
ALERT KULTURA

7

gap.



open
eyes
economy
summit

Krzysztof Czyżewski
prof. dr hab. Janusz Fogler
Alina Gałązka
prof. dr hab. Jerzy Hausner
Aldona Machnowska-Góra
dr Michał Niezabitowski
prof. dr Michał Komar
Paweł Łysak
Adam Opatowicz
Robert Piaskowski
prof. dr hab. Jacek Purchla
prof. dr hab. Łukasz Ronduda
dr Joanna Sanetra-Szeliga
prof. dr hab. Tomasz Szlendak
Aleksandra Szymańska
Bogna Świątkowska

Krajobraz miast historycznych

„Miasto historyczne” wzmacnia swoją siłę przyciągania dopiero wtedy, gdy twarde dowody na długie trwanie przeplata tkanką mitów, rytuałów, obrzędów – słowem opowieści. Wolny czas i globalizacja, najdorodniejsze dzieci nowoczesności, pozwalają na poszukiwanie swojej tożsamości poza środowiskiem lokalnym, poza własnym „mikroświatem”. Na takiej drodze poszukiwań – powstał fenomen „miasta historycznego”. Każde takie miasto, może powiedzieć do każdego: „Szukasz Siebie? To tu!”.

Szybko rosnący ruch turystyczny stał się sprężyną nakręcającą powodzenie tych miast. Rosną w nich: usługi turystyczne (hotele, apartamenty na wynajem, przewodnictwo), handel (tandetne, nikomu niepotrzebne, ale poszukiwane „pamiątki” i urocze towary regionalne), gastronomia, transport (tanie linie lotnicze, busy i taksówki), produkcja eventów kulturalnych lub „kulturo podobnych” i wiele innych ciekawych lub prząśnych propozycji spędzenia czasu. Zanim rozpoznano, w którą stronę zmierza ten przemysł, ukazały się na bliskim horyzoncie dwa mroczne zjawiska.

Pierwsze to **turystyfikacja**. W latach 60. ubiegłego wieku podróżowało 200 milionów osób, w 2017 r. już 1,34 miliarda. Przed pandemią Światowa Organizacja Turystyczna szacowała, że do roku 2030 podróżować będzie blisko 1,8 miliarda ludzi (dziś mówi o 58-78% spadku ruchu turystycznego w tym roku i wielkiej niepewności co do lat następnych).

Zjawisko drugie: „miasta historyczne” popadły w ekonomiczną **zależność od przemysłu**, który powstał w wyniku popytu na ich siłę oddziaływania.

Kluczową dla nich stała się kwestia nadmiernej, rabunkowej eksploatacji zasobów dziedzictwa kulturowego. Nadmierna eksploatacja to taka, która prowadzi do zużywania tych zasobów bez ich odpowiedniego odtwarzania i pomnażania. Ekonomiczne sedno problemu tkwi w tym, że szeroko rozumiana eksploatacja zasobów dziedzictwa generuje strumienie wysokich dochodów, które w niewielkim stopniu są zwrotnie ukierunkowane na utrzymanie tych zasobów. A jednocześnie różnorodna działalność gospodarcza związana z eksploatacją zasobów dziedzictwa stopniowo ruguje z przestrzeni miasta te rodzaje aktywności, które wiążą się z pomnażaniem zasobów dziedzictwa oraz marginalizuje aktywność i obecność w centrum miast tych mieszkańców, którzy podtrzymują i pomnażają zasoby dziedzictwa. Przy czym nadmierny ruch turystyczny jest najważniejszym, ale nie jedynym źródłem problemu.

Jeszcze przed obecnym kryzysem, miasta wielkiego sukcesu, takie jak: Praga, Budapeszt, Dubrownik, czy Kraków miały narastający problem z utrzymaniem autentycznego krajobrazu miejskiego. Im bardziej odnawiały, rewitalizowały, restaurowały, tym szybciej traciły lokalne adresy, małe sklepy z lokalnymi produktami, tradycyjne usługi, historyczne księgarnie, antykwariaty. **W 2013 r. Kraków uzyskał Tytuł Miasta Literatury UNESCO i w tym samym roku stracił trzy z historycznych księgarni w Rynku Głównym.**

Nie znaczy to oczywiście, że miejskie targi turystyczne, festiwale i podobne eventowe przedsięwzięcia to samo, ucieleśnione zło. Przeciwnie, to zło i dobro zaklęte w jednej formie, z którą po prostu można przesadzić. Musimy pamiętać, że są istotnym elementem „systemu konsumpcji miasta”, że pomagają budować miastom własną markę, że generują turystyczny i ekonomiczny ruch. Festiwale są koniecznością, zwłaszcza te uznane, docenione, uczęszczane, powiązane z tożsamością miejsca i dla niego emblematyczne, ponieważ mają duże pole przyciągania i długi promień rażenia.

