

Turistifikacija i javni prostor

Promjene često dođu tiho i postepeno pa ostanu neopažene dok ne eskaliraju. Drugom prilikom dođu nenadano i eksplozivno. U oba slučaja, iz jednog ili iz drugog razloga, promjene nas dočekaju nespremne i zatečene, uglavnom bez mogućnosti adekvatne reakcije. Iako smo već skoro dvadeset godina zakoračili u XXI. stoljeće, čini se da promjene u raznim sferama života još uvijek ostaju nejasne i neprepoznate premda očigledno prisutne. Prije svega tu je nestanak prostornog u korist virtualne sveprisutnosti sprege bežične komunikacije i interneta koja se ušuljala tiho i postala načinom percipiranja i mišljenja svijeta oko nas. Globalizacija s kraja XX. stoljeća, osjećaj globalnog sela zbog brzine informacija i televizijski uživo prenošenih revolucija i ratova, zamijenjena je instant

prisutnošću i dostupnošću svega na udaljenosti jednog klika. Miješanje fizičkog i virtualnog do mjere nerazlučivosti. Sve to sasvim sigurno radikalno mijenja konstituciju ne samo naše stvarnosti već i našeg bića. Pa opet, unatoč navedenom, ipak se putuje fizički i fizičkim prostorom više nego ikad.

ALAN KOSTRENCIĆ Turizam i putovanja poprimili su neke nove formate, kao i razmjere masovnosti. Sve ove promjene događaju se u gradovima koji žive u nekim drugim mjerilima protoka vremena, gradovima od kojih su neki stari 500, neki 1000 godina, neki 2000 godina, bar u svojim početnim osnovama. Gradovi se, naravno, mijenjaju kroz sve to vrijeme, prvo postepeno, a onda sve više ubrzavajući, posebice u posljednjih stotinu godina. Postavlja se pitanje kakav je sraz ovih najrecentnijih promjena i grada. U novim, promijenjenim uvjetima transformacije grada, tržišne ekonomije, ekonomske eksploatacije javnog prostora s



VENECIJA, ITALIJA – INTERVENCIJA BRITANSKOG ULIČNOG UMJETNIKA I AKTIVISTA BANKSYA U VENECIJI KAO PROTEST NA TURISTIFIKACIJU VENECIJE; FOTO: BANKSY, *VENICE IN OIL*, 2019., LJUBAZNOŠĆU PEST CONTROL OFFICE

njegovim povijesnim i prirodnim vrijednostima, kao i generičkog oblikovanja koje negira lokalne kvalitete, potrebno je sagledati koji arhitektonski i urbanistički problemi proizlaze iz tih novih okolnosti. U hrvatskim uvjetima, prije svega iz ekonomskih razloga, pošteđeni smo negativnih urbanih fenomena današnjice poput ekstremnog bujanja grada, primjerice *tepih metropola* i *urban sprawla*, s ekstremnim razlikama između siromašnih četvrti (poput meksičkih favela) i bogatog poslovnog centra, generičkih gradova i slično. Međutim, u nekom manjem obimu zasigurno da i na ovim našim prostorima bivamo suočeni s devijantnim pojavama u strukturi grada, a koje nastaju kao posljedica navedenih suvremenih promjena. Najočitiiji je proces premještanja javnog života grada u pseudopublicni prostor trgovačkih centara, sveprisutan u većini hrvatskih gradova. De Caeter, parafrazi-

rajući talijanskog filozofa Giorgia Agambena, ukazuje kako takvim procesima ljudi gube kvalitetu društvenog života (*bios*) svodeći se na tek puko postojanje (*zoe*). Ovakvu evakuaciju masa i javnog prostora u kontrolirane, zatvorene prostore De Caeter rječito naziva *kapsularizacijom*.¹ Konzekvence tih promjena već su vidljive, primjerice u Zadru koji ima iznimnu urbanu strukturu javnih prostora u svom povijesnom centru, a na poluotoku je prepustio taj životni prostor turistima i povukao se u trgovačke centre na obodu grada. Vezano za spomenuti fenomen povlačenja domicilnog stanovništva i prirodnog gradskog centra i njegova prepuštanja turistima, pojavljuje se još jedan devijantni oblik suvremenog urbanog života koji postaje vrlo opasan za naše turističke gradove Jadrana, a to je

¹ De Caeter, 2004: 29, 68–69

turistifikacija. Ona se sastoji od iskorištavanja prirodnih i kulturnih resursa lokalnog prostora od potencijalnog interesa za turiste do te mjere da se počinje re-metiti cjelovitost kvalitete urbanog života stalnih stanovnika. Nesrazmjer između prostornih kapaciteta dijelova grada i broja posjetitelja, poput invazije turista s kruzera na staru gradsku jezgru Dubrovnika, jedan je od očitih primjera *turistifikacije*². Taj fenomen zaslužuje detaljnije razmatranje.

