

Dorota Wojtowicz-Jankowska¹

Rola obiektów muzealnych w przestrzeni publicznej miasta

Współczesne muzea to instytucje, które trwale wpisały się w miejskie przestrzenie. Pełnią funkcje edukacyjne, badawcze, ale i komercyjne. Powierzenie im coraz to nowych zadań spowodowało, że zmieniły się z obiektów tylko wystawienniczych w miejsca o charakterze publicznym. Początkowo ich nadrzędnym celem było eksponowanie, przechowywanie i troska o posiadane zbiory, by z czasem rozszerzyć zakres podejmowanych działań o funkcje komercyjne.

Wiek dwudziesty przyniósł nowy sposób postrzegania obiektów muzealnych, które przejęły rolę eksponatów miejskiej przestrzeni. Nastąpiło to dzięki zmianom, jakie dokonały się w ich architekturze. Nowo wybudowane muzea, jak i stare budynki zaadaptowane na funkcje ekspozycyjne stały się charakterystycznymi elementami miast dwudziestego pierwszego wieku kształtując miejski krajobraz oraz wpływając na zmiany społeczne i kulturowe miast. Muzeum

¹ Dr inż. arch., Politechnika Gdańska, Wydział Architektury.

postrzegane jako nowy czynnik twórczy miasta spowodowało, że oczekiwania wobec niego stale rosną². Są narzędziami kultury wyższej, ale również kultury popularnej, przez co ich rolą jest zarówno misja związana z udostępnianiem zbiorów, jak i tworzenie obszarów rozrywki³. Sama zaś architektura muzeów przyczynia się do rozwoju i podnoszenia jakości przestrzeni publicznych, która jeśli jest na wysokim poziomie, stanowi bodziec do rozwoju miast i staje się motorem do wzrostu kapitału ludzkiego oraz kulturowego, udoskonalając wartość życia dzielnic⁴. Nieprzeciętne walory obiektów muzealnych powodują, że wpływają na różne dziedziny życia, przez co są utożsamiane z tym, co cenne, godne pożądania i tym, co jest celem ludzkich dążeń⁵.

Definicja, którą posługuje się współczesna muzeologia, mówi o tym, że muzea są ogólnie dostępne, niedochodowe, skupione na badaniach nad świadectwem ludzkiej działalności, służbie społeczeństwu i jego rozwojowi poprzez udostępnianie i wystawianie zbiorów, ale również prowadzeniu działalności edukacyjnej, konserwatorskiej, badawczej⁶. Ich role, służebna wobec społeczeństwa i opiekuńcza wobec zbiorów, nie są jedynymi, jakie pełnią. Współcześnie przejęły szereg nowych ról, które wnoszą istotne wartości do życia miast, stając się:

- przestrzeniami publicznymi w mieście,
- ikonami miejskiej przestrzeni,
- znakami postępu technologicznego,
- centrami rozrywki,
- znakami pamięci,
- centrami edukacyjnymi,
- przedsiębiorstwami,
- kontenerami sztuki.

² Michał Niezabitowski, *Muzeum we wnętrzu historycznego miasta – konflikt czy harmonia?*, „Miasto i Muzeum. Kwartalnik Herito” 2011, nr 3, s. 68-69.

³ Małgorzata Dymnicka, *Przestrzeń publiczna a przemiany miasta*, Wydawnictwo Naukowe SCHOLAR, Warszawa 2013, s. 183.

⁴ *Przestrzeń publiczna dzielnicy w partycypacyjnym planowaniu strategicznym. Quo vadis, Gdańsku? Mieszkańcy planują swoje miasto*, pod redakcją Gabrieli Rembarz i Justyny Martyniuk-Pęczek, Wydawca: Gdańska Fundacja Innowacji Społecznej we współpracy z Wydziałem Architektury Politechniki Gdańskiej oraz Sopotkiej Szkoły Wyższej, Gdańsk 2015, s. 52.

⁵ Janusz Gajda, *Wartości w życiu człowieka. Prawda – miłość – samotność*, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin 1996, s. 16.

⁶ G. H. Rivière, *La muséologie selon*, Dunod, Paris 1989; por. D. Folga-Januszewska, *Muzeum: definicja i pojęcie. Czym jest muzeum dzisiaj?*, [w:] Muzealnictwo, 2008, t. 49, s. 200-203; D. Abłamowicz, *Kilka uwag o kondycji muzeów w Polsce*, [w:] *Przeszłość dla przyszłości – problemy edukacji muzealnej. Materiały konferencji z okazji jubileuszu 40-lecia Muzeum Pierwszych Piastów na Lednicy*, Lednica 11-13 września 2009 roku, red. J. Wrzesiński, A. M. Wyrwa, Lednica 2010, s. 15-32.

