

Sylwia Kaczmarek

Uniwersytet Łódzki  
Pracownia Rewitalizacji Miast  
skaczmar@geo.uni.lodz.pl

## HISTORIA ARCHITEKTURY I SZTUKI W KONTEKŚCIE SPOSOBU JEJ POZNAWANIA PRZEZ TURYSTÓW

**Abstrakt:** Artykuł porusza kwestię relacji pomiędzy obecnością w różnych lokalizacjach na świecie dzieł sztuki (obiekty architektoniczne, rzeźba, malarstwo) a występującym tamże ruchem turystycznym. Podstawowym problemem rozważań teoretyczno-empirycznych są następujące pytania: Jakie znaczenie ma wiedza z historii sztuki w procesie poznania obiektów zaliczanych do sztuk plastycznych odbywającego się podczas podróży turystycznych? Jakie inne czynniki skłaniają współczesnych podróżujących do odwiedzania miejsc, w których znajdują się owe dzieła sztuki?

**Słowa kluczowe:** turystyka, architektura, rzeźba, malarstwo, historia sztuki.

Zainteresowanie architekturą czy też szerzej sztukami plastycznymi jako motywacją podróży towarzyszy ludziom od starożytności. Grecki poeta Antypater z Sydonu w II w. p.n.e. sporządził listę dzieł, które uznał za szczególnie warte obejrzenia. Dzisiaj określamy je mianem siedmiu cudów starożytnego świata, którymi były wyłącznie obiekty antropogeniczne. Pierwotnie w zestawieniu dokonany przez Antypatera znalazły się: nekropolia w Gizie (zwłaszcza piramida ostrosłupowa wzniesiona jako grobowiec dla faraona Cheopsa), wiszące ogrody Semiramidy w Babilonie, świątynia Artemidy w Efezie, posąg Zeusa w Olimpii dłuta Fidiasza, grobowiec króla Mauzolososa w Halikarnasie (od którego pochodzi dzisiejsza nazwa obiektu – Mauzoleum), posąg boga słońca w Rodos, znany jako Kolos rodyjski, oraz Brama Isztar w Babilonie (tę ostatnią w późniejszych źródłach zastąpiła latarnia morska na wyspie Faros u wejścia do portu w Aleksandrii). W świecie starożytnym po śmierci Antypatera w tym zestawieniu umieszczano jeszcze inne obiekty: posąg Asklepiosa zlokalizowany w Epidaurus czy też kolosy Memnona usytuowane w Tebach Zachodnich. Wędrowcy i podróżnicy starożytni odwiedzali owe miejsca, aby podziwiać budowle ogromne i niepowtarzalne w swojej formie, rzeźby uznanych mistrzów, o których istnieniu słyszeli od innych. Tym samym architektura i rzeźba były bezpośrednimi cela-

mi wypraw lub też podziwiano je niejako przy okazji pobytu w owych miejscach (związanego z aktywnością profesjonalną lub innymi wizytami), a wspomniane obiekty były przez współczesnych użytkowane zgodnie z ich przeznaczeniem. Zestawienie Antypatera możemy uznać z dzisiejszej perspektywy analitycznej za archetyp rankingu obiektów odwiedzanych z racji ich cech artystycznych. Jednocześnie można je traktować jako swego rodzaju punkt odniesienia przy charakteryzowaniu współczesnych podróży, których uczestnicy kierują się podobnymi motywami. Zasadność tego typu porównań potwierdza fakt, że trzy obiekty z wymienionych w zestawieniu Antypatera z Sydonu i jemu współczesnych – piramidy w Gizie, Brama Isztar oraz kolosy Memnona – wciąż istnieją i są odwiedzane przez licznych współczesnych turystów.

