

Muz., 2018(59): 123-131
Rocznik, eISSN 2391-4815

data przyjęcia – 05.2018
data recenzji – 05.2018
data akceptacji – 06.2018
DOI:10.5604/01.3001.0012.1965

MUZEA POZA MURAMI W KONTEKŚCIE KONCEPCJI TRZECIEGO MIEJSCA

MUSEUMS BEYOND WALLS IN THE CONTEXT OF THE THIRD PLACE'S CONCEPT

Katarzyna Jagodzińska

Institut Europeistyki, Uniwersytet Jagielloński oraz Międzynarodowe Centrum Kultury w Krakowie

Abstract: The article focuses on museums' activity that reaches beyond the walls of their premises in the context of a concept of the so-called third place. The third place – as a gathering place which is neither one's home, i.e. first place, nor workplace, i.e. second place – was described by an American sociologist Ray Oldenburg in 1999 in his book *The Great Good Place: Cafes, Coffee Shops, Bookstores, Bars, Hair Salons, and Other Hangouts at the Heart of a Community*. Three study cases have been used in the article: Museum Forum (project carried out by the National Museum in Kraków), Bródno Sculpture Park (project co-conducted by the Museum of Modern Art in Warsaw), and the method of work implemented by the Ethnographic Museum in

Kraków, including in particular the project *Dzikie Planty* (*Wild "Planty" Park*). I discuss assumptions the projects have been based on, how they fit in an overall strategy of the museums, and reasons why they have been undertaken. Finally, I wonder whether having been conducted in a fully accessible public space and conducive to users' interaction make it justified to categorise them as the third places in the meaning given by Oldenburg. Although Oldenburg's concept has been regarded by museum theorists as not applicable to museums, I have come to the conclusion that projects conducted by museums in a non-committal context of an open space meet the conditions the third places do.

Keywords: Ray Oldenburg, concept of the third place, Museum Forum in Kraków, Sculpture Park at Bródno in Warsaw, Ethnographic Museum in Kraków.

W 1989 r. amerykański socjolog Ray Oldenburg opublikował książkę *The Great Good Place: Cafes, Coffee Shops, Bookstores, Bars, Hair Salons, and Other Hangouts at the Heart of a Community*¹. Jej tematem uczynił koncepcję tzw. trzeciego miejsca – miejsca spotkań, które znajduje się poza pierwszym miejscem, którym w jego rozumieniu jest dom i drugim, którym jest miejsce pracy. Ta często omawiana

w literaturze wielu dyscyplin koncepcja² została podjęta także przez muzeologów. Sięga się po nią w odniesieniu do zmian zachodzących współcześnie w muzeach, w których coraz większą wagę przywiązuje się do oczekiwań i komfortu publiczności. Dla niej muzea chcą być postrzegane nie tylko jako obszar zdobywania wiedzy lub estetycznej przyjemności, ale także jako miejsce spotkań.

W artykule chciałabym – przez pryzmat koncepcji trzeciego miejsca – spojrzeć na pracę polskich muzeów, zawężając jednak to spojrzenie do programowych działań prowadzonych przez muzea poza murami swoich siedzib. Wybór tego wycinka aktywności muzeów wynika z przekonania, że brak ograniczenia w postaci muzealnego gmachu – który z jednej strony formalizuje wizytę, może onieśmielać i tworzyć dystans, a z drugiej wprowadza bariery w postaci opłaty za wstęp czy godzin otwarcia – zachęca do nieskrępowanego i niezobowiązującego spędzania wolnego czasu i nawiązywania interakcji.

Realizowanie przez muzea projektów poza murami ich siedzib wpisuje się w coraz szerzej stosowaną strategię otwartości. Muzea chętnie zapraszają do głębszego wnikania w ich działalność programową i pozwalają odbiorcom poczuć się współautorami swojej strategii i programu działania. Obiekty opuszczają magazyny i trafiają do rąk odbiorców, muzea otwierają też w sposób fizyczny drzwi do stref, które generalnie zarezerwowane są tylko dla ich pracowników (magazyny i pracownie konserwatorskie). Także wychodzenie z działaniami poza mury muzeum to jeden ze sposobów uzewnętrznienia tej otwartości. Programy edukacyjne

i popularyzatorskie należą do najczęściej realizowanych. Jest to zarówno fizyczne wychodzenie przed budynek i aktywność w przestrzeni publicznej, wchodzenie z działalnością do różnych placówek, jak też praca wyjazdowa i objazdowa³. Ale obecność muzeów poza murami to także projekty merytoryczne, które z działalnością społeczną i edukacyjną mogą się łączyć, ale ich natura jest z założenia inna lub szersza.