Dostrzeżenie znaczenia muzeów dla funkcjonowania miast przekłada się na celowe posługiwanie się nimi jako narzędziami kształtowania ich charakteru, ale i wyobrażenie o nim.

Muzeum jako przestrzeń publiczna

Architektura obiektów muzealnych przeobrażała się wraz z rozwojem samej instytucji. Przejście od muzeum będącego świątynią sztuki do miejsca popularnej rozrywki to jego odpowiedź na oczekiwania społeczne. Współcześnie jest to widoczne w sposobach projektowania przestrzeni muzeów, w których nastąpiło wyraźne wyznaczenie miejsc o charakterze ogólnodostępnym, takich jak sklepy muzealne, halle, kawiarnie, biblioteki. Miejsca te nadają charakter codzienności przestrzeniom muzealnym, co powoduje, że sztuka w salach wystawienniczych staje się bliższa odbiorcy. Zmiana sposobu projektowania przestrzeni ekspozycyjnych i jednocześnie metod prezentacji, ze statycznego w dynamiczny, wpłynęła na zmianę ich organizacji przestrzennej i funkcjonalnej. Obecnie możliwe jest oglądanie zbiorów w kawiarni czy dziedzińcu wewnętrznym, które pełnią rolę nie tylko przestrzeni konsumpcyjnej i komunikacyjnej, ale również miejsca wystaw. Kształtowanie bryły muzeum poprzez jej otwarcia w postaci dziedzińców, liczne wejścia, otwory okienne z sal ekspozycyjnych na przestrzeń wokół budynku są kolejnymi elementami nadającymi im cechy przestrzeni publicznej.

Przykładem muzeum, które ma takie właściwości, jest muzeum *De Young* (arch. J. Herzog & P. De Meuron, 2005 r.) w San Francisco, gdzie wejścia do obiektu są tak zaprojektowane, by wędrując po otaczającym muzeum parku *Golden Gate*, zająć do budynku, który pomimo wrażenia nieprzystępności oferuje przyjazne odbiorcy wnętrze. Jego wysokość jest zróżnicowana, podobnie jak sposób doświetlenia wnętrza, oferowanych widoków na dziedzińce wewnętrzne, ale i pobliski park. Przestronny hall główny sprawia wrażenie przestrzeni zapowiadającej szereg zdarzeń, które wydarzą się w pomieszczeniach do których prowadzi – sal wystawienniczych. Jest też miejscem odpoczynku i ekspozycji, ale i poczekalni w której może mieść miejsce coś niezwykłego (Il. 1). Ponadto muzeum posiada wieżę widokową z oszklonym tarasem, przez co miasto staje się fragmentem ekspozycji oferowanej przez muzeum.





Ilustracja 1. Hall wewnętrzny muzeum sztuki *De Young* w San Francisco pełniący funkcję miejsca spotkań, ale i przestrzeni ekspozycyjnej⁷.

Architektura współczesnych muzeów stała się bliższa odbiorcy dzięki poszukiwaniu rozwiązań zaczerpniętych z powszechnie stosowanych materiałów wykończeniowych, których użycie zmniejsza dystans pomiędzy widzem a obiektem. Rola samej ekspozycji stała się drugoplanowa, gdyż na plan pierwszy wysunęła się architektura muzeów odpowiadająca konsumpcyjnym oczekiwaniom społeczeństwa. Włączenie muzeów w życie codzienne miast przez lokalizowanie ich w miejscach łatwo dostępnych, projektowanie tak, by były chętnie odwiedzane i poszukiwanie łączności z miastem poprzez np. wprowadzenie różnorodnych ogólnodostępnych funkcji, czynią je szczególnymi przestrzeniami publicznymi.

Architektura muzealna przeobraziła się w jedną z miejskich atrakcji turystycznych, stając się uzupełnieniem ekspozycji muzeum i towarzyszących jej wydarzeń co przyczyniło się do popularyzacji miejsc ich lokalizacji, a tym samym ich ożywienia⁸. Sposób promowania muzeów z posiadanymi różnymi atrakcjami ma charakter często komercyjny czy nawet rozrywkowy co powoduje, że same zbiory schodzą na plan dalszy. Próby popularyzacji muzeów, zwiększania ich frekwencji powodują osłabienie rangi posiadanych zbiorów na rzecz oferowanych alternatywnych atrakcji. Jednak, jak ostrzega Victoria Newhouse, postępująca komercjalizacja muzeów skłania do nieco ostrożniejszego serwowania przez te instytucje rozrywek, gdyż ich nadmiar prowadzi do degeneracji samej ekspozycji i osłabienia jej pozycji⁹. Spostrzeżenie to zwraca uwagę na niebezpieczeństwo wynikające z niezachowania właściwych

⁷ Autor: Dorota Wojtowicz-Jankowska.

