/138/francja_francis_kurkdjian_odtworzyl_w_wersalu_perfumeryjny_ogrod_krola_slonce,12139.html.

²² Zob. NAGEL, „Francja”.

wydzielało intensywny zapach²³. Warto jednak zaznaczyć, iż Wersal, będący symbolem potęgi i splendoru monarchii absolutnej, pozostawał zarazem miejscem o niskim standardzie higieny. Pomimo bogactwa wystroju i reprezentacyjnej funkcji pałacu brakowało w nim odpowiedniego zaplecza sanitarnego, co tworzyło wyraźny kontrast między wyszukanymi woniami perfum a odorem brudu i nieczystości²⁴.

Nadworni lekarze na polecenie Ludwika XIV stworzyli również palniki perfumowe, które służyły nie tylko do okadzania wonnościami pomieszczeń, lecz także do dezynfekcji²⁵. Ekspozyty potwierdzające zamiłowanie owego władcy do używania perfum i ich wszechstronnego stosowania można obejrzeć współcześnie m.in. w Musée du Parfum (Fragonard), mieszczącym się w Grasse, a także w Osmotece w Wersalu²⁶.

Maria Antonina to postać historyczna znana ze słabości do posiadania dóbr luksusowych, a zarazem mająca znaczący wpływ na kształtowanie się zjawiska mody²⁷. Była ona również wielką miłośniczką wonności, a do jej ulubionych należały tworzone na bazie kwiatu pomarańczy, irysów, jaśminu z domieszką piżma i drzewa sandałowego²⁸. W 2006 roku odtworzono na podstawie odnalezionej XVIII-wiecznej receptury zapach perfum, których używała Maria Antonina²⁹. Potwierdzeniem owego zamiłowania do używania pachnideł jest liczny zbiór flakonów z jej kolekcji, prezentowany w muzeum Fragonard³⁰. Wprowadziła ona też modę na podróżne nesesery, będące walizkami z zestawem różnych esencji, które można było samodzielnie mieszać, tworząc różnorodne kompozycje wonności³¹. Élisabeth de Feydeau przekonuje, iż perfumy stały się również częściowo powodem śmierci królowej, ponieważ przygotowując się do ucieczki z Wersalu do Varennes zamówiła ona duży zapas pachnideł od nadwornego perfumiarza Jean-Louis Fargeona oraz Jean-François

²³ Zob. NAGEL, „Francja”.

²⁴ Zob. Elwira WATAŁA, *Cuchnący Wersal* (Warszawa: Oficyna Wydawnicza Rytm, 2007), 7.

²⁵ Zob. Musée du Parfum Fragonard, „Collections”, dostęp: 20.04.2024, <https://musee-parfum-paris.fragonard.com/en/collections>.

²⁶ Zob. Musée du Parfum Fragonard, „Collections”.

²⁷ Zob. „Wersal. Odtworzono perfumy ściętej królowej Marii Antoniny”, WP turystyka, 13.12.2006, <https://turystyka.wp.pl/wersal-odtworzono-perfumy-scietej-krolowej-marii-antoniny-6044393340417153a>.

²⁸ Zob. „Wersal”.

²⁹ Zob. „Wersal”.

³⁰ Zob. Fragonard, dostęp: 21.04.2024, <https://usines-parfum.fragonard.com/en>.

³¹ Zob. Fragonard.

Houbiganta, co wzbudziło podejrzliwość jej służby³². Władczyni, podróżująca z pełnym perfum bagażem i w otoczeniu świty, została więc szybko rozpoznana³³. Warto dodać też, że w czasie pobytu Marii Antoniny w więzieniu nadworny perfumiarz nadal wysyłał jej ulubiony zapach *parfum du Trianon*, który miał ulżyć w niewygodach i cierpieniu³⁴. Flakony jej pachnideł są zaś współcześnie eksponowane w muzeum Fragonard w Grasse³⁵.

Władcą, który wykazywał również ponadprzeciętne zainteresowanie pachnidłami, był cesarz Napoleon Bonaparte. Francuskie archiwa narodowe potwierdzają, iż w październiku 1808 roku zamówił on 72 butelki wody kolońskiej³⁶. Nie tylko używał on tych wonności do codziennej toalety, ale również spożywał je doustnie³⁷. Podczas wypraw wojennych znaczącą część jego bagażu stanowiły flakony z pachnidłami, które traktowane były przez niego jako jeden z najistotniejszych elementów garderoby³⁸. Dane archiwalne wskazują, iż cesarz Napoleon miesięcznie zużywał ok. 60 flakonów³⁹. Warto dodać, że aby mógł on mieć opakowanie ulubionej wody kolońskiej stale przy sobie, niemiecki perfumiarz zaprojektował wąską butelkę, która mieściła się w cesarskim buciku⁴⁰. Gdy podczas zesłania na Wyspę Św. Heleny Napoleon cierpiał z powodu zaawansowanego stadium raka żołądka, nie zaprzestał zażywania wody kwiatowej jako panaceum na dolegliwości zdrowotne i czynił to, aż do końca swojego życia⁴¹. Wnioski z badań przeprowadzonych na uczelni De Montfort University w Leicester w Anglii, dotyczące przyczyn choroby i śmierci Napoleona Bonaparte, wykazały, iż dziennie zażywał on doustnie od dwóch do trzech butelek wody kolońskiej⁴². Długoletnie jej spożywanie spowodowało

³² Zob. Élisabeth DE FEYDEAU, *A Scented Palace: The Secret History of Marie Antoinette's Perfumer*, tłum. Jane Lizop (New York: Tauris Parke, 2022), 70–71; Stefan ZWEIG, *Maria Antonina*, tłum. Zofia Petersowa, wyd. 3 (Katowice: Wydawnictwo Śląsk, 1990), 229.

³³ Zob. ZWEIG, *Maria Antonina*, 229.

³⁴ Zob. DE FEYDEAU, *A Scented Palace*, 94.

³⁵ Zob. Fragonard, „The Perfumeur's Collection”, dostęp: 21.04.2024, <https://usines-parfum.fragonard.com/en/the-perfumers-collection-tribute>.