Podróże inspirowane chęcią poznania dorobku artystycznego przeszłości coraz liczniej odnotowywało się w Europie ponownie w końcu XVI w. Tę formę wyjazdów upowszechniła na znaczną skalę idea *grand tour*, która szczególnie intensywnie stymulowała ruch turystyczny przedstawicieli wyższych warstw społecznych w Europie zwłaszcza w drugiej połowie XVIII i w całym XIX w. (BUZARD 2002, CHANEY 2000, TOWNER 1985). Młodzi ludzie pochodzący przede wszystkim z brytyjskiej arystokracji, a potem również

przedstawiciele najzamożniejszych warstw amerykańskiej burżuazji, odwiedzali różne miasta i regiony kontynentu. Obowiązujący wówczas wzorzec kulturowy wymagał poznania bezpośredniego dzieł sztuki: obiektów architektury, obrazów, rzeźb, co traktowane było jako element niezbędny w kształtowaniu gustu artystycznego, pozwalało rozwijać wrażliwość na piękno. *Grand tour* poszerzał horyzonty uczestniczących w nim osób, wzmacniał ich zainteresowanie kulturą antyczną, a jednocześnie był ukoronowaniem odbieranej przez nich klasycznej edukacji. Przed wyjazdem kształcili się oni w zakresie znajomości klasycznej greki i łaciny, studiowali opisy obiektów i miejsc, które zamierzali odwiedzić, dodatkowo zgłębiali literaturę piękną powstałą w Europie w różnych epokach. Przedsięwzięte działania były więc solidnym przygotowaniem do podróży, a pobyt w wybranych miejscach kontynentu weryfikował empirycznie wyobrażenia powstałe na kanwie lektury i systematycznego kilkuletniego gromadzenia wiedzy. Powracający do swoich rodzinnych siedzib młodzi reprezentanci arystokracji przywozili bruliony wypełnione notatkami, szkicownikami z rysunkami, dzienniki podróży, a przede wszystkim utrwalone zainteresowania sztuką i potrzebę stałego z nią obcowania. Badacze zjawiska szacują liczbę uczestników *grand tour* w XIX w. na ponad 20 tys. osób, młodych, zamożnych kobiet i mężczyzn (CHANEY 2000, TOWNER 1985).

Uczestnicy *grand tour*, według współczesnych podziałów, byłiby zaliczeni do grupy osób uprawiających turystykę kulturową, natomiast charakterystyka społeczna tej grupy pozwala ich traktować jako elitę ówczesnego społeczeństwa. Mogą być uznani jako modelowa grupa z punktu widzenia przygotowania do wyjazdu o charakterze poznawczym, którego ważnym elementem jest kontekst historii sztuki. Podejmujący *grand tour* nie tylko oglądali, również analizowali cechy obiektów, szkicowali je, utrwalając swoje wrażenia, indywidualne odczucia, które zapisywali w skrupulatnie prowadzonych dziennikach podróży. Podróż była dla nich empiryczną weryfikacją wiedzy teoretycznej, którą zgłębiali najpierw na długo przed wyjazdem i ponownie po powrocie, a dodatkowo miała wymiar doznania artystycznego. W tym modelu podróży turystycznych historia sztuki stanowiła integralny element procesu kształtowania osobowości uczestników wyjazdów.

Dziedzictwo *grand tour*, czyli podróży, których jednym z wiodących celów jest obcowanie ze sztuką, odnajdujemy również w pewnym zakresie we współczesnych zachowaniach turystów. Analizy motywacji podejmowania podróży, rozmieszczenia miejsc docelowych, programu pobytu (oferty turystycznej) wskazują na istotny liczbowo udział obiektów zaliczanych do dzieł sztuk plastycznych jako celu wyjazdu. Dziedzictwo antropogeniczne – zwłaszcza obiekty archi-

tektury, stanowi jeden z najistotniejszych walorów wielu lokalizacji, przede wszystkim miast, gdzie jest wyraźnym elementem składowym produktu turystycznego.