⁸ Małgorzata Dymnicka, *Przestrzeń publiczna a przemiany miasta*, Wydawnictwo Naukowe SCHOLAR, Warszawa 2013, s. 185.

⁹ V. Newhouse, *Towards a new museum*, The Monacelli Press, Germany 1998, s.191.



proporcji pomiędzy funkcjami przypisanymi z założenia muzeom, a nowymi, wkraczającymi do nich bez zahamowań, wpływając na zmianę ich dotychczasowego charakteru.

Muzeum jako ikona miejskiej przestrzeni

W miejskiej przestrzeni architektura obiektów często jest oceniana w kontekście ich estetyki. Piękno bądź brzydota budynku mają charakter subiektywny, ale to właśnie wygląd decyduje obecnie o jego popularności. Muzea dostrzegły tę zależność dość szybko i podążyły w kierunku tworzenia muzeów – ikon, za których projekty odpowiedzialni stali się znani architekci (*star architects*).

Muzeum Guggenheima w Bilbao (arch. F. Gehry, 2000 r.) jest sztandarowym przykładem obiektu muzealnego, którego realizacja wpłynęła na wzrost popularności miasta. Zmiany, jakie zainicjowała jego budowa, stały się widoczne zarówno w przestrzeni miasta, jak i gospodarce. Okazały się one na tyle istotne, że określa się je jako „efekt Bilbao”. Budowa muzeum na terenach poprzemysłowych, w mieście dotkniętym kryzysem gospodarczym, pokazała, że jest możliwa poprawa jego sytuacji dzięki inwestycji o charakterze kulturalnym. Miasto zyskało oryginalny symbol, przyciągając turystów bardziej ciekawych nowego budynku niż jego zbiorów. Na realizacji tego projektu zyskała gospodarka, powstały nowe miejsca pracy, między innymi dzięki konieczności rozbudowy bazy hotelowo-gastronomicznej¹⁰.

Próby powtórzenia sukcesu z Bilbao były podejmowane w innych miastach, gdzie budowano nowe muzea (Muzeum Sztuki Współczesnej w Cincinnati, Z. Hadid, *Das Bellevue Art Museum* w Seattle S. Holl), jednak nigdzie się to nie udało w podobnym stopniu. Co nie znaczy, że zniechęciło to władze miast do prób wprowadzania zmian poprzez nowe obiekty muzealne. Architekci stale podejmują starania realizacji śmiałych formalnie rozwiązań, by architekturą muzeum wpływać na wizerunek miast.

Współczesnym przykładem obiektu, które ma szansę zyskać wartość symboliczną, jest Muzeum II Wojny Światowej w Gdańsku (arch. J. Droszcz, B. Domsta, 2017 r.). Projekt budynku to odważne rozwiązanie przestrzenno-formalne. Został tak zaprojektowany, że aż 80% jego powierzchni znajduje się pod ziemią w której przewidziana jest przestrzeń ekspozycyjna, ale i pomieszczenia techniczne obsługujące obiekt. Element nadziemny o relatywnie niedużej powierzchni, w stosunku do reszty obiektu jest wyrazisty poprzez nadany mu kształt pochylonej wieży. Forma ta powoduje, że jest ona dominantą w krajobrazie miasta.

¹⁰ Ibidem, s. 246-7.



Projekt muzeum już w fazie koncepcyjnej został określony przez sąd konkursowy jako „nowy symbol Gdańska” i jego „nowa ikona”¹¹. Wyjątkowa architektura prawdopodobnie spowoduje, że to muzeum stanie się budowlą identyfikującą miasto.



Ilustracja 2. Plac przed Muzeum II Wojny Światowej z widocznym w tle nowym osiedlem mieszkaniowym Brabank¹².