To najłatwiejszy i paradoksalnie najtańszy ze sposobów przyciągania i promocji poprzez kulturę spiętą z wielozmysłową rozrywką. Byleśmy pamiętali, że za sprawą fundowania miastom historycznym nieustającego karnawału, na który składają się następujące po sobie festiwale, festyny, noce ze sztuką i historyczne jarmarki, możemy utracić własnych mieszczan, na których uczestnictwie i rozwoju miastom winno zależeć najbardziej. Wspomniane przedsięwzięcia łatwo przekształcają się w „produkty turystyczne roku”, podczas których tubylcy-mieszkańcy uciekają z miasta.

W szczytowym punkcie koronawirusowej, przymusowej izolacji, centra miast historycznych sprawiały wrażenie upiorne. Epidemia unaoczniała i podkreśliła ich rzeczywisty status. Przeobraziły się w *no-go zones*, stając się jeno scenografią, przestrzenią „inscenizowanej autentyczności”, coraz bardziej nieprzeznaczoną dla mieszkańców i coraz częściej przez nich omijaną. Przede wszystkim większość lokali mieszkalnych w nich funkcjonujących to mieszkania, apartamenty i lofty przeznaczone pod wynajem krótkoterminowy. Na samej drodze królewskiej w Krakowie znajduje się 76 agencji sprzedających produkt: Auschwitz – Wieliczka, a brak choć jednego warzywniaka czy kwaciarni. Brak turystów – z Polski i zza granicy – spowodował, że zlokalizowanych w centrach Żabek, Małpek i Carrefour-Expressów nie miał kto wypełniać. Symboliczny był moment wyłączenia oświetlenia historycznego centrum Krakowa na czas pandemii. Zgasły reflektory oświetlające piękną autentyczną dekorację miejskiego teatru. Widzów brak. Zniknęły dorożki dla turystów premium i meleksy dla tych z plecakami, podobnie jak wiele całkowicie sztucznych i upozowanych, choć udających związki z historią i regionem, produktów dla turystów (na podobieństwo fabryk perfum pośrodku szczerego pola w Prowansji). **Do *no-go zones* mieszkańcy miasta nie mają po co iść, nic tam dla nich nie ma, żadnej infrastruktury, nic ich nie czeka. Bez turystów są to przestrzenie nieżywe. Miasta-widma.**

Parki kulturowe

Miasta historyczne mają wiele sposobów na ochronę swoich bezcennych zasobów, układów urbanistycznych, estetyki fasad, kamienic, bram. Tworzą obszary ochronne, tzw. parki kulturowe, które mają na celu przede wszystkim ochronę wartości estetycznych i widokowych. Obecne przepisy są jednak niewystarczające w obliczu takich wyzwań, jak turystyczna gentryfikacja, depopulacja centrów, zmiana funkcji obiektów historycznych czy zjawiska negatywne, takie jak przekształcenia centrów historycznych w centra rozrywki, taniego pamiątkarstwa czy fastfoodów, albo wzrost znaczenia turystyki seksualnej w przestrzeni starówek (zjawisko często określane pojęciem tajlandyzacji). Dotychczasowe „parki kulturowe” to narzędzia służące głównie dbałości o zrównoważoną estetykę centrów miast. To zdecydowanie za mało.

Utworzenie na danym terytorium „parku kulturowego” powinno się wiązać z przyjęciem planu miejscowego określającego jakie rodzaje działalności są dopuszczone, a jakie wykluczone na tym obszarze, wraz z określeniem jakie obowiązki i zobowiązania spadają na właścicieli obiektów oraz osoby prowadzące na tym obszarze działalność. Władze miejskie mogłyby też nakładać dodatkowe podatki lokalne związane z działalnością na terenie „parku kulturowego”. Wpływy zasiląbyby specjalny fundusz przeznaczony na pobudzenie pożądanego rodzaju działalności na terenie parku kulturowego, w tym szczególnie tych związanych z utrzymaniem i pomnażaniem zasobów dziedzictwa kulturowego. Takie rozwiązania stosują, m.in. Hiszpania, Portugalia czy Chorwacja.

Paradoksalnie obecny kryzys związany z pandemią może mieć też kilka pozytywnych skutków:

- spadek cen najmu lokali komercyjnych na rynku nieruchomości,
- powrót usług i funkcji skierowanych na odbiorców lokalnych,

- spadek cen na usługi świadczone dla odbiorcy krajowego,
- zmiana sposobu użytkowania przestrzeni miejskich, także w następstwie upowszechnienia się pracy zdalnej.

To jest właśnie ten moment, w którym konieczna staje się pogłębiona, krytyczna refleksja i zasadnicza zmiana podejścia do krajobrazu miast historycznych i formuły ich rozwoju.

Rekomendacje dla historycznego krajobrazu miejskiego

Społeczność międzynarodowa skupiona wokół UNESCO od dawna dostrzega potrzebę wypracowania strategii skutecznej ochrony najcenniejszych historycznych zespołów urbanistycznych. Współczesny dyskurs w kwestii ochrony miast historycznych został wzbogacony o pojęcie historycznego krajobrazu miejskiego (Historic Urban Landscape – HUL). Podejście HUL to widzenie miasta i jego dziedzictwa kulturowego w dynamicznych i stale zmieniających się warunkach. Miasto w takim ujęciu nie jest zestawem zabytków i osi widokowych, nie jest też zbiorem fasad i sklepowych witryn: jest wielowymiarowym i wzajemnie powiązaniem ekosystemem, w którym każdy element ma na siebie wpływ. W ujęciu HUL ochrona dziedzictwa jest nie tyle celem, lecz środkiem, który przyczynia się do zrównoważonego rozwoju miasta oraz umożliwia jego modernizację w harmonii z uwarunkowaniami społecznymi, urbanistycznymi i środowiskowymi.