³⁶ Zob. Monika OPIEKA-NOWAK, „Woda kolońska Napoleona”, [bottanicum.pl](https://bottanicum.pl/blog/woda-kolonska-napoleona), dostęp: 20.04.2024, <https://bottanicum.pl/blog/woda-kolonska-napoleona>.

³⁷ Zob. OPIEKA-NOWAK, „Woda kolońska Napoleona”.

³⁸ Zob. OPIEKA-NOWAK, „Woda kolońska Napoleona”.

³⁹ Zob. OPIEKA-NOWAK, „Woda kolońska Napoleona”.

⁴⁰ Zob. OPIEKA-NOWAK, „Woda kolońska Napoleona”.

⁴¹ Zob. OPIEKA-NOWAK, „Woda kolońska Napoleona”.

⁴² Zob. „Did Napoleon meet his Water-l'eau? DMU professor says French emperor was killed by an obsession with Eau de Cologne”, De Montfort University Leicester, 5.05.2021, <https://www.dmu.ac.uk/about-dmu/news/2021/may/did-napoleon-meet-his-water-leau-dmu-professor-says-french-emperor-was-killed-by-an-obsession-with-eau-de-cologne.aspx>.

zaś tak znaczące stężenie olejków eterycznych w organizmie, że doprowadziło to finalnie do śmiertelnego zatrucia⁴³.

2. GRASSE – MIASTO PIERWSZYCH MUZEÓW PERFUM

Lokalizacja muzeów ma kluczowe znaczenie, wpływa bowiem na liczbę odwiedzających, jak również podkreśla związek placówki z lokalną historią⁴⁴. Nie zaskakuje więc fakt, iż największe skupienie muzeów pachnideł mieści się we Francji – kraju, który jest potocznie uznawany za europejską stolicę wonności. Jednym z najważniejszych tego typu ośrodków muzealnych jest zaś miejscowość Grasse, w której znajdują się współcześnie liczne fabryki perfum (m.in. Fragonard, Molinard, Galimard), a perfumowa historia tego miasta sięga czasów średniowiecza⁴⁵.

Należy przypomnieć, że perfumiarstwo jako zawód stało się samodzielną dziedziną w Paryżu już w roku 1190, gdy jego statut został zatwierdzony przez Filipa Augusta, a następnie potwierdzali go: król Jan w 1357, Henryk III w 1582 oraz Ludwik XIV w 1698 roku⁴⁶. Początkowo popularnością cieszyły się woreczki zapachowe z suszonymi roślinami aromatyzowane specjalnymi olejkami, a także wypchane ptactwo służące jako ozdoba⁴⁷. Najwcześniejsze perfumerie powstawały zaś przy okazji handlu skórzanymi wyrobami, gdyż miały one nieprzyjemny zapach i aby go zniwelować kramarze skrapiali te produkty różnego rodzaju wonnościami⁴⁸. Ważnym ośrodkiem wytwarzania galanterii skórzanej w było właśnie Grasse, słynące z hodowli owiec i korzystnego usytuowania pomiędzy morzem a górami⁴⁹. Wyjątkowy mikroklimat sprzyjał też uprawom kwiatów (jaśmin, tuberoza, róża), które wykorzystywano w wytwarzaniu pachnących esencji, zaś znajdujące się nieopodal źródło

⁴³ Zob. „Did Napoleon meet”.

⁴⁴ Zob. POMIAN, *Od skarbcza do muzeum*, 53.

⁴⁵ Zob. Allanah ARGUELLES, „Visiting the Newly Renovated Musee International de la Parfumerie”, *Vanity Fair*, 11.05.2009, <https://www.vanityfair.com/news/2009/05/visiting-the-newly-renovated-musee-international-de-la-parfumerie>.

⁴⁶ Zob. Władysław S. BRUD i Iwona KONOPACKA-BRUD, *Podstawy perfumerii, historia, pochodzenie i zastosowania substancji zapachowych* (Łódź: Oficyna Wydawnicza MA, 2009), 34.

⁴⁷ Zob. Andrea HURTON, *Erotyka perfum, czyli tajemnice pięknych zapachów*, tłum. Michał Struczyński (Warszawa: Real Press, 1994), 31.

⁴⁸ Zob. HURTON, *Erotyka perfum*, 34.

⁴⁹ Zob. Galimard, „Perfume in Grasse”, dostęp: 21.04.2024, <https://www.galimard.com/en/perfume-grasse>.

było odpowiednim miejscem do przerobu skórzanych wytworów⁵⁰. Warto zaznaczyć, że gdy w XVI wieku nadeszła z Włoch moda na noszenie perfumowanych rękawiczek Grasse zyskało rozgłos dzięki Katarzynie Medycejskiej, która zamawiała tam wspomniane wyroby⁵¹. Przybywając zaś na dwór królewski Francji w 1533 roku, by poślubić Henryka II sprawiła ona także, że jej nowa ojczyzna stała się głównym ośrodkiem produkcji wonnych esencji⁵². Wraz z nią przybył z Włoch jej nadworny perfumiarz René le Florentin, który otworzył w Paryżu sklep farmaceutyczno-perfumowy przy ulicy *Pont au Change*⁵³. Katarzyna Medycejska odegrała również kluczową rolę w rozwoju Grasse jako centrum perfumiarstwa, osadzając tam swoich mistrzów. W kolejnych stuleciach tradycja ta ewoluowała, prowadząc do powstania nowych, lżejszych receptur⁵⁴.

Strona internetowa Musée International de la Parfumerie zawiera informację, że jest ono pierwszym muzeum na świecie z wystawą o ścisłej tematyce dotyczącej perfum⁵⁵. Jednym z jego głównych założycieli był François Carnot, od 1910 roku członek francuskiej rady muzeów narodowych⁵⁶. To z jego inicjatywy tuż po I wojnie światowej w 1918 roku powstała prywatna kolekcja w Grasse, która już od 1921 roku wzbogaciła się o wiele ciekawych eksponatów, przede wszystkim dzięki darczyńcom⁵⁷. Jedną z nich była wicehrabina Charlotte Jeanne Marie Savigny de Moncorps, która w 1931 roku podarowała muzeum wyjątkowy pod względem historycznym zbiór etykiet kosmetycznych i perfumeryjnych (ich datowanie sięgało początku XIX wieku)⁵⁸. Oficjalne otwarcie owej kolekcji muzealnej, już jako placówki publicznie dostępnej, odbyło się zaś dopiero w 1989 roku⁵⁹.