Rolą muzeów, które przyjmują rolę ikon w mieście, jest nierzadko ratowanie obszarów zdegradowanych przestrzennie lub społecznie. Ich lokalizacja w miejscach, które utraciły swoją pierwotną funkcję, jak w Bilbao (obszar przemysłowy) czy w Gdańsku (dawna zajezdnia autobusowa), ma nadać nową wartość przestrzeni miejskiej. Budowa muzeum na terenie z pozoru nieatrakcyjnym powoduje, że obszar ten nabiera innego znaczenia wraz z pojawieniem się tak prestiżowej inwestycji. Nowa funkcja generuje wyższą jakość miejskiej przestrzeni, która zmienia dotychczasowe cechy dzielnicy. Sąsiedztwo muzeum ulega zmianie zarówno w kontekście architektoniczno-urbanistycznym, jak i społecznym. Pojawia się nowoczesna zabudowa, a wraz z nią nowi mieszkańcy oraz nowi inwestorzy. Tak wartość rewitalizacyjna, jak i wartość społeczna są tu nieocenione (Il. 2).

Muzeum jako znak postępu technologicznego

¹¹ www.muzeum1939.pl [dostęp: 09.03.2017].

¹² Autor: Dorota Wojtowicz-Jankowska.

Architekturę współczesnych obiektów muzealnych charakteryzują odważne formy przestrzenne, których realizacja jest możliwa dzięki ciągłemu rozwojowi technologii. Wraz ze zmianą sposobu widzenia muzeów już nie jako kontenerów dla zbiorów, a bardziej jako muzeów-atrakcji zauważalna stała się odwaga w doborze materiałów budowlanych – konstrukcyjnych i wykończeniowych oraz metod ich stosowania. Rozwiązania techniczne pozwalające realizować śmiało pomysły architektów to ważny czynnik kształtowania przestrzeni. W przypadku Muzeum II Wojny Światowej bez skomplikowanych rozwiązań hydrotechnicznych nie byłoby możliwe wykonanie fundamentu będącego jednocześnie zasadniczą częścią przestrzeni ekspozycyjnej. Element nadziemny – wieża – również był wyzwaniem dla projektantów, gdyż zaproponowany kąt nachylenia ścian (50 stopni) stanowił trudność na etapie wznoszenia konstrukcji, ale później pokrycia materiałami wykończeniowymi¹³ (Il. 3).



Ilustracja 3. Muzeum II Wojny Światowej w Gdańsku – widok od strony ulicy Wapienniczej, prezentujący na pierwszym planie budynek biurowy, a na drugim nadziemną część muzeum – wieżę – nachyloną pod trudnym do realizacji kątem ścian¹⁴.

Spektakularny efekt, z punktu widzenia obserwatora, dają np. fasady medialne, które poprzez swoją zmienność przyciągają uwagę odbiorców i są zauważalnym dowodem zastosowanej technologii. Przykładem takiego obiektu jest *Kunsthau*s w Grazu (arch. P. Cook

¹³ Pierwotnie materiałem okładzinowym miał być beton architektoniczny, jednak niesprzyjające warunki klimatyczne nie pozwoliły na jego zastosowanie. Inną braną pod uwagę technologią była zaproponowana przez firmę Torkret, polegająca na pokryciu ścian konstrukcyjnych metodą betonu natryskowego. Jednak istniała obawa, że przy tak dużej powierzchni nie uzyska się jednolitej kolorystycznie elewacji. Ostatecznie zdecydowano się na zastosowanie prefabrykowanych płyt betonowych barwionych w masie o wymiarach 1,2 × 3,00 m dających efekt zbliżony do koncepcji architektonicznej.

¹⁴ Autor: Dorota Wojtowicz-Jankowska.

& C. Fournier, 2000 r.), którego zaskakujący kształt, biorąc pod uwagę sąsiedztwo dziewiętnastowiecznej zabudowy, został zaprojektowany w oparciu o najnowsze technologie komputerowe widoczne przede wszystkim na fasadzie. Pokryta elewacja od strony głównej ulicy powłoką z akrylu wyświetla obrazy za pomocą 930 świecących kół, o mocy każdy 40 wat. Obrazem na elewacji steruje komputer, który poszczególne elementy traktuje jak piksele¹⁵(Il. 4).



Ilustracja 4. Widok ze wzgórza Schlossberg na śmiałą formę budynku Muzeum Kunstahus pośród XIX-wiecznej kwartałowej zabudowy¹⁶.

Zaskakiwanie formą, stosowanie skomplikowanych technologii jest jednym ze sposobów spełnienia oczekiwań społeczeństwa konsumpcyjnego, które spodziewa się od budynku muzeum, że będzie się wyróżniał designerską kubaturą. Paweł Leszkowicz nazywa je multisensorycznymi instytucjami hedonistycznej kultury dostatku¹⁷. Takie widzenie muzeów jest pozbawianiem ich zasadniczej roli, jaką pierwotnie było prezentowanie unikatowych eksponatów, edukowanie odbiorców, ale i troska o posiadane zbiory na rzecz efektu wizualnego, jaki umożliwiają współczesne technologie.