W Polsce właściwie nie stosuje się rekomendacji HUL. Nie mają one odzwierciedlenia w obecnej Ustawie o ochronie zabytków i opiece nad zabytkami ani na poziomie prawodawstwa lokalnego. Częściowo wspomina o nich Ustawa o rewitalizacji, ale i tu brakuje jasnych wytycznych dla tworzenia elastycznych, ale też skutecznych narzędzi oddziaływania na przestrzeń miast historycznych. W konsekwencji brakuje skuteczności prawa lokalnego w zakresie przeciwdziałania niektórym negatywnym efektom

turystyfikacji miasta (np. natłokowi urzędzeń transportu osobistego, zjawisku *pub crawlingu*, najmowi krótkoterminowemu).

Nasze miasta są nadal podzielone na wiele funkcjonujących obok siebie rzeczywistości. Coraz bardziej słyszalny jest sprzeciw wobec rozwoju miasta opartego wyłącznie na turystyce. Postawa mieszkańców zmienia się wraz ze wzrostem ruchu turystycznego: od ciekawości i gościnności przez apatię po wrogość. Jesteśmy w samym środku sporu o to, do kogo należy miasto.

W ostatnich dniach Miasto Kraków ogłosiło głośno dyskutowaną kampanię „Bądź turystą w swoim mieście”. Miała podkreślać znaczenie, jakie będą miały dla gospodarki miasta wybory konsumenckie mieszkańców, ich nowy sposób odkrywania przestrzeni miasta, odwiedzanie miejsc do tej pory turystycznych. W krytyce tej narracji pojawiała się polemika: „chcemy być wreszcie mieszkańcami w swoim mieście”, napisał ktoś na profilu kampanii. Te kontrowersje pokazują, że narasta trend antyturystyczny rozumiany nieco inaczej niż w momencie awersyjnego overtourismu – nie tyle z pozycji konfliktu, co przypomnienia wartości miasta jako wspólnoty wartości mieszkańców.

A to wydaje się najważniejszym wyzwaniem dla miast historycznych: wytworzenie pola wspólnych wartości i interpretacji zjawisk zachodzących w przestrzeni miasta tak, aby wszystkie szczeble władzy lokalnej świadome swojej odpowiedzialności – potrafiły wspólnie definiować, opracowywać i wdrażać wszystkie dostępne prawem metody ochrony dziedzictwa miejskiego.

Kluczowe kwestie do rozwiązania

Miasta w Europie na wiele sposobów próbują zaradzić nieodwracalnym i gwałtownym przemianom, bądź wręcz utracie, istotnych dla ich pejzażu kulturowego funkcji, jakie przyniesie ze sobą obecny kryzys. Służą temu programy wspierające branże zanikające, specjalne

opłaty lokalne zorientowane na ochronę pejzażu lokalnego, wykup ważnych nieruchomości w określonych dzielnicach (np. Paryż wykupił historyczne księgarnie Dzielnicy Łacińskiej, aby zachować dla przyszłych pokoleń pejzaż kulturowy okolic Sorbony). Są to jednak działania doraźne, punktowe, niewystarczające. Reagujemy zazwyczaj wówczas, kiedy jest już za późno, kiedy pewne decyzje są już nieodwracalne.

Pandemia pokazała kruchość polityki miasta opartej na dominacji funkcji turystycznych w historycznych centrach. Będzie to miało swoje konsekwencje ekonomiczne i społeczne. Konieczne są takie rozwiązania jak:

- możliwość wprowadzania opłat lokalnych od prowadzonej działalności gospodarczej w obiektach dziedzictwa;
- możliwość poboru opłat turystycznych nie tylko jako tzw. opłaty kurortowe, ale także na utrzymanie zasobu dziedzictwa;
- możliwość przeznaczania wpływów z tych dodatkowych opłat na rekonstrukcję lub podtrzymanie różnorodnych funkcji centrum miast.

Pandemia chwilowo osłabia gwałtownie rosnący popyt na dziedzictwo, który jest konsekwencją globalizacji i ogromnego wzrostu znaczenia gospodarczego turystyki. Zyskujemy więc dziś na czasie. Rekomendacja UNESCO winna być więc wykorzystana przede wszystkim jako mocny impuls do zasadniczej zmiany polityki publicznej wobec krajobrazu kulturowego.

Alert Kultura to inicjatywa **Think Thank Open Eyes Economy** oraz Kolegium Gospodarki i Administracji Publicznej Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie.

Wszystkie alerty eksperckie dostępne na:
www.oees.pl/dobrzewiedziec