Współczesna turystyka kulturowa w miastach, jest jedną z najbardziej dynamicznych sfer ich życia gospodarczego. Począwszy od połowy lat 80. XX w. szybko i intensywnie upowszechnia się na świecie. Przyczyną jest tu przede wszystkim wciąż rosnąca mobilność ludzi, bardzo dynamiczny rozwój komunikacji, zwłaszcza lotniczej i kolejowej, a także wyraźne ułatwienia w przemieszczeniach, nawet na znaczne odległości (powszechna dostępność tzw. tanich linii lotniczych oraz gęsta sieć połączeń czarterowych). W konsekwencji wzrasta również turystyczne użytkowanie miast, które ze swojej istoty odgrywają rolę punktów rozrządowych dla ruchu turystycznego w regionie (lokalizacja lotnisk, dworców kolejowych). Pobytu w miastach są z reguły krótkie (tzw. *short break*), trwają 2–3 dni, charakteryzują się znaczną dywersyfikacją form spędzania czasu, program pobytu przewiduje obok elementów poznawczych (zwiedzanie) czy edukacyjnych w równym stopniu istotną grupę zachowań, takich jak zakupy i rozrywka. Atrakcyjność turystyczna miast polega więc przede wszystkim na skoncentrowaniu na relatywnie niewielkim obszarze bogactwa rzeczy i miejsc do zobaczenia oraz umożliwienie podejmowania różnych czynności i działań na co dzień niedostępnych z powodu ograniczonego czasu wolnego (BUCZKOWSKA, MIKOS VON ROHRSCHEIDT, red. 2009).

Statystyki ruchu turystycznego odnotowują na całym świecie nieprzebrane rzesze turystów odwiedzających regiony i miejsca, gdzie znajdują się obiekty z przeszłości, uczęszczających do muzeów oraz spędzających czas na rozrywkach, zwłaszcza w tzw. parkach tematycznych. Te dwie grupy elementów bowiem w największym stopniu przyciągają współczesnych odwiedzających. Mimo obecnego od 2008 r. na świecie kryzysu gospodarczego, z którego globalna ekonomia wychodzi dość powoli, nie stwierdza się jego istotnych skutków w turystyce. Podróżujemy nadal dużo, więcej niż kiedykolwiek wcześniej, Światowa Organizacja Turystyki odnotowała globalnie w roku 2010 wzrost liczby przyjazdów turystycznych o 6,6% w relacji do lat poprzednich. Najczęściej odwiedzanymi krajami są Francja, USA, Chiny, które z liczbą 55,7 mln odwiedzających z zagranicy pokonały Hiszpanię będącą obecnie już na czwartym miejscu pod tym względem. Widoczny jest również wzrost globalnych wskaźników wielkości ruchu turystycznego na świecie w kolejnych latach: w roku 2011 – o 4,6% w porównaniu do poprzedniego, w roku 2012 – o 4,3% ([www.unwto.org](http://www.unwto.org)).

Zestawienie 52 najczęściej odwiedzanych przez turystów obiektów na świecie ukazuje znaczącą prze-

wagę dwóch grup obiektów, a mianowicie tematycznych parków rozrywki oraz szeroko rozumianych zabytkowych budowli i ich zespołów (<http://www.travelandleisure.com/articles/worlds-most-visited-tourist-attractions>, october 2011). Te ostatnie zlokalizowane są w miastach, co potwierdza wcześniejsza konstatacja (tab. 1). Znajdujące się na tej liście obiekty pochodzą z różnych epok i kręgów kulturowych, różna jest również ich wartość w kontekście światowego dorobku i dziedzictwa historii sztuki. Można nawet pokusić się o stwierdzenie, że wysoka pozycja niektórych obiektów jest zaskoczeniem. Najwyżej w rankingu umieszczona paryska katedra Notre Dame czy drugie w kolejności Zakazane Miasto w Pekinie nie budzą wątpliwości z racji swojej wartości i unikatowości, ale zastanawia trzecia pozycja – czyli bazylika Sacré Coeur w Paryżu, położona na wzgórzu Montmartre eklektyczna budowla wzniesiona w stylu romańsko-bizantyjskim na przełomie XIX i XX w., której wartość jako światowego dzieła architektury jest co najmniej dyskusyjna. Kolejną interesującą prawidłowością, którą można zidentyfikować w przywołanym zestawieniu jest obecność wśród 14 obiektów na omawianej liście aż czterech kolekcji muzealnych gromadzących dzieła sztuki z różnych epok historycznych, ale również eksponujących dokonania współczesnej, nowoczesnej sztuki.

Potwierdzeniem tezy o znaczącej roli obiektów architektonicznych i kolekcji dzieł sztuki w dystrybucji przestrzennej ruchu turystycznego współcześnie jest zestawienie zamieszczone w tab. 2.