Muzeum jako centrum rozrywki

Zmiana sposobu funkcjonowania współczesnych muzeów wyrażająca się ich zwiększoną dostępnością, ale i zauważalną przystępnością ekspozycji wynika z dostosowywania zbiorów

¹⁵ <https://www.museum-joanneum.at/en/kunsthhaus-graz/bix-media-facade/concept> [dostęp: 03.02.2017].

¹⁶ Autor: Dorota Wojtowicz-Jankowska.

¹⁷ Paweł Leszkowicz, *Erotyka muzeów: pomiędzy wojeryzmem a fetyszyzmem*, [w:] J. Lubiak (red.), *Muzeum jako świetlany przedmiot pożądania*, Muzeum Sztuki, Łódź 2007, s. 19-32.

do poziomu oczekiwań odbiorców. Graham Black twierdzi, że dawnego „gościa” muzeum zastąpił obecnie „użytkownik”¹⁸. Sugeruje to użytkową rolę muzeum, podobnie jak tę, którą pełnią urzędy, uczelnie, dworce. Dawna świątynia sztuki stała się „produktem kultury”, który zgodnie z oczekiwaniami konsumenta musi się zmieniać¹⁹. Prowadzi to do tego, że zarówno architektura muzeów, pokazywane zbiory, jak i przede wszystkim sposób prezentacji stają się coraz bardziej ukierunkowane na rozrywkę. Dawne sakralizowanie ekspozycji przeminęło na rzecz wystaw, które zmierzają do upublicznienia, co w efekcie prowadzi do tego, że muzea stają się zatłoczonymi przestrzeniami, do których może wejść każdy.

Muzeum Guggenheima jest marką, za którą kryją się światowe dzieła sztuki, a ich siedziby w Nowym Jorku i Bilbao są przykładami spektakularnych rozwiązań architektonicznych. Jednak Fundacja Guggenheima podejmowała próby lokalizowania swoich filii w różnych miejscach, w tym w Las Vegas. Próby te nie zawsze odnosiły sukces, jak np. w Brazylii, Singapurze czy Hongkongu, gdzie muzea szybko zostały zamknięte. Także realizacja projektu Rema Koolhaasa w Las Vegas nie odniosła spektakularnego sukcesu. Pierwotnie zaplanowana powierzchnia ekspozycyjna na siedem tysięcy metrów kwadratowych została zmniejszona do siedmiuset²⁰. Sama zaś lokalizacja w centrum Las Vegas, w sąsiedztwie kasyn, repliki budynków z Wenecji mająca ściągać odbiorców spośród klientów salonów gier nie odniosła sukcesu. Również architektura muzeum nie jest w stanie wyróżnić się spośród sąsiednich budynków i reklam świetlnych.(II.5)



Ilustracja 5. Nocny widok na budynki w sąsiedztwie siedziby Muzeum Guggenheima w Las Vegas.²¹

¹⁸ Graham Black, *Transforming Museums in the Twenty-first Century*, London-New York 2012, s. 17.

¹⁹ Dorota Folga-Januszewska, *Muzeum: fenomeny i problem*, TAIWPN UNIVERSITAS, Kraków 2015, s. 127.

²⁰ Jean Clair, *Kryzys muzeów, słowo/obraz terytoria*, Gdańsk 2009, s. 52-53.

²¹ Autor: Dorota Wojtowicz-Jankowska.

Muzeum nie okazało się na tyle silną atrakcją, by móc konkurować z lokalami rozrywkowymi, kasynami, restauracjami. Podjęta próba zrównania proponowanej oferty muzeum z centrami popularnej rozrywki pokazuje, że dawna wyjątkowość muzeum skonfrontowana z prostymi potrzebami społecznymi, nie wymagającymi szczególnego przygotowania do udziału w nich, nie odniosła sukcesu.