W artykule chciałabym się skupić na analizie tego typu projektów, a jako studia przypadków wybrałam 3 z nich, realizowane przez 3 różne typy muzeum: encyklopedyczne (Muzeum Narodowe w Krakowie), sztuki współczesnej (Muzeum Sztuki Nowoczesnej w Warszawie) i etnograficzne (Muzeum Etnograficzne im. Seweryna Udzieli w Krakowie). Na gruncie tych projektów – które mimo że realizowane w przestrzeniach niemuzealnych rządzą się podobną logiką do tych, realizowanych wewnątrz muzeów – wskażę ich założenia, miejsce w strategiach programowych i powody ich podjęcia przez muzea. W finale będę się zastanawiać czy fakt, że projekty są realizowane w pełni dostępnych przestrzeniach publicznych, a ich charakter sprzyja interakcjom pomiędzy użytkownikami, może uzasadniać ich kategoryzację jako trzecich miejsc w rozumieniu Ray'a Oldenburga.

Tabela 1. Cechy wyróżniające trzecie miejsce według Ray'a Oldenburga

(zawarte w książce *The Great Good Place: Cafes, Coffee Shops, Bookstores, Bars, Hair Salons, and Other Hangouts at the Heart of a Community*, Da Capo Press, Boston 1999)

na neutralnym gruncie	<i>(...) miejsca, gdzie ludzie mogą przychodzić i wychodzić kiedy chcą, gdzie nikt nie musi odgrywać roli gospodarza, gdzie wszystkim jest wygodnie i czują się jak w domu. (s. 22)</i>
trzecie miejsce jako zrównywacz	<i>Jest dostępne dla wszystkich, nie obowiązują tu formalne kryteria uczestnictwa ani wykluczenia. (s. 24) (...) wszyscy zrzucają swoje społeczne mundury i insygnia, i odstawiają raczej to, co znajduje się pod lub poza. (s. 25)</i>
główną aktywnością jest rozmowa	<i>Nic innego tak dobrze nie charakteryzuje trzeciego miejsca jak dobra rozmowa; jest żywa, iskrząca, barwna i angażująca. (s. 26) Każdy mówi dokładnie tyle, ile powinien i wszyscy mają wziąć udział w rozmowie. (s. 28)</i>
dostępność	<i>(...) można przyjść samemu prawie o każdej porze dnia i wieczorem z przekonaniem, że będą tam znajomi. (s. 32)</i>
stali bywalcy	<i>Trzecie miejsce pozostaje po prostu zwykłą przestrzenią, chyba że zjawia się tu właściwi ludzie, którzy je ożywią, to właśnie stali bywalcy. Oni nadają miejscu jego charakter i gwarantują, że podczas każdej wizyty ktoś z tej bandy tu będzie. (s. 33-34)</i>
niepozorny wygląd	<i>(...) jest bardzo prawdopodobne, że trzecie miejsce nie robi wrażenia na niewtajemniczonych. (s. 36) Nie mając lśniącego i jasnego wyglądu sieciówki, trzecie miejsca nie przyciągają dużej liczby nieznajomych lub okazjonalnych klientów. (s. 36)</i>
panuje tu nastrój zabawy	<i>Tutaj duch zabawy ma ogromne znaczenie. Radość i akceptacja królują nad niepokojem i alienacją. (s. 38)</i>
dom daleko od domu	<i>Chociaż trzecie miejsce ma zdecydowanie inną oprawę od domu, jest do niego wyjątkowo zbliżone w znaczeniu psychicznego komfortu i oparcia. (s. 42)</i>

Mimo że każde ze studiów przypadku ma inny charakter, reprezentuje inny typ instytucji, bazuje na innych założeniach, ma inne cele, to tak mała ich liczba nie daje podstaw i możliwości sformułowania definitywnych wniosków. Rozważania w niniejszym artykule są więc przyczynkiem do szerszej zakrojonych badań, wymagających reprezentacji większej liczby projektów i realizujących je muzeów – różnych ich typów, zlokalizowanych także w mniejszych ośrodkach.

Koncepcja trzeciego miejsca

Koncepcja trzeciego miejsca została po raz pierwszy sformułowana przez Ray'a (Ramona) Oldenburga i Dennisa Brissetta w 1982 r. w artykule pt. *The Third Place* opublikowanym na łamach „Qualitative sociology”. Jak piszą autorzy, w trzech miejscach ludzie gromadzą się głównie po to, aby cieszyć się wzajemnie swoim towarzystwem⁴. Najważniejszym tego rodzaju miejscem, najczęściej spełniającym taką rolę jest bar, jednak wymieniają wiele kategorii miejsc, które w różnych krajach, kulturach i społecznościach pełni taką rolę: pub, klub golfowy, klub jachtowy, lokalny sklep, jadłodajnia, gospoda, kawiarnia, piekarnia, apteka. W wydanej 7 lat później książce Oldenburg rozszerzył tę listę m.in. o księgarnie i salony fryzjerskie, nie nosi ona jednak cech kompletności. Trzecie miejsca stanowią dla ich użytkowników *lekarstwo na stres, samotność i wyobcowanie*⁵. Tutaj *społeczność jest najbardziej żywa, a ludzie są najbardziej sobą*⁶. Są to nieformalne publiczne miejsca spotkań. Co istotne jednak, nie każde miejsce spotkań pomiędzy domem i pracą (lub nauką) jest trzecim miejscem. Musi ono – zdaniem Oldenburga – spełniać 8 cech, które prezentuje Tabela 1.