T a b e l a 1. Hierarchia obiektów związanych z historią sztuki i architektury na liście 52 miejsc najczęściej odwiedzanych przez turystów na świecie w 2011 r.

Pozycja na liście	Obiekt	Lokalizacja	Liczba odwiedzających
13.	Katedra Notre Dame	Paryż, Francja	13 650 000
15.	Zakazane Miasto	Pekin, Chiny	12 830 000
17.	Bazylika Sacre Coeur	Paryż, Francja	10 500 000
21.	Plac Zocalo	Mexico City, Meksyk	10 000 000
26.	Wielki Mur Chiński	Chiny	9 000 000
29.	Muzeum w Luwrze	Paryż, Francja	8 500 000
32.	Budynek Opery	Sydney, Australia	7 400 000
35.	Wieża Eiffla	Paryż, Francja	6 700 000
36.	Lincoln Memorial	Waszyngton, USA	6 042 000
39.	Pałac królewski	Wersal, Francja	5 900 000
40.	Muzeum Brytyjskie	Londyn, Wlk. Brytania	5 840 000
44.	Metropolita Museum of Art	Nowy Jork, USA	5 216 000
46.	Koloseum	Rzym, Włochy	5 113 000
49.	Tate Modern	Londyn, Wlk. Brytania	5 000 000

Ź r ó d ł o: zestawienie wykonano na podstawie <http://www.travelandleisure.com/articles/worlds-most-visited-tourist-attractions>, october 2011 (23.10.2013).

T a b e l a 2. Ranking muzeów na świecie według liczby odwiedzających w roku 2011

Pozycja	Muzeum	Miasto	Kraj	Liczba odwiedzających
1.	Musée du Louvre	Paryż	Francja	8 880 000
2.	Metropolitan Museum of Art	Nowy Jork	USA	6 004 254
3.	British Museum	Londyn	Wielka Brytania	5 848 534
4.	National Gallery	Londyn	Wielka Brytania	5 253 216
5.	Tate Modern	Londyn	Wielka Brytania	4 802 287
6.	National Gallery of Art	Waszyngton	USA	4 392 252
7.	National Palace Museum	Taipei	Taiwan	3 849 577
8.	Centre Pompidou	Paryż	Francja	3 613 076
9.	National Museum of Korea	Seoul	Korea Płd.	3 239 549
10.	Musée d'Orsay	Paryż	Francja	3 154 000
11.	Museo del Prado	Madryd	Hiszpania	2 911 767
12.	State Hermitage Museum	Petersburg	Rosja	2 879 686
13.	Museum of Modern Art	Nowy Jork	USA	2 814 746
14.	Victoria & Albert Museum	Londyn	Wielka Brytania	2 789 400
15.	Museo Reina Sofía	Madryd	Hiszpania	2 705 529

Ź r ó d ł o: <http://www.theartnewspaper.com/attfig/attfig11.pdf>, „The Art Newspaper”, No. 234, April 2012.

Prezentowane w tab. 1 i 2 wielkości rejestrowanego ruchu turystycznego dobitnie wskazują na to, jak istotną rolę odgrywa we współczesnej turystyce kulturowej w miastach poznanie dzieł sztuk plastycznych.