Muzeum jako znak pamięci

Wartością instytucji muzealnych jest to, że chronią dziedzictwo kulturowe. Odbywa się to poprzez troskę o posiadane zbiory, ale również o swoje siedziby, zwłaszcza gdy są nimi budynki o wartościach zabytkowych. Budynki, które istnieją w krajobrazie miasta i są jego integralną częścią, zaadaptowane do funkcji ekspozycyjnej zostają zachowane w innej odsłonie, jaką im daje nowe przeznaczenie. Spektakularnym przykładem jest siedziba galerii *Tate Modern* (arch. J. Herzog i P. de Meuron, 2000 r.) w Londynie, gdzie w dawnym budynku elektrowni zostało stworzone miejsce dla sztuki. Obiekt silnie wpisany w życie miasta, z uwagi na wcześniej pełnioną funkcję, został uratowany przed likwidacją dzięki dostosowaniu go do potrzeb wystawienniczych. Realizacja ta zwróciła uwagę inwestorów na rejon miasta do tej pory niepopularny, co w konsekwencji spowodowało powstanie kolejnych inwestycji budowlanych w tym mostu łączącego dwa nabrzeża rzeki ułatwiającego spacer do muzeum, który przyczynił się do wzrostu ruchu turystycznego w tym rejonie. Nowe przeznaczenie budynku pozwoliło zachować obiekt architektoniczny, a wprowadzone zmiany, wynikające z funkcji, nie przeobraziły znacząco pierwotnego kształtu jego bryły.

Podobna sytuacja miała miejsce w Gdyni, gdy w roku 2014 w modernistycznym budynku Dworca Morskiego zostało otwarte Muzeum Emigracji. Miejsce to silnie związane z historią przedwojennego morskiego ruchu pasażerskiego zostało zamknięte w 1988 roku, kiedy to ostatni transatlantyk został wycofany z użycia. Wówczas budynek przestał pełnić swoją funkcję i zapadła decyzja o jego zamknięciu, pojawił się pomysł na jego adaptację na jedyne takie muzeum w Polsce. Decyzja ta pozwoliła ochronić go przed zniszczeniem (Il. 6).





Ilustracja 6. Modernistyczny budynek dawnego Dworca Morskiego aktualnie jest siedzibą Muzeum Emigracji²².

Wartością działań adaptacyjnych jest wykorzystywanie obiektów i ich historii do eksponowania przeszłości miejsca, związanych z nim wydarzeń, tworząc wyjątkową ekspozycję wpisującą się w nurt muzeum narracyjnego. Ponadto nowa funkcja w rejonie miasta, dość odległym od ścisłego centrum jak ma to miejsce np. w Gdyni, skłania gości muzeum do poznania nowego dla nich rejonu miasta. Architektura obiektu adaptowanego ma wartość równoważną z ekspozycją, stanowiąc jej integralny element.

Muzeum jako centrum edukacyjne

Rola muzeum jako ośrodka udostępniającego posiadane eksponaty i podążająca za tym działalność naukowa są wpisane w misję muzeów. Obserwacja współczesnych ekspozycji muzealnych, sposobu ich organizacji może skłaniać do wniosku, że muzea zapomniały o tym, do czego zostały powołane. Wiele muzeów korzysta z nowych technologii, tak by ich obecność czyniła wystawy ciekawymi i łatwiej dostępnymi. Ich udział bywa na tyle wyraźny, że istnieje obawa, że nie treść, a sposób przekazania informacji są najważniejsze. Samo upowszechnianie kultury, którym zajmują się muzea, odbywa się poprzez stałe wystawy i czasowe ekspozycje budowane, tak by przyciągały wielu odbiorców. Rozwój technologii pozwala w sposób przystępny, a czasem nawet łatwy przekazać znaczą ilość informacji odbiorcy. Jest to zgodne z rolą muzeum, jaką stanowi nawiązywanie dialogu pomiędzy widzem a ekspozycją, w którym ważna jest jego satysfakcja z wizyty. Dlatego muzea tworząc wystawy, posługują się metodami

²² Autor: Dorota Wojtowicz-Jankowska.

zmierzającymi do niwelowania barier w odbiorze przekazywanych treści. Dotyczy to wszystkich grup odbiorców jednak jest to szczególnie zauważalne w odniesieniu do najmłodszych gości. Wiele wystaw jest tworzonych z myślą o dzieciach jako obecnych i przyszłych odbiorcach dla których w muzeach przewiduje się specjalne pomieszczenia z ekspozycją (Il. 7).



Ilustracja 7. Ekspozycja skierowana do dzieci w Interaktywnym Centrum Historii Ostrowa Tumskiego²³.

W muzeum Brama Poznania ICHOT – Interaktywne Centrum Historii Ostrowa Tumskiego (arch. Ad Artis Emerla, 2014 r.) – zastosowane zostały nowoczesne metody narracji wystaw. Sposób organizacji muzeum został oparty o najnowsze trendy wystawiennicze tak, by interesująco opowiedzieć o dziedzictwie kulturowym Ostrowa Tumskiego. Jest to miejsce nie tylko atrakcyjne z punktu widzenia miłośników historii, ale i historii, która jest przekazywana metodami niestandardowymi. Sam obiekt muzealny stanowi zaś ważny element rewitalizacji dzielnicy Śródka.

