

## Czy modernizm może być atrakcyjny dla współczesnego turysty?

Jarosław Kaczmarczyk

### Wprowadzenie

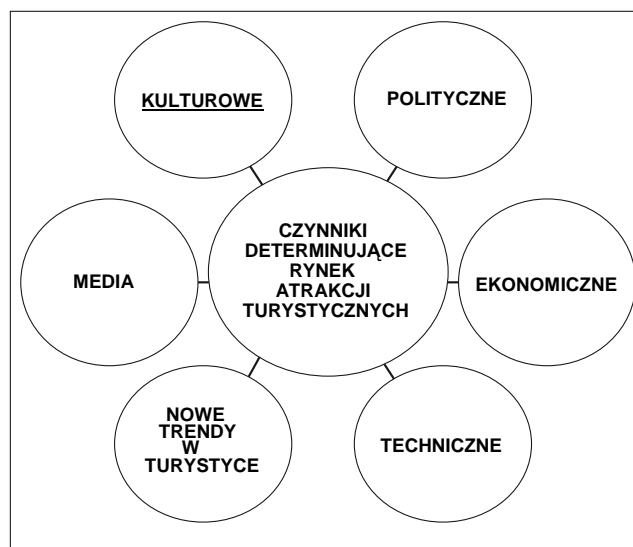
Chociaż architektura, kultura i sztuka zawsze stanowiły znaczącą część programu szkolenia dla kadry turystycznej, szczególnie przewodników turystycznych<sup>1</sup>, to funkcjonujące jeszcze do lat 90. XX wieku podejście do tego przedmiotu, zarówno w praktyce jak i w teorii, cechowało ukierunkowanie na architekturę romańską, gotycką, barokową oraz klasycystyczną. Kolejne epoki pomijane były milczeniem bądź poświęcano im nieproporcjonalnie mniejszą liczbę godzin w ramach całego bloku. Pojawiające się w Polsce nieliczne pozycje traktujące o architekturze XX wieku skierowane były do wąskiego grona specjalistów nie mogły zmienić tego stanu rzeczy w odniesieniu do turystyki.

Istotną poprawę przyniosło ostatnich 25 lat, kiedy w świecie nauki wzrosło zainteresowanie ideami Le Corbusiera oraz kreacja nowych szlaków kulturowych przez samorządy, przy wydatnym finansowaniu ze środków unijnych. Te dwa czynniki oraz nowe tendencje w turystyce poprzez pojawienie się tzw. „nowego turysty” spowodowały, że kandydaci na przewodników oraz działający już na rynku przewodnicy turystyczni chcąc podążać za zmianami zostali zmuszeni do większego zainteresowania się architekturą ostatnich 100 lat.

Niniejszy artykuł ma na celu wykazanie, że architektura ostatnich 100 lat jest na równi predestynowana do tego, aby stać się znaczącą w systemie atrakcji turystycznych oraz pokazanie m.in. na przykładzie Gdyni pozytywnych wzorców współpracy kadry turystycznej (przewodników) ze służbami odpowiedzialnymi za ochronę i promocję tejże architektury.

1. W obecnym stanie prawnym (styczeń 2013) na te zagadnienia przewidzianych jest 51 godzin szkoleniowych teoretycznych i 25 godzin praktycznych.

### Co determinuje dziś popyt na atrakcje turystyczne?



1. Model czynników determinujących rynek atrakcji turystycznych (źródło: Kruczek Z: „Czynniki determinujące rynek atrakcji turystycznych” [w:] „Nowe trendy rozwoju turystyki”, red. G.Golembki. Sulechów 2008)

Wśród wielu czynników determinujących popyt turystyczny i rynek atrakcji turystycznych znajdują się czynniki kulturowe (il. 1). W ostatnich latach w literaturze przedmiotu coraz częściej dominuje przekonanie o wyodrębnieniu się zjawiska turystyki kulturowej. Pojęcie turystyki kulturowej obejmuje wszelkie podróże, których głównym motywem jest odwiedzanie i poznawanie miejsc oraz obiektów o wartości historycznej, artystycznej i kulturowej,



2. Szkolenie przewodników przed Dniem Gdynskich Zabytków 2011, Dworzec Morski, ul. Polska 1, Gdynia (fot. Biuro Miejskiego Konserwatora Zabytków)

a także uczestnictwo w imprezach o charakterze kulturalnym. Podstawą rozwoju tej formy turystyki są kulturowe walory materialne i niematerialne. Turystykę kulturową określa się także często mianem turystyki dziedzictwa kulturowego (*cultural heritage tourism*)<sup>2</sup>. Głównym obszarem rozwoju turystyki kulturowej są miasta, z uwagi na koncentrację w ich obrębie obiektów historycznych i kulturalnych oraz toczące się tu życie kulturalne<sup>3</sup>.