Współczesne wystawy w Musée International de la Parfumerie przybliżają dzieje miasta Grasse z uwzględnieniem jego powiązań ze światem perfum. Przedstawione na nich zostały zarówno historyczne flakony służące przechowywaniu wonności, jak również dawne sposoby produkcji pachnideł i przyrządy

⁵⁰ Zob. Galimard, „Perfume in Grasse”.

⁵¹ Zob. HOFFMANN, *Perfumy*, 204.

⁵² Zob. HOFFMANN, *Perfumy*, 204.

⁵³ Zob. Susan IRVINE, *Perfume: The Creation and Allure of Classic Fragrances* (London: Aurum Press, 1996), 20.

⁵⁴ Zob. BRUD i KONOPACKA-BRUD, *Podstawy perfumerii*, 47.

⁵⁵ Zob. „Histoire du Musée International de la Parfumerie”, [museesdegrasse.com](https://www.museesdegrasse.com/musee-international-de-la-parfumerie), dostęp: 21.04.2024, <https://www.museesdegrasse.com/histoire-du-musee-international-de-la-parfumerie>.

⁵⁶ Zob. „Histoire du Musée International”.

⁵⁷ Zob. „Histoire du Musée International”.

⁵⁸ Zob. „Histoire du Musée International”.

⁵⁹ Zob. „Histoire du Musée International”.

do tego służące. Atrakcyjnym elementem dla zwiedzających jest możliwość recepcji olfaktorycznej esencji zapachowych, co służy wzmożeniu ich zainteresowania i aktywnemu odbiorowi ekspozycji.

W tradycyjnym modelu muzeum odwiedzający był biernym odbiorcą komunikatu skonstruowanego przez eksperta, obecnie zaś może przyjąć rolę aktywnego producenta znaczeń. Współczesne muzea podejmują wysiłki, by być bardziej komunikatywne i w sposób przyjazny prezentować wiedzę na ekspozycji, chociaż nadal nie ma jednoznacznej recepty, jak skutecznie projektować proces komunikacji, który dowartościowuje status publiczności⁶⁰.

Ważnym dopełnieniem dla wspomnianej muzealnej placówki jest udostępniony odwiedzającym, leżący poza centrum miasta, ogród botaniczny, w którym rosną rośliny wykorzystywane podczas wytwarzania perfum⁶¹.

Inną instytucją prezentującą historię wonności, która ma swoją siedzibę również w Grasse, jest Muzeum Fragonard usytuowane w historycznej fabryce pachnidel, działającej od XIX wieku⁶². Należy podkreślić, że jego zbiory obejmują eksponaty sięgające od czasów starożytnego Egiptu, poprzez kolejne epoki, aż po współczesność. Atutem owej ekspozycji jest starannie opracowana i zaprezentowana chronologia zbiorów, obrazująca procesy rozwoju i przemiany zachodzące w mechanizmach pozyskiwania wonności, zmiany w procesach produkcji samych esencji zapachowych, jak również flakonów. Zbiory te obejmują m.in. egipskie łyżki do róż czy średniowieczne pomandery⁶³. Muzeum Fragonard posiada jedną z największych i najbardziej szczegółowych kolekcji związanych ze światową sztuką perfumeryjną, co umożliwia wnikliwe zapoznanie się z przemianami i tendencjami perfumowymi w poszczególnych epokach. Punktem wyjścia w układzie wystawy jest proces ekstrakcji olejków, kończy ją zaś współczesna linia produkcyjna marki Fragonard ukazująca, w jaki sposób współcześnie wytwarzane są perfumy. Elementem zamykającym cały proces zwiedzania (podobnie jak w innych współczesnych placówkach muzealnych) jest strefa przejścia przez sklep firmowy

⁶⁰ Elżbieta NIEROBA, „Tekst muzealny jako narzędzie angażowania publiczności muzealnej. W stronę nowego modelu komunikowania w muzeum”, *Zbiór wiadomości do antropologii muzealnej*, nr 5 (2018): 10.

⁶¹ Zob. „Histoire du Musée International”.

⁶² Zob. „Histoire du Musée International”.

⁶³ Pomander w języku polskim określany jest również jako „balsamka”. Zob. Irena TURNAU, *Słownik ubiorów. Tkaniny, wyroby pozatkackie, skóry, broń i klejnoty oraz barwy znane w Polsce od średniowiecza do początku XIX w.* (Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Semper, 1999), 19.

Fragonard, w którym można zakupić nie tylko pamiątki związane z muzeum, lecz także najnowsze dzieła perfumowe owej firmy. Warto zaznaczyć, że odwiedzenie muzeum wraz ze wspomnianą linią produkcyjną jest bezpłatne, co przyciąga licznych turystów.

3. OSMOTEKA W WERSALU

Francuskie Towarzystwo Perfumiarzy utworzyło w 1990 roku w Wersalu wyjątkową instytucję muzealną związaną z problematyką perfum – Osmotekę, największe archiwum zapachów na świecie⁶⁴. W jej zbiorach znajdują się przede wszystkim pachnidła, które od bardzo dawna nie są już wytwarzane. Placówka ta posiada w swoich zbiorach blisko 3200 wonnych esencji, często- kroć znanych ze względu na słynne osoby, które w epokach minionych z nich korzystały⁶⁵. Miejsce to jest również formą laboratorium, w którym podjęto próby odtwarzania pachnideł używanych niegdyś przez postaci takie historyczne, jak Napoleon Bonaparte, Maria Antonina czy król Ludwik XIV⁶⁶.