Turistifikacija je složeni fenomen koji počiva na nekoliko odrednica i prouzrokuje niz problema u urbanom životu na raznim razinama. Prvi aspekt *turistifikacije* predstavlja problem *komodifikacije* koju ponekad nije jednostavno detektirati. Ona počiva na ekonomskoj eksploataciji neke od zatečenih vrijednosti prostora grada: povijesne, prirodne, ambijentalne

2 ... svodi se na pokušaj turističkog iskorištavanja svega što je potencijalna točka atrakcije za turiste... – Čaldarović, 2011: 25

**RAISON D'ÊTRE
KONCIPIRANJA
JAVNOG URBA-
NOG PROSTORA
NIJE VIŠE OBLI-
KOVAN ILI FUNK-
CIONALAN, VEĆ
BI TREBAO BITI
PROMIŠLJAN S
ASPEKTA NJE-
GOVE PERFOR-
MATIVNOSTI U
POGLEDU KRE-
IRANJA DRUŠ-
TVENOG ŽIVOTA,
PRIJE SVEGA
LOKALNOG STA-
NOVNIŠTVA**

ili klimatske. U načelu nema ničeg lošeg u tome da se lokalna vrijednost prepozna te u konačnici stvara i određena financijska dobit, na čemu počiva turizam kao privredna grana. Međutim, ako se procesom ekonomske eksploatacije sva ostala svojstva koja nisu u izrav-

noj financijskoj koristi polagano istiskuju ili dokidaju, tada možemo govoriti o svođenju javnog prostora na robu. Kao pri-

PERISTIL U SPLITU; PERISTIL PREPLAVLJEN TURISTIMA KAO BLJEŠTAVA RAZGLEDNICA
TURISTIČKOG SPLITA, TENDIRA DA POSTANE KOMODIFICIRAN; FOTO: DUJE KLARIĆ



mjer *komodifikacije* može poslužiti ono što se dogodilo s povijesnim centrom Venecije, a potencijalno prijeti i Dubrovniku. Turistički sadržaji, trgovački sadržaji i ugostiteljski sadržaji, a onda i smještajni kapaciteti za turiste, posebice kroz pojavu privatnog iznajmljivanja prostora koji je dotad bio stambeni, postupno istiskuju lokalno stanovništvo koje u tim gradovima ili dijelovima gradova živi. Takvi gradovi postaju gradovi-duhovi, prazne scenografije bez životnih funkcija. Nažalost, takve promjene nisu uvijek jasno uočljive ili je unatoč njihovoj uočljivosti ekonomski interes prevelik da bi se ti procesi zaustavili ili barem kontrolirali.

Drugi problem, koji često prati *turistifikaciju*, problem je *generičnosti*. Atraktivnost turističkih lokacija često privlači hotelske lance ili pak bogate inozemne investitore koji kupuju postojeće hotelske resurse, a onda ih rekonstruiraju i adaptiraju ne samo prema novim potrebama već često u skladu sa specifičnim oblikovnim zahtjevima. *Generičnost* je snažan alat u rukama korporacijskog kapitalizma, bilo kao sredstvo bolje prodaje bilo kao pragmatično rješenje za brzo i efikasno građenje, s vrlo jasno postavljenim generičkim identitetom korporacija, od restorana *McDonald's*, lanaca hotela poput *Hiltona* do modnih ili drugih brendova. Nerijetko strani investitori bez razumijevanja ne samo arhitektonskog i kulturnog nasljeđa već uz potpuno ignoriranje specifičnosti lokalnog načina života, klime i tradicije preuređuju nekad kvalitetne uratke modernističke arhitekture u pseudokolonijalni stil. Takva degradacija ne događa se srećom u javnom prostoru naših gradova, ali definitivno narušuje prostore nekadašnjih turističkih zona u kojima je u doba socijalizma ispreplitanje javnog života građana s

turistima bilo uobičajeno. Posljednji format degradacije, koji je često povezan s problemom *turistifikacije*, jest *ikoničnost*. *Ikoničnost* je drugo lice *generičnosti*. Dok *generičnost* manipulira prepoznatljivošću elemenata koji su isti neovisno o lokaciji, poput spomenutih hotelskih *resorta*, ikoničnost se temelji na unikatnosti forme (pojedinačnih zgrada ili sklopova zgrada unutar gradskog tkiva) koja je samoreferentna i najčešće akontekstualna.

Bilbao efekt udomaćio se kao naziv strategije brendiranja mjesta pomoću ikonične arhitekture. Iako je Bilbao, industrijski gradić u Baskiji, Guggenheim muzej Franka Gehryja učinio planetarno poznatim, nesumnjivo je da takve drastične promjene identiteta grada mogu imati radikalne posljedice na život grada. Za mjesta poput naših gradova na obali, koji posjeduju vrlo specifičan lokalni identitet mjesta, takvi zahvati u prostoru grada prijete opasnošću da identitet, koji je nastajao stoljećima, bude napro-

sto *pojedeni* ikoničnošću novog zahvata. I generičnost i ikoničnost generiraju arhitekturu *nemjesta* koja postoji izvan konteksta (fizičkog i simboličkog) grada. Oba fenomena ne moraju nužno biti negativna po grad, ali u kontekstu transformacije mediteranskih gradova Hrvatske