Elementami przyciągającymi uczestników do turystyki kulturowej są przejawy kultury społeczności odwiedzanych związane z:

- ich materialnymi dobrami kultury – unikatowa i zabytkowa architektura, pomniki, rzemiosło i związane z tym nabywanie przez turystów dzieł sztuki, wyrobów rękodzieła;
- ich życiem codziennym – a więc ich zajęcia, praca, język, zwyczaje, gastronomia;
- wydarzeniami związanymi z obrzędami, świętami, występami oraz inscenizacjami w formie festiwalu muzycznych, ulicznych, inscenizacji bitew, prezentacji starych technologii i technik.<sup>4</sup>

Jak wynika z powyższego unikatowa i zabytkowa architektura jest jednym z elementów warunkujących ruch turystyczny. W świetle definicji ustawowej zabytek to „nieruchomość lub rzecz ruchoma, jej części lub zespoły, będące dziełem człowieka lub związane z jego działalnością i stanowiące świadectwo minionej epoki bądź zdarzenia, których zachowanie leży w interesie społecznym ze względu na posiada-

jącą wartość historyczną, artystyczną lub naukową”<sup>5</sup>. Jak wynika z przytoczonej definicji nie ma tu mowy o wieku, lecz tylko o wartościach jakie reprezentuje i interesie w zachowaniu i ochronie takiego wytworu działalności człowieka. W świetle prawa może zatem stać się zabytkiem budynek, który został wybudowany rok temu. Każde miasto posiada fragmenty, bądź całe dzielnice zaprojektowane w okresie pierwszej połowy XX wieku i później<sup>6</sup>. W każdym mieście do rejestru zabytków wpisane są obiekty z tego okresu. Są one coraz częściej odwiedzane przez turystów jako atrakcje turystyczne. Wynika to z kilku przesłanek:

- wzrastającej świadomości turystów o wartościach kulturowych takich miejsc,
- inicjatyw lokalnych społeczności (np. Rad Dzielnic, towarzystw miłośników danej dzielnicy)
- działań władz samorządowych tworzących markę miejsc lub tematyczne szlaki turystyczne,
- pojawienia się konkretnych („niszowych”) ofert organizatorów turystyki.

### **Podejście „produktywne” do atrakcji turystycznych**

Atrakcje turystyczne postrzegane są jak każdy produkt przeznaczony do konsumpcji. Produkt turystyczny jest mieszanką trzech głównych składników: atrakcji i infrastruktury turystycznej w miejscu docelowym oraz dostępności do nich<sup>7</sup>. Tworzenie produktu

2. *Turystyka*, (red. W. Kurek), Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN. 2008. str. 210.

3. *Turystyka*: op.cit., str. 211.

4. *Turystyka*: op.cit., str. 211.

5. Artykuł 3 Ustawy z dnia 23 lipca 2003 r. o ochronie zabytków i opiece nad zabytkami (Dz.U. z 2003 r. nr 162 poz.1568 z późniejszymi zmianami).

6. W Warszawie są to np. Żoliborz, Saska Kępa, w Toruniu Bydgoskie Przedmieście, w Krakowie Nowa Huta.

7. Middleton V.T.C., *Marketing w turystyce*. Polska Agencja Promocji Turystyki. Warszawa 1996. str. 12.



3. Dzień Gdynskich Zabytków 2011, zwiedzanie wnętrza Dworca Morskiego, ul. Polska 1, Gdynia, (fot. Biuro Miejskiego Konserwatora Zabytków)

turystycznego polega na wyodrębnieniu z przestrzeni (np. wieś, miasto) zasobów i walorów, które mogą stać się (lub już są) atrakcjami turystycznymi oraz przy zastosowaniu wcześniej zdefiniowanych strategii przystąpienie do tworzenia produktu turystycznego. Może się nim stać pojedynczy obiekt (np. kopalnia) lub kilka obiektów połączonych w szlak, stanowiący produkt turystyczny (ta sama kopalnia może być elementem np. szlaku techniki). W literaturze przedmiotu do najważniejszych cech wyróżniających produkt turystyczny spośród innych produktów konsumpcyjnych zalicza się to, iż<sup>8</sup>:

- jest konsumowany w miejscu wytworzenia – procesy produkcji i konsumpcji zachodzą zazwyczaj w tym samym miejscu i czasie,
- nie można go produkować na zapas ani magazynować – wielkość konsumpcji jest więc uzależniona bezpośrednio od bieżącego popytu, a pośrednicy nie dzielą z producentami ryzyka niesprzedanych zapasów,
- nie można go transportować – „przetransportować” należy za to nabywców produktu, aby w ogóle doszło do jego konsumpcji,
- w momencie zakupu nabywca nie ma możliwości zapoznania się z produktem – zamiastką mogą być np. zdjęcia w katalogu, filmy video (w rzeczywistości kupujemy marzenia o urlopie, zapewnienia i obietnice dobrego wypoczynku czy wyobrażenia i stereotypy o miejscu docelowym),
- wymaga ponoszenia dość wysokich kosztów stałych, związanych z tzw. byciem w gotowości do świadczenia

usług (opłaty za wynajem pomieszczeń, zużytą energię, płace pracowników, umowy czarterowe, itp.).

W związku z powyższymi cechami istotne staje się zapewnienie dobrej dostępności oraz obsługi (np. przewodnickiej) danego produktu turystycznego, tak aby wcześniejsze wyobrażenie o nim było jak najbardziej zbliżone do odczuwanych wrażeń podczas zwiedzania.

#### **Kim jest współczesny turysta?**

Fenomen turystyki jako zjawiska społecznego, gospodarczego został szeroko opisany w literaturze. Procesy zapoczątkowane w XIX wieku wyznaczały kierunki rozwoju turystyki, jednak dopiero XX wiek okazał się okresem jej spektakularnego rozwoju. Często używa się stwierdzenia „eksplozja turystyczna”. Analizując pierwszą dekadę XXI wieku można stwierdzić, że eksplozja ta trwa nadal. Wydaje się jednak, że na tak silny rozwój turystyki wpływ ma wiele czynników oraz ogólna zmiana tendencji z których najważniejsze to<sup>9</sup>:

- wzrost aktywności w zakresie kierowania własnym życiem;
- dążenie do zdrowszego trybu życia poprzez właściwe odżywianie się, odrzucenie nałogów, aktywny tryb życia;
- dążenie do wygodnego życia (samochody, urządzenia gospodarstwa domowego i inne, sprawiają, że życie staje się łatwiejsze);
- troska o zdrowie psychiczne i dobre samopoczucie,

8. Szczepanowski A.E., *Markowe produkty turystyczne*, Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne. 2012. str. 19.

9. W. Alejski, *Turystyka w obliczu wyzwań XXI wieku*, Kraków: Wydawnictwo ALBIS. 2000, str. 191.



4. Gdyński Dzień Zabytków 2011, wykład na temat zabudowy portu gdyńskiego, we wnętrzu Dworca Morskiego, ul Polska 1, Gdynia, (fot. Biuro Miejskiego Konserwatora Zabytków)

unikanie stresów, rozwijanie zainteresowań, hobby;

- dążenie do tężyzny fizycznej, zachowania sprawności nawet w późnym wieku, uprawianie sportu;
- podążanie za rozrywkami;
- wzrost świadomości, że czyste środowisko i kontakt z naturą zapewnią realizację wszystkich wymienionych celów.

Dzisiejszy turysta przede wszystkim:

- podróżuje indywidualnie;
- podróżuje częściej, ale krócej spędza czas w miejscu destynacji;
- podejmuje spontaniczne decyzje programowe (np. pod wpływem przekazu medialnego);
- jest przygotowany do odwiedzin miejsc / miejsca;
- pragnie nowych doświadczeń;
- chce przeżywać, nie mieć (od 3S do 3E)<sup>10</sup>;
- chce zabrać pamiątkę osobistą (np. woreczek soli z kopalni soli).