Pierwsze archiwum perfum w całej historii, pozwala na uchronienie owych bardzo delikatnych, cennych kreacji przed zużyciem przez czas i zapobiega ich zgubieniu, zapomnieniu. Ta żywa kolekcja nadal istniejących lub już niedostępnych perfum chroni światowe dziedzictwo zapachowe (tłum. własne)⁶⁷.

Jednym z ważniejszych zadań, które stawiają sobie perfumiarze-historycy, działający w ramach Osmoteki, jest odtwarzanie pachnideł w skali jeden do jednego, z użyciem identycznych formuł, które zostały zapisane w dawnych recepturach, dzięki czemu może powstać taki sam zapach⁶⁸. Cały zbiór owych dawnych pachnideł kreuje zaś szczególne historyczne archiwum osmologiczne. Należy podkreślić, że eksponaty te muszą być przechowywane w odpowiednich warunkach, z uwzględnieniem temperatury 12°C, odpowiednich procedur chroniących przed szkodliwym dla esencji oddziaływaniem światła oraz wilgoci w pomieszczeniach (dlatego zbiory w Osmotece są zabezpieczane argonem)⁶⁹. Warto podkreślić, że dla zwiedzających prowadzone są specjalne

⁶⁴ Osmoteque. „About”, dostęp: 21.04.2024, <https://www.osmoteque.fr/en/about>.

⁶⁵ Osmoteque. „About”.

⁶⁶ Osmoteque. „About”.

⁶⁷ Osmoteque. „About”.

⁶⁸ Zob. Osmoteque. „About”.

⁶⁹ Zob. Osmoteque. „About”.

edukacyjne sesje historyczne, podczas których mogą zapoznać się z dziejami powstania poszczególnych dzieł perfumowych oraz je poczuć.

4. PALAZZO MOCENIGO W WENECJI

Muzeum mieszczące się w weneckim Pałacu Mocenigo zostało utworzone w 1985 roku⁷⁰. Wystawy zostały zaprojektowane przez słynnego scenografa, Piera Luigi Pizziego, i poświęcone życiu codziennemu zamożnych warstw Wenecji w XVII i XVIII wieku⁷¹. Meble, obrazy, bibeloty, wypełniające komnaty pałacu, sprowadzono z różnych placówek muzealnych i archiwów. Odrobaczono je w celu odtworzenia rozmaitych aspektów ówczesnego stylu mieszkalnego. Natomiast w 2013 roku muzeum to przeszło gruntowną przebudowę, dzięki której utworzono specjalną sekcję poświęconą pachnidłom⁷².

Warto przypomnieć, że historia tworzenia i produkowania wonności w Wenecji jest jeszcze starsza niż w przypadku Francji. Wenecki doża Pietro II Orseolo ożenił w 1004 roku swego syna Giovanniego z Marią Argypouliną, księżniczką bizantyjską pochodzącą z regionu, w którym używanie i wytwarzanie perfum miało długą tradycję i to właśnie ona zapoczątkowała wśród możnych weneccjan zamięszanie do wonności⁷³. Należy zaznaczyć, że w owym okresie, gdy zabronione było stosowanie perfum (jedynymi dozwolonymi wonnościami były kadzidła używane w trakcie liturgii), ze względu na nauki Kościoła odrzucające zbytek jako źródło grzesznych pokus, admirujące podejście do pachnideł było rzadkością⁷⁴. Piotr Damiani w swym dziele *De Institutione monialis* przekonywał po śmierci Marii Argypouliny, iż przyczyniło się do niej właśnie zamięszanie księżniczki do zażywania kąpieli, jej pasja dla codziennego używania perfum, a także spożywanie przez nią pokarmów przy użyciu złotego widelca⁷⁵. Pomimo owych opinii, wraz ze zmianami obyczajowymi i antropocentrycznymi tendencjami okresu wczesnego odrodzenia zmieniło się też powszechne nastawienie do perfum i kultywowana przez Marię Argypoulinę tradycja korzystania z pachnideł upowszechniła się

⁷⁰ Zob. Palazzo Mocenigo, „Layout and Collections: Museum Itinerary”, dostęp: 22.04.2024, <https://mocenigo.visitmuve.it/en/il-museo/layout-and-collections/itinerary-renewed>.

⁷¹ Zob. Palazzo Mocenigo, „Layout and Collections”.

⁷² Zob. Palazzo Mocenigo, „Layout and Collections”.

⁷³ Zob. Donald MACGILLIVRAY NICOL, *Byzantium and Venice: A Study in Diplomatic and Cultural Relations* (Cambridge: Cambridge University Press, 1992), 46–47.

⁷⁴ Zob. MACGILLIVRAY NICOL, *Byzantium and Venice*, 46–47.

⁷⁵ Zob. MACGILLIVRAY NICOL, *Byzantium and Venice*, 46–47.

wśród bogatych mieszkańców ówczesnej Wenecji, a nawet wpłynęła na rozwój ich lokalnej produkcji. W XVI wieku Wenecja stała się już europejską stolicą wonności, przede wszystkim ze względu na bujny rozkwit licznych powstających tam wytwórni perfum⁷⁶.

Wspomniana sekcja zbiorów powiązanych z pachnidłami składa się z sześciu zaciemnionych pomieszczeń, zasłoniętych kotarami przed dochodzącym przez okna dziennym światłem. Podczas ich zwiedzania można zobaczyć warsztat perfumiarza oraz rozmaite akcesoria używane podczas ekstrakcji i destylacji esencji wonnych. Jednym z najważniejszych elementów zbiorów są historyczne receptury pachnidła, jak również specjalna wystawa prezentująca barwne flakony ze szkła Murano⁷⁷. Wszystkie wspomniane pomieszczenia zostały podzielone na sekcje tematyczne. Jedna z nich obejmuje też kolekcje wysuszonych wonnych roślin oraz eksponaty pochodzenia zwierzęcego, takie jak ambra lub piżmo – istotne składniki używane przy produkcji pachnidła. Poszczególne sekcje, wraz ze zrekonstruowaną pracownią, przybliżają atmosferę panującą w dawnych epokach podczas tworzenia wonności⁷⁸.