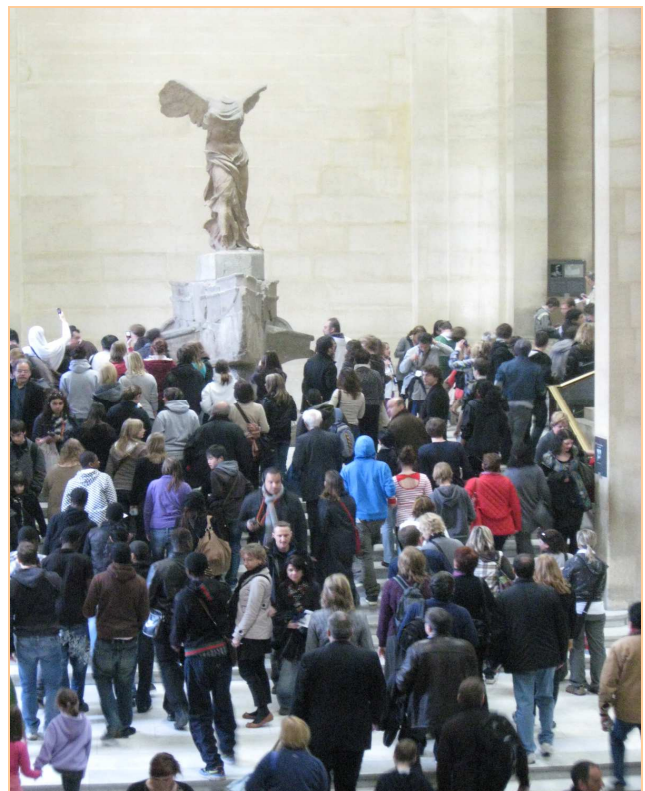
W tym miejscu należałoby zastanowić się, dlaczego turyści odwiedzają muzea i kolekcje sztuki? Czy jest to podobnie jak w epoce *grand tour* element kanonu edukacji, czy też potrzeba poznania dziedzictwa cywiliza-

cyjnego ludzkości? Odpowiedź na te pytania nie jest na pewno jednoznaczna. Masowa turystyka kulturowa jest zjawiskiem ze wszech miar pozytywnym i stanowi naturalną konsekwencję rozwoju naszej cywilizacji, a w szczególności procesu globalizacji. Ludzie mając możliwości łatwego przemieszczania się chcą odwiedzić wiele miejsc znanych z przekazu ustnego czy drukowanego innych, którzy już te miejsca widzieli. Znajdujemy tu pozornie dużą zbieżność z tradycją podróży w „manierze” *grand tour*. Jeżeli jednak nieco bardziej szczegółowo przyjrzymy się wzorcowi i przesłankom teraźniejszych podróży, różnice okażą się znaczące (KACZMAREK, STASIAK, WŁODARCZYK 2010).

Dla wielu podróżujących i zwiedzających miasta współczesnych turystów tak naprawdę motywem przyjazdu nie jest szczególnie zainteresowanie starożytnością, średniowieczem czy renesansem i zabytkami architektury, malarstwa lub rzeźby charakterystycznymi dla poszczególnych epok. Ludzie przyjeżdżają tam, gdzie się one znajdują *in situ* lub gdzie są eksponowane, bowiem wiedzą, że tak robią inni. Globalizacja upowszechnia model zachowań kulturowych, który bezpośrednio przekłada się na zachowania terytorialne, czyli turystyczne użytkowanie przestrzeni. Masowość ruchu turystycznego wynikająca z coraz łatwiejszej osiągalności w krótkim czasie wielu lokalizacji sprzyja powierzchownemu sposobowi poznania (DE BOTTON 2010, TABUCCHI 2012). Pobyty zazwyczaj są krótkie, obiekty wybiera się dlatego, że zobaczenie ich jest elementem pewnego „wzorca”, modelu, który trzeba „zaliczyć” w danym kraju lub regionie oraz by po prostu miło spędzić jakąś część swojego wolnego czasu. Wspomniany wzorec dla znakomitej większości współczesnych turystów, odmiennie niż w tradycji *grand tour*, nie jest efektem wieloetapowych poszukiwań poznawczych poprzedzających podróż. Dzisiaj kierunki wyjazdów, a zwłaszcza miejsca odwiedzane w poszczególnych lokalizacjach w gronie turystów masowych, dyktuje zawartość posiadanych przez nich przewodników, drukowanych bądź dostępnych elektronicznie.