### Jak pokazywać turyście obiekty modernistyczne

W historii architektury mamy kilka epok, które swoim stylem łamały dotychczasowe kanony architektury i urbanistyki, myślenia o proporcjach, funkcjach i pięknie budynku czy też zadaniach jakie powinno spełniać miasto lub jego części. Jednym z takich momentów był przełom XIX i XX wieku. Dla architektów i urbanistów początków XX wieku naczelnym zadaniem było przeciwdziałanie wadom miasta XIX wieku i wypracowanie koncepcji miasta zdrowego, zaś w okresie międzywojennym pierwszoplanowym tematem stało się zagadnienie mieszkania w mieście funkcjonalnym. W wyniku prac CIAM (Mię-

dzynarodowych Kongresów Architektury Współczesnej) wyróżniono cztery główne funkcje miasta, za które uznano: mieszkanie, pracę, odpoczynek i komunikację<sup>11</sup>. Pojawiać się zaczęły pierwsze koncepcje urbanistyczne, uwzględniające powyższe zalecenia, wśród których największe piętno odcisnęły koncepcje francuskiego architekta, szwajcarskiego pochodzenia Le Corbusier'a<sup>12</sup>. Podważone zostały obowiązujące od stuleci zasady sztuki budowania i zakwestionowane tradycyjne kanony piękna. (...) Centralnym punktem zainteresowania przestała być fasada, a zaczął być plan budynku, jego funkcja i konstrukcja<sup>13</sup>.

Zatem na pytanie: „Jak pokazywać turystom obiekty modernistyczne?” należałoby odpowiedzieć, że tak samo jak obiekty z innych epok. Zarówno w przypadku obiektów gotyckich jak i modernistycznych mówimy o proporcjach i funkcjach budynku, konstrukcji budynku i materiałach użytych do niej, otworach i detalach architektonicznych.

Najistotniejsze w tym przekazie zawsze wydaje się wydobycie „smaczków” czy to danej epoki, czy konkretnego obiektu, gdyż wtedy rzeczywiście turysta ma największe szanse „przeżyć” spotkanie z miejscem lub obiektem. Dziś, aby zaciekać turystę trzeba narracji miejsca, wydobycia „genius loci”, aby miasto zostało w jego pamięci, przekonania go,

11. Roguska J., *Koncepcje centrów wielkich miast w okresie międzywojennym i powojenne kontynuacje* [w:] *Modernizm w Europie, Modernizm w Gdyni. Architektura lat międzywojennych i jej ochrona*, red. Maria J. Sołtysik i R. Hirsch, Gdynia: Urząd Miasta Gdyni. 2009, str. 21.

12. Wśród nich należy wymienić m.in. „Plan Voisin” z 1925 roku zawierający koncepcję przebudowy sieci ulicznej i wymiany zabudowy w sąsiedztwie Luwru w Paryżu.

13. Sołtysik M.J., *Na styku dwóch epok. Architektura gdyńskich kamieni okresu międzywojennego*. Gdynia: Wydawnictwo Alter Ego Sławomir Kitowski. 2003, str. 25.

10. 3S – sun, sea, sand; 3E – entertainment, excitement, education.



5. Dzień Gdyńskiego Modernizmu 2010, zwiedzanie Śródmieścia Gdyni z przewodnikiem, (fot. Biuro Miejskiego Konserwatora Zabytków)

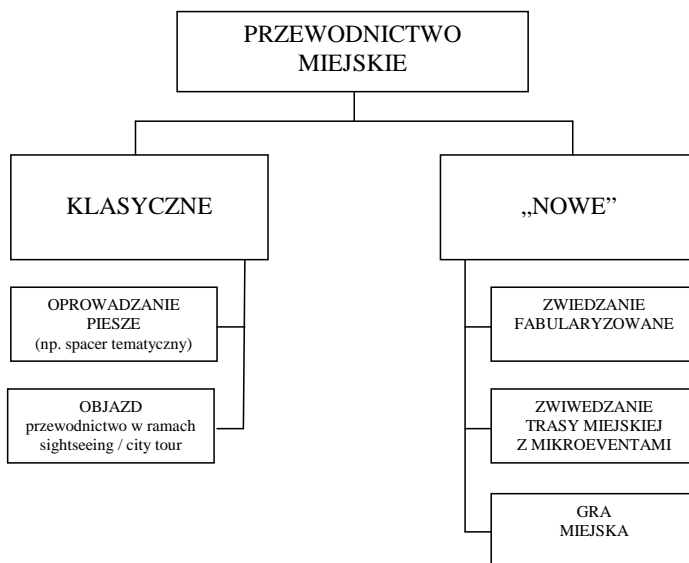
że chce się je ponownie zobaczyć lub powiedzieć o jego fenomenie innym.