Trzecie miejsce stało się popularnym słowem-kluczem dla miejsc, w których odbywają się procesy socjalizacji – nie tylko takich, tradycyjnie łączonych z rozrywką, ale także wiedzą (biblioteki, muzea). Koncepcja ta omawiana jest z perspektywy różnych dyscyplin, w tym studiów muzealnych, chociaż do muzeów Oldenburg się nie odnosi. Spojrzenie na muzea właśnie jako na miejsca, gdzie w sposób niezobowiązujący spędza się czas wolny oddając towarzyskiej rozmowie, okazało się dla muzealników i muzeologów bardzo kuszące. Wielu autorów wskazuje jednak, że teoria trzeciego miejsca nie przystaje do muzeów. Wśród nich jest Nina Simon, ordniczką muzeum partycypacyjnego. Przyznaje, że można z muzeów korzystać w podobny sposób, jak z trzecich miejsc wymienionych przez Oldenburga, *bawiąc się sztuką lub ekspozycjami lub czasopismami zamiast z kufkami piwa*, ale to wymagałoby od muzeów (...) *Więcej nieformalnej atmosfery. Dłuższych godzin otwarcia. Więcej miejsc siedzących. Większej akceptacji i wręcz zachęcania do robienia hałasu. Większej uwagi poświęcanej stałym bywalcom, nie tylko w roli nauczycieli, ale też społecznych reżyserów. Mniej oszczędzania, jak ludzie wykorzystują swój czas. Mniej upiększania treści. Mniej prezentowania własnego punktu widzenia*⁷.

Zdaniem Simon w efekcie *Instytucje kultury zarówno zyskałyby, jak i przegrały, stając się prawdziwymi trzecimi miejscami*⁸. Wpis na blogu Simon wywołał gorącą dyskusję, w której większość komentujących zgodziła się z jej krytycznym odczytaniem Oldenburga. Czytelnicy wskazali jednocześnie na elementy, które z tej koncepcji muzea mogą zaczerpnąć, postulowali też nieortodoksyjne stosowanie koncepcji trzeciego miejsca. Podobnie Natalie B. Tate, która

w odniesieniu do koncepcji Oldenburga przeprowadziła analizę projektów realizowanych przez dwa amerykańskie muzea: Walker Art Center w Minneapolis i Cincinnati Museum Center. Doszła do wniosku, że trzecie miejsce o jakim pisze socjolog, nie jest właściwym narzędziem do budowania programów przez muzea, oferuje jednak zestaw narzędzi, z którego można dowolnie korzystać w zależności od potrzeb, możliwości i kontekstu⁹.

Koncepcja trzeciego miejsca jest nieustannie atrakcyjna dla badaczy i profesjonalistów, którzy na jej gruncie budują kolejne idee. Przykładem rozwinięcia myśli Oldenburga jest koncepcja czwartego miejsca opisana przez Arnaulta Morissona. W odniesieniu do tzw. gospodarki opartej na wiedzy twierdzi on, że tradycyjny podział na pierwsze, drugie i trzecie miejsce staje się coraz bardziej nieostry – zacierają się granice pomiędzy pierwszym i drugim miejscem (powstaje wtedy przestrzeń współzamieszkiwania – *coliving space*), drugim i trzecim (przestrzeń wspólnej pracy – *co-working space*), pierwszym i trzecim (przestrzeń wspólnego mieszania się – *comingling space*), a także pomiędzy nimi wszystkimi dając w efekcie czwarte miejsce. Celem czwartego miejsca jest *wspieranie nawiązywania kontaktów, sprzyjanie łączeniu się i zachęcanie do współpracy, bezpośrednich interakcji i wymiany ukrytej wiedzy*¹⁰.

Koncepcja trzeciego miejsca stanowi dla mnie punkt wyjścia dla omówienia 3 muzealnych projektów, które łączy fakt ich realizacji poza siedzibami muzeów. Będą to kolejno Muzeum Forum (Kraków), Park Rzeźby na Bródnie (Warszawa) i metoda pracy Muzeum Etnograficznego im. Seweryna Udzieli (Kraków), ze szczególnych uwzględnieniem projektu *Dziki Plany*.

Miejsce spotkań: Muzeum Forum

O spotkanie znacznie łatwiej na placu – mówi Katarzyna Bik, kuratorka Muzeum Forum, projektu Muzeum Narodowego w Krakowie, opowiadając o jego genezie¹¹. Inicjatorką projektu była ówczesna dyrektor muzeum Zofia Gołubiew. Muzeum Forum to przestrzeń przed Gmachem Głównym wykorzystywana do realizacji pomysłów artystycznych. Dzisiaj jest to zadbane plac, ale 10 lat temu, kiedy projekt się rozpoczynał, na nierównej nawierzchni funkcjonował parking. Oprócz samochodów stał też na nim pomnik Stanisława Wyspiańskiego. W 2009 r. muzeum zorganizowało debatę, której celem było sprawdzenie potencjału tego placu. Spotkała się ona z dużym zainteresowaniem, a temat został od razu podchwycony przez media i kontynuowany przez kolejne lata. W centrum dyskusji znalazł się pomnik, dyskutowano czy go stąd przenieść czy tylko przesunąć, ale była to przede wszystkim debata o znaczeniu przestrzeni publicznej, tak dla wizerunku miasta, jak i dla mieszkańców.