Turyści masowi w swojej większości oglądają zatem obiekty sztuki bez głębszej refleksji, nie zastanawiają się nad przekazem, który zawarł twórca, nie odnoszą się do ich pozycji i wartości w kontekście dorobku epoki, w której powstały. Wiedza o szczegółach artystycznych pozostaje powierzchowna, często znana jest jedynie nazwa obiektu, już niekoniecznie nazwisko twórcy. Zapamiętanie obejrzanych obiektów polega przede wszystkim na udokumentowaniu swojej przy nich obecności, stąd fotografie wykonywane najczęściej w formule: „ja na tle...” i tu dowolny obraz, rzeźba czy budynek. Niemal natychmiast ów wizerunek przekazany jest przez autora na portal społecznościowy, gdzie następnie funkcjonuje bezczaso-

wo w sieci, dostępny dla wszystkich tych, którzy ten obiekt już widzieli i dla tych, którzy dopiero pojadą go zobaczyć. Mamy więc współcześnie do czynienia ze szczególną formą powszechnego konsumpcjonizmu w podejściu do historii sztuki jako istotnego elementu walorów turystycznych miejsc na świecie. Konsumpcja owa, jako masowa, udostępnia podobny produkt wszystkim, budując powierzchowny, uproszczony wzorec kulturowy dziedzictwa sztuk pięknych na świecie. Rzecz jasna, nadużyciem byłoby stwierdzenie, że wszyscy podróżujący w jednakowy sposób odbierają oglądane dzieła sztuki. Indywidualność postrzegania zawsze zależy od cech osobistych obserwatora, wszakże jednak warunki, w jakich ten odbiór się odbywa, w znaczącym stopniu go kształtują. Obecność wielu turystów w danej lokalizacji (zwłaszcza jeżeli jest to wnętrze muzealne) ma bardzo istotny wpływ na kontakt odbiorcy z dziełem, zaś mnogość osób, hałas, ruch, dźwięki, nie sprzyjają koncentracji, indywidualnej refleksji, swoistemu namysłowi, który mógłby towarzyszyć percepcji dzieła sztuki (fot. 1).



Fot. 1. Nike z Samotraki w Luwrze w maju 2011 r.  
(zdjęcie autorki)

Pojawia się zatem pytanie, czy mamy jeszcze współcześnie szanse przeżywać w zindywidualizowany sposób dostępne dziedzictwo historii sztuki? Czy obecnie nie jesteśmy świadkami wciąż nasilającego się konfliktu pomiędzy ochroną dziedzictwa sztuki a coraz powszechniejszym pragnieniem oglądania go?

Czy nie zderzamy się z problemem, którego nie można dobrze rozwiązać – w jaki sposób w wolnym społeczeństwie wprowadzać ograniczenia w dostępie do sztuki? Czy ograniczenia te są zasadne? Czy można selekcjonować współcześnie tych, którzy są „godni” kontaktu ze sztuką a oddzielać tych, którzy inspirują się jedynie chęcią „zaliczenia” kolejnego obiektu z kanonu? Jakie należałoby przyjmować kryteria i za pomocą jakich mechanizmów stosować je w praktyce? Sformułowane tu nieco prowokacyjnie pytania wykazują wieloaspektowość kwestii historii sztuki w kontekście współczesnej turystyki. Jeżeli odnieśliśmy się do epoki *grand tour* można zauważyć, że ówczesni turyści selekcjonowani byli z racji pozycji społecznej, którą zajmowali, co bezpośrednio przekładało się na poziom osiąganych dochodów oraz odpowiedni model edukacji. Rozwarstwienie było istotną cechą społeczeństw brytyjskiego oraz amerykańskiego w XIX w., a spośród tych grup właśnie przede wszystkim rekrutowali się uczestnicy *grand tour*. Współcześnie, choć rozwarstwienie nadal dotyczy społeczeństw na świecie, to jednak dostępność podróży jest znacznie powszechniejsza, są one łatwiej osiągalne przy niższych nakładach finansowych, dotyczą znacznie większej liczby osób, zatem stają się bardziej demokratyczne. Efektem jest globalna turystyka masowa, która nie może być przecież postrzegana jako zjawisko negatywne jedynie z racji liczebności jej uczestników. Znaczna wielkość nie musi przecież oznaczać niskiej, mało znaczącej i wartościowej prowienencji uczestników.