Przekaz odbywający się w atmosferze tradycyjnej lekcji szkolnej i z zachowaniem odpowiedniej powagi oraz dyscypliny zawiera treści, których nie powstydziliby się encyklopedia lub naukowa monografia miasta, większość z turystów nie tylko przyjemnie z nieukrywaniem znużeniem, lecz z całą pewnością zapomni jeszcze przed końcem zwiedzania.<sup>14</sup> Najgorsze są miasta bez opowieści. Miasta nijakie. (...) To nie liczba łóżek szpitalnych czy stacji metra decyduje o pozycji miasta. To nie liczby miejsc w filharmonii i kierunków w szkołach wyższych są decydujące. (...) *Cień wiatru* Carlosa Ruiza Zafona prowadzi nas do Barcelony, Zagrzeb „pomysł na siebie” znalazł w opowieści o „mieście uśmiechu”. Miną zapewne lata, zanim Szczecin opowie o pierwszym lotnisku braci Wright, mimo że to fascynujące „paliwo narracyjne”, a Poznań zacieka świat niesamowitą historią prac nad odkodowaniem największej tajemnicy ostatniego wieku – Enigmy. Miną dziesięciolecia, zanim Wejherowo stanie się miastem polecanym we wszystkich przewodnikach dla Japończyków i mieszkańców Azji, które muszą zobaczyć w Europie, a Zielona Góra zacznie być postrzegana – lepiej to niż nic – jako miasto urodzenia Tomasza Lisa<sup>15</sup>.

Czy w związku z tym architektura modernistyczna i postmodernistyczna jest na tyle ciekawa, że można stworzyć taką narrację, która porwie turystów? Odpowiedź brzmi twierdząco. Turysta może np. wejść po schodach na III piętro modernistycznej kamienicy i przekonać się, że nie odczuwa takiego zmęczenia jak po wejściu na III piętro bloku z „wielkiej płyty”. Wchodząc zauważy też, że nie ma żadnej kolizji oraz potrzeby zrobienia miejsca panom znoszącym w tym czasie starą wysłużoną kanapę na śmietnik. Dowie się np. że najwyższe mieszkania zajmowali palacz i konserwator dźwigów, co było celowym zabiegiem, gdyż

gdyby palacz nie przykładał się do pracy, zmarłby. Konserwator, jeśli nie zadbał o windę, biegł do domu po schodach. Czy też 16-piętrowy biurowiec w czeskim Žlinie budowany dla producenta obuwia Tomasza Baty, który swoje biuro z pełnym węzłem sanitarnym umieścił w windzie. Przykłady można by mnożyć.

Dla osiągnięcia takiego celu w przewodnictwie istnieje kilka form przekazu. Można podzielić je na „klasyczne” i „nowe”, które pojawiły się w ostatnich dwudziestu latach. Najczęstsze formy przewodnictwa miejskiego przedstawiono na ilustracji 6.



6. Najczęstsze formy przewodnictwa miejskiego (źródło: Mikos von Rohrscheidt A. „Sylabus miejsc, czyli jak atrakcyjnie pokazać miasto turystyce kulturowemu” [w:] „Piloci i przewodnicy na styku kultur”, red. Z.Kruczek, Kraków 2011)

Współcześnie każda z form czy to klasyczna czy „nowa” mogą być wykorzystywane jako podstawowe lub łączone. Najczęściej stosuje się połączenia różnych form przekazu.

### Jak Modernizm w Polsce staje się produktem turystycznym

Czy w kontekście najnowszych trendów w turystyce: odejścia od formuły 3S na rzecz 3E, pojawia się „nowego turysty” zorientowanego na „przeżyć” a nie „mieć”, świadomego destynacji i przygotowanego do spotkania z nią, architektura i urbanistyka XX i XXI wieku, która była swoistym „nowym otwarciem”, może stać się atrakcją turystyczną/produktem turystycznym? Odpowiedź jest jak najbardziej twierdząca, a rynek atrakcji turystycznych/szlaków kulturowych nie tylko w Polsce daje wiele przykładów potwierdzających taką odpowiedź.