Dostępność muzeum wyraża się w sposobie tworzenia wystaw, które angażują odbiorcę w wystawy. Jest to ważne w misji edukacyjnej gdyż metody przekazywania treści pozwalają na inne widzenie muzeów nie tylko w kontekście oferowanej przez nie rozrywki, choć obecnie jest ona istotnym ich elementem, ale współczesnych narzędzi nauczania.

Muzeum jako przedsiębiorstwo

²³ Autor: Dorota Wojtowicz-Jankowska.



Dzisiejsze muzeum zostało wkomponowane w rzeczywistość, w której społeczeństwo poszukuje rozrywki, a sama ekspozycja stanowi jeden z jej elementów. Jest miejscem przechowywania zbiorów, ich upowszechniania poprzez pokazywanie, ale i udostępnianie książek, katalogów, opracowań naukowych z nimi związanych. Jest także miejscem, w którym można zakupić reprodukcje i pamiątki. Muzea posiadają kawiarnie, są przestrzeniami spotkań, wymiany poglądów, ale także miejscami promującymi dzieła sztuki na rynku.

Jak pisze Gerald Matt, muzeum w swych ekspozycjach, architekturze i we wszystkich aktywnościach musi się stać odbiciem świata i otoczenia, w których żyją odwiedzający je ludzie²⁴. Z tego powodu muzeum stało się przedsiębiorstwem, które uczestniczy w procesach ekonomicznych. Pomimo założenia, że świadczą one usługi publiczne i pełnią misję kulturalną, pojawia się konieczność finansowania podejmowanych działań i zdobywania na ten cel środków. Muzea nie są w założeniu instytucjami dochodowymi, dlatego pozyskiwanie funduszy odbywa się poprzez dotacje od państwa lub donatorów. Aby jednak było to możliwe, konieczna jest organizacja takich wystaw, które przyciągną odbiorców.

Współcześnie społeczeństwo planuje swój czas i wydatki na rozrywkę czy sztukę, dlatego muzea stanęły przed koniecznością rywalizacji o klienta z innymi instytucjami. Zauważalna stała się walka instytucji muzealnych o „człowieka ogarniętego wirusem konsumpcjonizmu”²⁵. Tu z pomocą przychodzi architektura, która tworzy interesujące opakowanie dla ekspozycji i nowe technologie wystawiennicze. Jednak najważniejsze dla sprawnego funkcjonowania muzeum jest określenie potrzeb klientów i rynku. Zdefiniowanie wymagań zmierza do zapoznania się z warunkami, jakie tworzy i jak możliwe jest zagospodarowanie uwagi publiczności. Siłą muzeów nie jest więc podążanie za trendami, tylko podkreślanie swojej indywidualności, odżegnując się od popularyzatorskiego charakteru ekspozycji na rzecz bardziej wyszukanych wystaw²⁶.

Muzeum jako kontener sztuki

Jednym z priorytetowych zadań muzeów, a jednocześnie warunkiem ich istnienia jest gromadzenie i opieka nad zbiorami, tak by mogły one spełniać swoją misję polegającą na

²⁴ Gerald Matt, *Muzeum jako przedsiębiorstwo*, Fundacja Aletheia, Warszawa 2006, s. 21.

²⁵ Niezabitowski Michał, *Muzeum we wnętrzu historycznego miasta – konflikt czy harmonia?*, [w:] „Miasto i muzeum. Kwartalnik Herito” 2011, nr 3, s. 72.

²⁶ Gerald Matt, *Muzeum jako przedsiębiorstwo*, Fundacja Aletheia, Warszawa 2006, s. 158.



upowszechnianiu kultury. Muzeum jest przedsiębiorstwem funkcjonującym w przestrzeni publicznej i jednym z jego zadań jest określenie, jaki ma być charakter ekspozycji, co jest zależne od posiadanych zbiorów. Zdefiniowanie rodzaju prezentacji jest częścią polityki przyjętej w oparciu o posiadane lub wypożyczone zbiory.

Współcześnie wystawy stałe nie stanowią elementu znacząco wpływającego na rozwój muzeów. Wystawy wypożyczane, zbudowane przy wsparciu nowych technologii, ale i unikalnych zbiorów przyczyniają się do wzrostu frekwencji w muzeach. Dla budowania marki i włączania muzeum w obszar miejskiej przestrzeni publicznej znaczący jest pomysł na kreację wystaw. W zależności od tego, jak są tworzone (z własnych zbiorów, w kooperacji z innymi placówkami, zakupując nową kolekcję), wpływają na to, jak oceniane jest muzeum, a w konsekwencji na jego popularność. Samo posiadanie zbiorów nie jest czynnikiem wystarczającym do budowania marki. Konieczne staje się odpowiednie jej zareklamowanie, tak by zachęcić do jej odwiedzenia.