Sztuka jest stałym elementem poznania ludzkiego, a więc tym samym stałym składnikiem produktu turystycznego. Jej znaczenie jest nieprzemijające, albowiem rejestruje w sposób trwały wiedzę, uczucia, pragnienia, relacje wzajemne zachodzące między ludźmi. W trakcie dziejów człowieka zmieniały się jego formy i motywy obcowania z artystami i ich dziełami. Początkowo sztuka miała zasięg lokalny, odbierana bowiem była w gronie tych, którzy ją tworzyli. Kolejnym etapem w procesie ewolucji poznawania sztuki były podróże, które umożliwiały spotkanie dzieł artystycznych kreowanych przez inne społeczności, tym samym zasięg odbioru stał się regionalny (starożytność, średniowiecze, epoka nowożytna). Obecnie możemy mówić o globalności oddziaływania sztuki, bowiem intensywna mobilność współczesnych ludzi pozwala im poznawać wszystkie kręgi kulturowe, których wytwory artystyczne dostępne są na całym świecie. Konsekwencją owych zmian jest rejestrowane przez historię zróżnicowanie sposobów odbioru i bezpośredniego poznania sztuki. Zidentyfikowana w czasie zmienność pozwala wydzielić różne kategorie turystów w zależności od sposobu, w jaki obcują ze sztuką i posiadanej przez nich wiedzy o jej historii (tab. 3). Mamy zatem w społeczności turystów określone typy

zachowań poznawczych oraz odpowiadające im formy podróżowania.

Tabela 3. Kategorie turystów wg relacji pomiędzy sposobami poznania a ich wiedzą z zakresu historii sztuki

x	SŁOWO, MYŚL	FOTOGRAFIA
ELITARNA	odkrywcy	koneserzy
MASOWA	uczący się	zaliczający

Źródło: opracowanie własne.

Te ostatnie rozdzielone zostały na turystykę elitarną, dostępną wybranym, oraz masową, powszechną, popularną osiągalną niemal przez każdego. Z kolei w kategoriach poznania wskazane zostały dwa typy zachowań: „słowo, myśl” – czyli taki sposób poznania, który polega na podejściu wspartym wcześniej zdobytą wiedzą, wymagającym przygotowania, w bezpośrednim kontakcie z dziełem wywołującym namysł, refleksję, poszukującym wyjaśnień. Drugie podejście poznawcze zapisane pod hasłem „fotografia” jest bardziej spontaniczne i sprowadza się do doświadczenia dzieła, fizycznej jego bliskości. Widz (turysta) koncentruje się na dokumentowaniu swojej przy nim obecności. Fotografia jest „dotknięciem”, bezpośrednim kontaktem, radością samą w sobie. Wrażenia i refleksje powstają dopiero po podróży i są przeżywane w pewnym sensie retrospektywnie. Pierwsze z podejść ma charakter bardziej analityczny, rozumowy, drugie natomiast emocjonalny, spontaniczny. Oba są wartością, bowiem każde spotkanie ze sztuką uszlachetnia. Przyjęte kryteria pozwoliły na wyodrębnienie czterech kategorii turystów.

Wyodrębniona jako pierwsza kategoria „odkrywcy” odnosi się do turystów elitarnych, którzy bezpośrednio poznanie dzieła poprzedzają metodycznym przygotowaniem, studiują historię sztuki, a sama podróż jest weryfikacją empiryczną wiedzy teoretycznej. Doznania, jakie przynosi bezpośredni kontakt z dziełem są podbudowane analizą przeprowadzoną na podstawie posiadanej wiedzy. „Odkrywcy” znajdują nowe rzeczy i doznania, porównują je z zapoznaną literaturą, zaś swoje wrażenia porządkują według schematu: wiem – oglądam – analizuję – syntetyzuję. W tej kategorii lokujemy podróżujących w przeszłości uczestników *grand tour* czy współcześnie świadomych, dobrze wykształconych turystów, którzy starannie przygotowują swoje podróże. Można uznać, że dokonują w pewnym stopniu na nowo interpretacji dzieł, sumując wiedzę i wrażenia emocjonalne.