5. MUSEU DEL PERFUM W BARCELONIE

Muzeum Perfum utworzono w Barcelonie w 1963 roku⁷⁹. Obecnie zajmuje część budynku przyległą do butiku drogerijnego o nazwie Regia, a prezentowane w nim zbiory są prywatną kolekcją właścicieli owej drogerii i obejmują eksponaty datowane nawet na rok 3000 p.n.e.⁸⁰. Muzeum to składa się wyłącznie z jednego pomieszczenia, przedzielonego kilkoma witrynami, w których umieszczono flakony perfum. Podstawową cechą, która odróżnia ową placówkę od wcześniej charakteryzowanych, jest wyraźny brak systematycznego uporządkowania zbiorów⁸¹. Sposób technicznego zaaranżowania ekspozycji

⁷⁶ Zob. *Muzeum perfum – nowa atrakcja turystyczna Wenecji*, dzieje.pl, 18.07.2016, <https://dzieje.pl/rozmaitosci/muzeum-perfum-nowa-atrakcja-turystyczna-wenecji>.

⁷⁷ Katarzyna SCALISE-ROWIŃSKA, „Palazzo Mocenigo – weneckie królestwo perfum”, *lente-magazyn.com*, dostęp: 21.04.2024, <https://lente-magazyn.com/palazzo-mocenigo-weneckie-krolestwo-perfum>.

⁷⁸ Zob. SCALISE-ROWIŃSKA, „Palazzo Mocenigo”.

⁷⁹ Zob. *Museu del Perfum*, dostęp: 21.04.2024, <http://museudelperfum.com/en>.

⁸⁰ Zob. *Museu del Perfum*.

⁸¹ Zob. Klaudia HEINTZE, „Pachnaca Barcelona 7: Perfumeria Regia i Museu del Perfum”, *Sabbath of Senses*, 20.03.2019, <https://www.sabbathofsenses.com/2019/03/pachnaca-barcelona-7-perfumeria-regia-i.html>.

cehuje zaś anachroniczność, np. perfumy w gablotach oświetlane są przez żarówki, co wpływa negatywnie na cieczę znajdującą się w flakonach. Każda z półek lub witryn wypełniona jest dużą ilością pachnideł, które nie są pogrupowane w tematyczny lub zgodny z historyczną chronologią sposób, co sprawia wrażenie chaosu i przytłoczenia nadmiarem eksponatów. Mankamentem jest też brak partii edukacyjnej, która umożliwiłaby zwiedzającym zapoznanie się z historią wystawianej w gablotach kolekcji. Miejsce to przypomina raczej galerię prezentującą nieokreślony zbiór flakonów niż instytucję muzealną. Atrakcją jest zaś wydzielona szafka z perfumami marki Guerlain, które zwiedzający może powąchać⁸². Muzeum to nie jest instytucją państwową, lecz prywatną, co może do pewnego stopnia tłumaczyć brak profesjonalnych standardów kuratorskich i konserwatorskich pod względem zarówno sposobu wystawienia, jak również opisu samych zbiorów. Formuła i układ tej kolekcji od lat są niezmiennie; pełni ona raczej funkcję komercyjną i ma służyć pozyskiwaniu potencjalnych klientów butiku drogowego, gdyż w końcowym etapie zwiedzający opuszczający wystawę natrafia właśnie na jego wnętrze.

6. WSPÓŁCZESNE KOLEKCJE PERFUM VINTAGE A KONSUMPCJONIZM

Pozytywnym aspektem popularnego współcześnie zjawiska prywatnego kolekcjonowania pachnideł vintage, które rozwija się bujnie dzięki ułatwieniom w transporcie i handlu (w tym za pośrednictwem platform internetowych), są możliwości poznawania historii perfum samodzielnie, przede wszystkim dzięki dostępowi do informacji w internecie (np. data powstania określonego zapachu i związanego z nim flakonu)⁸³. Pozwala to na poszerzanie wrażliwości estetycznej i rozwija umiejętności poznawcze, gdyż kolekcjoner często podejmuje trud archiwisty sporządzającego notkę o poszczególnych eksponatach, znajdujących się w jego zbiorach. Zazwyczaj na prywatne kolekcje składają się takie grupy eksponatów, jak miniatury perfum, ekstrakty perfum markowych, broszury reklamowe perfum oraz flakony *factise* (ekspozycyjne flakony dużych rozmiarów). Główną zaś zaletą kolekcjonowania pachnideł vintage jest możliwość poszerzania wiedzy w dziedzinie sztuki perfumiarstwa przede wszystkim dzięki poznawaniu zapachów w ich wersjach

⁸² Zob. HEINTZE, „Pachnąca Barcelona”.

⁸³ W tym przypadku pomocne są takie strony internetowe, jak <https://www.fragrantica.com> czy <https://www.parfumo.com>.

sprzed reformulacji. Należy zaznaczyć, że obecnie na rynku istnieje znikoma liczba perfum, które zachowały pierwotną recepturę na przestrzeni lat⁸⁴. Posiadanie w kolekcji pierwowzoru wonności pozwala więc na metaforyczną podróż do przeszłości i doświadczenia tego, jak i czym pachniały rozmaite epoki historyczne. Ważnym warunkiem jest jednak to, aby kolekcjoner zapewnił odpowiednie zabezpieczenie poszczególnych eksponatów, ponieważ perfumy są wrażliwe na światło i wilgoć, a źle przechowywane mogą utracić swoje specyficzne pierwotne cechy⁸⁵. Innym niebezpieczeństwem jest zakup zepsutych, zestarzałych, zwiędziałych już pachnideł. Osoba, której zależy na dobrze zachowanym eksponacie, powinna upewnić się, że perfumy były wcześniej odpowiednio przechowywane i zabezpieczone⁸⁶.

Warto w tym miejscu przywołać koncepcję Manfreda Sommera dotyczącą odróżnienia dwóch rodzajów zbierania: estetycznego (nadrzędnego) oraz ekonomicznego (ułomnego)⁸⁷. Za nadrzędne uznaje się wartościowe dzieła sztuki, warte zobaczenia⁸⁸. Jak uważa Sommer: „zbieranie akumulacyjne zdaje się dlatego trywialne w porównaniu ze zbieractwem estetycznym, choć należy dostrzec, że w dziejach ludzkości to ono pojawiło się jako forma pierwotna zbierania”⁸⁹.