W 2010 r. rozpoczęły się na terenie Muzeum Forum, bo tak nazwano ten plac, działania artystyczne. W ciągu 8 lat na placu zagościło łącznie 5 wielkich, trwających cały sezon, przedsięwzięć oraz wiele mniejszych akcji artystycznych. Było to możliwe dzięki zlikwidowaniu przez miasto parkingu naziemnego, a następnie wybudowaniu nowego pod ziemią. Przed rozkopaniem placu działała tu m.in. *Ślizgawka* i *Centrala Park* zaprojektowane przez studio LATALAdesign (2013), a po zrealizowaniu inwestycji i ponownym udostępnieniu placu zagościły tu *Labirynt* Leona Tarasewicza (2015)



1. *Ślizgawka* zaprojektowana przez LATALAdesign, 2013, Muzeum Forum przed Muzeum Narodowym w Krakowie

1. *Rink* designed by the LATALAdesign studio, 2013, Museum Forum in front of the National Museum in Kraków



2. *Centrala Park* zaprojektowany przez LATALAdesign, 2013, Muzeum Forum przed Muzeum Narodowym w Krakowie

2. *Centrala Park* designed by the LATALAdesign studio, 2013, Museum Forum in front of the National Museum in Kraków



3. Robert Kuśmirowski, *Tężnia*, 2017, Muzeum Forum przed Muzeum Narodowym w Krakowie

3. Robert Kuśmirowski, *Graduation Tower*, 2017, Museum Forum in front of the National Museum in Kraków

i *Tężnia* Roberta Kuśmirowskiego (2017).

Muzeum zyskało przestrzeń przed wejściem do gmachu, służącą oswojeniu ze sztuką i ośmieleniu do wejścia, ale też po prostu miejsce rekreacji. Wyjście z działalnością przed gmachem było też przełamaniem muzealnej forticy, jaką budynek muzeum był w sensie fizycznym i psychologicznym. Idea projektu artystycznego rozgrywającego się na placu powstała w toku ewolucji celów, z których pierwszy był bardzo doraźny – przesunięcie pomnika, a kolejne reprezentowały,

jak ujmuje to Bik, *tor myślenia edukacyjno-propagandowo-promocyjno-reklamowego*. Kluczowe okazało się wyjście do publiczności, zaoferowanie miejsca spotkań, nie tylko wokół sztuki, ale też niezobowiązującego w otoczeniu sztuki – *wszystko się tam w tej chwili dzieje, łącznie z tym, że dzieci przychodzą tam zjeść lunch, czy my przychodzimy, aby się spotkać z kimś i wypić kawę* – mówi Bik¹².



4. Jens Haaning, *Bródno*, 2012, Park Rzeźby na Bródnie w Warszawie

4. Jens Haaning, *Bródno*, 2012, Bródno Sculpture Park in Warsaw



5. Rirkrit Tiravanija, *Bez tytułu (przewrócony domek herbaciany z ekspressem do kawy)*, 2009, Park Rzeźby na Bródnie w Warszawie

5. Rirkrit Tiravanija, *Untitled (overturned tea house with the coffee maker)*, 2009, Bródno Sculpture Park in Warsaw



6. Paweł Althamer, *Raj*, 2009, Park Rzeźby na Bródnie w Warszawie

6. Paweł Althamer, *The Garden of Eden*, 2009, Bródno Sculpture Park in Warsaw

Testowanie kolekcji muzealnej – Park Rzeźby na Bródnie

W 2009 r. Urząd Dzielnicy Targówek w Warszawie zwrócił się do Muzeum Sztuki Nowoczesnej z propozycją współpracy przy tworzeniu Parku Rzeźby na terenie Parku Bródnowskiego. Inicjatywa powołania Parku Rzeźby wyszła od związanego z dzielnicą artysty Pawła Althamera, a muzeum miało w projekcie odegrać rolę opiekuna merytorycznego. Kuratorem projektu od początku jest Sebastian Cichocki. Każdego roku kolekcja prac w przestrzeni publicznej parku powiększa się o jedną rzeźbę. To, że rzeźba nie zawsze ma charakter materialny bądź stały, jest w projekcie definiowane jako *rodzaj dynamicznej artystycznej wypowiedzi na temat konkretnego miejsca, czasu, relacji przestrzennych i ludzi*¹³. Z jednej strony Park Rzeźby traktowany jest przez MSN jako wystawa, a z drugiej jest to jedna z 4 stałych lokalizacji muzeum, które cały czas czeka na swoją docelową siedzibę.