Turyści masowi zaliczeni do kategorii „uczący się” to grupa podróżujących, którzy choć nie mają tak gruntownego przygotowania teoretycznego jak „odkrywcy”, to jednak również motywowani są chęcią

weryfikacji popularnej wiedzy o sztuce, którą posiadają zazwyczaj po lekturze rozmaitych przewodników. „Uczący się” są zainteresowani dziełami sztuki jako atrakcyjnym, nowym elementem w ich sposobie poznawania świata. Bezpośredni kontakt z dziełami sztuki wyzwala w tej grupie odbiorców pragnienie posiadania bardziej szczegółowych informacji o obejrzanych obiektach, co skłania ich następnie do eksploracji dostępnych źródeł. Trzecia z wyróżnionych kategorii składa się z turystów masowych, dla których oglądanie dzieł sztuki jest fragmentem wypełnienia wymagań aktualnego wzorca kulturowego globalnego świata. Określono ich mianem „zaliczający”, ponieważ podróżują do wielu miejsc, oglądają tam wszystkie budowle, rzeźby, obrazy, które „trzeba zobaczyć”, bowiem inni (sąsiedzi, przyjaciele, współpracownicy, rodzina) już je widzieli. Utrwalają swoje „spotkanie z dziełem” wykorzystując aparat fotograficzny jako narzędzie dokumentujące obecność w miejscu, bezpośredni, fizyczny niemal kontakt z obiektem. „Zaliczający” to globalni konsumenci uniwersalnego produktu sztuki.

Ostatnia z wyodrębnionych kategorii grupuje turystów, którzy określani zostali mianem „koneserzy”. Są to turyści elitarni, których podróże motywowane kontaktem ze sztuką polegają na wnikliwej obserwacji, wręcz kontemplacji *in situ* wybranych dzieł oraz obiektów. Wizyty są starannie zaplanowane, miejsca selekcyonowane z rozmysłem, zaś przesłanki wyboru w wysokim stopniu zindywidualizowane. Obiekty wybierane jako cel podróży mają dla przedstawicieli tej grupy turystów szczególne znaczenie, cel wizyty to nie tylko oglądanie dzieła czy weryfikacja opinii na jego temat. Jest to bardziej kontemplacja sztuki, postrzeganie jej przez pryzmat własnych przeżyć, refle-

ksji, które konkretny obiekt wywołuje w psychice obserwatora.

Zaproponowane kategorie podziału turystów w kontekście ich wiedzy z zakresu historii architektury i sztuki nie są rzecz jasna całkowicie rozdzielne. Każdy z nas bywa odkrywcą, innym razem uczącym się lub koneserem, czasami zaliczającym. Każdy kontakt ze sztuką uszlachetnia ludzi, wywołuje w nich emocje, pobudza ich umysł do refleksji. Sztuka, będąc bowiem wytworem umysłu człowieka, jest jednocześnie czynnikiem silnie oddziałującym na jego emocje i uczucia, pozostawia ślad w jego psychice i osobowości, nawet jeżeli sobie turysta tego wprost nie uświadamia.

## LITERATURA

- BOTTON DE A., 2010, *Sztuka podróżowania*, Czuły Barbarzyńca Press, Warszawa.
- BUCZKOWSKA K., MIKOS VON ROHRSCHEIDT A. (red.), 2009, *Współczesne formy turystyki kulturowej*, AWF, Poznań.
- BUZARD J., 2002, *The Grand Tour and after (1660–1840)*, The Cambridge Companion to Travel Writing, Cambridge University Press.
- CHANEY E., 2000, *The Evolution of the Grand Tour*, Frank Cass Publishers, London.
- KACZMAREK J., STASIAK A., WŁODARCZYK B., 2010, *Produkt turystyczny*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa.
- TABUCCHI A., 2012, *Podróże i inne podróże*, Czytelnik, Warszawa.
- TOWNER J., 1985, *The Grand Tour: A Key Phase in the History of Tourism*, „Annals of Tourism Research”, vol. 12, pp. 297–333.
- [www.theartnewspaper.com/attfig/attfig11.pdf](http://www.theartnewspaper.com/attfig/attfig11.pdf), „The Art Newspaper”, no. 234, April 2012 (20.10.2013).
- [www.travelandleisure.com/articles/worlds-most-visited-tourist-attractions](http://www.travelandleisure.com/articles/worlds-most-visited-tourist-attractions), october 2011 (23.10.2013).
- [www.unwto.org](http://www.unwto.org) (18–20.10.2013).