Przeciwnieństwem świadomego kolekcjonerstwa wonności jest gromadzenie impulsywne. Ewelina Kancik podkreśla:

[...] wpływ reklamy jest znaczący przy budowie tożsamości człowieka, bo jej perswazyjne elementy ukazujące doskonały i idealny produkt, pożądany wzorzec kobiety, mężczyzny czy nastolatka często powodują, iż jednostki zainspirowane swoim wymarzoną obliczem nabywają reklamowane produkty starając się utożsamić niemal z idealną osobą, która go reklamuje⁹⁰.

⁸⁴ Na przestrzeni dekad w XX wieku dochodziło do zmian receptur perfum, co wiązało się m.in. z faktem zabrania przez IFRA używania rozmaitych składników. Zob. Courtney HUMPHRIES, „Engineering Replacements for Essential Perfume Ingredients”, *wired.com*, 21.10.2011, <https://www.wired.com/2011/10/ff-perfume>.

⁸⁵ Zob. „Czy oryginalne perfumy wietrzeją?”, *Goodies*, 19.12.2023, <https://www.goodies.pl/czy-oryginalne-perfumy-wietrzeja>.

⁸⁶ Zob. „Czy oryginalne perfumy wietrzeją?”

⁸⁷ Zob. Wincenty NOWAK, „Manfreda Sommera filozofia zbierania”, *Kultura i Wartości*, nr 29 (2020): 93.

⁸⁸ Zob. NOWAK, „Manfreda Sommera filozofia zbierania”, 93.

⁸⁹ NOWAK, „Manfreda Sommera filozofia zbierania”, 93.

⁹⁰ Ewelina KANCIK, „Płynna tożsamość człowieka w kulturze konsumpcji”, w: *Współczesne uwarunkowania promocji i reklamy*, red. Artur J. Kukuła (Warszawa: Difin, 2013), 50.

Współczesna branża perfumeryjna usiłuje dotrzeć z marketingowym przekazem do potencjalnego konsumenta, który atakowany jest ogromną ilością reklam, warunkowanych badaniami rynku i nastawieniem na najskuteczniejsze oddziaływanie na odbiorcę. Manipulacyjne praktyki powodują, że klienci kupują bez namysłu produkty, których nawet nie spróbowali wcześniej poznać, chcąc jedynie nadążyć za zmieniającą się modą. Nie ma dla nich znaczenia historia powstania pachnideł. Zjawisko to można interpretować przez pryzmat teorii krytycznej Theodora W. Adorna, wskazując na „fetyszyzm towarowy”, w którym przedmiot traci swoją autonomię na rzecz funkcji rynkowej⁹¹. Konsumpcyjne zbieractwo często opiera się też na zakupach z nieznanymi źródłami. Łączy się z tym niestety również brak zainteresowania oryginalnością i jakością danego produktu, a w związku z tym gromadzone są niekiedy pachnidła imitujące perfumy czy ich substytuty. Natomiast według Piotra Siudy:

Ten, kto kolekcjonuje, nabywa, ale nie po to, żeby się pozbyć, przydaje wartość pieniężną, ale nie po to, aby zyskać. Zbieracz nie poddaje się producenckiej presji, co powoduje, że kolekcjonowanie to akt przeciwstawny szybkiej konsumpcji (podobnie jak inne zjawiska z kręgu prosumpcji, do którego przynależy również zbieranie)⁹².

Współcześnie perfumy coraz częściej odbierane są jako część dziedzictwa kulturowego. Koncepcja zwrotów kulturowych, autorstwa Dorris Bachmann-Medick, wyjaśnia obserwowany od przełomu XX i XXI wieku wyraźny zwrot ku zapachom i wonnościom⁹³. Powstaje coraz więcej prac naukowych skupiających się na badaniach związanych z historią perfum oraz sposobami ich produkcji. Zainteresowanie wonnościami sięga minionych wieków, czego potwierdzeniem są zbiory Ludwika XIV, Marii Antoniny czy Napoleona Bonaparte. Perfumy, które niegdyś dostępne były wyłącznie dla zamożnych grup społeczeństwa, stają się jednak obecnie coraz bardziej powszechne. Postęp technologiczny i informacyjny oraz rozwój transportu i handlu ułatwiają też kolekcjonowanie flakonów perfum z dawnych epok. Powstaje więc coraz więcej

⁹¹ Zob. Ariel MODRZYK, „Teoria społeczna i estetyczna Theodora Adorna jako praktyka prowokacyjnego uwrażliwiania”, *Kultura i Społeczeństwo* 55, nr 1 (2011): 91; por. Theodor W. ADORNO, *Notes to Literature*, red. Rolf Tiedemann (New York: Columbia University Press, 2019), 61.

⁹² Piotr SIUDA, „Kolekcjonowanie kontra szybkie konsumowanie”, *Przegląd Socjologii Jakościowej* 8, nr 3 (2012): 73.

⁹³ Zob. Doris BACHMANN-MEDICK, *Cultural Turns. Nowe kierunki w naukach o kulturze*, tłum. Krystyna Krzemieniowa (Warszawa: Oficyna Naukowa, 2012).

prywatnych kolekcji wonności, a zainteresowanie zgłębianiem wiedzy dotyczącej tego typu artefaktów pozwala na poznawanie dat ich powstania i historii z nimi związanej. Aspekt kolekcjonerstwa wydaje się szczególnie znaczący, gdyż to właśnie dzięki prywatnym zbiorom w XX wieku powstały pierwsze publiczne muzea pachnideł. Placówki te służą dziś propagowaniu miejsca, które perfumy zajmują w kulturze materialnej i dziejach ludzkich. Należy też zauważyć negatywne konsekwencje powszechnej dostępności perfum. Jedną z nich jest zjawisko kompulsywnego zbieractwa wonności, które różni się od świadomego kolekcjonerstwa i polega na impulsywnym kupowaniu bez refleksji nad wartością i znaczeniem nabywanych przedmiotów.