Koncepcja programowa ewoluowała od tradycyjnej ekspozycji zlokalizowanej poza siedzibą muzeum, do projektu

o bardziej eksperymentalnym charakterze. Jego celem było testowanie różnych strategii prezentacji i udostępniania zbiorów w przestrzeni otwartej. W Parku Rzeźby powstały prace, które na stałe wpisały się w krajobraz miejsca i stały elementem wizerunku dzielnicy: napis *Bródno* Jensa Haaninga (2012), *Anioł Stróż* Romana Stańczaka (2013), domek herbaciany Rirkrit Tiravanija (2009). Ale są też prace, których nie widać, np. rozbita replika chińskiej świątynnej wazy zakopana pod ziemią – praca Ai Weiwei'a *Do odnalezienia* (2014), która ma funkcjonować jako rodzaj miejskiej legendy, czy działania, które miały charakter performatywny, np. rzeźba społeczna Honoraty Martin *Zadomowienie* (2015) – artystka przez kilka tygodni mieszkała w parku, nawiązując w tym czasie relacje z mieszkańcami dzielnicy. Park stał się poligonem do testowania kwestii autorstwa, autonomii sztuki, tzw. użytkologii (robienia społecznego lub politycznego użytku z dzieła sztuki). Praca *Raj* Pawła Althamera (2009), od której zaczął się cały projekt, jest procesem nasadzenia drzew i krzewów. Chociaż jako „dzieło” należy do muzeum, to nie jest ono właścicielem miejsca. *Co się dzieje, kiedy ktoś*



7 i 8. *Dziki Plany*, 2016, Muzeum Etnograficzne im. Seweryna Udzieli w Krakowie

7 and 8. *Wild "Plany" Park*, 2016, Seweryn Udziela Ethnographic Museum in Kraków

(Fot. 1 – Pracownia Fotograficzna MNK; 2 – Archiwum MNK; 3, 7, 8 – K. Jagodzińska; 4-6 – B. Stawiarski)

tam złamie brzozę? Albo kiedy nasadzamy kolejne rośliny? Gdzie jest to dzieło, jakie są jego granice? Co się będzie działo, kiedy nie posadzimy nowych roślin któreś wiosny? Czy to znaczy, że tego Raju tam nie będzie? – pyta Cichocki¹⁴ i bynajmniej nie mają to być tylko pytania retoryczne.

Mimo pokusy uznania tego projektu za element rewitalizacji dzielnicy, Cichocki podkreśla, że on nigdy nie *rościł sobie pretensji do bycia projektem jednoznacznie społecznie zaangażowanym czy partycypacyjnym. (...) choć z pewnością ma takie komponenty i angażuje różne grupy mieszkańców*¹⁵. Od 2016 r. muzeum włącza się w lokalne dyskusje dotyczące zmian, jakie mają zajść na terenie Parku Bródnowskiego. Także praca nad rzeźbami zaczęła angażować różne grupy, np. poszczególne elementy rzeźby *Mieszczanie z Bródna* (2016–2017), której pomysłodawcą był Althamer, powstały w trakcie warsztatów realizowanych z różnymi grupami zakotwiczonymi w dzielnicy.

Budzenie zbiorów – Muzeum Etnograficzne im. Seweryna Udzieli

Dyrektor muzeum Antoni Bartosz spytany, dlaczego muzeum decyduje się realizować projekty poza swoimi murami, odpowiada od razu: *Dla mnie nie istnieje „w środku” i „poza murami”*¹⁶, i to rozróżnienie nie ma dla muzeum znaczenia – praca z kolekcją odbywa się tak w muzeum, jak i w terenie, podobnie jak z założenia terenowa jest metoda etnograficzna wykorzystywana do pozyskiwania wiedzy o świecie oraz pracy z różnymi grupami i społecznościami. Bartosz użył obrazowego określenia *budzenie zbiorów*. Obiekty podróżują nie tylko na wystawy, ale także do społeczności, z których wcześniej do muzeum przybyły. Na tym polega np. program *Społecznicy* (2018), dzięki któremu mieszkańcy wybranych miejscowości będą mieli okazję poznać u siebie na miejscu swoje dziedzictwo, m.in. podczas spotkań poświęconych prezentacji obiektów. Muzeum podróżuje też śladem obiektów, które do kolekcji przybyły. W 2016 r. rozpoczął się projekt badawczy związany z XIX-wieczną kolekcją syberyjską¹⁷, w ramach którego nie tylko uzupełnia się i koryguje dane inwentarzowe muzeum, ale poszerzane są one o bogaty materiał kontekstowy i komponent społeczny.