SUOČAVAMO SE S DEVIJANTNIM POJAVAMA U STRUKTURI GRADA KOJE NASTAJU KAO POSLJEDICA SUVREMENIH PROMJENA – NAJOČITIJ JE PROCES PREMJESTANJA JAVNOG ŽIVOTA GRADA U PSEUDO JAVNI PROSTOR TRGOVAČKIH CENTARA

moгу imati negativne posljedice. Ovi navedeni problemi upućuju da urbanističko i arhitektonsko promišljanje javnog prostora grada u ovim novim okolnostima zahtijeva i neke nove strategije i pristupe. *Raison d'être* koncipiranja javnog urbanog prostora nije više oblikovan ili funkcionalan, već bi trebao biti promišljan s aspekta njegove performativnosti u pogledu kreiranja društvenog života, i to prije svega lokalnog stanovništva. Društveni život temelji se na zajedništvu ljudi koje proizlazi iz osjećaja pripadnosti prostoru, kao i iz osjećaja identiteta. S aspekta hrvatskih jadranskih gradova, koji su zbog disbalansa između kapaciteta domicilnog stanovništva i količine turista najviše izloženi, problem povijesnog identiteta i novih potreba postaje jedno od ključnih pitanja. Prvi, očitiji dio problema istiskivanje je tradicionalnih karakteristika, običaja i naposljetku identiteta pod pritiskom novih potreba invazivnih oblika turizma. Rekonstrukcije, revitalizacije i drugi oblici intervencije u postojeće urbano tkivo u svrhu bilo stvaranja novih prostora za nove

DOK GENERIC-NOST MANIPULIRA PREOZNATLJIVOŠĆU ELEMENATA KOJI SU ISTI NEOVISNO O LOKACIJI, IKONIČNOST SE TEMELJI NA UNIKATNOSTI FORME KOJA JE SAMOREFERENTNA I NAJČEŠĆE AKONTEKSTUALNA

sadržaje bilo u svrhu poboljšanja postojećih, vrlo su osjetljivi iz razloga mijenjanja navika ljudi i identiteta prostora za koji su ljudi vezani. Javni prostor grada mjesto je konstituiranja osjećaja pripadnosti nekom prostoru, a životni običaji i mali rituali

stanovništva ovise o identitetu i ambijentu prostora u kojima se odvijaju. Novouređeni prostori, ako bar u izvjesnoj mjeri nisu naslonjeni na kontinuitet identiteta i ambijenta prostora, neminovno bivaju doživljeni kao strani. Naravno, to ne implicira da suvremena arhitektura nema mjesto u takvim kontekstima, već upućuje da suvremenost u arhitektonskom izrazu mora biti informirana razumijevanjem konteksta – ne samo onog fizički izgrađenog, arhitektonskog već i onog sadržanog u načinu života ljudi, kulturi i navikama, kao i prirodnim specifičnostima. Identitet prostora nije fiksirana, statična, nepromjenjiva kvaliteta, već je dinamičan entitet koji je u stalnoj promjeni kako bi ostao na životu. Drugi dio problema predstavlja upravo zaleđivanje postojećeg identiteta mjesta. Problem tog negativnog djelovanja sastoji se u tome što u startu polazi od kvaliteta mjesta koje su poželjne, ali se u fazi konkretiziranja novog rješenja ta kvaliteta zaleđuje svodeći se na sliku željene predodžbe bez izvornog života koji ju je generirao. Originalni genetski kod mjesta replicira se u novom rješenju na način da nije povezan sa svojim izvornim uzrokom (bilo društvenom produkcijom bilo habitusom stanovnika ili drugim kontekstualnim okolnostima). Arhitektonski zadatak u kreiranju javnih prostora grada, bilo kroz preobliko-





PALM JUMEIRAH JE UMJETNI ARHIPELAG U DUBAJU, U UJEDINJENIM ARAPSKIM EMIRATIMA, PRIMJER GENERIČKOG URBANIZMA I ARHITEKTURE.

vanje postojećeg bilo kroz kreiranje novog, morao bi uza sve ostale parametre obuhvatiti ova složena pitanja odnosa spram postojećeg konteksta te uspostaviti balans između kontinuiteta zatečenog i povijesnog identiteta u odnosu s novim koji mu se dodjeljuje. Javni je gradski prostor uvijek mjesto interakcije te kao takav mora biti otvoren za promjene i za sučeljavanje i suživot raznih scenarija, za protoke i razmjene identiteta, za osjetljivost spram različitih društvenih struktura koje u njemu obitavaju.

Arhitektura je sposobna udomiti te različitosti kroz uprostorenje kulturne i prirodne specifičnosti, međutim to zahtijeva bitno širu perspektivu pristupa, širu od puke svrhovitosti, formalizma ili ekonomske isplativosti. ■

BIBLIOGRAFIJA

1. Čaldarović, O. 2011. *Urbano društvo na početku 21. stoljeća*. Naklada Jesenski Turk.
2. De Cauter, L. 2004. *The Capsular Civilization – On the City in the Age of Fear*. NAI Publishers, Rotterdam.