Wnioski

Pytanie zadane przez Jean Claira o to, czemu dziś służy muzeum, jest kluczowe dla jego miejsca w miejskiej przestrzeni. Pierwotne cele, jakie postawiono muzeum, polegające na gromadzeniu historycznych arcydzieł w oderwaniu od ich miejsca pochodzenia i zapomnianiu o czasie, w jakim powstały, należą do przeszłości²⁷. Współczesne muzea przejęły szereg nowych ról, które uczyniły z nich niezbędne komponenty ponowoczesnych miast. Ich obecność jest równie ważna jak obiektów sakralnych, usługowych czy produkcyjnych. Stało się to możliwe dzięki metamorfozie, jaka się dokonała w sposobie ich funkcjonowania, który postawił na aspekt komercyjny. Powierzone im role zmierzają do tego, by pełniły funkcje centrotwórczą, publiczną. Ich ranga wpływa na prestiż miasta, stając się jego wizytówką. Jednocześnie popularność muzeów powoduje, że przestały być oceniane jako miejsca jedyne w swoim rodzaju. Dopiero nadane im nowe role czy prezentowane wyjątkowe ekspozycje wyróżniają je spośród wielu innych muzeów. Są one konfigurowane różnorodnie, co w połączeniu z unikalnymi ekspozycjami czyni z nich miejsca szczególne na mapie miasta czy całego regionu. Znaczenie muzeów w przestrzeni miast, których funkcjonowanie w wielu

²⁷ Jean Clair, *Kryzys muzeów*, słowo/obraz terytoria, Gdańsk 2009, s. 56-57.



wypadkach stało się zależne od nich, jest istotne, zwłaszcza że obecnie to one często przejmują rolę animatora życia w mieście.

BIBLIOGRAFIA

Abłamowicz D., *Kilka uwag o kondycji muzeów w Polsce*, [w:] J. Wrzesiński, A. M. Wyrwa (red.), *Przeszłość dla przyszłości – problemy edukacji muzealnej. Materiały konferencji z okazji jubileuszu 40-lecia Muzeum Pierwszych Piastów na Lednicy*, Lednica 11-13 września 2009 roku, Lednica 2010.

Black G., *Transforming Museums in the Twenty-first Century*, London-New York 2012.

Clair J., *Kryzys muzeów*, słowo/obraz terytoria, Gdańsk 2009.

Dymnicka M., *Przestrzeń publiczna a przemiany miasta*, Wydawnictwo Naukowe SCHOLAR, Warszawa 2013.

Folga-Januszewska D., *Muzeum: definicja i pojęcie. Czym jest muzeum dzisiaj?*, [w:] *Muzealnictwo* 2008, t. 49.

Folga-Januszewska D., *Muzeum: Fenomeny i problem*, TAIWPN UNIVERSITAS, Kraków 2015.

Gajda J., *Wartości w życiu człowieka. Prawda–miłość–samotność*, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin 1996.

Leszkowicz P., *Erotyka muzeów: pomiędzy wojeryzmem a fetyszyzmem*, [w:] J. Lubiak (red.), *Muzeum jako świetlany przedmiot pożądania*, Muzeum Sztuki, Łódź 2007.

Matt G., *Muzeum jako przedsiębiorstwo*, Fundacja Aletheia, Warszawa 2006.

Niezabitowski M., *Muzeum we wnętrzu historycznego miasta – konflikt czy harmonia?*, [w:] „Miasto i Muzeum. Kwartalnik „Herito” 2011, nr 3.

Newhouse V., *Towards a New Museum*, The Monacelli Press, New York 1998.

Rivière G. H., *La muséologie selon George Henri Rivière*, Dunod, Paris 1989.

Rembarz G., Martyniuk-Pęczek J., *Przestrzeń publiczna dzielnicy w partycypacyjnym planowaniu strategicznym. Quo vadis, Gdańsku? Mieszkańcy planują swoje miasto*, pod redakcją Wydawca: Gdańska Fundacja Innowacji Społecznej we współpracy z Wydziałem Architektury Politechniki Gdańskiej oraz Sopockiej Szkoły Wyższej, Gdańsk 2015.

<https://www.museum-joanneum.at/en/kunsthhaus-graz/bix-media-facade/concept> [dostęp: 03.02.2017].