Antoni Bartosz przyznaje, że praca w przestrzeni publicznej oferuje komponent widoczności, który zwraca uwagę na działalność muzeum i powoduje, że więcej osób się o niej dowiaduje. Przykładem może być realizacja, we współpracy z Zarządem Zieleni Miejskiej, placu zabaw na krakowskich Plantach. Brak podobnych placów w ścisłym centrum Krakowa był problemem wskazywanym przez mieszkańców. W 2015 r. pilotażowo pojawiło się na Plantach kilka figur drewnianych zwierząt inspirowanych kolekcją etnograficzną muzeum – zbiorem dawnych zabawek wytwarzanych przez podkrakowskich murarzy na przełomie XIX i XX w. oraz zabawek sygnowanych przez Warsztaty Krakowskie. Prezentacja stanowiła część Małopolskiego Tygodnia Dizajnu, którego muzeum było współorganizatorem. Zorganizowało ono wówczas debatę dotyczącą przestrzeni Plant, podczas której padły pytania o to, czy i jak Planty mogą dziś służyć mieszkańcom Krakowa, czy krakowianie mają prawo uczestniczyć w tworzeniu krajobrazu swojego miasta oraz jak mądrze wykorzystywać inspiracje kulturowe w projektowaniu przestrzeni publicznej. Projekt placu zabaw został bardzo pozytywnie

przyjęty przez mieszkańców, stąd w kolejnym roku na bazie tego pomysłu zrealizowana została jego pełna wersja pod nazwą *Dzikie Planty*, złożona z pieczołowicie wykonanych drewnianych figur o unikatowych kształtach. Koncepcja wyrosła z wcześniej wykonanych przez muzeum interaktywnych zabawek miejskich, etnozabawek, które powstały w wyniku współpracy muzealnych kustosz, projektantów i podkrakowskich rzemieślników.

Trzecie miejsce w muzeum poza muzeum?

Charakteryzując trzecie miejsca Oldenburg podkreślił panującą w nich niezobowiązującą atmosferę, odbywającą się socjalizację, wskazał na możliwość regularnego spotykania innych stałych bywalców i na konieczność prowadzenia luźnej rozmowy. W tym względzie rzeczywiście trudno postawić w jednym rzędzie puby i kawiarnie oraz opisane tu muzealne projekty. Spełnione są warunki odskoczni i relaksu, przebywania wśród innych, podczas gdy pozostałe mogą, choć nie muszą, zaistnieć. Park, plac zabaw i miejska strefa relaksu bez wątplenia sprzyjają nawiązywaniu kontaktu.

Dla Muzeum Narodowego w Krakowie wyjście z projektem artystycznym poza mury siedziby oznaczało przekroczenie fizycznych ograniczeń i *wyraziste zaznaczenie obecności (...) w przestrzeni publicznej*¹⁸. Było to jednocześnie sięgnięcie po wzory działań muzeów w krajach zachodnich. Obecność poza siedzibą miała tu w dużej mierze charakter wizerunkowy. Komponent społeczny był kluczowy – powstało miejsce spotkań zbudowane wokół dzieła sztuki lub projekt artystyczny będący miejscem spotkań (w zależności od edycji). Ślizgawka, leżaki, ławki wśród roślinności bez wątplenia sprzyjają spotkaniom, odpoczynkowi i zabawie. Komponent społeczny nie był istotny, gdy rozpoczął się projekt Parku Rzeźby na Bródnie. W jego centrum od początku znajduje się praca artystyczna – rzeźba w wymiarze materialnym bądź konceptualnym – i związane z nią kwestie materialności, autonomii, własności, obecności, dostępności. Z drugiej strony dostępność i użytkowanie dzieła sztuki związane są bezpośrednio z obecnością odbiorcy. Park Rzeźby wrósł w Park Bródnowski, który był miejscem rekreacji zanim projekt zaczął być realizowany, i jest nim nadal. *Dzikie Planty* z kolei zostały pomyślane jako miejsce zabawy i socjalizacji. Muzeum nie stworzyło nowego typu miejska rekreacji, zaproponowało jedynie inny wizerunek tradycyjnego placu zabaw, wpisujący się w kontekst miejsca i odzwierciedlający charakter muzealnej kolekcji. Wszystkie cechy Oldenburga można przyłożyć do tych projektów (może z wyjątkiem uwagi o niepozornym wyglądzie w odniesieniu do *Dzikich Plant*), chociaż status trzeciego miejsca w przypadku Parku Rzeźb nie był intencją jego twórców i raczej nie jest zasługą muzealnego projektu.

W moim przekonaniu projektem artystycznym realizowanym poza siedzibami muzeów bliżej do koncepcji trzeciego miejsca, niż tym zaistniałym w przestrzeniach muzealnych. Chociaż idea muzeum jako świątyni¹⁹ coraz częściej ustępuje miejsca koncepcji muzeum-forum²⁰, to przebywanie w muzeum – nawet w strefie relaksu, nie w sali wystawowej – jest bardziej zobowiązujące (trzeba chociażby przekroczyć próg instytucji), niż pozostanie na zewnątrz. Wybrane przeze mnie projekty będą trzecimi miejscami w ujęciu Oldenburga, jeśli użytkownicy podejść do nich przede wszystkim jako do

miejsc rekreacji, rozrywki i socjalizacji. Jeśli natomiast celem będzie „zwiedzenie”, zwłaszcza przy odrzuceniu funkcji społecznej, to trzecie miejsce nie zmaterializuje się. Ale wtedy analogicznie nie będzie nim pub, do którego pójdziemy tylko zaspokoić pragnienie, zjeść posiłek lub obejrzeć mecz, kawiarnia, w której będziemy chcieli tylko napić się kawy ani zakład fryzjerski, dokąd pójdziemy aby przede wszystkim się ostrzyć.