BIBLIOGRAFIA

LITERATURA

- ADORNO, Theodor W. *Notes to Literature*. Red. Rolf Tiedemann. New York: Columbia University Press, 2019.
- BACHMANN-MEDICK, Doris. *Cultural Turns. Nowe kierunki w naukach o kulturze*. Tłum. Krystyna Krzemieniowa. Warszawa: Oficyna Naukowa, 2012.
- BRUD, Władysław S. i Iwona KONOPACKA-BRUD. *Podstawy perfumerii, historia, pochodzenie i zastosowania substancji zapachowych*. Łódź: Oficyna Wydawnicza MA, 2009.
- CRONIN, Vincent. *Ludwik XIV*. Tłum. Katarzyna Molek. Warszawa: Da Capo, 2001.
- FEYDEAU DE, Élisabeth. *A Scented Palace: The Secret History of Marie Antoinette's Perfumer*. Tłum. Jane Lizop. New York: Tauris Parke, 2022.
- GULLA, Bożena. *Wrażliwość człowieka*. Kraków: Wydawnictwo UJ, 2021.
- HOFFMANN, Beata. *Perfumy. Uwarunkowania kulturowo-społeczne*. Kraków: Oficyna Wydawnicza Impuls, 2013.
- HOFFMANN, Robert. „Perfumy”. W: *Britannica – encyklopedia szkolna*. T. 16, red. Leonard. J. Baldyga, tłum. Aleksandra Bessert. Poznań: Wydawnictwo Kurpisz, 2000.
- HURTON, Andrea. *Erotyka perfum, czyli tajemnice pięknych zapachów*. Tłum. Michał Struczyński. Warszawa: Real Press, 1994.
- IRVINE, Susan. *Perfume: The Creation and Allure of Classic Fragrances*. London: Aurum Press, 1996.
- KANCIK, Ewelina. „Płynna tożsamość człowieka w kulturze konsumpcji”. W: *Współczesne uwarunkowania promocji i reklamy*, red. Artur J. Kukuła, 43–58. Warszawa: Difin, 2013.
- KUSIO, Urszula. „Zmysł węchu w kulturze medialnej”. *Kultura – Media – Teologia* 59 (2024): 78–95.
- „Louis XIV and Perfume, A True Love Story”. Bon Parfumeur. Dostęp: 20.04.2024. <https://www.bonparfumeur.com/en-eu/blogs/journal/louis-xiv-perfumes>.
- MACGILLIVRAY NICOL, Donald. *Byzantium and Venice: A Study in Diplomatic and Cultural Relations*. Cambridge: Cambridge University Press, 1992.
- MODRZYK, Ariel. „Teoria społeczna i estetyczna Theodora Adorna jako praktyka prowokacyjnego uwrażliwiania”. *Kultura i Społeczeństwo* 55, nr 1 (2011): 81–97.

- NIEROBA, Elżbieta. „Tekst muzealny jako narzędzie angażowania publiczności muzealnej. W stronę nowego modelu komunikowania w muzeum”. *Zbiór Wiadomości do Antropologii Muzealnej*, nr 5 (2018): 9–24.
- NOWAK, Wincenty. „Manfreda Sommera filozofia zbierania”. *Kultura i Wartości*, nr 29 (2020): 89–112.
- POMIAN, Krzysztof. *Muzeum. Historia światowa*. T. 1: *Od skarbcza do muzeum*. Tłum. Tomasz Stróżyński. Gdańsk: słowo/obraz terytoria, 2023.
- SCHUMACHER, Anna. „Gabinet osobliwości jako sposób poznania otaczającego nas świata”. *Arteria. Rocznik Wydziału Sztuki Uniwersytetu Technologiczno-Humanistycznego w Radomiu*, nr 9 (2021): 5–14.
- SIUDA, Piotr. „Kolekcjonowanie kontra szybkie konsumowanie”. *Przegląd Socjologii Jakościowej* 8, nr 3 (2012): 58–75.
- SZYCHOWSKA, Malina, Jonas K. OLOFSSON i Nira CEDRES. „Olfactory Spatial Memory: A Systematic Review and Meta-Analysis”. *Scientific Reports* 15 (2025): 38469.
- TRETER, Mieczysław. *Muzea współczesne*. Warszawa: Narodowy Instytut Muzealnictwa i Ochrony Zbiorów, Państwowy Instytut Wydawniczy, 2019.
- TURNAU, Irena. *Słownik ubiorów. Tkaniny, wyroby pozatkackie, skóry, broń i klejnoty oraz barwy znane w Polsce od średniowiecza do początku XIX w.* Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Semper, 1999.
- WALA, Konrad i Krzysztof PIETROWIAK. „Antropologia zmysłów i sensoryczna etnografia – geneza, założenia, podejścia badawcze”. *Etnografia. Praktyki, Teorie, Doświadczenia*, nr 4 (2018): 15–40.
- WATAŁA, Elwira. *Cuchnący Wersal*. Warszawa: Oficyna Wydawnicza Rytm, 2007.
- ZWEIG, Stefan. *Maria Antonina*. Tłum. Zofia Petersowa. Wyd. 3. Katowice: Wydawnictwo Śląsk, 1990.