Produktywne podejście do turystyki powoduje, że pojawiają się w polskich miastach szlaki kulturowe – produkty turystyczne, związane nie tylko z architekturą gotycką jak np. Gotyk na dotyk w Toruniu, ale także związane z architekturą XX wieku. Pierwszym

14. Mikos von Rohrscheidt A., *Sylabus miejsc, czyli jak atrakcyjnie pokazać miasto turystyce kulturowemu* [w:] *Piloci i przewodnicy na styku kultur*, pod red. Z. Kruczka. Kraków: Proksenia 2011, str. 99-100.

15. Mistewicz E., *Marketing narracyjny. Jak budować historie, które sprzedają*, Gliwice: Helion 2011, str. 151-152.



7. Spotkanie Wiceprezydenta Marka Stępy z przewodnikami, którzy oprowadzali mieszkańców i turystów w trakcie Dnia Gdynińskich Zabytków 2011 – (fot. Biuro Miejskiego Konserwatora Zabytków)

takim miastem była Gdynia, gdzie w roku 2010 Agencja Rozwoju Gdyni rozpoczęła wdrażanie projektu „Gdyniński szlak modernizmu”.<sup>16</sup> Gdynia jest tu szczególnie przypadkiem, gdyż jest jedynym przykładem miasta w Polsce, którego Śródmieście jest zbudowane w latach 20-tych i 30-tych XX wieku. Niezależnie od tego, od 2008 roku organizowane są przez Biuro Miejskiego Konserwatora Zabytków UM Gdynia imprezy takie jak: Dzień Modernizmu, Dzień Gdynińskich Zabytków. Dużą rolę w tych przedsięwzięciach odgrywają

16. Więcej na temat tego projektu na [www.modernizmgdyni.pl](http://www.modernizmgdyni.pl)

8. Certyfikat Prezydenta Miasta Gdyni wydawany przewodnikom po odbyciu specjalistycznego szkolenia i zdaniu egzaminu z wiedzy nt. gdyńskiej architektury.



przewodnicy gdyńscy zrzeszeni w Kole Przewodników Miejskich i Terenowych przy Oddziale Morskim PTTK w Gdyni, którzy przechodzili specjalistyczne szkolenia oraz zdali egzamin poświadczający wysoką wiedzę merytoryczną na temat architektury modernistycznej. Efektem tego są specjalne certyfikaty wydane przez Prezydenta Miasta Gdynia. Kolejnym miastem, które promuje modernizm od 2011 roku w postaci szlaku tematycznego są Katowice<sup>17</sup>. To tutaj obok Gdyni występuje największe nagromadzenie w centrum miasta obiektów tej epoki.

Również architektura powojenna, tworzona często przez architektów przedwojennych<sup>18</sup> znajduje dziś wielu zwolenników i zrozumienie ich wartości kulturowej wśród samorządów. Stąd np. utworzenie Szlaku Miejskiego w Tychach, gdzie na trasie znajdują się obiekty tzw. Nowych Tychów powstałe po II wojnie światowej<sup>19</sup>.

### Podsumowanie

Architektura XX i XXI wieku jest tak samo ciekawym tematem narracji przewodnickiej jak architektura XIV czy XVII wieku. Przyniosła ona wielką zmianę w technologii budowy oraz podejściu do tego czemu ma służyć budynek czy ulica. Pojawiające się coraz częściej produkty turystyczne eksponujące nowatorstwo takich rozwiązań wymusza na przewodnikach konieczność zainteresowania się w większym stopniu tym okresem w architekturze i urbanistyce. Ośrodki szkolące nowe kadry również powinny kłaść większy nacisk na tę tematykę. Jest to istotne również dlatego, że jest to szansa dla przewodników na inne przedstawienie miasta niż zwykli to robić.

17. Więcej na temat tego projektu na [www.moderna.katowice.eu](http://www.moderna.katowice.eu)

18. Architektami takimi byli m.in. Wacław Tomaszewski, Romuald Gutt.

19. Więcej w przewodniku: *Od socrealizmu do postmodernizmu. Unikatowe NOWE Tychy. Przewodnik po szlaku miejskim*, Tychy: Wyd. Urząd Miasta. 2011.

■ **Część trzecia**

***Konserwacja architektury modernistycznej:  
studia przypadków***