Leo W. Jeffres, Cheryl C. Bracken, Guowei Jian i Mary F. Casey przeprowadzili w latach 2005–2006 badanie²¹ na reprezentatywnej próbie amerykańskich gospodarstw domowych, w którym poprosili respondentów o wskazanie typów trzecich miejsc, w których poszukują interakcji.

Badani nie wymienili muzeów, jednak istotne jest to, że trzecie miejsce zostało tu zdefiniowane przez samych użytkowników, nie badaczy. To sygnał, że trzecie miejsce nie musi być odczytywane wyłącznie w ramach, jakie nadał mu Oldenburg.

Warto pokusić się o kontynuację dociekań związanych z koncepcją trzeciego miejsca w polskich muzeach. Z jednej strony potrzebne są badania jakościowe publiczności odnoszące się do sposobów korzystania z oferty muzealnej (nie tylko w siedzibach muzeów, ale też poza ich murami), a z drugiej badania poświęcone muzeom jako trzecim miejscom w kontekście zmian aktualnie zachodzących w ich funkcjonowaniu, związanych z miejscem odbiorcy w muzealnych strategiach.

Streszczenie: Tematem artykułu jest działalność muzeów poza murami ich siedzib w kontekście koncepcji tzw. trzeciego miejsca. Trzecie miejsce – jako miejsce spotkań, które znajduje się poza pierwszym miejscem, którym jest dom i drugim, którym jest miejsce pracy – opisał amerykański socjolog Ray Oldenburg w 1999 r., w książce *The Great Good Place: Cafes, Coffee Shops, Bookstores, Bars, Hair Salons, and Other Hangouts at the Heart of a Community*. W artykule podstawą dla rozważań są 3 studia przypadków: Muzeum Forum (projekt realizowany przez Muzeum Narodowe w Krakowie), Park Rzeźby na Bródnie (projekt współrealizowany przez Muzeum Sztuki Nowoczesnej w Warszawie) oraz metoda pracy Muzeum Etnograficznego

w Krakowie ze szczególnym uwzględnieniem projektu *Dziki Planty*. Wskazują założenia tych projektów, ich miejsce w strategiach programowych i powody ich podjęcia przez muzea, a w finale zastanawiam się czy fakt, że są realizowane w przestrzeniach w pełni dostępnych, a ich charakter sprzyja interakcjom pomiędzy użytkownikami, może uzasadniać ich kategoryzację jako trzecich miejsc w rozumieniu Oldenburga. Mimo podnoszonej w literaturze muzeologicznej nieprzystawalności tej koncepcji do muzeów, dochodzę do wniosku, że projekty realizowane przez muzea w niezobowiązującym kontekście otwartej przestrzeni, spełniają warunki stawiane trzecim miejscom.

Słowa kluczowe: Ray Oldenburg, koncepcja trzeciego miejsca, Muzeum Forum w Krakowie, Park Rzeźby na Bródnie w Warszawie, Muzeum Etnograficzne w Krakowie.