NETOGRAFIA

- ARGUELLES, Allannah. „Visiting the Newly Renovated Musee International de la Parfumerie”. *Vanity Fair*, 11.05.2009. <https://www.vanityfair.com/news/2009/05/visiting-the-newly-renovated-musee-international-de-la-parfumerie>.
- „Czy oryginalne perfumy wietrzeją?”. Goodies, 19.12.2023. <https://www.goodies.pl/czy-oryginalne-perfumy-wietrzeja>.
- „Did Napoleon Meet His Water-l'eau? DMU Professor Says French Emperor Was Killed by an Obsession with Eau de Cologne”. De Montfort University Leicester, 5.05.2021. <https://www.dmu.ac.uk/about-dmu/news/2021/may/did-napoloen-meet-his-water-leau-dmu-professor-says-french-emperor-was-killed-by-an-obsession-with-eau-de-cologne.aspx>.
- Fragonard. „The Parfumeur's Collection”. Dostęp: 21.04.2024. <https://usines-parfum.fragonard.com/en/the-perfumers-collection-scribe1>.
- Galimard. „Perfume in Grasse”. Dostęp: 21.04.2024. <https://www.galimard.com/en/perfume-grasse>.
- HEINTZE, Klaudia. „Pachnąca Barcelona 7: Perfumeria Regia i Museu del Perfum”. Sabbath of Senses, 20.03.2019. <https://www.sabbathofsenses.com/2019/03/pachnaca-barcelona-7-perfumeria-regia-i.html>.
- „Histoire du Musée International de la Parfumerie”. [museesdegrasse.com](https://www.museesdegrasse.com). Dostęp: 21.04.2024. <https://www.museesdegrasse.com/histoire-du-musee-international-de-la-parfumerie>.
- HUMPHRIES, Courtney. „Engineering Replacements for Essential Perfume Ingredients”. wired.com, 21.10.2011. <https://www.wired.com/2011/10/ff-perfume>.

- Musée du Parfum Fragonard. „Collections”. Dostęp: 20.04.2024. <https://musee-parfum-paris.fragonard.com/en/collections>.
- Museu del Perfum. Dostęp: 21.04.2024. <http://museudelperfum.com/en>.
- „Muzeum perfum – nowa atrakcja turystyczna Wenecji”. *Dzieje.pl*, 18.07.2016. <https://dzieje.pl/rozmaitosci/muzeum-perfum-nowa-atrakcja-turystyczna-wenecji>.
- NAGEL, Aleksandra. „Francja: Francis Kurdjian odtworzył w Wersalu Perfumeryjny Ogród Króla Słońce”. *Well.pl*, 7.07.2023. https://www.well.pl/home_garden/138/francja_francis_kurdjian_odtworzyl_w_wersalu_perfumeryjny_ogrod_krola_slonce,12139.html.
- OPIEKA-NOWAK, Monika. „Woda kolońska Napoleona”. *Bottanicum.pl*. Dostęp: 20.04.2024. <https://bottanicum.pl/blog/woda-kolonska-napoleona>.
- Osmotheque. „About”. Dostęp: 21.04.2024. <https://www.osmotheque.fr/en/about>.
- „Pachnidło”. W: *Słownik Języka Polskiego PWN*. Dostęp: 22.01.2026. <https://sjp.pwn.pl/sjp/pachnidlo;2497349.html>.
- Palazzo Mocenigo. „Layout and Collections: Museum Itinerary”. Dostęp: 22.04.2024. <https://moecenigo.visitmuve.it/en/il-museo/layout-and-collections/itinerary-renewed>.
- SCALISE-ROWIŃSKA, Katarzyna. „Palazzo Mocenigo – weneckie królestwo perfum”. *Lente-magazyn.com*. Dostęp: 21.04.2024. <https://lente-magazyn.com/palazzo-mocenigo-weneckie-krolestwo-perfum>.
- „Wersal. Odtworzono perfumy ściętej królowej Marii Antoniny”. *WP turystyka*, 13.12.2006. <https://turystyka.wp.pl/wersal-odtworzono-perfumy-scietej-krolowej-marii-antoniny-6044393340417153a>.

PACHNĄCA HISTORIA. OD ZBIORÓW WŁADCÓW PO WSPÓŁCZESNE
EUROPEJSKIE MUZEA PERFUM
I KOLEKCJE VINTAGE

STRESZCZENIE

Pachnidła od czasów starożytnych wpisane są w dzieje ludzkości nie tylko jako przedmiot użytkowy, lecz także swoisty kod semiotyczny, powiązany z kulturami i określonymi grupami społecznymi. Niniejszy artykuł analizuje różnorodne aspekty związane z kolekcjonowaniem perfum, w tym także ich zabytkowych egzemplarzy. Wprowadzenie obejmuje syntetyczny przegląd wybranych tego rodzaju nowożytnych zbiorów, które znajdowały się w posiadaniu postaci historycznych. Zasadnicza część artykułu skupia się zaś na scharakteryzowaniu głównych, działających obecnie w Europie, muzealnych ośrodków, eksponujących bogate kolekcje pachnideł. Jej celem jest rozpatrzenie pozytywnych i negatywnych aspektów tego typu wystawiennictwa. Część ostatnia artykułu dotyczy uwarunkowań związanych z ponowoczesnym prywatnym kolekcjonowaniem perfum, z uwzględnieniem zarówno zbiorów obejmujących unikatowe okazy z epok minionych, jak i zbieractwa ściśle powiązanego z konsumpcją. Artykuł opisuje zmiany, które zaszły na przestrzeni epok nie tylko w odbieraniu samych perfum, lecz przede wszystkim w pojmowaniu mechanizmów ich kolekcjonowania.

Słowa kluczowe: muzea; perfumy; kolekcje; luksus; konsumpcjonizm; kolekcjonerstwo

FRAGRANT HISTORY. FROM RULERS' COLLECTIONS TO CONTEMPORARY EUROPEAN
PERFUME MUSEUMS AND VINTAGE COLLECTIONS

SUMMARY

Since ancient times, perfume has been part of human history, not only as a functional object, but also as a specific semiotic code associated with cultures and particular social groups. This article aims to analyse various aspects related to the mechanisms and types of perfume collecting, including antique specimens. In the introduction, the author makes a synthetic overview of some modern collections of this kind owned once by historical figures. The main part of the article focuses on today's major European museums that exhibit rich collections of perfumes, considering the positive and negative aspects of this type of exhibitions. The last part refers to the conditions related to postmodern private perfume collecting, taking into account both collections of unique specimens from past eras and collecting closely related to consumption. The article is an attempt to examine the changes that have taken place over the ages, not only in the perception of perfume itself, but above all in the understanding of the mechanisms underlying perfume collecting.

Keywords: museums; perfumes; collections; luxury; consumerism; collecting