Przypisy

- ¹ R. Oldenburg, *The Great Good Place: Cafes, Coffee Shops, Bookstores, Bars, Hair Salons, and Other Hangouts at the Heart of a Community*, Paragon House, New York 1989.
- ² Między innymi marketingu (np. C. Mikunda, *Brand Lands, Hot Spots & Cool Spaces: Welcome to the Third Place and the Total Marketing Experience*, Kogan Page, London 2004, zrównoważonego rozwoju (np. Z. Goosen, E.J. Cilliers, *Third Places for Social Sustainability: A Planning Framework Based on Local and International Comparisons*, w: "World Academy of Science, Engineering and Technology, International Journal of Urban and Civil Engineering" 2018, t. 12, nr 3, s. 260-264), internetu (np. A. Peachey, *First Reflections, Second Life, Third Place: Community Building in Virtual Worlds*, w: *ReLIVE08 Proceedings of Researching Learning in Virtual Environments International Conference*, 20-21 November 2008, The Open University, s. 246-257, publ. elektroniczna; F. DeLamere, *Second Life as a digitally mediated third place: Social Capital in virtual world communities*, w: *Online Gaming in Context: The Social and Cultural Significance of Online Games*, G. Crawford, V.K. Gosling, B. Light (red.), Routledge Advances in Sociology, Abingdon 2012, Routledge, s. 236-246).
- ³ Wiele projektów zostało opisanych w publikacjach poświęconych edukacji i partycypacji. Na gruncie polskim najpełniejszym kompendium wiedzy na temat edukacji w muzeach jest raport *Edukacja muzealna w Polsce. Sytuacja, kontekst, perspektywy rozwoju. Raport o stanie edukacji muzealnej w Polsce*, Narodowy Instytut Muzealnictwa i Ochrony Zbiorów, Muzeum Pałac w Wilanowie, Warszawa 2012; Przegląd projektów o charakterze partycypacyjnym realizowanych w muzeach w różnych częściach świata oferuje książka *Museum Participation. New Directions for Audience Collaboration*, K. McSweeney, J. Kavanagh (red.), MuseumEtc., Edinburgh i Boston 2016.
- ⁴ R. Oldenburg, D. Brissett, *The third place*, "Qualitative sociology" 1982, nr 5(4), s. 269.
- ⁵ R. Oldenburg, *The Great Good Place: Cafes, Coffee Shops, Bookstores, Bars, Hair Salons, and Other Hangouts at the Heart of a Community*, wyd. 3., Da Capo Press, Boston 1999, s. 20.
- ⁶ *Ibidem*.
- ⁷ N. Simon, *The Great Good Place Book Discussion Part 1: Can Cultural Institutions Be Third Places?*, Museum 2.0, 1.06.2010, <http://museumtwo.blogspot.com/2010/06/great-good-place-book-discussion-part-1.html> [dostęp: 17.02.2018].
- ⁸ *Ibidem*.
- ⁹ N.B. Tate, *Museums as Third Places or What? Accessing the Social Without Reservations*, w: „Museums & Social Issues” 2012, t. 7, nr 2, s. 281.
- ¹⁰ A. Morisson, *A Typology of Places in the Knowledge Economy: Towards the Fourth Place*, w: *International Symposium on New Metropolitan Perspectives*, 2018, s. 448, https://www.researchgate.net/publication/320739010_A_Typology_of_Places_in_the_Knowledge_Economy_Towards_the_Fourth_Place [dostęp: 4.06.2018].

- ¹¹ Wywiad z Katarzyną Bik, kuratorką Muzeum Forum w Muzeum Narodowym w Krakowie, 8 lutego 2018.
- ¹² *Ibidem*.
- ¹³ Park Rzeźby na Bródnie, <https://artmuseum.pl/pl/wystawy/park-rzezby-na-brodnie> [dostęp: 17.02.2018].
- ¹⁴ Wywiad z Sebastianem Cichockim, głównym kuratorem Muzeum Sztuki Nowoczesnej w Warszawie, kuratorem Parku Rzeźby na Bródnie, 13 lutego 2018.
- ¹⁵ *Ibidem*.
- ¹⁶ Wywiad z dr. Antonim Bartoszem, dyrektorem Muzeum Etnograficznego im. Seweryna Udzieli w Krakowie, 9 lutego 2018.
- ¹⁷ *Antropologiczna reinterpretacja kolekcji syberyjskiej ze zbiorów Muzeum Etnograficznego w Krakowie, pochodzącej od polskich badaczy Syberii XIX wieku (2016-2019)*.
- ¹⁸ K. Bik, *Muzeum Forum 2017*, tekst niepublikowany.
- ¹⁹ Zob. D. Davis, *The Museum Transformed. Design and Culture in the Post-Pompidou Age*, Abbeville Press, New York 1990.
- ²⁰ Zob. P. Piotrowski, *Muzeum krytyczne*, Dom Wydawniczy „Rebis”, Poznań 2011.
- ²¹ L.W. Jeffres, C.C. Bracken, G. Jian, M.F. Casey, *The Impact of Third Places on Community Quality of Life*, w: „Applied Research in Quality of Life” December 2009, s. 338.

dr Katarzyna Jagodzińska

Ukończyła historię sztuki oraz dziennikarstwo i komunikację społeczną na UJ; adiunkt w Instytucie Europeistyki na UJ, główny specjalista w Międzynarodowym Centrum Kultury w Krakowie, specjalizuje się w zagadnieniach z zakresu studiów muzealnych i dziedzictwa kulturowego; autorka książek: *Czas muzeów w Europie Środkowej. Muzea i centra sztuki współczesnej (1989–2014)* (Kraków, 2014) i *Art museums in Australia* (Kraków, 2017) oraz licznych artykułów z zakresu muzeologii i sztuki; stypendystka Group of Eight (2014/2015) na Uniwersytecie w Melbourne, członek ICOM i AICA; e-mail: katarzyna.jagodzinska@uj.edu.pl

Word count: 4 049; **Tables:** 1; **Figures:** 7; **References:** 21

Received: 05.2018; **Reviewed:** 06.2018; **Accepted:** 06.2018; **Published:** 07.2018

DOI: 10.5604/01.3001.0012.1965

Copyright©: 2018 National Institute for Museums and Public Collections. Published by Index Copernicus Sp. z o.o. All rights reserved.

Competing interests: Authors have declared that no competing interest exists.

Cite this article as: Jagodzińska K.; MUZEA POZA MURAMI W KONTEKŚCIE KONCEPCJI TRZECIEGO MIEJSCA. *Muz.*, 2018(59): 123-131

Table of contents 2018: <https://muzealnictworocznik.com/issue/10809>